



Pressekontakt Kia Schweiz AG  
Philipp Reis  
PR & Communication Specialist  
+41 62 788 84 63  
philipp.reis@kia.ch

## PRESSEMITTEILUNG

### Kia CEO Investor Day 2026

# Kia will durch den Ausbau seines vollelektrifizierten Fahrzeugangebots und die Stärkung künftiger Geschäftskompetenzen exponentielles Wachstum und Innovationen in der Fertigung vorantreiben

- **Kia präsentiert seine mittel- bis langfristige Strategie bis 2030 und legt dabei seine fahrzeug- und regionsspezifischen Pläne für exponentielles Wachstum dar.**
  - ① Das Unternehmen strebt bis 2030 einen weltweiten Absatz von 4,13 Millionen Fahrzeugen pro Jahr sowie einen globalen Marktanteil von 4,5 Prozent an; für 2026 wird ein Absatz von 3,35 Millionen Fahrzeugen angestrebt.
  - ② Die EV-Palette wird auf 14 Modelle erweitert; bis 2030 wird ein jährlicher EV-Absatz von 1 Million Einheiten angestrebt.
  - ③ Bis 2030 soll der jährliche HEV-Absatz dank einer erweiterten Modellpalette von 13 HEV-Modellen auf 1,1 Millionen Einheiten steigen.
  - ④ Im PBV-Bereich setzt sich Kia bis 2030 ein Absatzziel von 232'000 Einheiten und will mit der vollständigen Modellpalette aus PV5, PV7 und PV9 seine Präsenz im Leichtnutzfahrzeugsektor (LCV) stärken.
  - ⑤ In Schlüsselregionen soll das exponentielle Wachstum mit Absatzzielen von 1,02 Millionen Einheiten in den USA, 746'000 Einheiten in Europa und 1,48 Millionen Einheiten in den Schwellenmärkten beschleunigt werden.
- **Kia präsentiert einen konkreten Fahrplan für SDVs, autonomes Fahren (AV) und Robotik und treibt damit seine künftige Geschäftsstrategie voran.**
  - ① Der Einsatz autonomer Fahrfunktionen wird ausgebaut: Die Entwicklung des ersten SDV-Modells soll bis Ende 2027 abgeschlossen werden, die Einführung urbaner AV-Funktionen der Stufe 2++ beginnt Anfang 2029.



- ② Mit Atlas® treibt Kia Innovationen in der Fertigung voran: Der Einsatz startet 2028 bei HMGMA und wird 2029 auf Kia AutoLand Georgia ausgeweitet.
- **In den kommenden fünf Jahren (2026–2030) sind Investitionen von insgesamt KRW 49 Billionen geplant, davon KRW 21 Billionen für künftige Geschäftsfelder.**
  - **Für 2030 setzt sich Kia folgende Finanzziele: KRW 170 Billionen Umsatz, operative Gewinnmarge von 10 Prozent und operativer Gewinn von KRW 17 Billionen.**
  - **Ho Sung Song, Präsident und CEO von Kia, sagt: «Elektrofahrzeuge, Hybridfahrzeuge, autonomes Fahren und Robotik werden als zentrale Treiber für das bislang stärkste Wachstum von Kia dienen.»**

**(SEOUL), 9. April 2026** – Die Kia Corporation (Kia) hat an ihrem CEO Investor Day 2026 in Seoul, Korea, ihre mittel- bis langfristigen Geschäftsstrategien und Finanzziele vorgestellt.

Im Mittelpunkt der diesjährigen Veranstaltung stand die Bilanz der Fortschritte von Kias Initiative «Total Transformation» in den letzten fünf Jahren nach dem Markenrelaunch im Jahr 2021. Kia präsentierte zudem seinen mittel- bis langfristigen Wachstumsplan für sämtliche Geschäftsbereiche.

*«Aufbauend auf den Innovationserfolgen der vergangenen fünf Jahre in allen Bereichen – einschliesslich Marke, EVs, PBVs und ESG – werden EVs, HEVs, autonomes Fahren und Robotik als zentrale Treiber für das bislang stärkste Wachstum von Kia dienen. Auch in einem sich wandelnden globalen Umfeld wird Kia mit differenzierten Strategien proaktiv auf veränderte Marktbedingungen reagieren.»*

**– Ho Sung Song, Präsident und CEO der Kia Corporation**

### **Mittel- bis langfristige Geschäftsstrategie bis 2030**

Kia verfolgt eine Strategie zur Beschleunigung des exponentiellen Wachstums und strebt bis 2030 einen weltweiten Absatz von 4,13 Millionen Einheiten bei einem Marktanteil von 4,5 Prozent an. Zum Vergleich: Für 2026 liegt das Absatzziel bei 3,35 Millionen Einheiten und einem Marktanteil von 3,8 Prozent.

