
Skoda Deutschland bewegt sich auf hohem Niveau

So sieht ein zufriedenes Management aus. Frank Jürgens, Sprecher der Geschäftsführung bei Skoda Deutschland legte beim Jahresabschlussgespräch vor Journalisten in Frankfurt ein paar Zahlen auf den Tisch, die auch in Wolfsburg Vergnügen auslösen dürften. Von zwei Prozent Umsatzrendite bei einem Jahresumsatz von rund drei Milliarden Euro ist die Rede. Die Skoda Deutschland spricht also von deutlichen Gewinnen und glauben an noch bessere Zeiten.

Grund für diesen Optimismus liefern die Zahlen von 2016, obwohl der Absatz der Marke nicht ganz mit dem Marktwachstum in Deutschland mithalten konnte. Doch obwohl das Model Roomster nicht mehr antrat und Skoda im explodierenden Segment SUV nichts anbieten konnte, gelang es, den Marktanteil bei 5,5 Prozent zu halten. Doch jetzt wollen die Deutsch-Tschechen ein Modellfeuerwerk abbrennen, das sie ihrem Ziel von 200 000 abgesetzten Fahrzeugen vielleicht schon im kommenden Jahr näherbringt. Dieses Jahr wird Skoda in Deutschland rund 185 000 Fahrzeuge abgesetzt haben.

2015 schon hatte der neue Skoda Superb den Absatz mit dem – laut Jürgens – unerwarteten Zuwachs von 60 Prozent einschließlich November auf 22 000 Einheiten befeuert. Und das erste SUV stehe ab Frühjahr in den Startlöchern. Nach dem Applaus, den der Skoda Kodiaq, bei seinen ersten Auftritten erhalten hat, rechnet das Management offenbar bei diesem Modell mit einem ähnlichen Erfolg wie beim Superb. Der große Skoda, der Octavia und der Fabia haben es in der Statistik der Modelle von Importeuren in die Top Ten geschafft. Der Skoda Kodiaq soll das vierte Modell werden.

Kodiaq und Octavia treten am 4. März gemeinsam bei den Händlern an, der Octavia mit neuem Gesicht, LED-Lichttechnik, einem besseren Konnektivitätstechnik und einer Auswahl an Fahrer-Assistenzsystemen, wie sich sonst in höheren Fahrzeugklasse angeboten werden. Seit vier Wochen kann der Skoda Kodiaq bestellt werden. Zahlen für den Bestelleingang mochte das Management nicht nennen, zeigte sich aber zufrieden bis glücklich.

Vor dem Start der beiden Neuen am 4. März wird das Unternehmen im Januar die Reihe der Drive-Sondermodelle an den Start bringen. Im Mai folgen die Octavia-Versionen Scout und RS, im Juni ein Facelift des Rapid und die Scout-Version des Kodiaq. Im Herbst steht der komplett neue Yeti an und Ende des Jahres folgt der Skoda Kodiaq Sportline. Dass mit diesem Portfolio das Ziel von 200 000 Fahrzeuge erreicht wird, mag Jürgens nicht bestätigen.

Das ist nicht nur Vorsicht, sondern auch Ausdruck der Strategie von Skoda Deutschland. Das Unternehmen soll kontinuierlich und solide wachsen. Auch deswegen verzichtet Skoda auf höhere Werte bei der Eigenzulassung, baut aber als zweites Standbein das Flottengeschäft aus. Nicht ohne Erfolg, wie ein Vergleich der Zahlen von 2015 und 2016 zeigt. Dieses Jahr gehen rund 48 000 Fahrzeuge an Flottenkunden, vergangenes Jahr waren es noch 43 500.

Um diesen Geschäftszweig auszubauen, haben sich in Deutschland 139 Händlerbetriebe einen Status als Großkunden-Leistungszentrum erarbeitet. Dafür müssen sie in Personal, IT und Vorführwagen investieren. Der Ausbau sei nun abgeschlossen, sagt Jürgens. Als nahezu abgeschlossen bezeichnet er auch den Umbau des Handels auf die neuen Gestaltungsvorschriften von Skoda. Man habe im Zuge dieser Maßnahmen mit 20 Neubauten bei Händlern gerechnet, es seien aber 100 geworden, freut sich der Deutschlandchef und beeilt sich hinzuzufügen, dass die Umsatzrendite der neu gebauten Betriebe höher liege als der Schnitt bei allen Händler.

Der Durchschnitt liegt bei Skoda-Händler auf dem Niveau von 1,6 Prozent bis 1,7 Prozent. Davon können die meisten Händler anderer Marken nur träumen. (ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel



Skoda Kodiaq.

Foto: Skoda



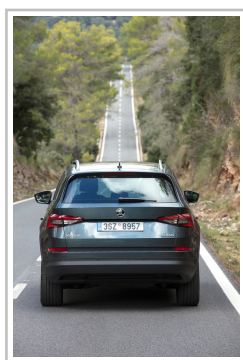
Skoda Kodiaq.

Foto: Skoda



Skoda Kodiaq.

Foto: Skoda



Skoda Kodiaq.

Foto: Skoda



Skoda Kodiaq.

Foto: Skoda



Skoda Kodiaq.

Foto: Skoda