



Movement that inspires



2016-02-24 14:10 CET

KIA – 20 år i Danmark

Fredericia, den 24. februar 2016 – KIA Import Danmark AS kan i år fejre 20 års jubilæum i Danmark med en flot salgsrekord i baggagen på 11.180 solgte enheder for 2015. Samtidig kan KIA i dag bryste sig af en samlet bestand på de danske veje på 84.023 biler.

KIAs entré på det danske marked startede med lanceringen af KIA Sephia tilbage i marts 1996. Lanceringen foregik uden egentlige forhandlere, men med markedets billigste kort på hånden. Dengang skrev eksempelvis Bil Magasinet: ”Her kommer KIA! Vi kører det koreanske kanontilbud, der vil få Toyota til at græde (og Seat og Hyundai og Opel og Volkswagen og Skoda og...)”. Hvor mange tårer der er grædt, skal stå hen i det uvisse, men mon ikke

der er ytret mange ”Verdammt” og dets lige i tidens løb.

Ikke noget ondt ord om 90’erne. Der er mange gode ophav fra 90’erne, men med al respekt, KIA Sephia er nok ikke et af dem, selvom Sephia-ejerne uden tvivl var utrolig glade for deres bil. Der er heldigvis løbet meget vand i åen siden, og af milepæle kan nævnes bl.a. lanceringen af KIA Picanto i 2003, som har været én af danskernes kæledækker i segmentet lige siden, lanceringen af cee’d i 2007, som var med til at sætte standarder for klassen – og ikke mindst KIAs unikke 7 års garanti, som for alvor blev slået fast i 2010, da den blev gældende på samtlige KIA modeller. Én af de mest skelsættende milepæle for KIA i nyere tid, var da man i 2006 valgte at ansætte Peter Schreyer som chefdesigner for mærkets europæiske designteam.

Med Peter Schreyer startede KIAs design-ledede evolution, da man begyndte at designe biler specifikt til den kræsne europæiske bilkøber. Schreyers succesfulde designstrategi, som bunder i en god portion visuel dynamik og ikke mindst det diskrete og alligevel iøjnefaldende design af den karakteristiske ”Tigernose” frontgrill, har været med til at bane vejen for mærket i Europa.

Siden tog det for alvor også fart for KIA i Danmark, og KIAs markedsandel i Danmark er steget støt år efter år. Med et model line-up i 2011, der var på fuldt niveau med andre europæiske mærker, har det danske forhandlernetværk og hele eftermarkedet været igennem en gennemgribende optimering, for at løfte hele kundeoplevelsen. Blandt andet fik forretningerne indenfor en 2-årig periode et komplet makeover, således at et KIA showroom nu også afspejler bilernes kvalitet. Nu hvor organisationen kan vinge af ved kvaliteten af produktet – og alle processer omkring produktet er blevet optimeret, er KIA godt i gang med at bygge brand ‘et op. Udvikling af alle parametre er naturligvis en ongoing proces.

Baseret på hvor langt man er nået på relativt kort tid, er der ikke nogen, der kan være i tvivl om, at KIA sætter ambitiøse mål. Ikke alene er man ambitiøs, man er også modig og handlekraftig i forhold til at nå sine mål. Administrerende direktør hos KIA Import Danmark; Mogens Lyngsø beskriver den herskende kultur således: ”Vi fornemmer tydeligt, at der i KIA organisationen hersker en ”we can” kultur. Samtidig fungerer organisationen som en hurtigt-lærende virksomhed, hvor beslutningsprocessen er effektiv. Og det er stærkt motiverende at være en del af en organisation, der er ekstremt fokuseret på at levere ”The Power to Surprise” til kunderne”.

Om jubilæet i Danmark fortsætter Mogens Lyngsø; ”Der er sket helt utrolig meget med KIA siden de første modeller ankom til Fredericia havn. Og KIA Import Danmark har igennem de sidste to årtier været med til at se mærket gennemgå en helt enorm udvikling – for nu for alvor at blive voksent. Vi er blevet benådet med de helt rigtige modeller på det rigtige tidspunkt, og samtidig er vi vokset sammen med mærket. KIA har været på en fantastisk rejse, og rejsen er slet ikke slut endnu”.

