



PRESSEMITTEILUNG

Kia CEO Investor Day 2025: Unternehmen stärkt Wachstumsmotor durch Einführung neuer EV-, PBV- und Pick-up-Modelle

- **Vorstellung der aktualisierten „Plan S 2030“-Geschäftsstrategie: Wachstumspläne für neue Produkte, Fokus auf Elektrifizierung**
- **Kia strebt bis 2030 einen weltweiten Absatz von 4,19 Millionen Einheiten und einen Marktanteil von 4,5 Prozent an**
- **EV: Absatzziel von 1,26 Millionen Einheiten bis 2030**
 - o **Weltweiter EV-Marktanteil von 4,3 Prozent, Erweiterung des Angebots an EV-Volumenmodellen**
- **PBV: Absatzziel von 250.000 Einheiten bis 2030**
 - o **Einführung von PV5 im Jahr 2025, PV7 im Jahr 2027 und PV9 im Jahr 2029**
- **Geschäftsziele für 2025:**
 - o **Über 112 Billionen KRW Umsatz, 3,7 Prozent Marktanteil**
 - o **11 Prozent operative Gewinnmarge bei einem weltweiten Absatz von mehr als 3,2 Millionen Einheiten**

Die Kia Corporation hat auf ihrem CEO Investor Day am 9. April 2025 in Seoul, Korea, ihre mittel- bis langfristigen Geschäftsstrategien und Finanzziele vorgestellt. Auf Basis des aktualisierten „Plan S“ –erläuterte das Unternehmen seine ambitionierte Strategie, den weltweiten Jahresabsatz bis 2030 auf 4,19 Millionen Fahrzeuge zu steigern, davon 2,33 Millionen Hybrid- und vollelektrische Fahrzeuge. Kia wird seine Agilität und Flexibilität als Reaktion auf das Marktumfeld nutzen und seine Wachstumsmotoren durch die Einführung neuer Modelle wie PBVs und Pick-ups und anderer wichtiger Zukunftsgeschäfte differenzieren.

„Seit dem Start der Transformationsstrategie im Jahr 2021 hat sich Kia kontinuierlich weiterentwickelt, um ein Anbieter nachhaltiger Mobilitätslösungen zu werden, die den Raum innovativ gestalten und es den Kunden ermöglichen, ihre Zeit jenseits konventioneller Transportmittel besser zu nutzen“, sagte Ho Sung Song, Präsident und CEO von Kia. „Wir werden die Marke weiterentwickeln, indem wir auf Basis mittel- bis langfristiger Strategien unsere interne Stabilität stärken und effektiv auf Veränderungen in der Automobilindustrie reagieren.“



Zusammenfassung "Plan S 2030"

Absatzsteigerung		
Vielfältige Produktpalette	<ul style="list-style-type: none"> • 4,19 Millionen Einheiten weltweit bis 2030 – davon 2,33 Millionen EV (1,26 Millionen) und xHEV* (1,07 Millionen) - 15 EV- und 10 xHEV-Modelle bis 2030 • Steigerung der weltweiten Produktionskapazität um 17 Prozent auf 4,25 Millionen Einheiten bis 2030 • Differenzierung des Hybridangebots, Erweiterung der EV- und PBV-Palette, Einführung des Pick-ups Tasman 	
Strategiedetails		
Wachstum durch neue Modelle	EV	<ul style="list-style-type: none"> • Erweiterung der EV-Modellpalette durch EV3, EV4, EV5 und EV2 • EV-Absatz von 1,26 Millionen Einheiten bis 2030 • Verbesserung des EV-Kundenservices und der Ladeinfrastruktur durch strategische Partnerschaften • Optimierte flexible Produktion in den Werken weltweit
	PBV	<ul style="list-style-type: none"> • PBV-Absatz von 250.000 Einheiten bis 2030 • Differenzierung des PV5-Angebots durch fünf Karosserietypen mit marktspezifischen Umbaumodellen • Erweiterung der PBV-Palette um PV7 2027 und PV9 2029
	Pickup	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung des Pick-ups Tasman, Jahresabsatz von 80.000 Einheiten und Marktanteil von sechs Prozent • Bedienung unterschiedlicher Marktbedürfnisse mit ICE- und EV Modellen • Neuer EV-Pick-up für Nordamerika, langfristiges Absatzziel von 90.000 Einheiten pro Jahr
Zukunftsgeschäft	<ul style="list-style-type: none"> • Fokus auf Entwicklung von SDVs (Software Defined Vehicles) und autonomem Fahren, Integration von Robotern und Schaffung eines multimodalen Transportnetzes mit AAM-Lösungen (Advanced Air Mobility) • Einführung des SDV Pace Car im Jahr 2026 und Anwendung des autonomen Fahrens der Stufe 2+ ab 2027 	
Jährliche sowie mittel- bis langfristige Geschäfts- und Finanzziele		
2025	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung von fünf neuen Modellen, einem überarbeiteten Modell und drei Derivaten • 3,22 Millionen Grosshandelseinheiten, 4,1 Prozent mehr als im Vorjahr • 112 Billionen KRW Umsatz, 4,7 Prozent mehr als im Vorjahr 	
Mittel- bis langfristig	<ul style="list-style-type: none"> • Investitionen in Höhe von 42 Billionen KRW bis 2029, um langfristiges Wachstum voranzutreiben • Jahresumsatz von 170 Billionen KRW, 18 Billionen KRW Betriebsgewinn, über 10 Prozent operative Gewinnmarge bis 2030 • Ziel für die Gesamtrendite der Aktionäre: 35 Prozent im Zeitraum 2025-2027 	



