

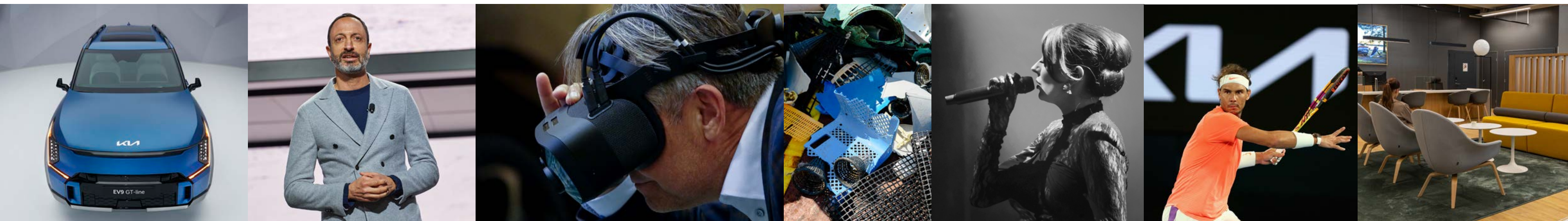


Kian asiakaslehti 2023



ENSIMMÄINEN

Kia EV9 ja Kian uusi aikakausi



Kia on yksi viime vuosikymmenen hienoimpia menestystarinoita Suomen autokaupassa. Vahvasti sähköistynyt ja monipuolinen mallisto on mahdollistanut nousun suosituimpien automerkkien joukkoon. Vuonna 2022 Kia saavuttikin Suomessa ennätyksellisen 8,6 prosentin markkinaosuuden* ja oli kolmanneksi suosituin henkilöautomerkki noin 6 900 kappaleen ensirekisteröinnillä. Kokonaisuudessaan Suomen teillä liikkuu jo yli 110 000 Kiaa.

Tällaisia lukuja ei ole saavutettu sattumalta. Kia on ollut Suomessa vasta vuodesta 2004 lähtien, mutta tämän koko ajan olemme tähdänneet määrätietoisesti kohti parempaa autoilua modernin teknologian ja laajan malliston voimin. Eikä suorastaan kuuluisaa Kian 7 vuoden takuuta sovi unohtaa. Se on ollut tärkeä osa kasvutarinaamme ja tarjoaa jokaiselle asiakkaalle mielenrauhaa pitkäksi ajaksi.

Kasvun tiellä pysyminen edellyttää jatkuvaa kehittymistä. Tästä hyvä esimerkki on kuluvan vuoden keväällä esitelty Kia EV9. Kian malliston uusi hulppea sähköinen lippulaiva edustaa merkin kehitystä niin muotoilun, teknologian kuin vastuullisuudenkin näkökulmasta. Itse auton esittelyn lisäksi löydät tulevilta sivuilta myös mielenkiintoisen haastattelun Kian nykymuotojen takaa ja niitä ohjaavasta Opposites United -suunnittelufilosofiasta.

Markkinoita kiinnostavat tuotteiden lisäksi kiinnostusta sekä arvostusta brändiä kohtaan ovat jo vuosien ajan kasvattaneet Kian suuren kansainväliset yhteistyöt. Vuoden 2021 logouudistuksen jälkeen ihmiset ovat nähneet Kian uuden logon muun muassa Australian avoimissa stadionilla sekä Rafael Nadalin kulkupelinä, Superbowlin legendaarisilla mainoskatkoilla ja Lauri Markkasen rinnassa NBA:ssa. Kotimaassa Kia on voinut tulla vastaan myös susijengin kapteeni Sasu Salinin parissa, juniorigolfia edistävän MoveGolfin toiminnassa, tai erään tässäkin lehdessä esiintyvän upean nuoren naisartistin sosiaalisessa mediassa.

Mahtavia lukuhetkiä tämän julkaisun äärellä.

Tässä lehdessä

KIA EV9

Esittelyssä Kian uusi lippulaiva

Karib Habib

Kian muotoilujohtaja kertoo uudesta muotoilufilosofiasta

Virtuaalisesti

Kia ja Varjo loivat uuden tavan tutustua autoihin digitaalisesti

Ympäristö

Kia on mukana puhdistamassa valtameriä, ja ympäristö on muutenkin huomion keskipisteessä uusia tuotteita suunniteltaessa

Behm

Kävimme kurkistamassa nuoren artistin keikan kulissemiin

Yhteistyö

Kia on monessa mukana

Uusi ilme

Logouudistuksen jälkeen on myymälöiden vuoro



Uuden äärellä

Kian mallisto laajenee uuteen segmenttiin, kun **EV9** ottaa haltuunsa malliston lippulaivan paikan. Uutuus vakuuttaa sekä kokonsa että ominaisuuksiensa puolesta.



Voit lukea lisää Kian Opposites United filosofiasta seuraavasta artikkelista.

EV9 on Kian uusi täysin sähköinen lippulaiva. Auton rohkea muotoilu sekä itsevarma olemus herättävät kunnioitusta. Pituutta uutuudella on yli viisi metriä. Kyseessä on siis suurin koskaan Euroopassa myyty Kian henkilöautomalli.

Kaikki autot myydään kolmella istuinrivillä pakattuna täyteen viimeisintä teknologiaa.

EV9:N SUUNNITTELUA on ohjannut Kian Opposites United -filosofia, jossa hyödynnetään luonnon ja modernin rakennetun maailman eroavaisuuksien synnyttämää luovaa jännitettä harmonisen kokonaisuuden luomiseksi. Kian muotoilijat ovat yhdistäneet ainutlaatuisella tavalla sulavia, veistoksellisia muotoja sekä varmaa, vakuuttavaa geometriaa tuottaakseen silmiinpistävän nykyaikaisen, mutta samalla kauniin rauhallisen SUV:n.

EV9:n etuosaa hallitsevat yksinkertaiset selkeät linjat sekä pinnat, jotka henkivät luottamusta, selkeyttä ja rauhallisuutta. Näyttävät pystysuuntaiset valot puolestaan reunustavat ja korostavat EV9:n uutta tyylikästä maskia.

Geometristä kulmikkuutta jatkava EV9:n sivuprofiili yhdistää vahvan ja tunnistettavan SUV-identiteetin poikkeukselliseen aerodynaamisuuteen. Linjat kolmion muotoja omaavat lokasuojat ja selkeät geometriset pyöränkaaret yhdistyvät tyylikkäästi toisiinsa luoden itsevarman ja määrätietoisuuden kokonaisuuden.





EV9:n mitat ovat vakuuttavat; pituutta on yli viisi metriä, leveyttä lähes kaksi metriä ja akseliväliksi kirjataan 3,1 metriä.



Tasaiseen pintaan upotetut ovenkahvat ja laskeva kattolinja luovat tunteen sulavasta ja tehokkaasta liikkeestä.

Auton takaosaa hallitsee takaluukun puhtaat ja yksinkertaiset kyljistä jatkuvat linjat. Perää reunustavat hienostuneen sirot tähtikartastosta inspiraationsa saaneet takavalot. Näiden muotoilun yhteneväisyys etuvalojen muotoilun kanssa vahvistaa EV9:n harmonisen vahvaa ja itsevarmaa asennetta.

