**PRESSEMITTEILUNG**

PR-02 New Kia Brand-d Safenwil, le 18.1.2021

**«Movement that inspires» – Kia präsentiert neue Markenstrategie und Zukunftsvision**

* **Digitale Präsentation der neuen Markenstrategie und ambitionierten Zukunftsvision**
* **Änderung des Firmennamens von «Kia Motors» zu «Kia»**
* **Umsetzung der langfristigen Geschäftsstrategie «Plan S» zur Entwicklung nachhaltiger Mobilitätslösungen**
* **Markteinführung von sieben neuen Elektrofahrzeugen bis 2027**
* **Einsatz recycelbarer Materialien und erneuerbarer Energien für eine nachhaltigere Produktion**
* **Präsentation des ersten neuen BEV und der neuen Designphilosophie in Kürze**

Kia hat im Rahmen einer digitalen Präsentation weitere Details zur neuen Markenphilosophie und zu den Zukunftsambitionen der Marke vorgestellt. Dabei wurden unter dem neuen Claim «Movement that inspires» auch nähere Angaben zur künftigen Markenstrategie veröffentlicht, unter der Kia nicht länger nur Autobauer, sondern Anbieter nachhaltiger Mobilitätslösungen sein wird.

Als Zeichen für die Aufgabe des traditionellen produktionsorientierten Geschäftsmodells streicht die bisherige Kia Motors Corporation den Bestandteil «Motors» aus ihrem Namen. Unter ihrem neuen Namen will die Kia Corporation künftig neue und zukunftsträchtige Geschäftsbereiche erschliessen, innovative Mobilitätsprodukte und -dienstleistungen hervorbringen und so ihren Kunden einen Mehrwert für den Alltag bieten.

Ho Sung Song, Geschäftsführer und CEO von Kia, kommentiert dies so: «Wir bei Kia glauben, dass Beförderung, Mobilität und Bewegung ein Menschenrecht verkörpern. Unsere Vision: Nachhaltige Mobilitätslösungen zu erschaffen, die auf Kunden, Gemeinschaften und Gesellschaften auf der ganzen Welt zugeschnitten sind. Mit der Bekanntgabe unserer neuen Markenphilosophie und Geschäftsstrategie geben wir den Startschuss für die Verwirklichung dieser Vision.»

Die digitale Veranstaltung «New Kia Brand Showcase» kann über den globalen YouTube-Kanal von Kia verfolgt werden: <https://youtu.be/U67RlX9ibfo>

**Vorstellung der neuen Markenphilosophie mit dem Claim «Movement that inspires»**

Der heute präsentierte Markenclaim «Movement that inspires» ist das Kernstück des neuen Selbstverständnisses von Kia als Anbieter innovativer Produkte und Dienstleistungen, die den Kunden neue Erfahrungen ermöglichen.

Bewegung ist der erste Schritt im Verlauf der menschlichen Entwicklung, so die neue Kia Markenphilosophie. Indem sie sich fortbewegen, können Menschen neue Orte entdecken, andere Menschen treffen und neue Erfahrungen machen. Dieser Zusammenhang aus Bewegung und menschlichem Fortschritt ist die Quintessenz der neuen Markenphilosophie. Kia will seine Kunden mit innovativen Modellausstattungen, interessanten neuen Produkten und sinnvollen Dienstleistungen inspirieren, damit sie Zeit für das gewinnen, was ihnen am wichtigsten ist.

Artur Martins, Senior Vice President, Head of Global Brand & Customer Experience bei Kia, ergänzt: «Bewegung ist seit jeher ein Kernpunkt unserer Marke und Mobilität steht im Fokus unseres Geschäfts. Bewegung hilft der Menschheit, voranzuschreiten, sich stetig zu verbessern und weiterzuentwickeln. Daher sind wir bei Kia der Auffassung, dass Bewegung kreative Ideen freisetzt.»

Kia ist seit mehr als 75 Jahren in der Mobilitätsbranche tätig und hat unter anderem die ersten Fahrräder in Korea ausgeliefert sowie Motorräder und Lieferwagen gebaut. Heute zählt Kia weltweit zu den grössten Automobilherstellern und versorgt Millionen Menschen auf der ganzen Welt mit hochwertigen Fahrzeugen.

Mit der neuen Markenphilosophie erfüllt Kia neue Kundenerwartungen in Bezug auf modernere Fortbewegungsarten und deren Auswirkung auf das jeweilige Umfeld. Immer mehr Menschen wünschen sich flexible, umweltschonende und integrierte Beförderungslösungen.