Kia stellt die Kunden in den Mittelpunkt seiner Geschäftsstrategie und will sein Mobilitätsökosystem mittel- bis langfristig ausbauen. Der strategische Fokus liegt dabei auf PBVs, autonomem Fahren und Robotik, um Menschen und Infrastruktur zu vernetzen und dadurch eine höhere Wertschöpfung nicht nur für die Kundschaft, sondern auch für die Gesellschaft zu schaffen.



※ Überblick über die wichtigsten Ankündigungen am Kia CEO Investor Day 2026

Kategorie		Inhalt	
<b>Mittel- bis langfristige Geschäftsstrategie bis 2030</b>	<b>Globale Absatzziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jahresabsatzziel 2026: 3,35 Millionen Einheiten; 3,8 Prozent Marktanteil</li> <li>• Jahresabsatzziel 2030: 4,13 Millionen Einheiten; 4,5 Prozent Marktanteil</li> </ul>	
	<b>ICE und HEV</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung von 9 ICE-Modellen bis 2030</li> <li>• Ausbau der HEV-Modellpalette auf 13 Modelle bis 2030</li> <li>• HEV-Absatzziel: von 690'000 Einheiten 2023 auf 1,1 Millionen Einheiten 2030 (2030: 1,15 Millionen xHEV-Einheiten, einschliesslich HEVs, EREVs und PHEVs)</li> <li>• Einführung eines Pick-ups mit Body-on-Frame-Konstruktion in HEV- und EREV-Varianten bis 2030</li> </ul>	
	<b>EV</b>	<b>Absatzziel</b>	• Jahresabsatzziel 2030: 1 Million Einheiten; 3,8 Prozent Marktanteil
		<b>Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit des EV-Angebots</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufbau einer Modellpalette von 14 Fahrzeugen <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 2 Personenwagen</li> <li>◦ 9 SUVs</li> <li>◦ 3 PBV-Modelle</li> </ul> </li> <li>• Einführung einer EV-Plattform der nächsten Generation</li> <li>• Ausbau des EV-Angebots für den Massenmarkt, beginnend mit dem EV2 im Jahr 2026</li> </ul>
		<b>Verbesserung des Zugangs zur Elektromobilität</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausbau der Ladeinfrastruktur gemeinsam mit globalen Partnern</li> <li>• Stärkung der Ladenetzwerke in Korea, den USA und Europa, einschliesslich des E-pit-Netzwerks der Hyundai Motor Group</li> </ul>
		<b>Stärkung der EV-Lieferkette</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Betrieb von EV-Produktionszentren (EVO-Werke in Korea)</li> <li>• Optimierung der regionalen Produktion in Europa (EV2, EV4) und den USA (EV6, EV9)</li> </ul>
	<b>PBV</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jahresabsatzziel 2030: 232'000 Einheiten (PV5, PV7, PV9)</li> <li>• Schrittweise Markteinführung von PV5 (2025), PV7 (2027) und PV9 (2029)</li> <li>• Nutzung des EVO-Werks in Hwaseong als spezialisiertes PBV-Produktionszentrum</li> </ul>	
	<b>Regionales exponentielles Wachstum</b>	<b>USA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jahresabsatzziel 2030: 1,02 Millionen Einheiten; 6,2 Prozent Marktanteil</li> <li>• Ausbau der HEV-Modellpalette von 4 auf 8 Modelle und Stärkung der volumenstarken SUV-Modelle</li> </ul>
		<b>Europa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jahresabsatzziel 2030: 746'000 Einheiten; 4,8 Prozent Marktanteil</li> <li>• Einführung von Kias erstem SDV-Elektrofahrzeug im B-Segment als Hatchback (B-HB)</li> <li>• Erhöhung des EV-Anteils am Absatz von 23 Prozent im Jahr 2025 auf 66 Prozent im Jahr 2030</li> </ul>



		<b>Schwellenmärkte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jahresabsatzziel 2030: 1,48 Millionen Einheiten; 6,6 Prozent Marktanteil</li> <li>• Indien strebt bis 2030 einen Jahresabsatz von 410'000 Einheiten und einen Marktanteil von 7,6 Prozent an</li> </ul>
<b>Zukunftsstrategie</b>	<b>Autonomes Fahren</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufbau eines datengesteuerten Zyklus kontinuierlicher Verbesserung durch die Partnerschaft mit NVIDIA und den Ausbau eigener Technologiekompetenzen</li> <li>• Strategie ①: Vorausschauende Standardisierung auf Sensor- und Systemebene durch globale Partnerschaften zur Ermöglichung skalierbarer Datennutzung</li> <li>• Strategie ②: Weiterentwicklung der eigenen End-to-End-Fähigkeiten (E2E) für autonome Fahrmodelle auf Basis des «Data Flywheel»</li> <li>• Abschluss der Entwicklung von Kias erstem SDV-Modell bis Ende 2027, gefolgt von der Einführung autonomer Fahrtechnologie der Stufe 2++ Anfang 2029</li> </ul>
	<b>Robotik</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entwicklung von Last-Mile-Delivery-Lösungen durch die Integration von Robotern in Kia PBVs (PV7, PV9)</li> <li>• Einsatz von Atlas bei HMGMA ab 2028 und bei Kia AutoLand Georgia ab 2029</li> </ul>
<b>Geschäftsplan 2026 und mittel- bis langfristige Finanzziele</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2030 (KRW): Umsatz von 170 Billionen, operativer Gewinn von 17 Billionen, operative Gewinnmarge von 10 Prozent</li> <li>• Investitionen über die nächsten fünf Jahre (2026–2030): KRW 49 Billionen (davon KRW 21 Billionen für zukünftige Geschäftsfelder)</li> <li>• Gesamttrendite-Ziel 2028: Mehr als 35 Prozent bei kontinuierlicher Steigerung der Aktionärsrendite</li> </ul>

