

Skoda tritt nach außen neu auf

Skoda wird seine über 5300 Händlerbetriebe in den nächsten beiden Jahren umgestalten. Sie sollen moderner wirken und auch mehr Platz für die wachsende Modellpalette bieten. Allein in Deutschland werden rund 600 Vertriebspartner auf das moderne Corporate Design umgestellt. Der neue Auftritt im Stil des Unternehmensdesigns ist Teil Wachstumsstrategie 2018. Bis 2018 will der tschechische Autohersteller seine weltweiten Verkäufe auf mindestens 1,5 Millionen Fahrzeuge pro Jahr steigern.

Erste Pilot-Händler sind bereits auf das neue Design umgestellt. Zentrale Elemente sind eine moderne Architektur, neue Kommunikationsflächen an der Außenfassade mit verbesserter Sichtbarkeit bei Tag und Nacht (beleuchtetes Logo) sowie attraktive Verkaufsräume mit Glasfronten und einem zentralen Empfang. Als Grundfarben dominieren Weiß und Grün, im Innenbereich ergänzt durch warme Holzakzente. Die Neugestaltung ist kein Selbstzweck, sie dient der überzeugenden Darstellung unserer Werte, sagt Imelda Labb, Sprecherin der Geschäftsleitung

Die einheitliche Außengestaltung umfasst das große Eingangsportal vor einer lichtdurchfluteten Glasfront, eine große Kommunikationswand neben dem Eingangsportal des Autohauses und das Skoda-Logo an der Seite des Gebäudes sowie ein weißes, an den Seiten und oben umlaufendes Rahmen auf der Vorderseite des Gebäudes, die dunkel-graue Fassadenverkleidung, neue Säulen mit Markenlogo und Händlernamen und die Beflagung des Betriebsgeländes. Reine Servicebetriebe werden mit Teilen der neuen Designelementen ausgestattet: Sie erhalten unter anderem ein im neuen Unternehmensdesign gehaltenes Schild mit der Aufschrift "Skoda Service".
(ampnet/jri)

Bilder zum Artikel



Skoda-Autohaus im neuen Design.
