

Weltpremiere des Kia Cadenza

- **Sportlich-luxuriöse Limousine ist für Kia „großer Schritt in die Zukunft“**
- **V6-Benziner mit 290 PS und Sechsstufen-Automatik**
- **Moderne Hightech-Elemente von „Begrüßungsfunktion“ und Mood-Beleuchtung bis zu Starterknopf und Rückfahrkamera**
- **Einführung des neuen Topmodells in Europa zurzeit nicht vorgesehen**

Frankfurt, 24. November 2009 – Kia Motors hat heute in Korea die sportlich-luxuriöse Limousine Cadenza enthüllt (auf dem koreanischen Markt „K7“ genannt). Der Weltöffentlichkeit wird das völlig neu entwickelte Topmodell erstmals am 12. Dezember 2009 auf der Riyadh Motor Show in der saudi-arabischen Hauptstadt Riad gezeigt. Wenige Tage später wird die neue Kia-Limousine auch auf der Dubai Motor Show präsentiert (ab 15.12. 2009).

Der Name Cadenza ist von einem italienischen Begriff aus der Musik abgeleitet. Er bezeichnet eine virtuose, kunstvolle Einlage des Solisten in einer Arie oder einem Instrumentalkonzert. Dieser Name symbolisiert die dynamische Designsprache und das gehobene Image der neuen Kia-Limousine. Der 4,97 Meter lange Cadenza löst als neues Kia-Flaggschiff den zehn Jahre alten Opirus ab und wird die Positionierung der Marke in der Klasse der großen Limousinen grundlegend verändern.

„Der völlig neu konzipierte Cadenza wird die Ausstrahlung von Kia vergrößern“, sagt Hyoung-Keun Lee, Präsident der Kia Motors Corporation. „Mit seiner beeindruckenden Erscheinung, der hohen Leistungsfähigkeit und dem luxuriösen Interieur bietet er starke Kaufanreize und wird Tausende neuer Kunden zu unserer Marke führen.“

Ein auf große Limousinen spezialisiertes Designteam in Korea hat unter der Leitung von Kia-Designchef Peter Schreyer jeden einzelnen Aspekt des Kia-Topmodells neu definiert. Die Ziele waren eine sportlich-elegante Optik, hohe Agilität und Fahrodynamik, Komfort und Verarbeitung auf herausragendem Niveau sowie die Einbeziehung neuester Hightech-Elemente.

Ein „großer Schritt in die Zukunft“ für das anspruchsvolle Kia-Design

Das Team stellte sich die Aufgabe, ein herausragendes, modernes Design zu entwickeln, das auf der neuen Designsprache der Marke basiert und sich deutlich von der Optik möglicher Wettbewerber absetzt. Im April 2009 präsentierte Kia auf der Seoul Motor Show die Studie „KND-5 Vision VG“, die schon deutlich machte, dass mit der kommenden Limousine ein grundlegend neuer Weg beschritten wird.

„Unsere neue Limousine wirkt maskulin und luxuriös“, erläutert Peter Schreyer. „Die Menschen erkennen heute einen Kia auf den ersten Blick. Ausgewogene Proportionen, fließende Linien und die dynamische Fenstergrafik verleihen diesem Fahrzeug einen souveränen Auftritt und eine würdevolle, elegante Persönlichkeit. Die charakteristische Front mit dem ‚Tigernase‘- oder Trapez-Kühlergrill und markanten Scheinwerfern sind Ausdruck des neuen Selbstbewusstseins unserer Marke. Der Cadenza ist ein großer Schritt in die Zukunft – ein weiterer Quantensprung für Kia.“

Die Dreiteilung der klassischen Limousinen-Form ist beibehalten, wurde aber verwandelt in ein fließendes, aerodynamisches Design (cW-Wert: 0,29). Besonderes Augenmerk legten die Designer auf eine moderne Lichtgestaltung. Vorn markieren LED-Tagfahrleuchten der zweiten Generation die Breite des Fahrzeugs und betonen zugleich die Form der Scheinwerfer. Auch am Heck kommen LED-Tagfahrleuchten zum Einsatz.