### [1] ICE- und HEV-Strategie

Kia plant, sein Angebot an Fahrzeugen mit Verbrennungsmotor (ICE) und Hybridfahrzeugen (HEV) weiter auszubauen und damit dem unterschiedlichen Tempo der Elektrifizierung in den globalen Märkten Rechnung zu tragen. Bis 2030 strebt das Unternehmen den Aufbau eines diversifizierten Antriebsportfolios durch die Einführung von neun neuen ICE-Modellen an und will seine HEV-Palette auf 13 Modelle erweitern. Zudem strebt das Unternehmen bis 2030 einen Jahresabsatz von 1,98 Millionen ICE-Modellen sowie 1,15 Millionen xHEV-Modellen an, einschliesslich HEVs, PHEVs und EREVs.

Im Bereich ICE will Kia sein Angebot mit Schlüsselmodellen stärken, darunter die in diesem Jahr eingeführten SUVs Telluride und Seltos. Parallel dazu reagiert Kia aktiv auf die Marktnachfrage nach HEVs – beginnend in diesem Jahr mit der Einführung des Telluride HEV und des Seltos HEV, gefolgt von der schrittweisen Einführung weiterer Hybridmodelle wie dem K4 HEV.



Auch sein Pick-up-Angebot will Kia bis 2030 weiter ausbauen, nachdem das Unternehmen mit der Einführung des Tasman im vergangenen Jahr in globale Schwellenmärkte eingetreten ist. Mit Blick nach vorn plant Kia, seine Pick-up-Palette bis 2030 um ein Body-on-Frame-Modell mit HEV- und EREV-Varianten zu erweitern, wobei die Kernmärkte in Nordamerika im Fokus stehen.

Dank seiner weltweit anerkannten, preisgekrönten Hybridfahrzeuge hat Kia die Wettbewerbsfähigkeit seines HEV-Angebots deutlich gesteigert. Durch die Einführung seines Hybridsystems der nächsten Generation zu Beginn dieses Jahres wurden bei Kraftstoffeffizienz und Leistung Verbesserungen von mehr als 4 Prozent erzielt. Darüber hinaus wurden Premium-Funktionen, wie sie aus Elektrofahrzeugen bekannt sind – etwa der Standmodus und die Vehicle-to-Load-Funktion (V2L) im Innenraum – auch in Hybridmodelle integriert, was die Wettbewerbsfähigkeit der HEV-Modelle weiter stärkt.

Bis 2030 will Kia den HEV-Absatz von 690'000 Einheiten im Jahr 2026 auf 1,1 Millionen Einheiten pro Jahr steigern und mittel- bis langfristig zusätzliche Produktionskapazitäten für 400'000 Hybridfahrzeuge sichern. Um die steigende Nachfrage nach ICE- und HEV-Modellen in den Schwellenmärkten zu bedienen, wird Kia seine Produktionsstandorte in Korea, China, Indien und Mexiko als zentrale Lieferzentren nutzen und damit seine flexible globale Fertigung weiter stärken.

## **[2] EV-Strategie**

Kia strebt bis 2030 einen jährlichen EV-Absatz von 1 Million Einheiten sowie einen Anteil von 3,8 Prozent am globalen EV-Markt an, um seine Führungsposition bei der weltweiten Einführung von EVs weiter zu festigen.

Zur Erreichung dieses Ziels konzentriert sich Kia auf drei strategische Säulen:

- ① Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der EV-Produkte
- ② Verbesserung der EV-Zugänglichkeit
- ③ Stärkung der EV-Lieferkette

### **① Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der EV-Produkte**

Kia plant, seine EV-Modellpalette von elf Modellen im Jahr 2026 auf insgesamt 14 Modelle bis 2030 auszubauen: zwei Personenwagen, neun SUVs und drei PBV-Modelle.

Ab diesem Jahr baut Kia sein Angebot mit der Einführung des EV2 und des Syros EV weiter aus und wird fortlaufend zusätzliche EV-Modelle mit hohem Absatzpotenzial sowie neue Angebote wie einen elektrischen SUV im C-Segment und eine erweiterte PBV-Palette einführen, um die Auswahl in wichtigen Marktsegmenten zu vergrößern.



