



Gilbert Haake
Kia Austria GmbH
Sverigestraße 5, 1220 Wien
T +43-(0)1-734 29 43 | M +43-(0)676 512 91 60 | E office@kia.at, www.kia.com

Kia Presseinformation

Datum: 20. Jänner 2021

LOL!

- Europas E-Sports-Topliga geht mit Kia in die neue Saison
- Partnerschaft mit der „League of Legends European Championship“ (LEC) verlängert
- Kia baut globales E-Sports-Engagement aus

Der E-Sports-Boom hat sich in Corona-Zeiten noch verstärkt, und die Fans des beliebtesten Videogames „League of Legends“ (kurz: LoL) fiebern schon dem kommenden Wochenende entgegen: Am Freitag um 18 Uhr startet im Berliner Studio des LoL-Herstellers Riot Games die „League of Legends European Championship“ (LEC) in ihre neue Saison. Zusammen mit den Profiteams kehrt auch Kia in die LEC-Arena zurück. Denn das Unternehmen, das gerade durch ein neues Logo seinen Wandel vom reinen Autohersteller zum modernen Mobilitätsanbieter unterstrichen hat, wird die europäische E-Sports-Liga wie schon in den vergangenen beiden Jahren auch 2021 als ein Hauptpartner sponsern. Darüber hinaus präsentiert die Marke drei Auszeichnungen für herausragende Teams und Spieler: den „Kia All-Pro Team Award“, den „Kia Player of the Game Award“ und den „Kia MVP of the Split Award“ für den Frühjahrs- und den Sommer-Split, wie die beiden Saisonhälften der LEC genannt werden. In den Spielen werden außerdem Flaggen und weitere Elemente mit dem Kia-Logo zu sehen sein.

Zum Auftakt der neuen Spielzeit haben Kia und Riot Games ein Video produziert, in dem drei bekannte LEC-Caster – wie die Moderatoren von Videospiel-Wettbewerben genannt werden – auftreten: Trevor „Quickshot“ Henry, Daniel Drakos und Andrew „Vedius“ Day suchen darin auf sehr humorvolle Art nach Ideen für ebendieses Saisonöffnungsvideo. Der Clip mit dem Titel „Kia X LEC: The best idea!“ ist jetzt auf YouTube zu sehen (<https://youtu.be/6cPxtse-AtU>).

„League of Legends“ hat sich seit der Einführung im Jahr 2009 zur weltweit größten und schnellstwachsenden E-Sports-Plattform entwickelt. Das Game wird jeden Monat von mehr als 100 Millionen Menschen gespielt, und die weltweite Zuschauerzahl der zwölf offiziellen LoL-Ligen geht in die Milliarden. Die Partien der LEC, der höchsten europäischen Spielklasse, verfolgten im vergangenen Jahr in der Spitze über 800.000 Zuschauer.

Neben dem Sponsoring der LEC ist Kia in der LoL-Welt auch auf Seiten der Profis präsent: Die Marke hat kürzlich eine Partnerschaft mit dem Team DWG KIA vereinbart, das bisher DAMWON Gaming hieß und 2020 die „League of Legends World Championship“ gewann. Darüber hinaus plant Kia im Hinblick auf seine neue Strategie „Plan S“, mit der das Unternehmen sein Angebot an Elektrofahrzeugen und Mobilitätsdiensten ausbauen will, E-Sports-Fans durch weitere Marketinginitiativen anzusprechen.

Movement that inspires