



Kia Presseinformation

Datum: 4. März 2022

Führungsrolle bei nachhaltiger Mobilität angestrebt

- Kia stellt Roadmap 2030 vor
- Zentrale Ziele für den Wandel zum Anbieter nachhaltiger Mobilitätslösungen bekanntgegeben
- Für 2030 weltweiter Jahresabsatz von 4 Millionen Fahrzeugen inklusive 1,2 Millionen batterieelektrischen Fahrzeugen geplant
- BEV-Palette der Marke soll bis 2027 auf 14 Modelle ausgebaut werden
- Jahresabsatz umweltfreundlicher Kia-Modelle soll 2030 Zwei-Millionen-Marke überschreiten und in den wichtigsten Märkten drei Viertel des Absatzvolumens ausmachen
- „AutoMode“, die neue Kia-Technologie für autonomes Fahren, wird 2023 eingeführt und erstmals im EV9 eingesetzt
- Connected-Car-Funktionen sollen bis 2025 auf gesamte Fahrzeugpalette ausgeweitet werden

Die Kia Corporation hat auf ihrem digital durchgeführten Investorentag die Roadmap bis 2030 vorgestellt und damit ihr strategisches Engagement bekräftigt, im Bereich der nachhaltigen Mobilität eine führende Position zu übernehmen.

Die Roadmap baut auf der erfolgreichen Kia-Strategie „Plan S“ auf, die 2020 erstmals vorgestellt wurde. Ergänzend beinhaltet sie weitere Details dazu, wie das Unternehmen seine Vision realisieren will, zum Anbieter nachhaltiger Mobilitätslösungen zu werden.

Die Unternehmensvision stützt sich auf drei zentrale Pfeiler: „Menschen“, „Planet“ und „Profit“. Auf dieser Basis strebt Kia an, den Kundennutzen zu steigern und Talente zu fördern, zum Schutz der Umwelt den Kohlenstoffausstoß zu reduzieren sowie Gewinne zu erwirtschaften und dabei zugleich als verantwortungsbewusstes Unternehmen zu agieren.

Kia hat zudem seine vier wichtigsten Geschäftsziele für 2030 bekanntgegeben: die Beschleunigung der Elektrifizierung und ein Jahresabsatz von 1,2 Millionen batterieelektrischen Fahrzeugen (BEV), ein Gesamtjahresabsatz von 4 Millionen Einheiten, darunter mehr als 2 Millionen umweltfreundliche Fahrzeuge, die Ausweitung des Einsatzes von Connected-Car-Funktionen und autonomen Fahrtechnologien auf alle Neufahrzeuge sowie der Aufstieg zur Nummer eins im globalen Markt für Spezialfahrzeuge (PBV, Purpose-built Vehicles).



„Kia hat eine voll umfängliche Transformation durchlaufen, die Änderungen bei Unternehmensvision, Logo, Produkten und Design sowie in der Strategie umfasst“, sagte Ho Sung Song, Präsident und CEO der Kia Corporation, beim Investorentag. „Um die Vision des Unternehmens zu verwirklichen, ein Anbieter nachhaltiger Mobilitätslösungen zu werden, werden wir uns darauf konzentrieren, den Übergang zu zukünftigen Geschäftsmodellen zu beschleunigen. Wir werden unseren Ansatz noch kundenorientierter gestalten und einen dynamischen Wandel unter Beibehaltung eines soliden Geschäftsbetriebs verfolgen.“

In den zwei Jahren seit der Bekanntgabe der „Plan S“-Strategie hat Kia sich zu einer der weltweit führenden Marken für Elektrofahrzeuge (EV) entwickelt und verzeichnete 2021 beim Bruttoumsatz und beim operativen Gewinn seine höchsten je erzielten Ergebnisse. Kia will diese positive Dynamik fortsetzen, um ab 2022 in qualitativer wie quantitativer Hinsicht weiteren Mehrwert zu schaffen.

Erreichen eines Jahresabsatzes von 4 Millionen Einheiten durch Popularisierung umweltfreundlicher Fahrzeuge

Kia rechnet für 2022 mit einem weltweiten Jahresabsatz von 3,15 Millionen Einheiten, und das Unternehmen will sein quantitatives Wachstum fortsetzen, indem es auf seiner weltweit führenden Produktqualität aufbaut. Das Ziel ist ein Absatz von 4 Millionen Einheiten im Jahr 2030, was gegenüber den Erwartungen für 2022 einer Steigerung um 27 Prozent entspricht.