Tyylikkaiden linjojen lisäksi EV9:n muotoilu tarjoilee vaikuttavan ilmanvastuskertoimen; 0,28. Tämä on saavutettu hyödyntämällä nykyaikaisia ratkaisuja, kuten tarkasta optimoitu ilman virtaus auton alla. Esimerkiksi etupuskurin läpi virtaava ilma synnyttää ilmaverhot jo itsessään aerodynaamiseksi muotoiltujen vanteiden eteen. Nämä ovat vain muutama esimerkki monista elementeistä, joiden avulla ison auton aerodynamiikkaa on optimoitu ja siten parannettu kokonaistaloudellisuutta.

OPPOSITES UNITED -SUUNNITTELUFILOSOFIAN Technology for Life -pilari tähtää ihmisten ja laitteiden välistä positiivista ja intuitiivista vuorovaikutusta edistävien teknologioiden ja innovaatioiden luomiseen. Nämä tavoitteet ovat olleet keskeisessä roolissa EV9:n sisustuksen suunnittelussa.

Sähköautoja varten kehitetty alusta on tehnyt mahdolliseksi suunnitella EV9:ään täysin tasainen lattia ja pitkä akseliväli. Ne ovat avainasemassa, kun auton sisälle halutaan luoda runsaasti tilaa. Kia kuunteli suunnittelun aikana tarkoin asiakkaiden toiveita. Siksi



Kuljettajan edessä on 12,3-tuumainen digitaalinen mittaristo ja keskellä toinen samankokoinen näyttö multimedia- ja navigointijärjestelmälle.

autossa on esimerkiksi aina kolme istuinriviä. Niinpä EV9 tarjoaa lounge-tyylistä mukavuutta kuljettajan lisäksi jopa kuudelle matkustajalle.

EV9:n valoisa ja ilmava ohjaamo ilmentää tyylikkään yksinkertaista, korkealaatuista sekä erittäin käyttäjäystävällistä suunnittelua. Avoin, kelluva panoraamanäyttö ulottuu ohjauspyörän takaa ohjaamon keskelle. Yhtenäisen pinnan taakse integroidut kaksi 12,3-tuumaista sekä yksi 5,3-tuumainen näyttö parantavat digitaalista käyttökokemusta tarjoten kaikkien olennaisten toimintojen vaivattoman hallinnan. Fyysisten painikkeiden määrä on pidetty mahdollisimman alhaisena, mutta olennaisimpia toimintoja kuten ilmastointia ja ajotiloja hallitaan perinteisillä painikkeilla.

Keskikonsoli tarjoaa runsaasti säilytysmahdollisuuksia, joihin lukeutuu myös sen pohjassa sijaitseva tilava lokero. Nykyajan hengessä jokaisella istuinrivillä löytyy mahdollisuus älylaitteiden lataamiseen.

MYÖS VASTUULLISUUDEN NÄKÖKULMASTA Kia EV9 on merkittävä virstanpylväs. Kyseessä on Kian ensimmäinen malli, jossa noudatetaan kolmivaihteista kestävä kehityksen strategiaa. Tämän mukaisesti materiaalien osalta esimerkiksi luovutaan nahan käytöstä ja lisätään biopohjaisten sekä kierrätettyjen materiaalien käyttöä.

Konkreettisia esimerkkejä ovat istuimissa käytetty vegaaninen nahka, lattiamattojen raaka-aineena on käytetty kierrätettyjä kalastusverkkoja sekä muuta merestä kerettyä muovijätettä kuten myös istuimien

täytteissä. Monissa ohjaamon pintamateriaaleissa on käytetty kierrätetyn muovin lisäksi uusiutuvista raaka-aineista valmistettua biomuovia. Isossa kuvassa Kian tavoitteena on kasvattaa kierrätettyjen muovien osuus 20 prosenttiin vuoteen 2030 mennessä.

KIA EV9 RAKENTUU sisarmalli EV6:sta tutulle sähköautoja varten suunnitellulle E-GMP-rakenteelle. Akusto koko on 99,8 kWh, jonka turvin auton toimintamatka yhdellä latauksella on WLTP-mittauksen mukaisesti 512 kilometriä. Suomessa EV9 on aina nelivetoinen, ja 282 kW:n (384 hv) teho tarjoaa vaivattoman suorituskyvyn kaikissa tilanteissa.





Sisätilat tarjoavat monipuolisesti muunneltavaa tilaa.

Kia EV9:n pikalatausteho on 240 kW, minkä ansiosta 10-80 prosentin, eli yli 350 kilometrin toimintamatkan, lataus sujuu vain 24 minuutissa. Latauskyky myös viileämissä keleissä varmistetaan akuston esilämmityksellä, joka navigointiin liittyvän aktivoitumisen lisäksi mahdollista kytkeä päälle manuaalisesti. Muiden Kian tuoreiden sähköautojen tapaan EV9:n toimii isona virtalähteenä, ja autosta on mahdollista ottaa sähköä latausporttiin laitettavan adapterin kautta kaikkiin normaaleihin sähkölaitteisiin.

Myös monille suomalaisille tärkeä vetokyky erottaa EV9:n kilpailijoistaan: vetomassa on sähköautojen keskuudessa erittäin vaikuttava 2 500 kiloa. EV9:n voimalla siirtyy siis isompikin perävaunu.

HOUKUTTELEVAT HINNAT täydentävät kokonaisuuden, ja ne alkavat 81 781 eurosta. Autoetu alkaa 1 025 eurosta. Se on auton ominaisuudet huomioiden erittäin maltillisesti. Auton vakiovarustelu on Kialle tyyppillisesti erittäin kattava.

Kuljettajan edessä on 12,3-tuumainen digitaalinen mittaristo ja keskellä on toinen samankokoinen iso näyttö multimedia- ja navigointijärjestelmälle. Etuistuimet ovat sähköllä säätävät ja lämmityksen lisäksi kahden ensimmäisen rivin istuimet ovat varustettu myös ilmastoinnilla. Auton avaaminen ja käynnistäminen onnistuvat kätevästi puhelimeen linkitettävällä Smart Key -järjestelmällä. Lisäksi kattavat kuljettajaa avustavat järjestelmät huolehtivat turvallisesta etenemisestä.

EV9:n myynti alkaa GT-Line AWD 1st Edition -mallistolla, alkaen 86 708 eurosta. Autoetu kustantaa 1 095 euroa. Malliston lippulaivana toimivan 6-paikkaisen mukavuusistuinilla varustetun version hinnaksi muodostuu 87 405 euroa tai autoetuautoilijalle 1 105 euroa kuukaudessa.

Kia EV9 näyttäytyy ensimmäisen kerran Suomessa lokakuun lopulla. Ensimmäiset autot saapuvat jälleenmyyjille marraskuun puolivälissä, ja ensimmäiset asiakkaat saavat autonsa pian tämän jälkeen.



Tavaratilaa on kaikki istuimet käytössä 333 litraa, viiden matkustajan takana 828 ja kaksi taaimmaista istuinriviä kaadettuna peräti 2 993 litraa.



