

Skoda will Erscheinungsbild aufpolieren

Skoda Auto Deutschland will das Erscheinungsbild im Handel aufpolieren. Bei seinem letzten Auftritt als Sprecher der Geschäftsführung der Skoda Auto Deutschland nannte Hermann Schmitt die Umsetzung des neuen Corporate Designs die „besondere Herausforderung für die Marke“. Dabei gehe es sowohl um die Optik der Betriebe als auch um die Arbeitsabläufe dahinter.

Skoda hat in Deutschland die Flaute im Automobilmarkt gut überstanden und seinen Marktanteil von 4,6 Prozent auf aktuell 5,1 Prozent ausbauen können. Für dieses Jahr erwartet Schmitt einen Absatz von 150 000 Einheiten. Damit ist Skoda wieder der erfolgreichste Importeur auf dem deutschen Markt.

Unter den Top Ten der zulassungstärksten Importmodelle sind gleich drei der tschechischen Volkswagen-Tochter vertreten: der Octavia auf Platz 1, der Fabia auf Platz 2 und der Yeti auf Platz 9. Über alles gesehen ist Skoda der siebtgrößte Anbieter in Deutschland, bei den Privatkunden sogar der viertgrößte. Der hohe Privatkundenanteil spricht für ein gesundes Geschäft und erklärt auch, dass der Handel bei den Renditen einen Spitzenrang einnimmt.

Schmitt sieht die Organisation aber nicht nur bei Optik und Prozessen allein im Wandel. Der Handel und der Service werde zusätzliches, hoch qualifiziertes Personal benötigen. weil Skoda in Deutschland weiterhin überproportional wachsen und mit neuen Produkten auch neue Segmente besetzen werde. Heute schon – so Schmitt – biete der Bestand von 1,3 Millionen Skoda-Fahrzeugen eine „hervorragende Basis für ein lukratives Service- und Teilegeschäft“. Bis 2020 werde die Basis auf über zwei Millionen Fahrzeuge anwachsen.

Schmitt geht nach neun Jahren bei Skoda zurück in den Mutterkonzern nach Wolfsburg und wird dort eine neue Rolle im Vertrieb übernehmen. Am 1. September folgt ihm Imelda Labbé im Amt des Sprechers der Geschäftsführung. Die 46-jährige Diplom-Betriebswirtin Labbé arbeitete seit 1986 für Opel und war in Rüsselsheim ab 2010 mehrere Jahre als Vertriebschefin für den deutschen Markt verantwortlich. Die Betriebswirtschaftlerin hatte davor Positionen bei Opel in den Bereichen Sales,

Marketing, Aftersales und Qualitätssicherung inne. (ampnet/Sm)