Kias neue Markenstrategie sieht vor, durch die Entwicklung von marktspezifischen kundengerechten Produkten und Dienstleistungen diese neuen Bedürfnisse zu erfüllen – und solche Erwartungen auch zu wecken. Die länderspezifischen Märkte werden den Kunden einen besseren Zugang zu einem breiteren Spektrum an umweltschonenden Mobilitätsprodukten und -dienstleistungen bieten. So kann Kia der weltweit wachsenden Kundennachfrage nach flexiblen, anpassungsfähigen und individualisierbaren Mobilitätslösungen, die datengestützt sind und auf neuen Technologien basieren, entsprechen.

**Kia Corporation setzt auf umfassenden Ansatz für nachhaltige Mobilität**

Die Erweiterung des Geschäftsmodells und die Erschliessung neuer Tätigkeitsfelder zur Förderung der nachhaltigen Mobilität kommen auch durch die heute bekannt gegebene Umbenennung des Unternehmens zum Ausdruck. Mit der Eliminierung des Elements «Motors» aus seinem Namen bekennt sich Kia zu seiner langfristigen Geschäftsstrategie «Plan S», die 2020 vorgestellt wurde. Damit strebt das Unternehmen an, sich auf dem weltweiten Automobilmarkt als führender Anbieter zu etablieren und sein Geschäftsfeld um Elektro- (EV) und zweckgebundene Fahrzeuge (PBV) sowie neue Mobilitätslösungen und -dienstleistungen zu erweitern. Auch im Bereich der Produktion setzt sich Kia mit sauberen Energien und recycelfähigen Materialien für mehr Nachhaltigkeit ein.

Kias Strategie basiert auf der Popularisierung von batteriebetriebenen Elektrofahrzeugen (BEV) und der Erweiterung der globalen Modellpalette um sieben neue BEV bis 2027. Zu diesen neuen Modellen zählen Pkw, SUV und MPV verschiedener Segmente, die allesamt mit branchenführender Technologie für hohe Reichweiten und einer Schnellladefunktion auf Basis der E-GMP-Plattform aus dem Hause Hyundai ausgestattet sind.

Das Unternehmen entwickelt darüber hinaus mehrere PBV, um sich hier einen neuen Firmenkundenstamm aufzubauen. Als Basis dient dabei eine flexible «Skateboard»-Plattform mit modularen Karosserien, die die konkreten Mobilitätserfordernisse der verschiedenen Firmen- und Flottenkunden abdecken. Über Partnerschaften mit Canoo, Arrival und anderen Unternehmen kann Kia künftig PBV-Modelle anbieten, deren Karosserien sich ganz nach den funktionalen Anforderungen der Nutzer gestalten lassen und auf der «Skateboard»-Plattform basieren.

Aufgrund der zunehmenden Verbreitung von E-Commerce und Car-Sharing dürfte die Nachfrage nach PBV bis 2030 auf das Fünffache anwachsen. Kia wird auf Firmen- und Flottenkunden zugeschnittene PBV entwickeln und produzieren, zum Beispiel Car-Sharing-Fahrzeuge, Niederflur-Logistikfahrzeuge und Lieferwagen.

Mit der Änderung seines Namens will das Unternehmen auch den Anstoss für eine neue Arbeitskultur geben. Ho Sung Song erklärt: «Die Änderung unseres Namens und unseres Logos dient nicht nur kosmetischen Zwecken. Damit wollen wir zeigen, dass wir unsere Horizonte erweitern und neue, zukunftsträchtige Geschäftsfelder aufbauen, die den verschiedenen Erfordernissen unserer breitgefächerten Klientel entsprechen und ihre Erwartungen übertreffen. Doch noch wichtiger ist, dass wir unsere Arbeitskultur anpassen, um die Kreativität all unserer Beschäftigten zu wecken und ein inspirierendes Arbeitsumfeld zu schaffen.»

**Entwicklung umweltfreundlicher Mobilitätsdienstleistungen**

Ein weiteres strategisches «Plan S»-Ziel besteht darin, das Geschäft zu diversifizieren, um vor allem in Grossstädten rund um den Globus umweltfreundliche Mobilitätsdienstleistungen im Bereich des elektrischen und autonomen Fahrens anzubieten.

Zudem wird Kia seine Kooperationen und Partnerschaften mit Anbietern globaler Mobilitätslösungen ausweiten, um in strategischen Regionen der Welt noch gezieltere Mobilitätsdienste anbieten zu können. Im Jahr 2018 investierte das Unternehmen in Grab, den grössten südostasiatischen Anbieter von Mitfahrdiensten (Ridehailing-Services), Lebensmittelzustellungen und Zahlungslösungen, und im März 2019 in Ola, ein indisches Unternehmen, das Peer-to-Peer-Ridesharing, Ridehailing, Taxidienste, Lebensmittelzustellungen und andere Mobilitätsdienste anbietet.