KIA EV9

Kaksi sähkömoottoria, neliveto

Yhteisteho 282,6 kW (384 hv)
Maksimivääntö 600 Nm (GT-Line 700 Nm)

Suorituskyky ja kulutus

0-100 km/h 6,0 s (GT-Line 5,3 s)
Huippunopeus 200 km/h
Yhd. kulutus 22,3 -22,8 kWh/100km (WLTP)
CO₂-päästöt 0 g/km

Litiumioni akusto

Kapasiteetti 99,8 kWh
AC-lataus 11 kW
DC-lataus 240 kW
Toimintamatka 505-512 km (WLTP)
Virran ulosotto latauspistokkeesta 3,6 kW

Mitat ja massat

Pituus 5010 mm (GT-Line 5015 mm)
Leveys 1980 mm
Korkeus 1755 mm (GT-Line 1780 mm)
Akseliväli 3100 mm
Maavara 177 mm
Tavaratila 333/838/2393 litraa
Omamassa 2426 kg
Kokonaismassa 3240 kg

Vetokyky

Jarruton 750 kg
Jarrullinen 2500 kg

Kia vetää uusia viivoja muotoilussaan. EV6 poikkesi selvästi kaikista edellisistä Kioista, ja EV9 alleviivaa käynnissä olevaa muutosta. Keskustelimme aiheesta ja muotoilusta yleensäkin Kian muotoilujohtajan Karim Habibin kanssa.



Voimaa vastakohtista

"TEHTÄVÄMME ON TARJOTA IHMISILLE TURVALLISIA, MUKAVIA JA NÄYTTÄVÄSTI MUOTOILTUJA AUTOJA, JOIHIN HEILLÄ ON VARAA."



Milanon design viikkojen yhteydessä Kia esitteli muotoiluaan hieman totutusta poiketen. Esillä ei ollut yhtään autoa. Sen sijaan Milanon keskustassa oli esillä kuusi taideinstallaatiota, joilla kuvattiin merkin muotoiluun liittyvää ydinsanomaa. Ne kaikki ovat Kian uuden opposites united -muotoilufilosofian alla. Suomennettuna teemana on siis se, että vastakohtat yhdistävät.

Englanniksi nuo kuusi ydinteemaa ovat Technology for Life, Bold for Nature, Joy for Reason, Power to Progress and Tension for Serenity. Vapaasti suomennettuna siis teknologia elämää varten, rohkea luonnon vuoksi, iloa järjen vuoksi, voimaa edistykseen ja jännitystä seesteisyyteen.

Pyysimme Kian muotoilujohtaja **Karim Habibia** avaamaan uutta muotoilufilosofiaa ja kertomaan yleensäkin muotoilun merkitystä Kialla tänä päivänä.

Nuo teemat olivat kai alunperin vain osa Kian muotoiluosaston sisäistä keskustelua, ajatuksen herättäjiä siihen, miltä pohjalta Kian muotoilua lähdetään kehittämään.

"Kyllä."

Ne kuulostavat hieman abstrakteilta, mutta se on varmasti haluttua. Tarkoituksena on varmaan herättää tunteita, joka puolestaan auttaa luovan prosessin viemisessä uuteen suuntaan?

"Juuuri näin. Kian brändiä halutaan viedä uuteen suuntaan, ja kaikki ovat myös valmiita uuteen. Siksi pystyimme luomaan kokonaan uuden lähestymisen muotoiluun. Se alkoi jo logon muutoksesta. EV9:n muotoilu ei esimerkiksi toimisi, jos sen keulalla olisi vanha logo. Samoin uusi logo ei toimi vanhempien mallien kanssa. Siksi teemamme Opposites united ei olisi myöskään toiminut, jos emme olisi jo tehneet ensimmäisiä isoja muutoksia. Olen ylpeä, mitä olemme

jo tehneet, mutta samalla olen hyvin tietoinen siitä että se on tarvinnut sitä, että niin monen asian on pitänyt muuttua."

Peter Schreyer aloitti Kian muotoilun viemisen uuteen suuntaan, kun hänet palkattiin muotoilujohtajaksi vuonna 2006. Miten haluat jatkaa tuota perintöä?

"EV9 on hyvä manifesti siitä, mihin olemme matkalla. Sen muotoilu poikkeaa selvästi Kian aiemmasta muotokielestä, mutta ideologia muotoilun takana on jatkumoa siitä muutoksesta, minkä Peter Schreyer aloitti tiiminsä kanssa. Emme olisi pystyneet tekemään EV9:n kaltaista autoa, ellei tuota isoa muutosta olisi aikoinaan tapahtunut. Autojen muotokieli elää ja muuttuu, mutta prosessi sen takana on vakiintunut."

Se varmasti auttaa, että muotoilua arvostetaan johdoportaassa. Näin ei varmasti ole aina ollut?

"Kian sisällä on tällä hetkellä niin iso usko ja sitoutuminen muotoilun voimaan, että saamme äänemme kuuluviin paremmin kuin ennen. Se tekee työstäni niin paljon helpompaa."

EV9 on kieltämättä erittäin tasapainoinen tuote. Sen olemus, muodot, mittasuhteet... kaikki toimii.

"EV9 on mittasuhteiltaan klassinen SUV, vaikka siinäkin on omat erikoispiirteensä. EV9:n maavara on esimerkiksi hieman pienempi kuin mitä SUVeissa normaalisti. Myös ikkunalinja poikkeaa totutusta. Tämä kaikki korostaa sen olevan omanlaisensa."

Näemmekö tulevaisuudessa pelkkiä erikokoisia katumaasureita?

"Uskon, että kaikki elämässä on isoa heiluriliikettä. Uskon siis, että tulemme näkemään myös katumaasureiden jälkeisen muoti-ilmiön. Ihmiset kyllästyvät niihin yksinkertaisesti jossain vaiheessa. Me teemme



Kia EV3 -konsepti antaa esimakua Kian tulevasta kompaktista katumaasturista. Samalla se esittelee myös Kian avarampaa muotoilufilosofiaa auton sisätiloissa.

tällä hetkellä useampia automalleja, joista osa päätyy tuotantoon ja osa varmasti ei. Kokeilemme niiden kohdalla erilaisia ratkaisuja. Esimerkiksi farmari on yhä hieno ja toimiva korimalli, mutta niiden suosio on ollut laskussa. Samoin iso tila-auto on hieno korimalli.”

Onko sinulla omaa suosikkia eri korimalleista?

”Coupé. Olen aika perinteinen autoista pitävä muotoilija, joka rakastaa italialaisia kaksiovisia autoja. Enkä puhu nyt pelkästään urheiluautoista, vaikka rakastankin alkuperäistä Lamborghini Countachia. Juuri klassiset italialaiset autot olivat se syy, mikä sai minut tälle alalle. Siksi toivon, ettei coupé korimallina kuole koskaan.”

Entä pienemmät autot?

”Kaikki riippuu kaupunkien sekä ihmisten elämäntapojen kehityksestä. Kyllä myös viime aikoina on tehty menestyksekkäitä ja trendikkäitä pienempiä autoja, Mini on esimerkiksi suhteellisen kallis ja pieni auto. Ihmiset ovat valmiita maksamaan enemmän pikkuautosta, mutta se on hyvin tärkeää, mitä he pysyvät tuolla autolla viestimään ympäristölleen. Autoilun historiassa pieni on yleensä tarkoittanut halpaa. Ja kyllä, mekin työskentelemme pienempien autojen kanssa, joissa ilmentyy Kian uusi tyyliisuunta.”

Entä autojen ilme? Pitääkö eri mallisarjoilla olla sama sukuilme vai saako tai pitääkö niillä olla myös selvä oma identiteettinsä? Ja pitääkö sähköautojen ilmeen erottua vielä polttomoottoriautoista?

