

Skoda: Der Erfolg kam mit dem Fall der Mauer

Mit der Öffnung der Mauer vor 25 Jahren begann auch für Skoda eine neue Ära. Das Fallen des Eisernen Vorhangs eröffnete der tschechischen Traditionsmarke gänzlich neue Chancen. Aus diesem Anlass hat Skoda eine Kampagne zum Mauerfall-Jubiläum gestartet, in der Spots in Funk und Fernsehen sowie Anzeigen in Print- und Online-Medien die Geschichte lebendig werden lassen. Kunden profitieren beim Neuwagenkauf von einem Jubiläumsvorteil von bis zu 3950 Euro.

Bis zum Ende des „Kalten Krieges“ hatten sich für den Autohersteller aus dem tschechischen Mladá Boleslav nur begrenzte Wachstumschancen ergeben; die Märkte im westlichen Teil Europas waren nur eingeschränkt erreichbar. Mit dem politischen Umbruch in Europa und dem damit einhergehende Wechsel zur Marktwirtschaft startete für Skoda eine außergewöhnliche Erfolgsgeschichte. Heute ist Skoda einer der erfolgreichsten Automobilhersteller.

In den vergangenen 25 Jahren gelang es dem Unternehmen, seine Position in Deutschland und in Europa konstant zu steigern. In Zahlen ausgedrückt: 1994 belief sich der Marktanteil in Deutschland mit 17 084 neu zugelassenen Fahrzeugen noch auf 0,56 Prozent. 2013 erzielte Skoda mit rund 160 000 Neuzulassungen einen Marktanteil von über 5,4 Prozent. Einschließlich Augusts dieses Jahres liegt das Unternehmen mit 115 245 Fahrzeugen sogar bei 5,7 Prozent und ist aktuell im sechsten Jahr in Folge Importmarke Nummer eins in Deutschland. In den ersten acht Monaten des Jahres 2014 war Skoda außerdem die am stärksten wachsende Automobilmarke auf dem deutschen Markt. Und als einziges Importmodell rangiert der Octavia in den Top Ten der Pkw-Gesamtzulassungen in Deutschland.

Die Erfolgsgeschichte der Marke mit dem geflügelten Pfeil spiegelt sich auch in der Modellpalette wider: 1990 umfasste das Produkt-Portfolio mit dem Favorit lediglich ein Fahrzeug. Heute bietet Skoda sieben Modellreihen und eine Vielzahl unterschiedlicher Karosserie- und Ausstattungsversionen. Die tschechische Traditionsmarke befindet sich zur Zeit in der größten Modelloffensive der Unternehmensgeschichte

Die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft stellte Skoda – seit 1991 Teil des Volkswagen-Konzerns – in den 1990er Jahren mit Modernisierungsmaßnahmen und dem schrittweisen Ausbau des Modellportfolios. 1994 debütierte der Skoda Felicia, ein Fahrzeug, das hinsichtlich Qualität und Design internationalen Maßstäben entsprach. Zwei Jahre später präsentierte Skoda mit dem Octavia das erste komplett neu entwickelte Modell nach dem Einstieg von Volkswagen. Heute ist der Octavia, der inzwischen bereits in der dritten Generation erhältlich ist, das Herz der Marke und ist der unangefochtene Bestseller in der fast 120-jährigen Geschichte des Unternehmens.

Auch der Fabia, den Skoda 1999 erstmals präsentierte, entwickelte sich schnell zum Erfolgsmodell. Der moderne Kleinwagen ist neben der Octavia-Familie das meistverkaufte Auto in der Produktpalette. Heute sich Skoda im Kreis der großen Volumenmarken fest etabliert. Mit Citigo, Fabia, Rapid, Roomster, Octavia, Yeti und Superb ist die Marke in über 100 Märkten weltweit vertreten. Zum Vergleich: 1991 waren die Skoda-Modelle lediglich in 30 Ländern erhältlich. (ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel



Der Mauerfall markierte für Skoda den Beginn einer einzigartigen Erfolgsgeschichte. Aus diesem Anlass startet Skoda die Kampagne ‚25 Jahre Mauerfall‘.



Skoda Fabia.



Skoda Fabia.



Skoda Octavia Combi Scout.



Škoda Roomster.



Skoda Yeti L&K.



Skoda Superb L&K.



Drei Skoda-Automobil-Ikonen werden 80 Jahre alt: Das Trio Superb, Rapid und Popular.



Skoda Superb.



Skoda Rapid.



Skoda 645 (1931).



Skoda 1102 Roadster (1949).



Skoda Felicia Cabriolet (1961).



Skoda Tudor Halbcabrio (1948).