Absatzsteigerung auf 4,5 Prozent Marktanteil mit 4,19 Millionen verkauften Fahrzeugen bis 2030

Kia plant, bis 2030 jährlich 1,11 Millionen Fahrzeuge in Nordamerika und 774.000 Fahrzeuge in Europa zu verkaufen, während in Korea ein Absatz von 580.000 Fahrzeugen angestrebt wird. In Indien wird Kia den Verkauf des neu eingeführten Syros ausbauen und strebt 400.000 Einheiten an.

Der Jahresabsatz an elektrifizierten Kia-Fahrzeugen soll bis 2030 auf 2,33 Millionen steigen, was 56 Prozent des angestrebten Gesamtabsatzes entspricht. Dieses Ziel umfasst EVs mit 1,26 Millionen Einheiten und xHEVs, die 1,07 Millionen Einheiten ausmachen werden. In den wichtigsten Märkten soll der Anteil der elektrifizierten Modelle steigen: auf 70 Prozent in Nordamerika, 86 Prozent in Europa, 73 Prozent in Korea und 43 Prozent in Indien. Um die Nachfrage zu befriedigen, wird Kia die weltweite Produktionskapazität um 17 Prozent von 3,63 Millionen Einheiten im Jahr 2025 auf 4,25 Millionen Einheiten im Jahr 2030 erhöhen. Kia wird sein Hybridangebot von kompakten bis hin zu grossen Modellen über alle Segmente hinweg diversifizieren, einschliesslich Fahrzeugen wie den SUVs Seltos und Telluride. Als Reaktion auf die wachsende Nachfrage nach Hybriden will das Unternehmen den Hybridabsatz bis 2030 auf fast eine Million Einheiten steigern – eine Verdoppelung der für 2025 erwarteten 490.000 Einheiten. Um den Übergang zur Elektromobilität zu beschleunigen, wird Kia seine Palette an elektrischen Volumenmodellen, bestehend aus EV3, EV4 und EV5, um ein weiteres Fahrzeug ergänzen: den EV2. Das Unternehmen wird zudem eine PBV-Produktpalette aufbauen, beginnend mit dem PV5 in diesem Jahr, und in das Pick-up-Segment einsteigen, um seinen Wettbewerbsvorteil zu stärken.

Wachstumsstrategien für neue Modelle: EV, PBV und Pick-up

Strategie 1: Ausbau der EV-Führungsrolle durch Einführung einer kompletten Volumenmodell-Palette