”En ole sitä mieltä, että sähkö- ja polttomoottoriautoilla pitää olla erilainen luonne. Brändi itsessään on tärkeämpi. Siitä opposites united -filosofiassa on juuri kyse. Se luo raamit kaikelle tekemisellemme, mutta noiden raamien sisällä meillä on riittävästi vapautta tehdä hyvinkin erilaisia asioita. Juuri tällä hetkellä suurin tehtävämme on selvittää asiakkaillemme muotoilun avulla se, mitä Kia tänä päivänä edustaa. Se ei tarkoita välttämättä muotoilun rajaamista liikaa, mutta muotoilun on oltava johdonmukaista.”

Brändillä on autoalalla hieman häilyvä merkitys. Aikoinaan eri automerkit oli helpompi jakaa tiettyihin kategorioihin. Osa oli luksusmerkkejä, jotkut olivat urheiluautoja, joidenkin tehtävä oli vain kuljettaa ihmisiä paikasta toiseen ja olla niin edullisia kuin mahdollista. Tunteet ohjaavat nykyään ostopäätöksiä selvästi enemmän kuin ennen, eikö?

”Juuri tästä opposites united -muotoilufilosofiassa on kyse. Emme halua määritellä itseämme sanalla premium. Emme ole luksustuote. Tehtävämme on tarjota ihmisille turvallisia, mukavia ja näyttävästi muotoiltuja autoja, joihin heillä on varaa. Haluamme kuitenkin olla innostavia. Haluamme, että ihmiset ostavat Kian, koska brändi merkitsee heille jotain, että arvomaailmamme ovat samanlaiset. Jos emme merkitse Kian ostajille mitään, silloin emme ole brändi.”

Mistä muotoiluprosessi alkaa Kialla?

”Kaikki alkaa ensimmäisestä briefauksesta, missä tehdään selväksi, minkä tyylinen auton pitää luonteeltaan olla. Meillä on kohderyhmä ja asiakasprofiili, kenelle auton pitää sopia. Muotoilun tehtävä on suunnitella oikeanlainen tuote noille fiktiivisille ihmisille. Samalla opposites unitedin rinnalle syntyy uusia termejä, jotka selvittävät ja tarkentavat sitä, mihin suuntaan muotoilua pitää viedä. Seuraavaksi eri muotoilustudioillemme annetaan tehtäväksi ensimmäisten hahmotelmien luominen sekä auton ulkomuodoista että myös sen sisutasta.

Kummalla on enemmän vapauksia olla luova, ulkopintojen vai ohjaamon muotoilijoilla?

”Tänä päivänä varmaan ohjaamon muotoilijalla, sillä juuri sisätiloissa tapahtuu niin paljon. Sähköautojen pohjalevyratkaisut antavat meille enemmän mahdollisuuksia kuin perinteiset voimalinjat. Samoin uudet tekniset ratkaisut luovat uusia mahdollisuuksia. Ilmastointilaitte voi esimerkiksi olla nykyään puoli konepellin alla, mikä luo kojelaudan muotoiluun kokonaan uusia mahdollisuuksia. Samoin se muuttaa suunnittelua todella paljon, ettei autossa täydy olla



Kia EV4 -konsepti on korimalliltaan mielenkiintoinen viistoperäinen sedan, jossa Kian kantikas muotoilu yhdistyy pyöreämpiin linjoihin.

enää isoa ja massiivista keskikonsolia. Tämä mahdollistaa luoda ohjaamoihin aivan uudenlaista avaruuden tunnetta.”

Monelle ulkokuori on tavallaan kuin julkilausuma, arvoiltaan hieman kova - kuin patsas. Ohjaamo on puolestaan pehmeä, tila, jossa ihmisten pitää olla ja elää. Syntykö ulkomuoto ensin, ja ohjaamo suunnitellaan vastaamaan sitä?

”Olemme tehneet projekteja, joissa auton pitää olla maskuliininen, vankan ja kestävä oloinen. Työstämme tällä hetkellä pick-upia, mikä on minulle hieno tilaisuus, koska en ole koskaan aikaisemmin tehnyt sellaista. Mutta pitääkö sen ohjaamon olla myös maskuliininen, vankka ja kestävä? Tietynlaisille asiakkaille varmasti kyllä, mutta minusta olisi mielenkiintoisempaa tehdä karuun ulkokuoren sisälle täysin erilainen ja ylellinen ohjaamo. Juuri tällaisten vastakohtien yhdistäminen olisi mielenkiintoista.”

Kerro vielä EV9:n erikoispiirteestä eli keulasta, jossa valot on integroitu poikkeuksellisella tavalla maskiin.

”Me voimme tehdä asioita eri tavalla, ja me myös haluamme tehdä asioita eri tavalla. Olen todella ylpeä EV9:n maskista, miten onnistuimme ratkaisemaan sen. Prosessi ei ollut helppo. Sen aikana ei ollut edes vielä täysin varmaa, saamme vietyä kaiken haluamamme piirteet tuotantoon asti. Teimme paljon töitä alihankkijoidemme kanssa ratkaisujen löytämiseksi. Maski on läpinäkyvää polypropeenaa, joka on maalattu sisäpuolelta. Se oli ainoa mahdollisuus, jotta saimme kaiken toimimaan, ja jotta väri täsmäsi auton muun värin kanssa. Se oli iso haaste. Polypropeenilla on tapana kellastua ajan kanssa, mutta me löysimme ratkaisut kaikkiin haasteisiin.”

Entä käytössä olevat työkalut? Tänä päivänä autoja voidaan valmistaa tavalla, mikä ei jokunen vuosi sitten olisi tullut kuuloonkaan.

”Yksi tärkeä teema tällä hetkellä on ympäristöystävällisyys ja kestävä kehitys. Tutkimme tällä hetkellä

esimerkiksi muovia, jossa maali olisi jo valmiiksi sen sisällä. Prosessi on jo käytössä esimerkiksi liukuestelevyissä, joita käytetään auton pohjan suojana. Osa on hopeinen ja muistuttaa hieman lasista pintaa. Toivon hartaasti että pystyisimme tekemään koko auton ulkopinnan vastaavalla tavalla ennen kuin jään eläkkeelle. Jos pystymme eliminoimaan kokonaan auton maalaukseen liittyvän työvaiheen, sillä olisi iso merkitys autojen ympäristöystävällisyydelle. Kuvittele kokonaista autotehdasta ilman maalamaa. Se muuttaisi koko autojen valmistuksen prosessia merkittävästi. Erilaisen muovikomposiittien käytössä on vielä paljon potentiaalia autoteollisuudessa.

Voin kuvitella, että tämä on haastavaa mutta samalla myös palkitsevaa aikaa olla töissä Kialla. Menossa on prosessi, jossa Kian pitää tavallaan löytää itsensä uudestaan automerkkinä.

”Juuri näin. Tämä on äärettömän mielenkiintoista aikaa. Ja myös todella palkitsevaa. Yritän nauttia tästä kaikesta niin kauan kuin se kestää.”

Karim Antoine Habib

Syntynyt 17.3.1970 Beirutissa, Kanadan kansalainen. Opiskeli ensin konetekniikkaa McGillin yliopistossa Kanadassa ja myöhemmin automuotoilua Art Center Collegessa Kaliforniassa

Ura muotoilijana

1998-2009 BMW:llä, ensimmäinen työ 5-sarjan (E60) sisusta, teki myös CS-konseptin, ja sen muotokieltä omaksuneen uuden 7-sarjan (F01), muotoili myös ensimmäisen X6:n

2009-2011 Mercedesellä, jossa hän muotoili mm. F800-konseptin

2011-2017 uudestaan BMW:llä, mm. 7-sarja (G11)

2017-2019 Infinitiä, Q Inspiration -konsepti

2019- Kian muotoilujohtaja

Tämä artikkeli on julkaistu ensi kertaa kokonaisuudessaan Moottori-lehden numerossa 6/2023



Ainutlaatuinen autoesittely

Kia hyödyntää **virtuaalitodellisuutta** autojensa suunnittelussa. Kokeilimme, miltä autoesittely tuntuu virtuaalisessa maailmassa.