Interieur mit eigenständiger Optik und Premium-Qualität

Stil und Eleganz des Außendesigns setzen sich im Interieur des neuen Kia Cadenza fort. Das zentrale Element ist hier die futuristisch anmutende, „schwebende“ Armaturentafel, die die Eigenständigkeit der neuen Kia-Designsprache unterstreicht.

Eine „Begrüßungsfunktion“ schaltet für den Fahrer die äußeren Einstiegsleuchten und die Innenbeleuchtung ein. Für eine angenehme Atmosphäre sorgt eine Lichteiste mit Mood-Funktion, die sich über die zweigeteilte Armaturentafel

sowie über die Türverkleidungen zieht. Eine zusätzliche große Mood-Beleuchtung, die sich über die Mitte des Dachhimmels erstreckt, ist ebenfalls erhältlich.

Neben einer 2-Zonen-Klimaautomatik zählen viele Hightech-Komfortelemente zur Standardausstattung des Cadenza. Darunter das schlüssellose Zugangssystem (Keyless Entry), Starterknopf, Parksensoren hinten, Rückfahrkamera mit Display im Innenrückspiegel sowie ein Fahrersitz mit elektrisch verlängerbarer Beinauflage.

Obwohl der neue Cadenza kürzer ist als der Opirus, bietet sein Innenraum den Passagieren mehr Platz – dank des gewachsenen Radstands (um 45 mm auf 2845 mm), der größeren Breite und der kompakteren Hinterradaufhängung.

Leichter, kraftvoller, sparsamer

Der Cadenza ist das erste Fahrzeug mit dem neuen Kia-Frontantriebssystem „Typ N“, das künftig in weiteren Kia-Modellen zum Einsatz kommen wird. Durch die leichtere – und dennoch robustere – Karosserie sowie das neu entwickelte Fahrwerk wiegt der Cadenza bis zu 130 Kilogramm weniger als der Opirus, obwohl die neue Limousine über viele zusätzliche Ausstattungselemente verfügt.

Um den Kia-Absatz im Segment der großen Limousinen zu erhöhen, bietet die Marke den Cadenza mit regional unterschiedlichen Motorisierungen an. Insgesamt stehen für das neue Topmodell drei Benziner mit 165 bis 290 PS zu Verfügung. Serienmäßig sind alle Versionen des Frontrieblers mit einem von Kia neu entwickelten Sechsstufen-Automatikgetriebe ausgestattet.

Höhere Absatzerwartungen für das neue Modell

„Trotz der aktuellen weltwirtschaftlichen Unsicherheiten sind wir überzeugt, mit dem neuen Kia Cadenza unseren Marktanteil in diesem Segment deutlich zu steigern – sowohl in Korea als auch weltweit“, erklärt Präsident Lee.

Gefertigt wird der Cadenza im Kia-Werk Hwasung in Korea. Die Produktion für den koreanischen Markt läuft in diesem Monat an, die ersten Export-Modelle rollen im Januar 2010 vom Band. Der Verkauf außerhalb Koreas startet ab März 2010 in vielen Teilen der Welt (Mittel- und Südamerika, Karibik, Asien ohne China, Pazifischer Raum, Naher Osten und Afrika) und im Juni 2010 in China. Die Einführung des Kia Cadenza in Europa ist zurzeit nicht vorgesehen.

Bilder des Kia Cadenza, vorläufige Technische Daten sowie diesen Text in digitaler Form finden Sie im Internet unter **www.kia-presse.de**. Videomaterial steht Ihnen unter **www.kiamotors.com** zur Verfügung (in engl. Sprache; als sendefähiges Material oder in Streaming-Qualität zur Web-Nutzung, dazu Standbilder in Druckqualität; Daten-Transfer über FTP oder Streaming-Download in Dateiformaten wie Flash, MPEG-2, QuickTime und Windows Media; Registrierung und Nutzung des Materials für Presse kostenlos).

Kia Motors Deutschland GmbH
Silke Rosskoth
Leiterin Unternehmenskommunikation
Theodor-Heuss-Allee 11
60486 Frankfurt am Main
Tel.: 069-15 39 20 – 550
Fax: 069-15 39 20 – 559
E-Mail: press@kia.de