Zudem entwickelt Kia eine EV-Plattform der nächsten Generation, um die Wettbewerbsfähigkeit sowohl im Bereich der Produktleistung als auch der Kosten deutlich zu verbessern.

Zu den wichtigsten Verbesserungen gehören:

- eine Erhöhung der Batteriekapazität um bis zu 40 Prozent
- eine Steigerung der Motorleistung um 9 Prozent
- die Einführung von Batterien der fünften Generation mit bis zu 15 Prozent höherer Energiedichte

Darüber hinaus plant Kia die Integration fortschrittlicher Technologien in seine gesamte EV-Palette, darunter ein neues Infotainment-System und autonome Fahrfunktionen der Stufe 2++, um die Wettbewerbsfähigkeit des Angebots insgesamt weiter zu steigern.

## ② Verbesserung des Zugangs zur Elektromobilität

Kia misst dem Ausbau der Ladeinfrastruktur hohe Priorität bei. Durch strategische Partnerschaften mit führenden Anbietern von Ladeinfrastruktur in Schlüsselmärkten – darunter Electrify America, IONNA und IONITY – wird das Unternehmen sein Netz ultraschneller Ladestationen weiter ausbauen.

In Korea wird Kia die ultraschnelle Lademarke E-pit der Hyundai Motor Group aktiv ausbauen. In den wichtigsten Regionen hat Kia bereits Ladeinfrastruktur in grossem Umfang gesichert: rund 240'000 Ladepunkte in Nordamerika, 1 Million in Europa und 480'000 in Korea, einschliesslich Schnell- und Normalladestationen.

Zudem will Kia den Kundennutzen mit digitalen Lösungen wie der Kia One App und Plug & Charge 2.0 erhöhen und damit das Nutzungserlebnis von Elektrofahrzeugen weiter verbessern.

## ③ Stärkung der EV-Lieferkette

Korea wird bei Kia als globales Zentrum für die Entwicklung und die Produktion von Elektrofahrzeugen dienen und EVs in allen Fahrzeugsegmenten für den Vertrieb in den globalen Märkten herstellen. Insbesondere wird Kia die Produktionseffizienz in seinen EVO-Werken in Gwangmyeong und Hwaseong maximieren und damit die Kostenwettbewerbsfähigkeit volumenstarker EV-Modelle weiter verbessern.

Parallel dazu setzt Kia eine lokalisierte Produktionsstrategie um, die auf regionale Nachfrage und politische Rahmenbedingungen abgestimmt ist. Dazu gehören die Produktion von EV2 und EV4 in Europa, von EV6 und EV9 in den USA sowie lokal optimierte EV-Modelle wie Syros und Carens EV für die Schwellenmärkte in Indien, wodurch die Resilienz der Lieferkette und die Reaktionsfähigkeit auf Marktveränderungen weiter gestärkt werden.



### [3] PBV-Strategie

Kia hat sein Geschäftsfeld auf den Bereich «Platform Beyond Vehicle» (PBV) als neue Mobilitätsdomäne ausgeweitet, um kundenorientierte Lösungen anzubieten, die zentrale Herausforderungen des konventionellen Marktes für leichte Nutzfahrzeuge (LCV) aufgreifen, darunter hohe Umbaukosten, Umweltauswirkungen und zunehmend vielfältige Nutzerbedürfnisse. Das Unternehmen hat sein PBV-Geschäftsmodell und das entsprechende Ökosystem systematisch aufgebaut.

Kias erstes PBV-Modell, der PV5, wurde im vergangenen Jahr eingeführt und verzeichnete bis Jahresende rund 8'500 verkaufte Einheiten. In diesem Jahr will Kia die globale Einführung des PV5 beschleunigen und strebt einen weltweiten Jahresabsatz von 54'000 Einheiten an.

Aufbauend auf dem PV5 plant Kia die Markteinführung des PV7 im Jahr 2027 und des PV9 im Jahr 2029 und vervollständigt damit seine PBV-Modellpalette. Mit mehr als 40 verschiedenen Karosserievarianten will das Unternehmen hochgradig anpassbare Mobilitätslösungen anbieten, die auf unterschiedliche Kunden- und Geschäftsanforderungen zugeschnitten sind.

Bis 2030 strebt Kia einen jährlichen PBV-Absatz von 232'000 Einheiten an; Europa und Korea wurden dabei als Kernmärkte für PBVs identifiziert.

Kias PBV-Vertriebsstrategie basiert auf vier strategischen Säulen:

- ① Produkt
- ② Fertigungsökosystem
- ③ Lösung
- ④ Vertriebskanal

Der PV5 wird in drei Grundvarianten angeboten: Passenger (mit fünf, sechs oder sieben Sitzen sowie als rollstuhlgängige Version), Cargo (Standard, Long und High Roof) sowie Chassis Cab.