Maailma muuttuu jatkuvasti digitaalisemmaksi, ja myös autojen suunnittelu kehittyy. Esimerkiksi perinteiset vahamallit ovat saaneet tehdä tilaa Kian suunnitteluosastolla virtuaalilaseille. Uutta teknologiaa hyödyntämällä auton suunnitteluprosessissa pystytään säästämään yhä tärkeämmäksi muuttuvaa aikaa. Uutta automallia varten ei tarvitse enää matkustaa ulkomaille, kun sama pystytään hoitamaan nykypäivänä tunnissa virtuaalilaseilla.

Kia on tehnyt yhteistyötä suomalaisen kasvuyritys **Varjon** kanssa jo vuodesta 2019 alkaen. Varjo on markkinoiden edistyksellisimpien virtuaalilasien valmistaja, ja sen tuotteita käytetään muun muassa auto-, ilmailu- ja avaruusteollisuuden yritysten keskuudessa. Varjon lasien ainutlaatuisuus perustuu ihmisen silmien resoluution tarkkuuteen sekä kehittyneeseen silmien seurantaan.

KIAN VUODEN TÄRKEIN UUTUUS on tuore lippulaivamalli Kia EV9. Uutuusmallin ensimmäiset kuvat julkaistiin maaliskuussa ja auto on ollut tilattavissa elokuun puolivälistä hintojen julkaisusta lähtien. Ennen ensimmäisten autojen saapumista maahan Kian maahantuojana toimiva astara Finland halusi tarjota sidosryhmille ainutlaatuisen mahdollisuuden päästä tutustumaan autoon virtuaalisesti.

Elämys alkaa alansa huippua edustavien virtuaalilasien sovittamisella päähän. Perinteisten suljettujen

VR- (Virtual Reality) lasien sijaan Varjo XR-3 -lasien ulkopinnassa olevat kamerat välittävät käyttäjällä kuvaa oikeasta ympäristöstä ja 3D-malli tuodaan osaksi ympäröivää todellisuutta. Periaatteessa kyseessä on siis VR:n ja AR:n (Augmented Reality) yhdistelmä, ja nyt voidaankin käyttää termiä MR (Mixed Reality). Näin fyysisesti oikean kokoinen EV9 ilmestyy kokoushuoneeseen Kia EV6:n ja Kia Niro EV:n eteen.

Lasien tarjoaman resoluution ansiosta niiden olemisen päässä unohtuu lähes välittömästi ja käyttäjä voi sukeltaa tarkastelemaan Kia EV9:n pienimpiäkin yksityiskohtia. Ulkopinta heijastaa huoneen valoja, auton ikkunoista voi kurkistaa sisään ja käsi hakeutuu hapuilemaan todelliselta tuntuvaa pintaa.

Elämys ei rajoitu pelkästään auton ulkokuoreen. Esittelytilaan on tuotu oikean auton istuin, joka on sijoitettu 3D-mallin kuljettajan istuimen paikalle. Istuimelle nousemisen jälkeen lasien käyttäjä näkee edessään EV9:n ohjaamon. Ja jälleen pienintä yksityiskohtaa myöten. Elämys tuntuu niin todelliselta, että käsi hakeutuu automaattisesti kohti ohjauspyörää ja keskikonsolin painikkeita. Vain vaste puuttuu.

Kian suunnitteluosaston ja Varjon teknologian avulla auton esittely on mahdollista nostaa täysin uudelle tasolle ilman fyysistä autoa. Koko automallisto on haluttaessa mahdollista tuoda näytille yhden auton tarvitsemaan tilaan.

Myös autoliikkeissä tarjotaan varmasti jonain päivänä tällainen mahdollisuus asiakkaille.



Luonnollisesti

Kian nykyisessä suunnittelufilosofiassa haetaan paljon inspiraatiota luonnosta. Tämän vuoksi on loogista myös kiinnittää huomiota **luonnon hyvinvointiin** omassa toiminnassa.



Luonto on aina ollut valtava voimavara ihmiskunnalle. Se on tarjonnut inspiraatiota ja resursseja vuosituhansien ajan. Luonto on mahdollistanut yhteiskunnan kehittämisen nykyiseen muotoonsa, mutta samalla ihminen on omalla toiminnallaan vahingoittanut tätä ainutlaatuisia inspiraation lähdettä. Nyt on korkea aika toimia yhdessä, jotta myös tulevat sukupolvet voivat nauttia yhtä monipuolisesti ympäristöstä kuin mitä mekin olemme saaneet nauttia.

KIA TEKEE YHTEISTYÖTÄ voittoa tavoittelemattoman The Ocean Cleanup -organisaation kanssa. Muovit aiheuttavat tällä hetkellä yhden suurimmista uhista merille ja niissä eläville lajeille, ja The Ocean Cleanup tekee tärkeää työtä merien paremman tulevaisuuden puolesta. Organisaatio kehittää skaalattavia tekniikoita, joilla pyritään estämään maailman isoilta jokialueilta muovien kulkeutumista meriin. Lisäksi organisaatio kehittää laitteistoja muovin kerää-



Ympäristöystävällisyys syntyy Kian kohdalla monesta kerroksesta: kierrätys- ja luonnon omien materiaalien hyötykäytöstä aina ympäristöystävällisiin valmistusprosesseihin.

miseen meristä. Tänä kesänä he raportoivat ennätysellisestä 55 tonnin muovisaaliista, joka päättyi nyt kierrätykseen.

IHMINEN ON HALUNNUT aina liikkua. Kia haluaa tulevaisuudessakin tarjota ihmisille monipuolisia ratkaisuja liikkumiseen, mutta nykyistä paremmin ympäristö ja kestävä kehitys huomioiden.

Kia on sitoutunut strategiassaan olemaan globaalisti hiilineutraali vuoteen 2045 mennessä, mutta esimerkiksi Euroopassa autojen tuotannossa käytettävä energia on uusiutuvaa vuoteen 2030 mennessä. Euroopassa myytävä mallivalikoima tulee koostumaan pelkästään täyssähköautoista vuoteen 2035 mennessä. Tahti kiihtyy merkittävästi jo lähivuosina, sillä 2027 Kian mallistoon kuuluu globaalisti 15 täysin sähköistä mallia.

Kian tuotekehityksessä vastuullisuus on korostunut jo vuosien ajan, minkä ansiosta jo tämän päivän mallistossa nähdään monia vastuullisia materiaaliratkaisuja. Kia on korvannut esimerkiksi istuinten verhoiluissa yleisesti käytetyn eläinperäisen nahan ensimmäisen kerran vuonna 2021 EV6:ssa biopohjaisella vegaanisella nahalla.

EV9:n myötä ohjaamoon saadaan huomattava määrä lisää kierrätettyjä materiaaleja. Esimerkiksi lattiapinnassa on hyödynnetty meristä kerättyjä ja kierrätettyjä kalastusverkkoja, kojelautoissa ja pilarien verhoiluissa on sokeriruo'osta jalostettua biomuovia, saumojen tikkauksessa käytetty lanka on valmistettu kierrätetyistä muovipulloista, ja sisätilojen maalatut pinnat ovat vapaita vaarallisista BTX-yhdisteistä.