Im Rahmen dieses quantitativen Wachstums wird das Unternehmen auch den Absatz umweltfreundlicher Fahrzeuge einschließlich BEVs, Plug-in-Hybriden (PHEV) und Hybridfahrzeugen (HEV) ausweiten, indem es seine Elektrifizierungsbestrebungen verstärkt und beschleunigt.

Das Unternehmen stellt den Absatz dieser Fahrzeuge in den Mittelpunkt des zukünftigen Geschäftswachstums. Es wird den Anteil der umweltfreundlichen Fahrzeuge von 17 Prozent des weltweiten Absatzes im Jahr 2022 auf 52 Prozent im Jahr 2030 erhöhen.

In wichtigen Märkten mit strengen Umweltvorschriften und wachsender Nachfrage nach Elektroautos wie Korea, Nordamerika, Europa und China will Kia den Absatzanteil von umweltfreundlichen Fahrzeugen bis 2030 auf bis zu 78 Prozent steigern.

Erweiterung der BEV-Palette auf 14 Modelle im Jahr 2027

Kia beschleunigt den Übergang zu Elektrofahrzeugen, um seine Position als ein weltweit führender Hersteller im EV-Bereich zu festigen. Im ersten Schritt plant das Unternehmen, seine BEV-Produktpalette zu erweitern.



Kia will ab 2023 mindestens zwei BEVs pro Jahr auf den Markt bringen und bis 2027 eine vollständige BEV-Palette mit 14 Modellen aufbauen. In Ergänzung des bisherigen Plans, bis 2026 elf BEVs einzuführen, wird das Unternehmen zwei Elektro-Pickup-Trucks – einen rein elektrische Pickup-Truck und ein strategisches Modell für aufstrebende Märkte – sowie ein BEV-Einstiegsmodell herausbringen.

Mit seinem neuen Elektro-Flaggschiff EV9, dessen Start für 2023 geplant ist, will Kia seine führende Rolle im Elektrofahrzeugmarkt bekräftigen. Der rund fünf Meter lange SUV beschleunigt trotz seiner Größe in fünf Sekunden auf 100 Stundenkilometer, hat eine Reichweite von etwa 540 Kilometern und kann in nur sechs Minuten Strom für zusätzliche 100 Kilometer Fahrstrecke laden.

Als erstes Kia-Modell wird der EV9 auch über „Over the Air“-Services (OTA) und „Feature on Demand“-Dienste (FoD) verfügen, die es den Kunden ermöglichen, Softwarefunktionen selektiv zu erwerben. Darüber hinaus wird er als erster Kia mit „AutoMode“ ausgestattet sein, der zukunftsweisenden autonomen Fahrtechnologie der Marke.

Kia strebt bis 2030 Jahresabsatz von 1,2 Millionen BEV-Einheiten an

Durch neue Modelle wie den EV9 will Kia seinen BEV-Absatz steigern. Für dieses Jahr rechnet das Unternehmen weltweit mit dem Verkauf von 160.000 BEV-Einheiten, für 2026 strebt es 807.000 Einheiten an, und das Ziel für 2030 sind 1,2 Millionen Einheiten. Das entspricht einer Steigerung von 36 Prozent gegenüber dem Ziel für 2030, das auf dem Investorentag im vergangenen Jahr genannt worden war.

Kia geht davon aus, dass über 80 Prozent seines BEV-Absatzes im Jahr 2030 auf Korea, Nordamerika, Europa und China entfallen werden, wobei der BEV-Anteil 45 Prozent des Kia-Gesamtabsatzes in diesen großen Märkten betragen wird.

Um dieses wachsende EV-Volumen zu bewältigen, wird sich die Rolle der einzelnen Produktionsstandorte verändern. Korea wird als globaler Knotenpunkt für Forschung, Entwicklung, Produktion und Lieferung von Elektrofahrzeugen dienen, während andere globale Fertigungsstandorte strategische EV-Modelle für die jeweiligen Märkte herstellen werden.

In Europa zum Beispiel werden ab 2025 kleine und mittelgroße Elektrofahrzeuge produziert. In den Vereinigten Staaten, wo SUVs und Pickups mittlerer Größe beliebt sind, werden ab 2024 Elektroversionen dieser Modelle lokal gefertigt. In China plant Kia die Einführung von Elektrofahrzeugen der Mittelklasse ab dem kommenden Jahr, und in Indien sollen ab 2025 Einstiegs- und Mittelklassemodelle mit Elektroantrieb produziert werden.