Darüber hinaus wird Kia sieben Umbaumodelle des PV5 anbieten: Prime, Light Camper, Camper, Crew, Drop Side, Box Van und Freezer Box. Diese breite Palette ermöglicht kundenspezifische Lösungen für eine Vielzahl von Anwendungsfällen. Sowohl die Grund- als auch die Umbaumodelle werden ab diesem Jahr schrittweise in den globalen Märkten eingeführt, unter anderem in Europa, in Korea, im asiatisch-pazifischen Raum und im Nahen Osten.

Für die Fertigung wird Kia das EVO-Werk in Hwaseong als spezialisierte PBV-Produktionsstätte betreiben. Durch die Einbindung benachbarter Umbauzentren und die Zusammenarbeit mit bewährten globalen Umbaupartnern kann das Unternehmen flexibel auf ein breites Spektrum an Produktionsanforderungen im LCV-Bereich reagieren.



Kia wird zudem umfassende B2B-Lösungen anbieten, darunter B2B-optimierte Anwendungen auf Basis eines 12,9-Zoll-Infotainment-Grossbildschirms im Fahrzeug (IVI), ein Flottenmanagementsystem (FMS) zur Echtzeitüberwachung der Fahrzeuge sowie eine zentrale Abrechnungsplattform, die Finanzierung, Wartung, Versicherung und Ladedienste integriert.

Im Vertrieb plant Kia eigene PBV-Händler, digitale Kontaktpunkte und spezialisiertes Personal – darunter PBV Experts und PBV Masters –, um die Kunden über den gesamten Nutzungszyklus hinweg zu begleiten. Darüber hinaus wird das Unternehmen einen 24/7-Kundensupport und Wartungsdienste anbieten und damit seinen kundenorientierten Ansatz vom Kauf bis zum täglichen Betrieb weiter stärken.

#### **[4] Regionale Strategie für exponentielles Wachstum**

Um sein globales Absatzziel von 4,13 Millionen Einheiten bis 2030 zu erreichen, hat Kia gezielte Wachstumsstrategien für die USA, Europa und die Schwellenmärkte entwickelt.

##### **① USA**

Für den US-Markt strebt Kia bis 2030 einen Jahresabsatz von 1,02 Millionen Einheiten und einen Marktanteil von 6,2 Prozent an. Die Strategie des Unternehmens konzentriert sich auf:

- den Ausbau der HEV-Modellpalette von vier auf acht Modelle
- die Stärkung des Volumenwachstums durch eine vollständige SUV-Palette
- den Einstieg in das Pick-up-Segment

Kia plant, den Sportage SUV zum ersten Einzelmodell des Unternehmens mit mehr als 200'000 verkauften Einheiten pro Jahr zu machen. Zugleich soll die Markenpräsenz durch die ausgeweitete jährliche Produktionskapazität des komplett neuen Telluride SUV von 180'000 Einheiten sowie durch die Einführung neuer HEV- und EREV-Varianten weiter gestärkt werden.

Der Seltos SUV soll mit der Einführung einer Hybridvariante im Jahr 2026 die Nachfrage im SUV-Einstiegssegment bedienen; angestrebt wird ein Gesamtabsatz von 100'000 Seltos pro Jahr.

##### **② Europa**

In Europa strebt Kia bis 2030 einen Jahresabsatz von 746'000 Einheiten und einen Marktanteil von 4,8 Prozent an. Dazu tragen insbesondere bei:

- eine erweiterte Modellpalette an reinen Elektrofahrzeugen
- das Wachstum des PBV-Geschäfts
- die weitere Stärkung des HEV-Angebots



Kia plant, den Anteil von Elektrofahrzeugen am Gesamtabsatz in Europa bis 2030 auf 66 Prozent zu steigern. Damit würde das Unternehmen den prognostizierten Marktdurchschnitt um 23 Prozentpunkte übertreffen und seine Führungsposition im EV-Bereich weiter ausbauen.

In den Segmenten setzt Kia unterschiedliche Schwerpunkte: Im B-Segment bedient das Unternehmen mit dem EV4 und einem SDV-Elektro-Hatchback (B-HB) die Nachfrage nach elektrischen Personenwagen, im Segment der kleinen Elektro-SUVs treibt es mit EV2 und EV3 die allgemeine Verbreitung voran. Im volumenstärksten SUV-Segment setzt Kia auf den EV5 und einen neuen elektrischen SUV im C-Segment, während mit PV5, PV7 und PV9 der Markt für elektrische Leichtnutzfahrzeuge (eLCV) weiter ausgebaut wird.

Kurzfristig will Kia die Übergangsphase zur Elektrifizierung abfedern, indem das Unternehmen seine HEV-Modellpalette erweitert und die Lieferflexibilität über drei zentrale Produktionsstandorte in Mexiko, Korea und der Slowakei verbessert. Zudem wird Kia den Anteil der Flottenverkäufe erhöhen, um sich dem Branchendurchschnitt anzunähern.