ISOT TAVOITTEET vaativat myös konkreettisia toimia. Ympäristön rasituksen kannalta kierrätyksen tehostaminen sekä kierrätettyjen materiaalin uusio-ikäyttö tarjoaa paljon mahdollisuuksia.

Yksi säännöllisesti esille nouseva aihealue on sähköautojen akut. Aiheeseen liittyen Kia aloitti vuonna 2022 yhteistyön Saksassa encore | DB -nimisen yrityksen kanssa.

Yhteistyössä Kian autoista poistetut akut puretaan kennotasolle ja toimivat kennot saavat uuden käyttötarkoituksen uusiutuvan energian välivarastona. Liian huonokuntoiset, tai vaurioituneet kennot etenevät kierrätykseen, josta ne päätyvät uusien akkujen raaka-aineeksi. Molemmat ratkaisut vähentävät merkittävästi neitseellisten raaka-aineiden tarvetta.

2nd life solution for EV batteries by Kia and encore | DB

Electric vehicles are expected to make up over 70 % of all new car sales by 2030, making the European market one of the leading regions for electric cars. Kia Europe is already taking steps to put the ever-increasing volumes of used batteries to sustainable use. In a partnership with encore | DB, a Deutsche Bahn venture, the focus is on reusing suitable EV battery modules for a second life. encore | DB is repurposing batteries provided by Kia from its European markets to produce modular second-life battery energy storage systems. These can play a cost-effective role in a variety of carbon-neutral applications – such as increasing renewable energy penetration or uninterruptible power supply.

KIAN AUTOISTA POISTETUT AKUT
PURETAAN KENNOTASOLLE JA TOIMIVAT
KENNOT SAAVAT UUDEN ELÄMÄN
UUSIUTUVAN ENERGIAN VÄLIVARASTONA.





Performanssi

Behm on nimi, joka on noussut muutamassa vuodessa lähes kaikkien huulille. Hänen Teatraaliset vivahteet -konserttikiertueensa keväällä tuki hyvin nuoren naisen musiikkia ja tyyliä. Kävimme kurkkaamassa kulissein.



Behmin tukena kiertueella on useampi tekniikko: Joel Sirola hoitaa valaistuksen, Miika Köykkä ja Anni-Sofia Annala vastaavat äänestä. Anni on myös kiertueen manageri.



Espoon kulttuurikeskus, Tapiola, maaliskuu. Kello on 15 iltapäivällä. Behmin konsertti alkaa neljän tunnin kuluttua. Nelihenkkinen keikkatiimi purkaa tavaraita kuorma-autosta. Apuna toimii myös kulttuurikeskuksen näyttämöestari **Jysky Kähkönen**.

Esikoisalbumillaan Draaman kaari vuonna 2020 koko Suomen tietoisuuteen noussut nuori artisti on ensimmäisellä konserttikiertueellaan. Teatraaliset vivahteet nimeä kantavalla kiertueella hänelle antaa taustatukea live-keikkoihin erikoistunut Hög Light & Sound Oy. Kiertueenanagerina toimii **Anni-Sofia Annala**, koulutukseltaan ääniteknikko.

Yhteishengessä kaikki tekevät konserttipuitteiden rakennuksen aikaan vähän kaikkea. Tällä kertaa kiire on Annin mukaan vielä hieman tavallista kovempi.

”Espoon kaupunginorkesterin harjoitukset päättyivät juuri, meille jäi vähemmän aikaa kuin normaalisti.”

Tyhjä lava täyttyy nopeasti paristakymmenestä roudauslaatikosta. Niistä puretaan satoja metrejä kaapeleita, valo- ja äänipöydät, kaiuttimia, valaisimia, mikrofoneja, iso taustaverho, muutama soitin, tiimin sisäiseen kommunikointiin tarvittavat radiopuhelimet... lisäksi päälle tulevat vielä keikasta vastaavien teknikoiden omat läppärit, pädit ja muut tarvikkeet. Kaiken on löydettävä paikkansa parissa tunnissa,

yleisö pääsee sisään saliin jo reilun kolmen ja puolen tunnin kuluttua.

Iso hopeinen verho viritetään nopeasti näyttämön taakse. Lavastus on yksinkertainen, mutta valoilla saadaan luotua verhon kuvioidulle pinnalle teatterimainen tunnelma. Tunnelma tekee lavasta kiertueen nimen mukaisen esityspaikan. Hämyisessä valossa on myös jotain hyvin intiimiä, ja osassa kappaleista punaiset valot luovat kabareen tyyllisiä vivahteita.

Itse valopöytä sijaitsee lavan toisella reunalla. Sen takana valoteknikko **Joel Sirola** säätelee valoja kohdalleen. Hän on myös suunnitellut valaistuksen.

Rutiini ja kokemus näkyy. Kyseessä on 12 konserttia kestävä kiertue kahdeksas keikka.

Annilla on oma äänipöytä lavan reunalla, ja toinen äänipöytä sijaitsee salissa yleisön keskellä. Espoon kulttuurikeskuksen Tapiola-sali on tunnettu haastavasta akustiikaltaan. Ääniteknikko **Miika Köykan** pää kääntyy kuin pöllö, kun hän kuuntelee kaiuttimista kumpuavan Behmin kaikuja salissa.

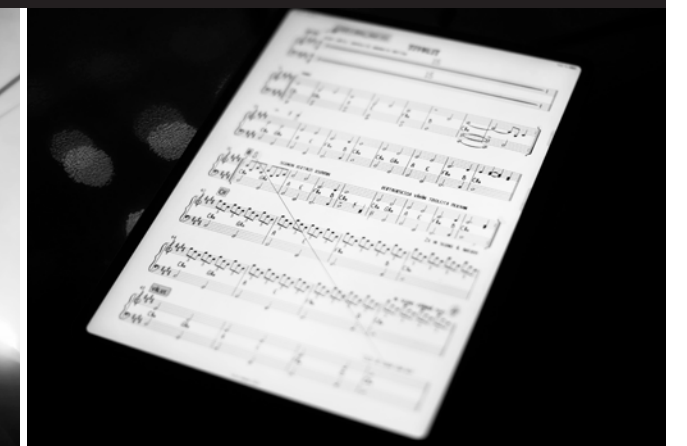
MUUSIKOISTA ENSIMMÄISENÄ paikalle saapuu säveltäjä ja pianisti, Vain elämää -sarjan kapelimestari, **Leri Leskinen**. **Rita Behm** saapuu paikalle puoli viiden jälkeen. Tiimi on saanut rakennettua kaiken lähes valmiiksi. Rita on kuin kuski, joka hyppää kuskin pai-



SOUNDHECK KESTÄÄ VAIN REILU PUOLI TUNTIA.
KAIKKI NOPEUTUU KOKEMUKSEN MYÖTÄ.



Konsertti on ovela sekoitus akustista musiikkia ja valmiita taustoja. Piano ja jouset ovat Behmin musiikin selkäranka. Pianon lisäksi Leri Leskinen soittaa myös haitaria.



kalle ja ajaa. Mutta ennen kuin autolla pääsee liikenteeseen, kaiken takana on iso määrä näkymätöntä työtä. Ja se on se juuri se näkymätön työ, joka takaa, että kaikki toimii ja pelaa. Me kaikki tarvitsemme sitä.