Kia konzipiert auch andere Mobilitätsdienste: In Madrid gründete das Unternehmen mit dem spanischen Energiekonzern Repsol das Joint-Venture WiBLE, das im September 2018 seinen Betrieb aufnahm. WiBLE verfügt über 500 Fahrzeuge vom Typ Kia Niro Plug-in Hybrid (PHEV), die den Nutzern im «Free-Floating»-Verfahren zur Verfügung stehen, also innerhalb des Servicegebiets überall angemietet und zurückgegeben werden können. Seit dem Start haben sich mehr als 130’000 Mitglieder bei WiBLE registriert. Damit gehört das Unternehmen zu den erfolgreichsten Shared-Mobility-Programmen Europas. In Italien und Russland wurde im September 2020 zudem ein neuer Dienst – KiaMobility – eingeführt, der die Wandlung des Autobauers zum Anbieter für Mobilitätslösungen beschleunigen soll. KiaMobility wird in den kommenden Jahren in weiteren Ländern eingeführt.

**Präsentation des ersten neuen BEV und der neuen Designphilosophie in Kürze**

Das erste BEV der neuen Generation wird im ersten Quartal 2021 vorgestellt. Es verkörpert die Neuausrichtung des Unternehmens in Richtung Elektrifizierung. Das neue Modell, das auf der innovativen E-GMP-Technologie basiert, wird mit einem Crossover-Design vorfahren. Besondere Merkmale sind seine Reichweite von mehr als 500 Kilometern und die Schnellladedauer von unter 20 Minuten. Als erster Kia der Welt wird es mit dem neuen Logo geschmückt sein.

Mit dem wachsenden Angebot an BEV-Modellen strebt Kia einen Anteil von 6,6 Prozent am globalen BEV-Markt bis 2025 und einen weltweiten Jahresabsatz von 500’000 Einheiten bis 2026 an.

Kia wird in den kommenden Wochen weitere Informationen über den neuen Designansatz für künftige Projekte und Dienstleistungen bekannt geben, der den Wandel der Marke widerspiegelt.

Karim Habib, Senior Vice President und Leiter des Kia Global Design Center, fügt hinzu: «Für uns stehen die Kunden an erster Stelle. Mit unseren Produkten möchten wir ihnen eine instinktive und natürliche Erfahrung bieten, die ihren Alltag verbessert. Unser Ziel besteht darin, aus der Marke Kia ein physisches Erlebnis zu machen und in den kommenden Jahren originelle, einfallsreiche und aufregende Elektrofahrzeuge auf den Markt zu bringen. Die Ideen unserer Designer und die Philosophie der Marke sind damit stärker miteinander verknüpft als jemals zuvor.»

# # #

**Über Kia Corporation**

*Kia (*[*www.kia.com*](http://www.kia.com)*) ist eine globale Mobilitätsmarke. Ihre Vision: Nachhaltige Mobilitätslösungen zu erschaffen, die auf Kunden, Gemeinschaften und Gesellschaften auf der ganzen Welt zugeschnitten sind. Das 1944 gegründete Unternehmen ist seit mehr als 75 Jahren in der Mobilitätsbranche tätig. Es hat heute weltweit etwa 52’000 Beschäftige, ist in über 190 Märkten vertreten, betreibt Produktionsstätten in sechs Ländern und verkauft rund drei Millionen Fahrzeuge pro Jahr. Kia ist ein Vorreiter bei der Popularisierung von elektrifizierten und batteriebetriebenen Fahrzeugen und entwickelt vielfältige Mobilitätsdienste, um Millionen von Menschen rund um den Globus zu ermutigen, die besten Fortbewegungsarten zu erkunden. Der Claim der Marke – «Movement that inspires» – vermittelt das Engagement des Unternehmens, Verbraucher über Produkte und Dienstleistungen immer wieder neu zu inspirieren.*

*Für weitere Informationen besuchen Sie bitte unser Global Media Center auf* [*www.kianewscenter.com*](http://www.kianewscenter.com).

**Über Kia Europe**

*Kia Europe ist die europäische Vertriebs-, Marketing- und Servicegesellschaft der Kia Corporation. Von ihrem Sitz in Frankfurt aus betreut sie 39 Märkte in Europa und im Kaukasus.*