
Skoda-Chef Frank Jürgens: „Wir haben Vollgas gegeben“

Von Hans-Robert Richarz

Sein Lächeln erreicht fast das linke und das rechte Ohr gleichzeitig. Was der Sprecher der Geschäftsführung und Chef der Skoda Auto Deutschland GmbH, Frank Jürgens, kurz vor Weihnachten beim Jahresabschlussgespräch mit der Presse zu verkünden hat, gibt ihm allen Grund dazu. „2017 war für Skoda ein ganz besonderes Jahr“, freut sich der Zwei-Meter-Mann. „Es war ein Jahr der Rekorde. Das betrifft die vielen Produktreignisse ebenso wie den Erfolg am Markt.“

Während das Gesamtunternehmen aus dem tschechischen Mladá Boleslav im vierten Jahr in Folge weltweit erheblich mehr als eine Million Autos verkaufte, brauchte sich die deutsche Niederlassung mit knapp 200 000 abgesetzten Fahrzeugen dahinter nicht zu verstecken. Das waren immerhin so viele wie noch in keinem Jahr in der Geschichte des Unternehmens in der Bundesrepublik.

„Skoda wird im neunten Jahr hintereinander mit großem Abstand zu seinen Verfolgern erfolgreichste Importmarke auf dem deutschen Markt sein“, sagt Jürgens. „Mit Platz sieben bei den Gesamtzulassungen werden wir unsere Position in der ersten Liga der Volumenhersteller festigen.“ Verantwortlich dafür sind in erster Linie die Modellreihen Octavia, Fabia und Superb, die alle drei in den Top Ten der Importfahrzeuge vertreten sind. „Das Herz der Marke“, so nennt Jürgens den Skoda Octavia, der ein Drittel seiner Verkäufe ausmacht, ist das einzige Importmodell in der Rangliste der zehn meisten, neu zugelassenen Personenwagen in Deutschland. Im Sommer feierte die Belegschaft im tschechischen Stammwerk die Produktion des sechsmillionsten Exemplars.

Was den Fabia angeht, so belegt der Kleinwagen in seiner Klasse mit einem Marktanteil von 10,1 Prozent Platz drei hinter VW Polo und Opel Corsa noch vor dem Ford Fiesta, der auf 8,2 Prozent kommt. Mit weitem Abstand vor seinen Verfolgern ist der Fabia Combi die Nummer eins in seinem Segment. Skodas Flaggschiff Superb steht als Personenwagen gegenüber seiner Klassenkonkurrenz auf Platz 6 mit 6,5-prozentigem Anteil, einen Platz besser belegt er als Kombi (Marktanteil 7,7 Prozent) hinter den Platzhirschen VW Passat, Audi A4, Mercedes C-Klasse und 3er BMW. Insgesamt sind auf deutschen Straßen zurzeit über zwei Millionen Fahrzeuge der Marke unterwegs.

Besonders stolz ist der Importeur, dessen Hauptverwaltung sich im hessischen Weiterstadt befindet, auf die Verbindung seiner Autos zum Cyberspace. „Während die Kunden anderer Hersteller für die Annehmlichkeiten des vernetzten Automobils mehr oder weniger viel Geld bezahlen müssen, bietet Skoda seine Connect-Dienste mit Ausnahme des Citigo für seine gesamte Carline serienmäßig an“, betont Frank Jürgens. Das System bietet dem Autofahrer Informationen über die aktuelle Verkehrssituation, freie Parkplätze, günstige Tankstellen, den Zustand des Fahrzeugs und verfügt über einen automatischen Notruf.

Die Skoda-Pläne für die nahe und mittlere Zukunft umfassen naheliegende, aber auch ehrgeizige Ziele. Wenn Frank Jürgens davon spricht, „im kommenden Jahr die magische Zwei zu knacken“, dann erscheint das angesichts der 195-tausender Verkaufszahl von 2017 als Selbstverständlichkeit. Los geht es dann im Januar mit Sondermodellen namens „Clever“ in den Reihen Citigo, Fabia, Rapid und Octavia, die einen Preisvorteil von bis zu 4000 Euro und eine Fünfjahresgarantie bieten sollen.

Auf die folgenden angekündigten Neuerungen dürften die Skoda-Interessenten gespannt sein. Sie umfassen unter anderem eine Neuauflage von Fabia und Fabia Kombi, die

Versionen Sportline und Scout für den gerade erst eingeführten Karoq sowie Sportline und RS für den größeren Kodiaq. Weiter geht es 2019 mit einem Superb-Plug-in-Hybrid, ein Jahr später mit einem ersten vollelektrischen Skoda. Spätestens 2025 soll es laut Jürgens fünf rein elektrisch angetriebene Modelle von Skoda geben.

Alles beim alten hingegen bleibt das Engagement als Sponsor. Im Mittelpunkt stehen nach wie vor die Sportarten Eishockey, Rad- und Rallyesport. „Wir nutzen die großen Bühnen des Sports, um unsere Marke einem Millionenpublikum zu präsentieren“, erläutert Frank Jürgens. Als Beispiele nennt er die Tour de France und die Eishockey-Weltmeisterschaft. Die diesjährige Tour de France startete in Düsseldorf, die Spiele der Eishockey-Weltmeisterschaft wurden unter anderem in Köln ausgetragen. Jürgens: „Mit unserer Präsenz dort konnten wir auf dem für Skoda besonders wichtigen deutschen Markt vor allem jene Menschen auf uns aufmerksam machen, denen unsere Marke noch nicht so bewusst ist.“ Dazu beigetragen haben dürften auch Fabian Kreim und Frank Christian, die mit ihrem Skoda Fabia R5 zum zweiten Mal in Folge die Deutsche Rallyemeisterschaft für sich entscheiden konnten und Skoda damit den siebten Titelgewinn im nationalen Championat bescherten. So oft wie Skoda ist bislang noch keine andere Marke Deutscher Rallyemeister geworden.

Auch wer Silvester dieses Jahres in Berlin vor dem Brandenburger Tor feiert oder die ZDF-Silvesterparty „Willkommen 2018“ im Fernsehen verfolgt, wird Skoda begegnen. Wie zum Ablauf des vorigen Jahres ist die Marke erneut als Sponsor dabei. (ampnet/hrr)

Bilder zum Artikel



Frank Jürgens, Sprecher der Geschäftsführung von Skoda Deutschland.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Skoda



Skoda Octavia.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Skoda



Skoda Citigo.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Skoda



Skoda Fabia Combi.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Skoda



Skoda Rapid.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Skoda



Skoda Superb und Superb Combi.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Skoda



Skoda Karoq.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Skoda



Skoda Kodiaq.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Skoda



Skoda Fabia R5: Fabian Kreim (r.) und Beifahrer Frank Christian.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Skoda