Mutta ei Ritakaan saavu paikalle tyhjin käsin. Valmistautumiseen on jo tässä vaiheessa kulunut useampi tunti. Kampaas, meikki... kaikki on tyylitelty viimeisen päälle. Äänestäkin on pidetty huolta.

Seuraavaksi koko tiimi syö yhdessä alakerran taukokuoneessa. Myös muut muusikot - jousikvartetti Triosis+ eli viulunsoittajasisarusukset **liris ja Klaara Pyrhönen**, Vilma Pyrhöstä tuuraava kolmas viulisti **Anette Grevberg** sekä sellisti **Elina Susiluoto** ovat saapuneet kulttuurikeskukseen.

Ruokailun jälkeen kaikki suuntaavat takaisin lavalle. Edessä on valmistautumisen kruunaava soundcheck. Se alkaa samoin kuin konsertti, Tivolit-kappaleella. Maallikon korvaan kaikki kuulostaa hyvältä, mutta kaikilla riittää alkuun pientä huomautettavaa. Teknikot taustalla hienosäätävät tekniikkaa kohdalleen.

HUUMORI LENTÄÄ LAVALLA - hurtistikin. Yhdessä kappaleessa Leri soittaa haitaria. Ja aina kun soittimena on hanuri, tästä väännetään tietysti vitsiä. Onneksi hanurimiestä naurattaa eniten. Tunnelma on rento. Kotoinen. Pieni porukka on hitsautunut yhteen.

Soundcheck kestää kaikkine säätöineen vain reilu puoli tuntia. Annin mukaan kaikki nopeutuu kokemuksen myötä.

”Ensimmäisillä keikoilla teimme soundcheckin koko soittolistasta, nyt enää muutamista kappaleista.”

Souncheckin aikana testataan myös valot sekä savutehosteet - tai pikemminkin sumutehostus. Savukoneessa sähköllä kuumenevan putken läpi pumppattava neste koostuu lähinnä vedestä ja propyleeni- tai trietyleeniglykolista. Tuotettavan höyryn määrää joudutaan vähän rajoittamaan, jotteivat Tapiolasalin hälyttimet ala huutaa.

Soundcheckin jälkeen kaikki tekevät vielä viimeiset omat tarkastuksensa, että kaikki varmasti toimii. Rita sekä muusikot lähtevät pukeutumaan.

KELLO 18:40 NÄYTTÄMÖMESTARI Jysky ilmoittaa aulaan radiopuhelimen välityksellä: ”kaikki on valmiina, ovet voi avata yleisölle”.

Konsertti on loppuunmyyty. Yleisö valuu paikoilleen. Jotkut käyvät ottamassa pakolliset selfiet lavan edessä. Tätä hetkeä moni on odottanut jo kauan.

Vähän jälkeen seitsemän valot pimenevät. Yleisön puheensorina vaimenee. Jännitys väreilee ilmassa. Salissa on niin hiljaista, että voisi kuulla nuppineulan putoavan.



PIANO JA JOUSET KOROSTAVAT UPEASTI
BEHMIN MUSIIKIN MELODIOITA



Viulut ja sello avaavat konsertin. Tunnelma on hauras, hieman melankolinen. Rita liittyy mukaan kappaleeseen. Konsertti on tunnelmaltaan jännä sekoitus akustista konserttia ja valmiita taustoja. Konsertin tyyli myös korostaa upeasti Behmin musiikin melodioita. Rita itse puhuu performanssista.

”Halusin rakentaa erityisen konseptin, jossa nämä kauniit instrumentit ovat suuressa roolissa ja herättävät sävellykset aivan uudella tavalla eloon. Piano ja jouset ovat laulujeni selkäranka.”

Rita juttelee yleisön kanssa ja palkitsee yleisön muutamalla julkaisemattomalla kappaleella nyt syksyllä ilmestyneeltä toiselta albumilta. Rita istuu myös itse hetkeksi pianon taakse. Behm otti nuorena pianotunteja, mutta koska hän ei oppinut nuotteja, oppitunnit jäivät muutamaaan. Hän soittaa korvakuulolta. Hän ei ole myöskään opiskellut musiikkia missään instituutiossa eli hän on muusikkona itseoppinut.

KONSERTIN JÄLKEEN Rita tapaa lavan takana ystäviään sekä kulttuurikeskuksen aulassa fanejaan nimi-kirjoituksia jakaen. Lopulta vähän yhdeksän jälkeen Rita hyppää Kia Niroonsa. Kotimatka. Autossa hän ei käy enää konserttia läpi. ”Konsertin jälkeen olo on usein aika tyhjä. Voisin käydä heti nukkumaan.”

Behm julkaisi syksyllä toisen studioalbuminsa, ja on tällä hetkellä toisella kiertueellaan.





Behm ajaa keikoilleen Kia Nirolla. Rafael Nadalille luovutettiin lokakuussa uusi Kia EV9.



Yhteistyön voimaa

Suuria tavoitteita ei saavuteta yksin. Hyvä ja pitkäkestoinen yhteistyö luo lisäarvoa molemmille osapuolille.

Nopeasti muuttuvassa nyky-yhteiskunnassa yli 20 vuotta on erittäin pitkä aika. Ja erityisen pitkä tuo aika on varsinkin kahden organisaation välisestä yhteistyöstä puhuttaessa.

Kia ja yksi maailman tunnetuimmista tennisturnauksista, Australian Open, ovat olleet kumppaneita vuodesta 2002 lähtien, ja kumppanuuden perustana on ollut alusta alkaen jaetut arvot esimerkiksi innovatiivisuuden ja vastuullisuuden osalta. Omaa kieltään

molempien osapuolin sitoutumista kertoo, että Kia on turnauksen pitkäaikaisin pääyhteistyökumppani.

Lähes yhtä pitkään Kia on tehnyt yhteistyötä yhden maailman menestyneimmän tennistähden, **Rafael Nadalin** kanssa. Kia aloitti yhteistyön 19-vuotiaan nuorukaisen kanssa vuonna 2004. Molempia on aina inspiroinut liike ja jatkuva kehittyminen, mikä on motivoinut osapuolia jatkamaan yhteistyötään.

Inspiroivaa liikettä ja jatkuvaa muutosta tarjoaa myös meri. Meriin liittyvän edellisillä sivuilla avatun



Sasu Salin ja Minea Blomqvist-Kakko liikkuvat Behmin tapaan Kialla.

Surffilautoja valmistavan Polyolan perustajat haluavat tehdä rakkaaseen lajiinsa liittyvän laudan tuotannosta kestävämpää tulevaisuuden turvaamiseksi. Lainojen eviä valmistava Sieve haluaa saada ihmiset ymmärtämään, ettei kierrätysmateriaaleista valmistettujen tuotteiden kanssa tarvitse tinkiä ominaisuuksista.

vastuullisuustyön lisäksi Kia tekee yhteistyötä nipun uudella tavalla vesiurheiluun ja vesistöjen kuntoon suhtautuvien tahojen kanssa.

Board Culture -nimellä kulkevassa projektissa korostetaan yhteistyön voimaa ja niinpä Kia on tuonut yhteen neljä samat arvot jakavaa kasvuyritystä. Kaikkia neljää yhdistää halu rakentaa yhdessä parempaa tulevaisuutta, mutta myös nauttia liikkumisesta ja hakea inspiraatiota luonnosta ja sen jatkuvasta muutoksesta.