Im Batteriebereich will Kia eine Angebot-und-Nachfrage-Strategie entwickeln sowie die Batterietechnologie optimieren, da der Bedarf aufgrund des steigenden Absatzes von Elektrofahrzeugen voraussichtlich von 13 GWh auf 119 GWh im Jahr 2030 steigen wird.

Das Unternehmen plant, Batterien aus dem indonesischen Batteriezellen-Joint-Venture zu liefern und zugleich durch Outsourcing an globale Batterieunternehmen ein stabiles Angebot-und-Nachfrage-System aufzubauen.

Darüber hinaus plant Kia, die Energiedichte der Batterien bis 2030 um 50 Prozent zu erhöhen und die Systemkosten um 40 Prozent zu senken, um so sowohl die Leistung als auch die preisliche Wettbewerbsfähigkeit zu steigern.

Produktstrategie mit Fokus auf Vernetzung und autonome Fahrtechnologien

Kia hat vier wichtige Produktbereiche hervorgehoben, in denen das Unternehmen seine Fähigkeiten voll ausschöpfen kann, um in der zukünftigen Mobilitätsindustrie eine führende Rolle zu übernehmen: Connected-Car-Dienste, autonome Fahrtechnologien, Fahrleistungen und Design.

Ab 2025 werden alle neuen Kia-Fahrzeuge mit Connected-Car-Funktionen ausgestattet sein, die in der jeweiligen Klasse führend sind. Durch die Verfügbarkeit von OTA-Software-Updates und FoD-Diensten für die gesamte Kia-Produktpalette können die Kunden ihre Fahrzeuge mit verschiedenen Funktionen und Technologien auf dem neuesten Stand halten.

Dies ist Teil der Bemühungen von Kia, neue Geschäftsmöglichkeiten auf der Basis von Software- und Connected-Car-Services zu erschließen. Kia erwartet, dass Konnektivitätsdienste in verschiedenen Mobilitätsbereichen wie Carsharing, Carhailing und Lieferdiensten eine wichtige Rolle spielen werden.

Das Spektrum der autonomen Fahrtechnologien von Kia, die das Label „AutoMode“ tragen, wird ab 2023 beginnend mit dem EV9 zügig auf die gesamte Modellpalette ausgeweitet.

Kia AutoMode unterstützt die Leistungsoptimierung durch drahtlose Updates und wird mit der Weiterentwicklung der Technologie verbessert. Es wird auch die Funktion „Highway Driving Pilot“ beinhalten, die das Fahren ohne Fahrereingriff auf Autobahnabschnitten ermöglicht.

Bis 2026 sollen in den wichtigsten Märkten alle neuen Modelle mit der AutoMode-Technologie erhältlich sein, wobei eine Akzeptanzrate von mehr als 80 Prozent erwartet wird. Langfristig plant das Unternehmen, die AutoMode-Technologie weiterzuentwickeln und eine vollständig autonome Fahrtechnologie einzuführen.



Weitere Schwerpunkte wird Kia beim differenzierten Design seiner Produkte und beim Ausbau des Angebots von Hochleistungsmodellen setzen. Die Marke plant, beginnend mit der Einführung des leistungsstarken EV6 GT die GT-Palette auf alle BEV-Modelle auszudehnen.

Führende Rolle im globalen PBV-Markt sichern

Als kundenorientiertes Unternehmen wird Kia flexible Mobilitätsdienstleistungen anbieten, die den unterschiedlichen Bedürfnissen von Menschen und Unternehmen gerecht werden. In diesem Bereich wird Kia einen wesentlichen Teil seiner Arbeit auf PBV konzentrieren.

Kia ist ein Vorreiter auf dem globalen PBV-Markt und strebt an, ein Marktführer zu werden. Die Nachfrage nach Liefer- und Logistikdiensten ist infolge der Beschleunigung des elektronischen Handels während der COVID-Pandemie erheblich gestiegen.

Der Zweck eines PBV ist, Kunden ein Spezialfahrzeug bereitzustellen, das ihren spezifischen Bedürfnissen entspricht. Kia plant daher die Einrichtung eines speziellen PBV-Kommunikationskanals, der schnell und präzise auf Kundenwünsche reagieren kann.

