

JETZT FÜR DIE ZUKUNFT

- Kia startet mit neuem Logo und neuem Markenslogan den Umbau für die Zukunft
- Neues Logo mit symmetrischen, rhythmischen und aufsteigenden Elementen symbolisiert Selbstvertrauen und Engagement für die Kunden
- Neuer Slogan: „Movement that inspires“ („Bewegung, die inspiriert“)
- Zur Vorstellung des Logos veranstaltete Kia ein Feuerwerk mit 303 Pyro-Drohnen und stellte damit einen Guinness-Weltrekord auf
- Neue Zielsetzung und Strategie werden am 15. Januar vorgestellt



Kia hat sein neues Firmenlogo und seinen neuen globalen Markenslogan veröffentlicht. Sie symbolisieren den umfassenden Umbau und die neue Zielsetzung der Marke. Mit der Einführung des neuen Logos unterstreicht das Unternehmen seine Ambitionen, durch eine Neuausrichtung nahezu aller Geschäftsbereiche eine führende Position in der zukünftigen Mobilitätsindustrie zu übernehmen.

Das Logo steht sowohl für das neue Markenziel als auch für die Werte, die Kia den Kunden im Hinblick auf künftige Produkte und Services sowie den damit verbundenen Erlebnissen verspricht. Kia besiegelt sein Markenversprechen auch dadurch, dass das Logo einer handschriftlichen Signatur ähnelt. Die rhythmische, ununterbrochene Linie des Schriftzugs symbolisiert das Bestreben, für inspirierende Momente zu sorgen, während dessen Symmetrie Selbstvertrauen zum Ausdruck bringt. Die aufsteigende Tendenz des Logos ist ein Sinnbild für die wachsenden Ambitionen der Marke, besonders aber dafür, was sie den Kunden zu bieten hat.

„Das neue Kia-Logo unterstreicht den Anspruch des Unternehmens, zum Inbegriff von Veränderung und Innovation zu werden“, sagt Ho-sung Song, Präsident und CEO von Kia. Die Automobilindustrie befindet sich in einem rasanten Transformationsprozess, und Kia gestaltet die Veränderungen proaktiv mit. Unser neues Logo bringt zum Ausdruck, dass wir Kunden inspirieren möchten, während sich ihre Mobilitätsbedürfnisse weiterentwickeln, und dass unsere Beschäftigten sich den Herausforderungen einer sich schnell verändernden Branche stellen.“

Vorgelegt wurde das neue Logo mit einer pyrotechnischen Präsentation der Superlative: Zur Feier des Kia-Neuanfangs zündeten 303 Pyro-Drohnen am Himmel über Incheon, Korea, in einer kunstvollen Inszenierung Hunderte von Feuerwerkskörpern. Diese Drohnenflotte erhielt einen offiziellen Eintrag in die Liste der Guinness World Records™ als „Größte Anzahl unbemannter Luftfahrzeuge zum gleichzeitigen Starten von Feuerwerkskörpern“. Die eindrucksvolle Vorführung ist im globalen YouTube-Kanal von Kia zu sehen (https://youtu.be/s61_IsjqLzc).

Neue Zielsetzung und Strategie werden am 15. Januar vorgestellt

Zusammen mit dem Logo hat Kia seinen neuen Slogan „Movement that inspires“ („Bewegung, die inspiriert“) veröffentlicht. Die Details der neuen Markenstrategie, inklusive Markenzweck und -philosophie sowie deren

Anwendung auf die künftige Produktplanung, werden bei dem Online-Event „New Kia Brand Showcase“ am Freitag, 15. Januar, um 1 Uhr mitteleuropäischer Zeit vorgestellt. Die Veranstaltung wird im globalen YouTube-Kanal von Kia übertragen.

Die Einführung des neuen Logos folgt der Bekanntgabe der langfristigen Geschäftsstrategie „Plan S“ im vergangenen Jahr. Kia strebt damit neben anderen Zielen eine führende Position im globalen Automobilmarkt an. Die Schwerpunkte der Strategie bilden die Popularisierung von Elektrofahrzeugen und die Einführung vielfältiger Mobilitätsdienste, jeweils zugeschnitten auf die Bedürfnisse und Vorlieben unterschiedlicher Kundengruppen sowie lokaler Märkte.