### ③ Schwellenmärkte

In den Schwellenmärkten (darunter Indien, Mexiko, der asiatisch-pazifische Raum, Afrika und der Nahe Osten sowie Südamerika und die GUS-Regionen) will Kia den Jahresabsatz von 1 Million Einheiten im Jahr 2025 auf 1,48 Millionen Einheiten steigern und bis 2030 einen Marktanteil von 6,6 Prozent erreichen.

In Indien, einem der wichtigsten Schwellenmärkte von Kia, strebt das Unternehmen bis 2030 einen Jahresabsatz von 410'000 Einheiten und einen Marktanteil von 7,6 Prozent an. Die Strategie umfasst den Ausbau der Modellpalette auf zehn Modelle, darunter acht Elektrofahrzeuge (xEVs) – einschliesslich Syros EV, Sorento HEV und Carnival HEV – sowie den Ausbau des Händlernetzes auf 800 Standorte.

Im B-SUV-Segment, dem grössten Segment in den Schwellenmärkten, will Kia den Absatz der SUVs Seltos und Sonet ausbauen und strebt bis 2030 für jedes der beiden Modelle einen Jahresabsatz von mehr als 200'000 Einheiten an. Die Lieferflexibilität wird unter anderem in Mexiko, Indien und China durch eine lokale Produktion und den Ausbau von CKD-Aktivitäten weiter gestärkt.

## **Zukünftige Geschäftsstrategie**

### **[1] Autonomes Fahren**

Mit den Fortschritten der KI-Technologie entwickelt sich auch der Bereich autonomes Fahren rasant weiter – weg vom Fokus auf einzelne Technologien hin zum Umfang und zur Struktur der Datensammlung und -nutzung.



Als Reaktion darauf hat die Hyundai Motor Group die Standardisierung von Sensoren zu einer strategischen Kernpriorität erklärt. In Zusammenarbeit mit NVIDIA baut die Gruppe ein Data Union Framework auf und nutzt ihr weltweites jährliches Absatzvolumen von mehreren Millionen Fahrzeugen, um umfangreiche Fahrdaten aus dem realen Betrieb zu erfassen. Mit diesem Ansatz will die Hyundai Motor Group ein «Data Flywheel» aufbauen, das einen kontinuierlichen Kreislauf aus Datensammlung, Lernen, kontinuierlicher Verbesserung und Umsetzung in Produkte ermöglicht.

Die Hyundai Motor Group verfolgt die Entwicklung ihrer Technologie für autonomes Fahren entlang zweier strategischer Ansätze, mit dem Ziel, die Markteinführung zu beschleunigen und gleichzeitig langfristig die technologische Führungsposition intern zu sichern:

- Nutzung globaler Partnerschaften
- Stärkung interner Technologiekompetenzen

Die erste Strategie zielt auf die frühzeitige Standardisierung von Sensoren und Systemen in Zusammenarbeit mit bewährten globalen Partnern ab, um Technologien für autonomes Fahren schneller in Serienfahrzeugen verfügbar zu machen. Mit diesem Ansatz will die Gruppe ihren Kunden einen unmittelbaren Mehrwert bieten.

Die zweite Strategie konzentriert sich darauf, die aus Serienfahrzeugen gewonnenen Daten zu nutzen, um die gruppeneigenen End-to-End-Modelle (E2E) für autonomes Fahren kontinuierlich weiterzuentwickeln. Letztlich zielt dieser Ansatz darauf ab, Stabilität und Zuverlässigkeit von für die Serienproduktion optimierten Technologien für autonomes Fahren im Unternehmen zu verankern und die technologische Führungsposition durch eigene Kompetenzen zu stärken.

Beide Strategien greifen ineinander und bilden einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess: Die Zusammenarbeit mit externen Partnern beschleunigt die Markteinführung, während reale Daten und Erfahrungen aus Serienfahrzeugen dazu beitragen, die eigenen Technologien weiter zu verbessern.

So strebt die Gruppe kurzfristig einen schnellen Markteintritt und mittel- bis langfristig eine nachhaltige Führungsrolle bei Technologien für autonomes Fahren an.

Im Einklang mit dieser Strategie plant Kia, die Entwicklung seines ersten SDV-Modells bis Ende 2027 abzuschließen. Dieses wird mit Funktionen für autonomes Fahren der Stufe 2+ für den Einsatz auf Autobahnen ausgestattet sein. Anfang 2029 soll darauf die Einführung autonomer Fahrtechnologie der Stufe 2++ folgen, die nicht nur auf Autobahnen, sondern auch im städtischen Verkehr eingesetzt werden kann.