Kia hat sich zum Ziel gesetzt, den Absatz von Elektrofahrzeugen bis 2030 auf 1,26 Millionen Einheiten zu steigern. Dies soll durch die Stärkung der EV-Führungsrolle mit Volumenmodellen, die Steigerung der Kostenwettbewerbsfähigkeit, die Verbesserung des Kundenservices und die Optimierung der Produktionsstrategien erreicht werden. Aufbauend auf dem Erfolg der Flaggschiffmodelle EV6 und EV9 wird Kia seine Palette an EV-Volumenmodellen nach der Einführung von EV3, EV4 und EV5 um den EV2 erweitern. Die Strategien zur Kosteninnovation werden sich konzentrieren auf die Optimierung der Hardware durch Innen- und Aussendesigns, die den Kunden einen echten Mehrwert bieten, während die EV-Software durch eine Elektronik-Architektur der nächsten Generation standardisiert wird. Kia wird den EV-Kundenservice durch den Ausbau spezialisierter Wartungsnetzwerke, die Einführung zertifizierter EV-Reparaturschulungsprogramme und die Bereitstellung von Ferndiagnosediensten verbessern. Die Entwicklung der Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge wird durch die strategischen Partnerschaften von Kia fortgesetzt. Zu ihnen zählen E-pit in Korea, das Joint Venture IONNA in Nordamerika und Ionity in Europa.

Optimierte EV-Produktion

Um seine Lieferkette zu optimieren, wird Kia die lokale EV-Produktion in Schlüsselregionen ausbauen. Korea wird als globales Zentrum für die Entwicklung und Produktion von Elektrofahrzeugen dienen, Nordamerika wird sich auf mittlere bis grosse SUVs konzentrieren, Europa auf kompakte SUVs und Schrägheckmodelle und Indien auf lokal ausgerichtete kompakte SUVs. Kia wird seine Flexibilität aufrechterhalten, indem es seine gesamte Produktpalette – Fahrzeuge mit Verbrennungsmotor, Hybride und EVs – in den



weltweit 13 bestehenden Produktionsstätten herstellt und gleichzeitig die Produktionseffizienz durch zwei spezielle EV-Werke verbessert. Das EVO-Werk in Gwangmyeong, das im vergangenen Jahr seinen Betrieb aufgenommen hat, treibt mit der Produktion des EV3 die Verbreitung von Elektrofahrzeugen voran. Das zweite EV-Volumenmodell von Kia, der EV4, wird dort seit März in Serie produziert und steht kurz vor der weltweiten Markteinführung. Im EVO-Werk in Hwaseong, das im Juli 2025 mit der Produktion des PV5 beginnt, wird im Jahr 2027 der PV7 vom Band rollen.

Strategie 2: Ausbau des PBV-Geschäfts als ein neuer Wachstumstreiber

Kia will die Mobilitätsbranche durch den Ausbau des PBV-Geschäfts revolutionieren, die Wachstumsdynamik erhöhen und sein kundenorientiertes Geschäftsmodell neu definieren. Bis zum Jahr 2030 will das Unternehmen die wachsende Nachfrage nach elektrisch betriebenen leichten Nutzfahrzeugen (LCVs) mit Nachdruck bedienen. Ziel ist, dann 250.000 PBVs in Europa, Korea und anderen globalen Märkten zu verkaufen.

Um eine dominante Position im PBV-Sektor zu erreichen, konzentriert sich Kia auf fünf strategische Schlüsselbereiche:

- Produkt
- Fertigung
- Lösungen
- Dienstleistungen
- Vertriebskanäle

2-1. Vielfältige PBV-Produktpalette

Nach der Einführung des PV5 im Juli 2025 wird Kia seine PBV-Produktpalette im Jahr 2027 um den PV7 und 2029 um den PV9 erweitern. Der PV5 wird in den Karosserievarianten Passenger, Cargo und Chassis Cab erhältlich sein, zusammen mit Umbaumodellen wie beispielsweise einem Light Camper, einem Crew Van, einem Pritschenwagen oder einem Kühltransporter.

2-2. Spezialisierte Fertigung für PBVs

Kia baut im EVO-Werk in Hwaseong ein flexibles und effizientes Fertigungssystem auf und richtet ein Zentrum für die Entwicklung und Fertigung von PBV-Umrüstungsmodellen ein. In Schlüsselregionen wird Kia auch mit führenden lokalen Umrüstern zusammenarbeiten, um sicherzustellen, dass die massgeschneiderten PBVs die einzigartigen marktspezifischen Anforderungen mit aussergewöhnlicher Qualität und Zuverlässigkeit erfüllen.