Det er en dramatisk vækst KIA mærket har gennemgået i de seneste år. Og det har været én af de mest spændende historier i den globale bilindustri. På trods af det komplekse økonomiske klima vi befinder os i, har KIA år efter år på globalt plan slået sin egen salgsrekord. Salgsrekorden for 2015 lyder på 3,6 millioner køretøjer – og det er KIAs 12. år i træk med vækst.

KIAs globale vision for 2018 er at opnå et globalt salg på 3,9 millioner køretøjer og en global markedsandel på 4 %. Visionen er baseret på en afbalanceret strategi for kvalitativ og kvantitativ vækst for at gennemgå det næste dramatiske spring fremad for KIA mærket.

På kvalitetsfronten, ligger KIA nu på første pladsen over non-premium brands i henhold til JD Powers 2015 Initial Quality Study. Denne enorme præstation er et stærkt tegn på KIAs engagement i fremragende produktkvalitet og den totale oplevelse som KIA ejer.

KIA har opnået store kvalitative forbedringer på tværs af alle områder af organisationen, og disse resultater er blevet anerkendt af Interbrand's 100 Best Global Brands studie, hvor KIA er rykket 13 pladser frem fra en 87. plads i 2012 til en 74. plads i 2015 – i denne periode er KIAs brandværdi steget med 39 %.

KIAs nuværende strategi er som nævnt at opnå en afbalanceret blanding af både kvalitativ og kvantitativ vækst. Og med hensyn til kvantitativ ekspansion, vil KIA snart kunne tilføje en meget tiltrængt kapacitet til sin globale produktion, idet byggeriet af KIAs første fabrik i Mexico nu er afsluttet. Med den nye fabrik, kan KIA tilføje 300.000 enheder til sin verdensomspændende årlige produktion, når masseproduktion begynder i maj i år.

I form af nye produkter, har KIA haft travlt med at lancere en kontinuerlig strøm af produkter i verdensklasse, der ikke bare besidder langt bedre

kvalitet, men også klasse-førende niveauer af styling, komfort, sikkerhed og high-tech funktioner. I mellemtiden er KIAs kommercialisering af alternative motorer ved at tage fart, og de planlægger at udvide deres grønne lineup til 11 modeller i 2020. Også den nylige ansættelse af Albert Biermann, som står for udviklingen af KIAs højtydende motorer, fortæller at KIA i fremtiden, vil præsentere biler med en meget mere sporty og dynamisk karakter.

Blandt bilentusiaster, er Albert Biermann en levende legende. Han begyndte sin karriere hos Bavarian Motor Works i 1983, som en del af det udviklingsteam, som står bag den sagnomspundne M3 Sports Sedan. Imens KIAs design-ledede evolution, fortsætter med at tiltrække kræsne bilister, vil Albert Biermann nu yderligere forfine oplevelsen bag et KIA rat, ved at tilføje sin passion for højtydende motorer i kommende KIA modeller.

KIA Import Danmark AS (www.kia.com) er et selskab under Nellemann koncernen (www.nellemann.dk) med hovedsæde i Fredericia, og beskæftiger i dag cirka 30 ansatte. Vi målretter vores modelprogram i hvert enkelt segment, så vi kan tilbyde kunden mest bil for pengene. KIAs dna er et stærkt design samtidig med en driftssikker kvalitet, som vi bakker op med vores unikke 7 års garanti (op til 150.000 km – men fri km i de første 3 år). Hermed har KIA kunden et lavt niveau af omkostninger som bilejer. Den lange garanti sikrer samtidig en af de højeste restværdier i markedet.

KIA Import Danmark AS kan i år fejre 20 års jubilæum i Danmark med en flot salgsrekord i bagagen på 11.180 solgte enheder for 2015. Det flotte salgsresultat er med til at forankre vores position i markedet, og bekræfter at vi har kundernes tillid. 2016 byder på flere nye modeller, ny og spændende teknologi samt endnu en ny fabrik, så vi glæder os over et stadigt stigende vækstpotentiale for KIA i Danmark.

Kontaktpersoner



Lene Mejdal Iversen

Pressekontakt
PR Koordinator
lmi@kiamotors.dk



Rasmus Aagaard

Pressekontakt
Director / CEO
rha@kiamotors.dk



For alle øvrige henvendelser

Pressekontakt
info@kiamotors.dk