Das erste SDV-Modell von Kia wird mit Technologien der Hyundai Motor Group ausgestattet sein, darunter:

- CODA (Computing & I/O Domain-based Architecture), die eigene SDV-Architektur der Hyundai Motor Group



- Pleos Connect, die Infotainment-Plattform der nächsten Generation
- Gleo AI, die fahrzeuginterne Agentic AI

Die Hyundai Motor Group betonte, dass ihre Technologien für autonomes Fahren nicht nur als Demonstrationssysteme entwickelt werden, sondern als Lösungen für den praktischen Einsatz, die globale Regulierungs- und Sicherheitsstandards erfüllen und im Alltag einen sicheren, intelligenten und konkreten Mehrwert bieten.

## [2] Robotik

Die Hyundai Motor Group treibt den Ausbau ihrer Führungsposition im Robotiksektor gezielt voran.

Boston Dynamics geht davon aus, dass sich Allzweckroboter im kommenden Jahrzehnt breit durchsetzen werden. Im Zentrum stehen Technologien, die es Robotern ermöglichen, «überall zu agieren», «ihre Umgebung zu verstehen» und «Objekte gezielt zu handhaben».

Um diese Vision umzusetzen, setzen Kia und Boston Dynamics auf drei zentrale Ansätze:

- Sicherung der Nachfrage und Gewinnung von Daten durch die Integration von Robotern in die globalen Produktionsstätten der Hyundai Motor Group
- Ausbau der Kompetenzen in Physical AI sowie in sogenannten VLA-Modellen (Vision Language Action) durch Investitionen von über USD 500 Millionen in KI-Infrastruktur und Fachkräfte sowie durch strategische Partnerschaften mit führenden Technologieunternehmen wie Google DeepMind und NVIDIA
- Realisierung von Skaleneffekten durch die Zusammenarbeit mit Hyundai Mobis – einschliesslich Atlas-Aktuatoren der nächsten Generation – sowie durch die Nutzung der globalen Lieferkette der Hyundai Motor Group

Um weitere Synergien innerhalb der Hyundai Motor Group zu schaffen, plant Boston Dynamics, die Markteinführung in zwei Kernbereichen voranzutreiben.

Erstens will die Hyundai Motor Group im Bereich Logistikinnovation einen neuen Markt für Last-Mile-Deliveries erschliessen. Dazu kombiniert sie Stretch®- und Spot®-Roboter mit Kia-PBVs wie dem PV7 und dem PV9 zu einer integrierten Lösung.

Der Atlas-Roboter wird schrittweise eingeführt: Aufbauend auf erprobten Technologien werden seine Fähigkeiten durch KI-gestütztes Lernen gezielt erweitert und der Einsatz auf anspruchsvollere Anwendungen ausgeweitet.

Boston Dynamics plant, 2028 mit dem umfassenden Einsatz von Atlas bei Hyundai Motor Group Metaplant America (HMGMA) zu beginnen und den Einsatz in der zweiten Hälfte des Jahres 2029 schrittweise auf Kia AutoLand Georgia (KaGA) sowie auf weitere globale Produktionsstandorte der Gruppe auszuweiten.



Parallel dazu wird Kia die Einführung seiner SDF-Initiative (Software-Defined Factory) in allen US-Produktionsstätten vorantreiben, um den beschleunigten Einsatz von Atlas voranzubringen.

Durch den anfänglichen selektiven Einsatz von Atlas in 16 zentralen Fertigungsprozessen will die Gruppe Sicherheit, Qualität und Produktivität in der gesamten Produktion verbessern.

### **Geschäftsplan für 2026 und mittel- bis langfristige Finanzziele**

An seinem CEO Investor Day 2026 stellte Kia zudem seinen detaillierten Geschäftsplan für 2026 sowie seine mittel- bis langfristigen Finanzziele vor.

Für 2026 plant Kia einen Grosshandelsabsatz von insgesamt 3,35 Millionen Einheiten, was einem Wachstum von 7 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht, und strebt eine Ausweitung seines globalen Marktanteils auf 3,8 Prozent an (ein Plus von 0,3 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr).

In den USA will Kia die positive Absatzentwicklung mit der Einführung neuer Modelle fortsetzen, darunter Hybridvarianten wichtiger Fahrzeuge wie der neuen SUVs Telluride und Seltos. In Europa will das Unternehmen seine Marktposition mit einem breiten Angebot an Elektrofahrzeugen für den Massenmarkt – vom EV2 bis zum EV5 – weiter stärken.

Kia strebt für 2026 einen Absatz von 1,12 Millionen xEVs an, was einem Wachstum von mehr als 45 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Darin enthalten sind 691'000 HEVs sowie 400'000 EVs, die 21 bzw. 12 Prozent des Gesamtabsatzes ausmachen.