2-3. Massgeschneiderte Lösungen für geschäftliche Effizienz

Die PBV-Lösungen von Kia, die auf dem „Software Defined Vehicle (SDV)“-Konzept der Hyundai Motor Group basieren, sollen die Kundenerfahrungen durch strategische Partnerschaften mit globalen Technologieunternehmen verbessern. Die Flottenmanagementdienste werden eine KI-gestützte vorausschauende Wartung und eine kontextbezogene Unfallanalyse ermöglichen. Diese Funktionen werden in das Kia-Flottenmanagementsystem (FMS) der dritten Generation integriert und helfen Unternehmen, die betriebliche Effizienz zu verbessern und Kosten zu senken.



2-4. Servicepakete für nahtlose Abläufe

Kia wird seine FMS-Lösungen mit wichtigen operativen Dienstleistungen wie Finanzierung, Laden und Wartung kombinieren, um den Besitz und die Verwaltung von Fahrzeugen für B2B-Kunden zu optimieren. Diese Servicepakete werden in ein einziges Abrechnungssystem integriert, das eine nahtlose Zahlungsabwicklung ermöglicht und den Komfort für Geschäftskunden maximiert.

2-5. Optimierte Kunden- und Vertriebskanäle

Die Optimierung der Online- und Offline-Vertriebskanäle wird die Customer Journey für B2B-Kunden verbessern. Offline wird das Unternehmen ausgewählte Händler zu PBV-Spezialisten ernennen und Business-Lounges einrichten, in denen Kunden die gesamte Palette an PBV-Fahrzeugen, -Lösungen und -Dienstleistungen an einem einzigen Ort erleben können.

Online wird Kia eine spezielle PBV-Website für Kunden sowie ein Ausbau-Portal für Umrüster einrichten, um einen einfachen Zugang zu PBV-bezogenen Informationen und Dienstleistungen zu gewährleisten.

Als ein zentraler Wachstumsmotor wird das PBV-Geschäft von Kia über Märkte und Geschäftsmodelle hinweg expandieren. Das Unternehmen will seinen Kundenstamm über die traditionellen Personenwagen-Privatkunden hinaus erweitern und das B2B-Nutzfahrzeugsegment erschliessen. Zudem plant Kia, das PBV-Geschäft von Europa und Korea auf Nordamerika, den Nahen Osten, den asiatisch-pazifischen Raum und Japan auszuweiten.

Strategie 3: Einstieg ins Pick-up-Segment mit der Einführung des Tasman

Kia will die unterschiedlichen Marktbedürfnisse für Pick-ups sowohl mit Modellen mit Verbrennungsmotor (ICE) als auch mit Elektrofahrzeugen erfüllen. Der erste Pick-up der Marke, der Tasman, wird in Korea, Australien und den Schwellenländern mit einem jährlichen Verkaufsziel von 80.000 Einheiten und einem erwarteten Marktanteil von sechs Prozent eingeführt.

In Nordamerika plant Kia die Einführung eines EV-Pick-ups, der auf einer neuen EV-Plattform basiert und für den Einsatz inner- und ausserhalb der Stadt konzipiert ist. Mit diesem innovativen Modell strebt Kia mittel- bis langfristig einen jährlichen Absatz von 90.000 Einheiten und einen Marktanteil von sieben Prozent an. Das Fahrzeug wird Klassenbestwerte bei Innen- und Laderaum, ein robustes Anhängesystem, Geländetauglichkeit sowie fortschrittliche Infotainment- und Sicherheitsfunktionen bieten.

Richtung der Produktentwicklung und Zukunftsgeschäft

Die Produktstrategie von Kia konzentriert sich auf die Erfüllung unterschiedlicher Kundenbedürfnisse durch vier Hauptpfeiler:

Konnektivität, Autonomie, Leistung und Design.

- **Konnektivität:** Kia wird die „Over the Air (OTA)“-Funktionalität ausbauen, um die Fahrzeugsoftware kabellos auf dem neuesten Stand zu halten und Diagnosefunktionen zu ermöglichen. Die Connected-Car-Dienste werden von 34 Ländern im Jahr 2024 auf 71 Länder im Jahr 2026 ausgeweitet, einschliesslich des Nahen Ostens, des asiatisch-pazifischen Raums und Lateinamerikas.