Kia beabsichtigt außerdem, eine integrierte Datenplattform einzurichten, um maßgeschneiderte Dienstleistungen und Lösungen für die verschiedenen Geschäftsmodelle seiner PBV-Kunden in Bereichen wie Aufladen des Fahrzeugs, Wartung und Management anbieten zu können.

In naher Zukunft plant Kia die Entwicklung von PBV-Modellen, die von aktuellen Modellen wie dem Niro Plus abgeleitet sind, der noch in diesem Jahr auf den Markt kommen soll. Der Niro Plus basiert auf dem beliebten umweltfreundlichen Crossover Niro und soll sowohl für Taxi- als auch für Car-Hailing-Dienste eingesetzt werden.

Mittel- bis langfristig wird Kia dedizierte PBVs entwickeln. Ein solches PBV ist als flexible Struktur konzipiert, die auf einer flachen, Skateboard-ähnlichen EV-Plattform sitzt, so dass Größe und Form je nach Zweck und Kundenbedürfnis angepasst werden können.

Kia wird sein erstes dediziertes Modell 2025 herausbringen, wenn sich der PBV-Markt voraussichtlich entwickelt haben wird. Dieses PBV wird etwa so groß wie ein Mittelklassewagen und skalierbar sein.

Mit diesem Modell will Kia ein Maximum an Komfort bieten sowie durch den Einsatz von OTA-Funktionen und autonomer Fahrtechnologie eine Lebensdauer von 600.000 Kilometern erreichen, um die Betriebskosten der Unternehmen zu senken.



Im Zuge des Wachstums des PBV-Marktes plant Kia eine schrittweise Ausweitung seiner Produktpalette von Kleinstfahrzeugen bis hin zu großen PBVs, die eine Alternative zu öffentlichen Verkehrsmitteln darstellen oder sogar als mobile Büros genutzt werden können.

Finanzielle Ziele für 2026 auf Basis höherer EV-Rentabilität und neuer Geschäftsfelder

Auf dem Investorentag gab Kia auch seine mittel- bis langfristigen Finanzziele bekannt. Bis zum Jahr 2026 will das Unternehmen einen jährlichen Bruttoumsatz von 120 Billionen KRW erreichen, bei einem operativen Gewinn von 10 Billionen Won und einer operativen Gewinnmarge von 8,3 Prozent. Kia will seine Marktkapitalisierung bis 2026 auf 100 Billionen KRW steigern – eine Verdreifachung im Vergleich zu 33 Billionen KRW Ende 2021.

Das Unternehmen plant, 39 Prozent des operativen Gewinns 2026 mit BEVs zu erwirtschaften, wobei die Fixkosten durch die Ausweitung des Volumens und die Kostenreduzierung in der Technologieentwicklung gesenkt werden sollen.

Darüber hinaus erwartet Kia für 2026, dass der Beitrag aller umweltfreundlichen Modelle zum operativen Gewinn 52 Prozent erreichen und damit den Gewinnanteil der Modelle mit Verbrennungsmotor übertreffen wird.

Um diese Ziele zu erreichen, wird Kia nicht nur den Absatz seiner umweltfreundlichen Modelle erhöhen, sondern auch die Rentabilität deutlich steigern, indem durch die Kommerzialisierung neuer Geschäftsfelder und Technologien zusätzliche Vertriebs- und Ertragsstrukturen gesichert werden.

Kia wird in den nächsten fünf Jahren insgesamt 28 Billionen Won in seine Geschäftsaktivitäten investieren, fünf Billionen Won mehr als im vorherigen Plan. 46 Prozent davon werden in Zukunftsprojekte fließen, was mehr als eine Verdoppelung des Wertes von 19 Prozent im Jahr 2021 bedeutet.

Auch in Zukunft wird Kia sein Engagement für das ESG-Management (Environment Social Governance) fortsetzen. Das Unternehmen hat 2020 eine mittel- bis langfristige Roadmap für das ESG-Management aufgestellt und im vergangenen Jahr sein Ziel bekanntgegeben, bis 2045 Kohlenstoff-Neutralität erreichen zu wollen.

Kia wird sich auch aktiv an den Zukunftsprojekten der Hyundai Motor Group beteiligen, zu der das Unternehmen gehört, darunter Advanced Aviation Mobility (AAM) und Robotik. Dabei plant Kia, sich besonders auf die Schaffung von Synergien zwischen dem AAM-Engagement des Konzerns und seinem eigenen PBV-Geschäft zu konzentrieren.