Für 2026 stellte Kia folgende Finanzziele vor:

- Umsatz von KRW 122,3 Billionen, ein Plus von 7,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr
- Operativer Gewinn von KRW 10,2 Billionen, ein Plus von 12,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr
- Operative Gewinnmarge von 8,3 Prozent, ein Plus von 0,3 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr

Der operative Gewinn soll 2026 gegenüber dem Vorjahr um KRW 1,1 Billionen steigen und KRW 10,2 Billionen erreichen. Die Ergebnisverbesserung von KRW 3,5 Billionen – getrieben durch höhere Absatzvolumen, einen verbesserten Produktmix, steigende durchschnittliche Verkaufspreise sowie laufende Kostensenkungen – dürfte die zusätzlichen Belastungen aus höheren Anreizen, Wechselkurseffekten und Zöllen übersteigen, die voraussichtlich KRW 2,4 Billionen über dem Niveau von 2025 liegen werden.

Kia wird seine Investitionen zur Stärkung der künftigen Wettbewerbsfähigkeit weiter ausbauen. Für 2026 sind Gesamtinvestitionen von KRW 10,1 Billionen vorgesehen, was einer Steigerung um KRW 1,2 Billionen gegenüber dem Vorjahr entspricht. Das



Unternehmen hat zudem seinen neuen Fünfjahres-Investitionsplan (2026–2030) auf KRW 49 Billionen erhöht, was KRW 7 Billionen mehr sind als im vorherigen Plan (2025–2029).

Davon werden KRW 21 Billionen für künftige Wachstumsgeschäfte – darunter Elektrifizierung, autonomes Fahren und Robotik – eingesetzt; dies entspricht einem Anstieg von 11 Prozent gegenüber dem vorherigen Plan.

Bei den mittel- bis langfristigen Finanzzielen strebt Kia bis 2028 einen Umsatz von KRW 150 Billionen und eine operative Gewinnmarge von 9 Prozent an. Bis 2030 will das Unternehmen einen Umsatz von KRW 170 Billionen, eine operative Gewinnmarge von 10 Prozent und einen operativen Gewinn von KRW 17 Billionen erreichen.

Zu den wichtigsten Treibern für das Erreichen dieser Ziele zählen:

- **exponentielles Wachstum** durch die Maximierung neuer Modelleinführungen und den Ausbau des Absatzes von xEVs
- **Kosteninnovationen bei HEVs und EVs**, gestützt auf Systeme der nächsten Generation und vereinfachte Batteriestrukturen
- **Fertigungsinnovationen**, angetrieben durch die Lokalisierung der Lieferkette und den Übergang zu intelligenten Fabriken

Kia kündigte zudem Initiativen zur weiteren Stärkung der Aktionärsrendite an. Für den Zeitraum 2026 bis 2028 strebt das Unternehmen eine Gesamtrendite für Aktionäre von mehr als 35 Prozent an; erreicht werden soll diese durch eine Kombination aus Dividenden sowie Aktienrückkäufen und Aktienannullierungen.

Abschliessend bekräftigte Kia sein Engagement zur Erreichung seiner mittel- bis langfristigen Ziele durch:

- Wachstum in fortgeschrittenen Märkten dank Führungsstärke bei HEVs und EVs
- höhere Profitabilität in Schwellenmärkten durch stärkere Produktwettbewerbsfähigkeit und kontinuierliche Kosteninnovationen
- die weitere Transformation hin zu SDVs, getragen von einer starken Position bei Technologien für autonomes Fahren und von robotikgestützten Innovationen in der Fertigung



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

Weitere Informationen sind hier verfügbar: [www.kiapress.ch](http://www.kiapress.ch)

### **Über Kia Europe**

*Kia Europe ist die europäische Vertriebs- und Produktionseinheit der Kia Corporation – einer globalen Mobilitätsmarke, die innovative, wegweisende und erstklassige nachhaltige Mobilitätslösungen für Kunden, Gemeinschaften und Gesellschaften auf der ganzen Welt konzipiert. Als Anbieter nachhaltiger Mobilitätslösungen ist das Unternehmen ein Vorreiter hinsichtlich der Popularisierung von elektrifizierten und batteriebetriebenen Fahrzeugen. Kia entwickelt vielfältige Mobilitätsdienste, um Menschen rund um den Globus zu ermutigen, die besten Fortbewegungsarten zu erkunden.*

*Kia Europe, mit Hauptsitz in Frankfurt, beschäftigt mehr als 5'500 Mitarbeitende aus 40 Ländern an 39 Standorten in Europa und im Kaukasus. Für den europäischen Markt betreibt Kia eine hochmoderne Produktionsstätte im slowakischen Žilina. Die innovativen Produkte von Kia finden international hohe Beachtung. So wurde der vollelektrische EV6 als erstes koreanisches Modell 2022 zum «European Car of the Year» ernannt.*

Weitere Informationen sind hier verfügbar: [www.press-eu.kia.com](http://www.press-eu.kia.com)

### **Über die Kia Corporation**

*Kia ([www.kia.com](http://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*

Movement that inspires



*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).*

Movement that inspires