



Movement that inspires



Kia vil skabe innovative mobilitetsprodukter og -tjenester, som skal forbedre kundernes hverdag.

2021-01-15 11:00 CET

‘Movement that inspires’ – Kia præsenterer sit nye brand purpose og den fremtidige strategi

Fredericia, den 15. januar, 2021 – Kia har annonceret nye detaljer om sit nye brand purpose og ambitioner for fremtiden ved en digital præsentation. Understøttet af et nyt brandslogan, 'Movement that inspires', afslører Kia i dag nye detaljer i en strategi, der vil tage virksomheden videre fra bilproduktion til at skabe bæredygtige mobilitetsløsninger til kunderne.

Kia signalerer, at man bryder ud af sin traditionelle produktionsdrevne

forretningsmodel, og har annonceret et nyt firmanavn. Ved at fjerne 'Motors' fra sit navn (tidligere 'Kia Motors Corporation') vil Kia udvide sig til nye forretningsområder ved at skabe innovative mobilitetsprodukter og -tjenester for at forbedre kundernes hverdag.

Ho Sung Song, President and CEO of Kia Corporation, kommenterer: "Hos Kia mener vi, at transport, mobilitet og bevægelse repræsenterer en menneskeret. Vores vision er at skabe bæredygtige mobilitetsløsninger til forbrugere, brancher og samfund globalt. I dag begynder vi at omsætte denne vision til handling med lanceringen af vores nye brand-purpose og strategi for fremtiden."

Den nye Kia Brand Showcase kan ses på Kias YouTube-kanal: <https://www.youtube.com/watch?v=hgGd0bqcgL8> fra kl. 01.00 natten til fredag den 15. Januar.

Kias nye brand purpose og slogan: 'Movement that inspires'

Kias nye brandslogan, 'Movement that inspires', introduceres i dag i et nyt brandmanifest, der afspejler Kias nye purpose – at inspirere forbrugerne gennem produkter, tjenester og deres oplevelser med brandet.

Kias nye brand purpose understreger, at mobilitet er omdrejningspunktet i den menneskelige udvikling. Mobilitet gør det muligt for folk at se nye steder, at møde nye mennesker og få nye oplevelser. Denne forbindelse er essensen af Kias nye brand - at muliggøre menneskelige fremskridt ved at tilbyde innovative løsninger, spændende nye produkter og meningsfulde, praktiske tjenester, der inspirerer kunder og frigør tid til de aktiviteter, de gerne vil prioritere.

Artur Martins, Senior Vice President, Head of Global Brand & Customer Experience hos Kia, sagde "Mobilitet har altid været kernen i vores brand og det at flytte mennesker omdrejningspunktet i vores forretning. Mobilitet hjælper menneskeheden til konstant at gøre fremskridt, forbedre og udvikle sig. Derfor tror vi hos Kia, at mobilitet inspirerer til ideer."

Kia har været i mobilitetsbranchen i mere end 75 år, og virksomheden skabte Koreas første indenlandsk producerede cykler og fortsatte med at fremstille motorcykler og lastbiler. I dag er Kia én af de største bilproducenter på

verdensplan og leverer høj kvalitets personbiler til millioner af mennesker over hele verden.

Under det nye brand purpose vil Kia imødekomme foranderlige kundeforventninger om, hvordan de transporterer sig fra a til b, og hvordan deres transport påvirker verden omkring dem. Forbrugerne søger i stigende grad fleksible, miljøbevidste og integrerede transportformer.

Kias nye brandstrategi er at reagere på - og forme den foranderlige efterspørgsel ved at udvikle en række produkter og tjenester, der imødekommer kundernes behov på markeder over hele verden. Disse vil give større adgang til en bredere vifte af miljøbevidste mobilitetsløsninger og -tjenester for at imødekomme den voksende efterspørgsel fra kunder over hele verden efter fleksible, tilpassede, individualiserede mobilitetsløsninger muliggjort af data og nye teknologier.

Kia Corporations bredere vision for bæredygtig mobilitet

For at afspejle brandets bredere vision for mobilitet, har Kia i dag annonceret et nyt firmanavn, da mærket udvider til nye forretningsområder for at fremme bæredygtig mobilitet. Ved at fjerne 'Motors' fra navnet viser Kias nye firmanavn en forpligtelse til sin langsigtede 'Plan S' strategi. En strategi der blev annonceret i 2020 - og som proklamerede, at brandet vil etablere en ledende position i den fremtidige mobilitetsindustri og udvider sin forretning til at omfatte elbiler, mobilitetsløsninger og -tjenester, specialbyggede køretøjer etc. Herudover vil Kia samtidig fremme en mere bæredygtig produktion gennem brug af ren energi og genanvendelige materialer.

Kia er fokuseret på popularisering af elbiler og planlægger at styrke sit globale produktsortiment med introduktionen af syv nye dedikerede elbiler inden 2027. Disse nye modeller vil omfatte en række personbiler, SUV'er og MPV'er i flere segmenter, der hver især indeholder brancheførende teknologi til lang rækkevidde og hurtig opladning baseret på koncernens nye Electric-Global Modular Platform (E-GMP).

Kia udvikler også en række nye specialiserede køretøjer til erhvervs kunder. Disse køretøjer vil være baseret på fleksible platforme med modulære karosserier, der er designet til at imødekomme de specifikke mobilitetsbehov hos en bred vifte af erhvervs- og flåde kunder. Partnerskaber med f.eks. Canoo og Arrival vil betyde, at Kias erhvervs køretøjer kan tilbyde forskellige designs

integreret på den modulære platform, der er skræddersyet til brugernes funktionelle behov.