MYÖS SUOMESSA Kia on rakentanut kumppanuu-
det valikoidusti merkin kanssa samat arvot jakavien tahojen kanssa.

Kuluneen kesän aikana kansa seurasi tarkasti Susi-jengin edesottamuksia, ja Kian sosiaalisen median ti-
lejä seuraavat ovat varmasti nähneet Kian ja Susi-

jengin kapteeni **Sasu Salinin** yhteistyöstä. Ulkomailla pelikauden asuva Salin nauttii kesäisin Suomen va-
lostta, mökkireissusta sekä mökille ja treeneihin hänet turvallisesti ja ekologisesti kuljettajasta Kiasta.

Sloganinsa mukaisesti Kia haluaa inspiroida ihmisi-
ä liikkumaan. Ja niin haluaa tehdä myös yksi Suo-
men menestyneimmistä naisgolfareista golfkoulunsa uuden MoveGolf-konseptin kautta. Aina aurinkoinen **Minea Blomqvist-Kakko** haluaa kannustaa nuoria kokeilemaan monipuolisesti erilaisia lajeja, jotta jokai-
nen löytäisi onnistumisen tunteita tarjoavan lajin.

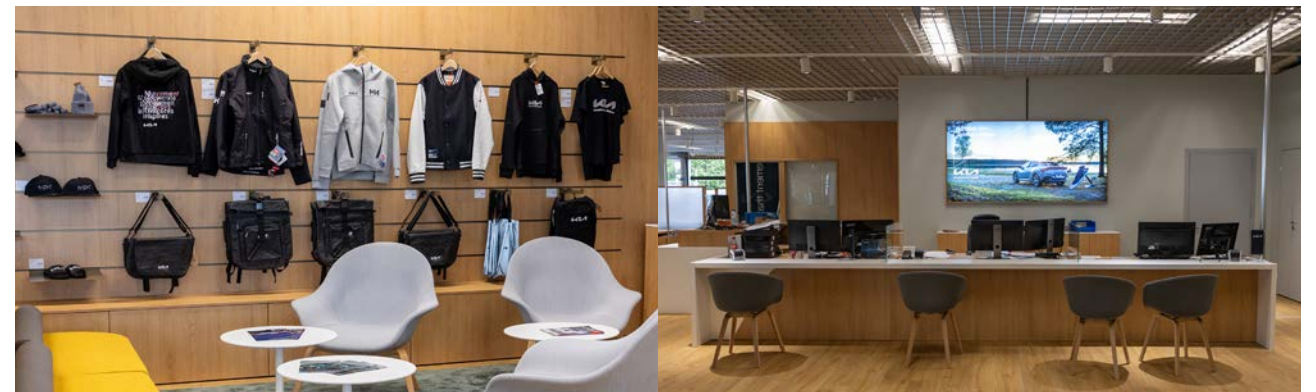
Kolmas merkittävä kotimaan kumppanuus on hil-
jattain uuden albuminsa julkaissut artisti **Behm**. Itse omat kappaleensa kirjoittavalle nuorelle tähtiartistille auto on välttämätön työkalu. Kilometrejä kertyy pal-
jon, minkä vuoksi auton pitää tarjota turvallisuuden ja taloudellisuuden lisäksi mukavan paikan rentoutua.





Uudella ilmeellä

Kia julkaisi uuden logon alkuvuodesta 2021. Siitä lähti käyntiin massiivinen **brändin uudistuminen**, joka näkyy nyt myös Kian jälleenmyyntipisteissä.



Uudistus ulottuu myös autojen ulkopuolelle. Kia Collection -valikoimasta löytyy esimerkiksi laadukkaita paitoja, takkeja, ja reppuja.

Mielikuva brändistä muodostuu monista asioista. Automerkkien kohdalla logolla on iso merkitys, koska se näkyy luonnollisesti niin tuotteissa, jälleenmyyntipisteissä kuin myös mainonnassa. Alkuvuodesta 2021 esitelty Kian uusi logo on herättänyt paljon huomiota, ja samalla aloitettiin myös suurempi brändin uudistaminen sloganista lähtien.

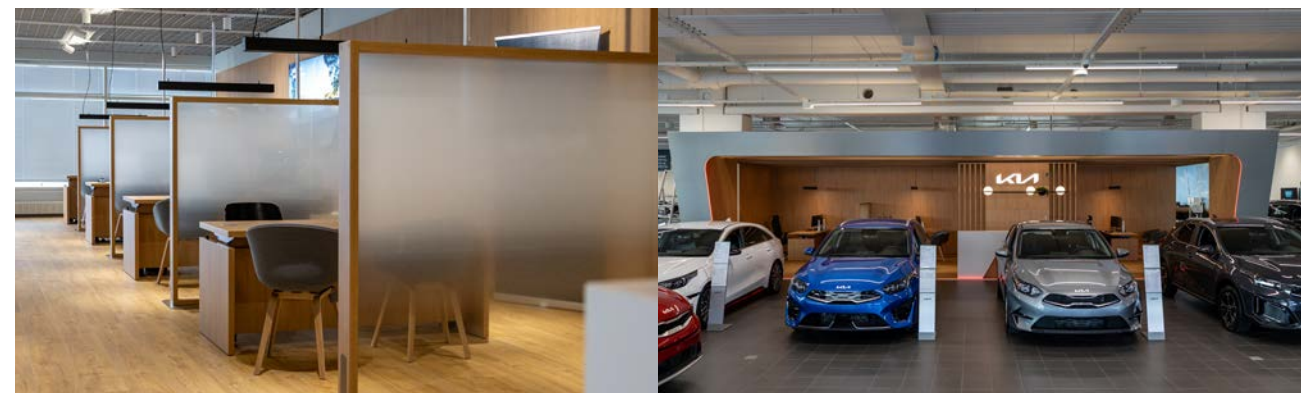
Toistaiseksi uudistunut ilme on näkynyt asiakkaille pääasiassa mainosten ja uusien automallien välityksellä. Seuraavana iso konkreettinen muutos on kattavan jälleenmyynti- ja huoltoverkoston ilmeen uudistus, mikä on saatu Suomessakin jo hyvään vauhtiin.

Kian jälleenmyyntipisteisiin ei lähdetty vaihtamaan pelkästään logoja, vaan uudistus ulottuu kokonaisvaltaisesti liikkeen yleisilmeeseen. Uudistuneeseen

liikkeeseen saapuessaan asiakasta on vastassa modernin malliston lisäksi rauhallinen ja luonnosta inspiraationsa ottanut värimaailma, joka integroituu tyylikkäästi puupintoihin.

Myös valtuutettuun huoltoon autojaan tuovien asiakkaiden viihtyvyyteen on panostettu. Autoaan huollosta odottaessa voi istahtaa mukaville sohvaryhmille, tai tutustua esimerkiksi Kia Collectionin tyylikkääseen tuotevalikoimaan.

astara Finlandin Suomeen maahantuoman Kian verkostoon kuuluu yli 40 valtuutettua myynti- ja huoltopistettä. Kaikki pisteet tulevat noudattamaan uudistunutta ilmettä vuoden 2024 loppuun mennessä. Lähimmät valtuutetut Kia-jälleenmyynti- ja huoltopisteet löydät kätevästi osoitteesta <https://www.kia.com/fi/etsi-jalleenmyyjas>.



Myyntihenkilökunnalle ja asiakkaille tarjotaan omaa rauhaa myyjien työpisteiden välistä löytyvillä maitolasiseinillä.

