



## KIA UND DIE UEFA EUROPA LEAGUE

- Österreichische Vereine starten in der UEFA Europa League Gruppenphase
- Kia stellt europaweit die Matchballträgerkinder
- VIP Ticket Verlosungen bis zum Finale 2019



Für den SK Rapid und den FC Red Bull Salzburg wird es ernst. Am 20. September geht es in die erste Runde der UEFA Europa League Gruppenphase, und jeder Sieg spielt ein nettes Budget in die leeren Kassen der österreichischen Spitzenclubs ein.

Damit die Spiele auch angepfeifen werden können, stellt Kia ab dem 20. September bei jedem Spiel ein Kind, das den offiziellen Matchball auf zum Anstoß-Punkt, in Begleitung der Schiedsrichter und Mannschaften, trägt. Ab sofort können Erziehungsberechtigte unter [www.fanfoto.at](http://www.fanfoto.at) Ihr Kind in die Bewerbung als Matchballträger schicken.

Zudem verlost Kia auf Facebook für die Heimspiele der österreichischen Clubs VIP Tickets. Daher schnell Facebook Fan von <https://www.facebook.com/kiaaustria/> werden und auf das entsprechende LeadAd-Werbemittel achten – oder auf [www.ligaportal.at](http://www.ligaportal.at) auf das entsprechende Werbemittel klicken!

Kia Motors ist ab der Saison 2018/19 neuer offizieller Partner der UEFA Europa League. Die zunächst für drei Jahre vereinbarte Kooperation läuft bis zum Saisonfinale 2021. An dem weltweit größten Wettbewerb im Profifußball nehmen Clubs aus allen 55 Landesverbänden der UEFA teil. Er erreicht ein TV-Publikum von insgesamt 980 Millionen Zuschauern.

„Die UEFA Europa League ist einer der am stärksten besetzten und spannendsten Wettbewerbe im Profifußball. Als Marke, die die Werte und die Leidenschaft des Fußballs teilt, gibt uns diese Partnerschaft die Möglichkeit, das riesige Publikum der weltweiten Fußballfans direkt anzusprechen“, sagte Thomas Oh, Executive Vice President und COO der Kia Motors Corporation. Guy-Lauren Epstein, Marketingdirektor von UEFA Events SA, ergänzte: „Diese Partnerschaft mit Kia wird die UEFA Europa League weiter stärken. Wir werden gemeinsam daran arbeiten, die Fan-Einbindung zu fördern, und freuen uns schon auf die erste ‚Trophy Tour‘, die den Pokal und dessen legendäre Stars in die Heimatländer der Fans bringt.“

The Power to Surprise