



Movement that inspires



Peter Schreyer fejrer 10 år i spidsen for billedesignet hos KIA

2016-09-21 09:00 CEST

## Peter Schreyer fejrer 10 års jubilæum hos KIA Motors

**Fredericia, den 21. september 2016** – Peter Schreyer kan fejre 10 år i spidsen for billedesignet hos KIA – en periode, hvor det koreanske mærkes salg på verdensplan er steget fra ca. 1,1 millioner biler i 2005 til 3,05 millioner i 2015.

Peter Schreyer har været manden bag KIAs designmæssige revolution gennem de sidste 10 år – en revolution, som har ændret opfattelsen af mærkets modeller i hele verden. I 2006 tiltrådte Peter Schreyer som Chief

Design Officer hos KIA Motors, og i dag bestrider han posten som President og Chief Design Officer hos KIA Motors Corporation.

## **Cementeringen af KIAs nye image**

KIA havde gennemført forbedringer gennem en årrække før 2006, hvor Peter Schreyer kom til koncernen som Chief Design Officer. Mærket introducerede den nye europæisk producerede cee'd og samme år også den unikke fabriksgaranti i Europa på 7 år/150.000 km, og samtidig udvidede koncernen sine globale produktionsfaciliteter, i takt med at nye modeller blev sat i produktion.

Kunder i hele verden fik øjnene op for KIA modellernes værdi og kvalitet, og Peter Schreyers friske syn på design var en løftestang for forandringen af mærket og mærkets image i overensstemmelse med KIAs stigende globale tilgang.

Peter Schreyer forklarer følgende: "Da jeg begyndte at arbejde hos KIA, var det vigtigt, at vi fik etableret en identitet og en konsistens for alle mærkets modeller. Men historien om, hvordan vores nye biler blev skabt, handler om meget mere end æstetik. Det handler også om svære valg i den måde, som komplekse ideer interagerer på, med henblik på at udvikle biler med en emotionel tiltrækningskraft."

I de følgende år resulterede denne vision i etableringen af et konsekvent design-DNA i den voksende KIA modelrække med genkendelige signaturelementer på flere nye designs. Den retning, som Peter Schreyer har udstukket, har hjulpet KIA med at skabe en tydelig identitet, øge kendskabet til mærket og sætte en række moderne og progressive bildesign i produktion.

## **'Koreansk cool': inspirationen bag mærkets design**

I takt med at KIA har ændret sit modelprogram, har Schreyer og hans designteams blandt andet ladet sig inspirere af profileringen af den koreanske kultur rundt om i verden med K-Pop, "Gangnam Style" og den moderne arkitektur på KIAs koreanske hjemmemarked og glæden ved koreansk kunst.

Peter Schreyer udtalte følgende: "For designere er det vigtigt ikke blot at se

på biler, men også at have interesse for arkitektur, kunst, musik, industrielt design ... ja, alle mulige forskellige ting. De påvirker os, og vi påvirker dem. Nu ved folk mere om Korea, og hvad der rører sig i landet. På den ene side har man den høje puls i Seoul, og på den anden side roen og koncentrationen. Begge dele inspirerer mig og vores designere.

Det er den kontrast, som har inspireret KIA modellernes designsprog. Schreyer forklarer: "Vi har noget meget værdifuldt, hvor vi kan finde inspiration i kunst og enkelthed – en luksus med tomme områder og bare overflader. Det er meget simpelt, men det er udført med stor omhu og koncentration."

Peter Schreyers designfilosofi har sit udspring i denne koreanske inspiration: "Den lige linjes enkelthed, som karakteriserer alle de design, han har haft ansvaret for. Det voksende globale netværk af designere har ført til forskellige fortolkninger af denne tilgang med designcentre i Californien, Frankfurt og koncernens R&D-center i Namyang i Korea.

### **En ændret opfattelse af KIA mærket**

KIA Optima 2010 var en af de første KIA modeller, der helt og holdent blev designet under ledelse af Peter Schreyer, og den anses i dag for at være katalysatoren bag den designstyrede ændring af KIAs modelrække. Foruden ny teknologi og større raffinement end forgængerne tilførte Optimas design dybde til KIA modelprogrammet, og den ændrede folks opfattelse af mærket i lande over hele verden. Den nyeste generation af Optima, som blev lanceret tidligere i år, holder også fast i den unikke personlighed.

Foruden Optima og alle modeller produceret siden – har Peter Schreyer også stået i spidsen for udviklingen af en række designkoncepter, hvor man har udforsket og rykket grænserne for KIAs evner inden for design. Konceptbiler som Track'ster fra 2012, GT4 Stinger fra 2014 og Ray fra 2010 har vist en spændende vision for KIAs fremtidige design, og de har været med til at skabe større dybde og en global tilgang til KIAs overordnede designstrategi.

### **Designmæssige højdepunkter**

Peter Schreyers yndlingsdesigns fra de senere år omfatter Soul, som "ændrede mærket" med sit alternative image med det unikke og cool look, og

den nye Optima Sportswagon, som er en vaskeægte ”europæisk livsstilsbil”, der kommer til salg i Europa senere i år. Det imponerende og “fremtidsorienterede” KIA GT Concept blev præsenteret på biludstillingen i Frankfurt i 2011, og den viste, hvordan en 4-dørs sportssedan fra koncernen kunne se ud.

GT Concept er desuden Schreyers absolutte yndlingsdesign: ”Når man har mere end et barn, kan man ikke sige, hvem der er ens favorit. Man elsker dem alle. Det samme gælder de biler, jeg har designet, men jeg må indrømme, at en af dem skiller sig ud. GT Concept var et drømmeprojekt for mig og vores designere, fordi vi fik chancen for at udvikle en ægte GT – en bil med masser af stil”.

### **Fremtiden for KIAs design**

Designet har spillet en væsentlig rolle for ændringen af opfattelsen af KIA mærket og mærkets produkter gennem de seneste par år, og koncernen vil fortsætte med sin designorienterede tilgang i mange år endnu. Nye modellanceringer i nye segmenter i løbet af de kommende år og den løbende tilgang af nye modelgenerationer betyder, at KIAs design fortsat vil være et centralt element for koncernens succes i fremtiden.

Schreyer sammenfatter: ”Det, der virkelig begejstrer mig, er koncernens hurtige udvikling. Det mærke, som man kendte for 10 eller måske bare 5 år siden, er væk. Og det kan ses ned i mindste detalje. Man kan mærke de sofistikerede strukturer og materialer. Og man oplever det på den måde, hvorpå det hele interagerer og er forbundet. Og mens vi sigter mod fremtiden, er det vigtigt, at de forandringer, vi skaber, også er forbedringer, og ikke blot noget, vi laver for at skille os ud”.

---

**KIA Import Danmark AS** ([www.kia.com](http://www.kia.com)) er et selskab under Nellemann koncernen ([www.nellemann.dk](http://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  
30912544



### **Rasmus Aagaard**

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