- **Autonomes Fahren:** Kia wird die firmeninterne Software für autonomes Fahren und die Fahrzeugintegration verbessern und gleichzeitig mit externen Partnern für Fahrzeugdaten, Infrastruktur und Industriestandards zusammenarbeiten. Diese Entwicklungen stehen im Einklang mit dem Übergang des Unternehmens zu SDVs.
- **Leistung:** Kia wird die Fahrleistung und die Kraftstoffeffizienz mit seinem Hybridantrieb der nächsten Generation und einem EREV-System (Extended Range Electric Vehicle) verbessern, das die Vorteile von EVs und Verbrennern kombiniert. Eine fortschrittliche Batterietechnologie wird die Energiedichte und die Leistung bei niedrigen Temperaturen erhöhen, während ein verbessertes Leistungselektroniksystem die Ladegeschwindigkeit, die Sicherheit und die Haltbarkeit erhöhen wird.
- **Design:** Kia entwickelt seine „Opposites United“-Designphilosophie weiter und wendet sie auf künftige EV-Volumenmodelle einschliesslich des EV2 an.

Ausweitung zukünftiger Geschäftsfelder: SDV, autonomes Fahren, Robotik und AAM

Um die SDV-Innovationen der Hyundai Motor Group zu beschleunigen, kooperiert Kia mit mehreren Parteien innerhalb der Gruppe, einschliesslich der Advanced Vehicle Platform Division und dem globalen Softwarezentrum 42dot.

Kia beschleunigt den Übergang zu SDVs durch die Entwicklung von drei Kerntechnologien: einer fortschrittlichen E/E-Architektur (elektrisch/elektronische Architektur), die nahtlose Updates ermöglicht und die Leistung optimiert; einem robusten SDV-Betriebssystem, das ein stabiles und unterbrechungsfreies Nutzererlebnis gewährleistet; Software, die eine Plattform bietet für intuitive, ultra-personalisierte Anwendungen, die Konnektivität und Funktionalität verbessern.

Für das Jahr 2026 plant Kia die Vorstellung seines SDV Pace Car, das über eine vollständige SDV-Technologie und eine KI-integrierte autonome Fahrtechnologie verfügt. Nach dem Debüt dieses Fahrzeugs strebt Kia die Einführung des autonomen Fahrens der Stufe 2+ mit fortschrittlicheren und stabileren autonomen Systemen und KI-gestützter Technologie an, während gleichzeitig die Grundlagen für die Massenproduktion und ein umfassendes Software-Ökosystem ab 2027 geschaffen werden. Kia kooperiert mit den wichtigsten Technologieunternehmen der Hyundai Motor Group, darunter Motional, Boston Dynamics und Supernal, um Zukunftstechnologien zu integrieren und neue Geschäftsmodelle zu entwickeln. Kia arbeitet mit Motional zusammen, um die Technologie des autonomen Fahrens in seiner gesamten EV-Produktpalette einzusetzen. In der Logistik bereiten sich Kia und Boston Dynamics auf die Zukunft der Automatisierung vor, indem sie den Logistikroboter Stretch einsetzen und PBVs in Kombination mit dem vierbeinigen Roboter Spot für Lieferungen auf der letzten Meile nutzen.

Durch seine Partnerschaft mit dem „Advanced Air Mobility (AAM)“-Unternehmen Supernal will Kia PBVs mit Luftmobilitätslösungen verbinden, um ein nahtloses multimodales Transportnetz zu schaffen.

Jährliche sowie mittel- bis langfristige Geschäfts- und Finanzziele

Trotz der weltweiten Unsicherheiten erzielte Kia im vergangenen Jahr mit einem Jahresumsatz von 107,4 Billionen KRW und einer Betriebsgewinnmarge von 11,8 Prozent ein Rekordergebnis. Um diese Dynamik beizubehalten, hat das Unternehmen in seinem



Geschäftsplan für 2025 einen Grosshandelsabsatz von 3,22 Millionen Einheiten festgelegt, was einer Steigerung von 4,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Darüber hinaus strebt Kia einen Jahresumsatz von mehr als 112 Billionen KRW – ein Plus von 4,7 Prozent – und eine operative Gewinnmarge von 11 Prozent an. Im Jahr 2025 wird Kia fünf neue Modelle, ein überarbeitetes Fahrzeug und drei Derivate auf den Markt bringen. Der Tasman Pick-up wird eine neue Nachfrage schaffen und das Umsatzwachstum fördern, während der EV4 die Popularisierung von Elektrofahrzeugen vorantreiben wird. Darüber hinaus wird der Start des PV5 den Einstieg von Kia in das PBV Geschäft markieren.

