



Kia Presseinformation

Datum: 27. April 2023

Design Doppelt prämiert

- Kia beim iF Design Award doppelt prämiert
- Die Marke erhält die renommierten Awards für ihre Corporate-Identity-Leitlinien (Kategorie „Company Branding“) und ihr Showroom-Konzept (Kategorie „Shop/Showroom Interiors“)
- Kia verstärkt die Kundenansprache auf allen Ebenen, um den Wandel zum Anbieter nachhaltiger Mobilitätslösungen voranzutreiben

Beim iF Design Award 2023 wurde Kia gleich zweifach ausgezeichnet: Für ihre Corporate-Identity-Leitlinien erhielt die Marke den renommierten Award in der Kategorie „Company Branding“ (Disziplin Kommunikationsdesign), für ihr Showroom-Konzept wurde sie in der Kategorie „Shop/Showroom Interiors“ (Disziplin Innenarchitektur) prämiert. Für Kia sind diese Preise eine Bestätigung des kreativen Ansatzes, mit dem das Unternehmen seit dem Markenrelaunch im Jahr 2021 seine Kundenansprache und seine Wettbewerbsfähigkeit im globalen Design stärkt.

Die weltweiten Kia-Strategien zur Corporate Identity und zur Showroom-Identität sind geprägt durch das Firmenethos „Movement that Inspires“ (Bewegung, die inspiriert) und die Designphilosophie „Opposites United“ (Vereinte Gegensätze). Zusammen mit Modellen wie dem jüngst präsentierten Elektro-SUV EV9* spielen sie eine zentrale Rolle bei der Transformation der Marke von einem Automobilhersteller zum Anbieter nachhaltiger Mobilitätslösungen. „Movement that Inspires“ steht für die Entschlossenheit von Kia, Räume zu schaffen, die für Kunden in jedem Moment wertvoll sind und die sie dazu inspirieren, sich mehr Zeit zu nehmen, um ihre Ideen zu verwirklichen. „Opposites United“ setzt auf die Inspiration durch Gegensätze, die sich in der Natur und in der Menschheit finden, und verwendet den Charakter eines Elements, um den Charakter eines anderen hervorzuheben.

Zeitgemäße Corporate Identity

Das Kia-Logo symbolisiert die selbstbewusste neue Ausrichtung der Marke Kia und vermittelt „Bewegung, die inspiriert“ durch drei Designkonzepte: Symmetrie, Rhythmus und Aufwärtsbewegung. Die Symmetrie des Logos verdeutlicht den Anspruch von Kia, mit futuristischen Produkten und Dienstleistungen neue Kundenerlebnisse zu ermöglichen. Der Rhythmus steht für das Versprechen der Marke, unermüdlich voranzuschreiten, um den Ansprüchen und Erwartungen der Kunden gerecht zu werden und sie ständig zu inspirieren.



Und schließlich kommt im mutigen, aufsteigenden Charakter des Logos das Ziel der Marke zum Ausdruck, neue Werte zu bieten, die wirklich der Perspektive des Kunden entsprechen.

Das selbstbewusste Farbschema von Kia besteht aus Midnight Black und Polar White. Diese beiden Grundfarben am jeweiligen Ende des Farbspektrums vermitteln die Werte Nachhaltigkeit, Umweltfreundlichkeit und intelligente Mobilität. Sie schaffen Zuversicht durch Kontrast, sie stellen die unbeirrbar Vision der Marke dar, als Mobilitätsdienstleister über die physische Mobilität hinaus in neue Bereiche vorzustoßen und zu expandieren.

Starke Showroom-Identität

Die Kia-Designphilosophie der „Vereinten Gegensätze“ inspiriert das Vertrauen und die Vision, die erforderlich sind, um Elemente zu kombinieren, die traditionell nicht zusammenpassen. Diese Fähigkeit, kreative Kontraste zu nutzen, um ein einzigartiges Ergebnis zu erzielen, bringt das bahnbrechende globale Design der Kia-Showrooms mit optisch gegensätzlichen Ausstellungs- und Kundenbereichen perfekt zum Ausdruck.

Der futuristische Ausstellungsbereich beinhaltet ausgeprägte Ecken und achromatische Farben sowie Stahloberflächen, die jedes Modell dezent widerspiegeln, um die Sichtbarkeit und das Raumgefühl zu verstärken. Im Kontrast dazu finden sich im Kundenbereich abgerundete Kanten, schön beleuchtete Holzwände, -böden und -decken sowie hochwertige, stoffbezogene Möbel, um ein einzigartiges, gemütliches und beruhigendes Ambiente zu schaffen, in dem die Kunden sich entspannen und die Autos fast wie Kunstwerke in einer Galerie betrachten können.

Mit den jetzigen Auszeichnungen setzt Kia die eindrucksvolle Erfolgsserie fort, mit der die Marke ihre globale Wettbewerbsfähigkeit im Design unter Beweis stellt. So wurde jüngst der Niro Plug-in Hybrid mit dem Red Dot Design Award 2023 prämiert. Und ebenfalls in diesem Monat wurde der Kia EV6 GT als „World Performance Car 2023“ ausgezeichnet, nachdem bereits der Kia EV6 zu Europas „Auto des Jahres 2022“ gekürt worden war.

iF Design Award: Fast 11.000 Beiträge aus 56 Ländern

Der seit 1954 vergebene iF Design Award gehört zu den weltweit wichtigsten Designpreisen. Für den Wettbewerb, den die iF International Forum Design GmbH in Hannover ausrichtet, wurden in diesem Jahr fast 11.000 Beiträge von Teilnehmern aus 56 Ländern eingereicht.

Der Award ist in neun Disziplinen gegliedert: Produkt-, Kommunikations-, Verpackungs- und Service-Design, Architektur, Innenarchitektur, Benutzererlebnis (User Experience, UX), Benutzerschnittstelle (User Interface, UI) und „professionelle Konzepte“. Die Disziplinen sind jeweils in verschiedene Kategorien unterteilt. In einer digitalen Vorrunde werden 50 Prozent der Einreichungen für das Finale ausgewählt, in dem die iF-Jury dann die Gewinner ermittelt.



Sie bestand in diesem Jahr aus insgesamt 133 Designexpertinnen und -experten aus 20 Ländern. Der Großteil davon kam für mehrere Tage in Berlin zusammen, um die Wettbewerbsbeiträge vor Ort zu prüfen und darüber zu diskutieren. Alle prämierten Produkte werden auf der Website www.ifdesign.com und in der „iF Design App“ veröffentlicht. Die Preisverleihung findet am 15. Mai im Berliner Friedrichstadt-Palast statt.