Efterspørgslen af specialiserede erhvervskøretøjer forventes at blive fem gange så stor inden 2030 på grund af hurtig og kontinuerlig vækst i e-handel og bildelingstjenester. Kias specialiserede erhvervskøretøjer vil blive skræddersyet til at imødekomme behovene hos erhvervs kunder og flådekunder. For eksempel kan disse omfatte delebiler, fragtbiler og logistik køretøjer med plant gulv og lav frihøjde.

Ændringen i virksomhedens firmanavn betyder også en transformering af organisationens arbejdskultur. Præsident Song forklarer: "At ændre vores firmanavn og logo er ikke kun en kosmetisk forbedring. Det repræsenterer os, der udvider vores horisont og etablerer helt nye virksomheder, der imødekommer vores kunders forskellige behov verden over. Endnu vigtigere betyder det også at tilpasse vores arbejdskultur, muliggøre kreativiteten for alle vores medarbejdere og skabe et inspirerende arbejdsmiljø."

Udvikling af miljøvenlige mobilitetstjenester

Et andet strategisk mål i Plan S strategien er et tilsagn fra Kia om at diversificere sin forretning for at tilbyde miljøvenlige mobilitetstjenester, centreret om eldrevne og selvkørende biler på tværs af større globale byer.

Derudover øger Kia samarbejde og partnerskaber med globale virksomheder indenfor mobilitetsløsninger og diversificerede mobilitetstjenester i strategiske regioner globalt. I 2018 investerede virksomheden i Grab, Sydøstasiens største serviceudbyder indenfor madudbringning og betalingsløsninger; og i Ola i marts 2019, et indisk selskab, der tilbyder samkørsel, biludlejning, taxakørsel, udbringning af mad og andre mobilitetstjenester.

Kia etablerer også andre mobilitetstjenester, herunder WiBLE, et joint-venture med Repsol, Spaniens største energiselskab, i Madrid. WiBLE blev lanceret i september 2018 og driver 500 Kia Niro Plug-in Hybrid'er via et koncept, der giver brugerne mulighed for frit at leje og returnere bilerne. WiBLE er fortsat en af Europas mest succesrige ordninger for dele-mobilitet, hvor over 130.000 medlemmer er tilmeldt siden dets indvielse. Endnu en biludlejningstjeneste, KiaMobility, blev lanceret i regioner i både Italien og Rusland i september 2020, hvilket fremskynder virksomhedens

transformation til at blive udbyder af mobilitetsløsninger. KiaMobility vil blive introduceret på flere nye markeder i de kommende år.

Kommer snart: Kias første dedikerede elbil og nye design filosofi

Den første af Kias næste generations elbiler afsløres allerede i første kvartal af 2021 og viser Kias skiftende fokus mod elektrificering. Baseret på ny E-GMP-teknologi vil denne dedikerede elbil kunne tilbyde et crossover-inspireret design, samtidig med en elektrisk rækkevidde på over 500 kilometer og en opladningstid på under 20 minutter. Dette vil også være den første globale model, der bliver præsenteret med Kias nye logo.

Med sit voksende udvalg af elbiler sigter Kia mod en andel på 6,6% af det globale elbilmarked inden 2025 og et globalt årligt salg på 500.000 elbiler inden 2026.

Kia afslører flere oplysninger om den nye designretning for sine fremtidige produkter og tjenester i de kommende uger med en ny designfilosofi, der afspejler brandets transformation.

Karim Habib, Senior Vice President, chef for Kia Global Design Center, forklarer: ”Vi ønsker, at vores produkter skal levere en instinktiv og naturlig oplevelse, der kan forbedre vores kunders hverdag. Vores mål er at designe den fysiske oplevelse af vores brand, og skabe originale, opfindsomme og spændende elbiler. Vores designers ideer og brandets formål er mere forbundet end nogensinde – med vores kunder i centrum for alt, hvad vi laver. ”

###

Om Kia Corporation

Kia (www.kia.com) er et globalt mobilitetsbrand med en vision om at skabe bæredygtige mobilitetsløsninger til forbrugere, brancher og samfund i hele verden. Kia blev grundlagt i 1944 og har leveret mobilitetsløsninger i mere end 75 år. Med 52.000 ansatte globalt, tilstedeværelse på mere end 190 markeder og produktionsfaciliteter i seks lande, sælger virksomheden i dag omkring tre millioner køretøjer om året. Kia står i spidsen for populariseringen af elektrificerede køretøjer og udvikler et voksende udvalg

af mobilitetstjenester, der tilskynder millioner af mennesker over hele verden til at udforske de bedste måder at komme rundt på. Virksomhedens brandslogan - 'Movement that inspires' - afspejler Kias forpligtelse til at inspirere forbrugerne gennem sine produkter

KIA Import Danmark AS (www.kia.com) er et selskab under Nellemann koncernen (www.koncern.nellemann.dk) med hovedsæde i Fredericia, og beskæftiger i dag cirka 40 ansatte. Kias dna er et stærkt design samtidig med en driftssikker kvalitet, som bakkes op af mærkets unikke 7 års garanti (op til 150.000 km – fri km i de første 3 år).

KIAs tidlige skridt i forhold til at popularisere elbiler, placerer mærket i spidsen for elektrificeringen af den danske bilpark. Mærket har et bredt modelprogram af elektrificerede bilmodeller, hvilket naturligt medvirker til, at KIA er det bedst sælgende Plug-in Hybrid mærke 3 år i træk.

Kontaktpersoner



Lene Mejdal Iversen

Pressekontakt
PR Koordinator
lmi@kiamotors.dk
30912544



Rasmus Aagaard

Pressekontakt
Director / COO
rha@kiamotors.dk
+45 3061 1161