

2013 war der Skoda Octavia der Bringer

Von Peter Schwerdtmann

Das war ein gutes Jahr für Skoda in Deutschland. Bis zum Jahresende will die tschechische Tochter von Volkswagen insgesamt 158 000 Fahrzeuge abgesetzt haben, 4,8 Prozent mehr als im Vorjahr. Nach einem Marktanteil von 4,8 Prozent kletterte die Marke in diesem Jahr auf 5,4 Prozent und liegt damit - zum fünften Mal nacheinander als größter Importeur - nun auf dem siebten Rang, gleich hinter Ford. Und nun kommt auch noch die gute Botschaft, dass der Skoda Octavia als „Car of the Year“ nominiert wurde.

Das kommende Jahr könnte also eine weitere gute Nachricht für Skoda bringen, wenn die internationale Jury von Fachjournalisten im März auf dem Genfer Automobilsalon den Titel an den Octavia und den Octavia Combi vergeben sollte. Imelda Labeé, die Sprecherin der Geschäftsführung von Skoda Deutschland, gibt sich bei Fragen nach dem weiteren Wachstum zurückhaltend. Der Markt werde sich schwach in Richtung drei Millionen Neuzulassungen bewegen. Skoda werde etwas stärker als der Markt wachsen. Die Tschechen erwarten also für das kommende Jahr mehr als 160 000 Verkäufe.

Im zweiten Halbjahr waren der Octavia und sein Kombi die Bringer. Das kann sich im kommenden Jahr fortsetzen. Aber der Kleinwagen Fabia lag in diesem Jahr bei den Verkäufen auf dem zweiten Rang und kommt 2014 als komplette Neukonstruktion. Man darf also davon ausgehen, dass er weiterhin gute Zahlen bringen wird, während beim Octavia die Modellreihen Green Line und Scout das Niveau hochhalten sollen. Außerdem wird das Facelift des SUV Skoda Yeti beim Handel auflaufen. Labeé sieht das kommende Jahr als Fortsetzung der Modelloffensive der Marke und dementiert nicht, dass neben den bestehenden sieben Modellreihen noch eine achte dazukommen wird: „Wir können uns gut ein SUV oberhalb des Yeti vorstellen.“

Skoda verfügt in Deutschland über rund 600 Händler und etwa 900 Servicebetriebe. Man will - so Labeé - nicht die Zahl der Autohäuser, wohl aber deren Absatz pro Betrieb erhöhen. Deswegen laufe ein Programm, das für die Händlerbetriebe zum Beispiel auch

zu einem neuen Corporate Design führe. Zehn Musterbetriebe gibt es schon, bei den übrigen befindet man sich in der Phase der Bewertung. Skoda will den Betrieben mit Planungshilfe, Finanzierungsmodellen und einem Investitionsprogramm der Hausbank zur Seite stehen. Die Investitionen sollen pro Betrieb zwischen 40 000 und 100 000 Euro liegen.

Mit einer Umsatzrendite von 1,7 Prozent stehen die Skoda-Händler zurzeit an der Spitze der Rendite-Skala des Kfz-Handels. Und auch das Werkstattgeschäft wird sich positiv entwickeln. Der Bestand an Skoda in Deutschland liegt derzeit bei 1,4 Millionen Fahrzeugen. Bis 2020, also in sieben Jahren, will Labeé ihn mit ihren 326 Mitarbeitern auf zwei Millionen erhöhen. Deswegen soll auch das Servicegeschäft wachsen.

Deutschland ist der zweitgrößte Markt von Skoda. Nur China liegt mit Absatzzahlen von mehr als 200 000 vorn. Nun will Labeé erst einmal den beiden Marken Opel und Ford „auf den Pelz rücken“. Sie sieht dafür gute Voraussetzungen, zumal Instrumente wie der ADAC-Index AutomarxX, wo Skoda ebenfalls auf dem siebten Rang landete, der Marke einen Imagezuwachs und wachsende Kundenzufriedenheit bescheinigen. Natürlich wird auch Skoda werben. Aber die Sponsoringaktivitäten beim Radsport und die Roadshows der Modelle bei den Händlern sind Labeé wichtig, „weil wir unsere Fahrzeuge mit Menschen in Kontakt bringen müssen“. (ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel



Der Skoda Octavia ist einer von sieben Kandidaten für den Titel „Car of the Year 2014“.