Bis 2030 strebt Kia einen Umsatz von 170 Billionen KRW und einen Betriebsgewinn von 18 Billionen KRW an, also eine Betriebsgewinnmarge von mehr als 10 Prozent. Das Unternehmen plant, seine hohe Rentabilität langfristig durch Volumenwachstum und Strategien zur Verbesserung der Rentabilität von Hybrid- und Elektrofahrzeugen sowie durch eine softwaregesteuerte Transformation des Geschäftsmodells aufrechtzuerhalten, wobei ein starker Fokus auf SDVs liegt.

Zukünftiger Investitionsplan und Richtlinie zur Aktionärsrendite

Kia plant, in den nächsten fünf Jahren insgesamt 42 Billionen KRW zu investieren. Dies entspricht einer Steigerung von 4 Billionen KRW gegenüber der Ankündigung im vergangenen Jahr. Davon sind 19 Billionen KRW für künftige Geschäftsbereiche vorgesehen, darunter Elektrifizierung, SDVs, Robotik und AAM. Kia bekräftigte auch seine mittelfristigen Finanzziele für den Zeitraum von 2025 bis 2027, zu denen das Erreichen eines jährlichen Umsatzwachstums von über 10 Prozent, einer operativen Gewinnmarge von über 10 Prozent und einer Eigenkapitalrendite (ROE) von über 15 Prozent gehören. Um mittelfristig ausgewogene Finanzziele zu erreichen, hat Kia für diesen Zeitraum ein Gesamtrenditeziel von 35 Prozent festgelegt, das Dividenden, Aktienkäufe und die Einziehung von Aktien umfasst. Das Unternehmen wird weiterhin eine aktionärsfreundliche Renditepolitik mit einer Mindestdividende von 5.000 KRW pro Aktie umsetzen. Um die Transparenz zu erhöhen, wird es für bis zu 10 Prozent des Nettogewinns Aktien kaufen und einziehen.

*Nicht alle in der Pressemitteilung erwähnten Fahrzeuge werden im Schweizer Markt angeboten.
XHEV = Hybridfahrzeuge (HEV), Plug-in-Hybridfahrzeuge (PHEV) und Elektrofahrzeuge mit verlängerter Reichweite (EREV)

Über Kia Schweiz

Im Jahre 1994 wurde die Kia Motors AG (seit 2021 Kia Schweiz AG) in Safenwil, eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der Emil Frey Gruppe, für den Import und Vertrieb von Kia Motorfahrzeugen in der Schweiz gegründet. Anlässlich des Automobilsalon am 10. März 1994 wurde die Marke Kia zum ersten Mal in der Schweiz der Öffentlichkeit vorgestellt. Den Anfang machte der 4-türige Sephia, gefolgt vom 4x4 Sportage. Bereits Ende 1994 konnten 589 Kia an die ersten Schweizer Pionierkunden ausgeliefert werden. Heute besteht die Produktpalette aus 12 verschiedenen Modellen, welche praktisch alle Marktsegmente abdeckt. Entsprechend hat sich die Modellpalette auf dem Schweizer Markt kontinuierlich weiterentwickelt. Ganz speziell zeichnet sich die Marke Kia durch ein kaum zu übertreffendes Preis-Leistungs-Verhältnis aus. Aber auch beim Design, der Qualität und der Zuverlässigkeit der Produkte setzt Kia neue Massstäbe. Einen erstklassigen Service und

Movement that inspires



Beratung bieten rund 100 motivierte und qualifizierte Kia Partner in allen Regionen der Schweiz.

Weitere Informationen sind hier verfügbar: www.kiapress.ch

Über die Kia Corporation

Kia (www.kia.com) ist eine globale Mobilitätsmarke. Ihre Vision: Nachhaltige Mobilitätslösungen zu entwickeln, die auf Kunden, Gemeinschaften und Gesellschaften auf der ganzen Welt zugeschnitten sind. Die 1944 gegründete Marke bietet seit über 80 Jahren Mobilitätslösungen an. Das Unternehmen hat heute weltweit etwa 52'000 Beschäftigte, 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. Das Unternehmen 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.