
Skoda und die glorreichen Sieben

Von Hans-Robert Richarz

Es gehört schon seit Jahren bei Skoda Deutschland zur Tradition: Kurz vor Weihnachten erzählt die Geschäftsleitung geladenen Journalisten im Frankfurter Hotel „Villa Kennedy“, wie die vergangenen zwölf Monate waren und wagt eine Prognose auf die nähere Zukunft. Tradition ist inzwischen auch, dass die versammelten Presseleute in durchweg zufriedene Gesichter der deutschen Skoda-Oberen blicken, denn zum Trübsal blasen gab es bislang wenig Anlass. Ganz besonders 2018 nicht.

So konnte Frank Jürgens, Sprecher der Geschäftsführung, nur mit Mühe seine Mundwinkel aus enger Nachbarschaft zu den Ohren lösen, als er sagte: „Die Marke Skoda ist international erneut auf dem Weg, in diesem Jahr einen neuen Rekord zu brechen. Im gesamten Vorjahr konnten wir weltweit 1,2 Millionen Fahrzeuge ausliefern. In den ersten elf Monaten dieses Jahres waren es bereits 1 148 600 Stück, das sind 5,1 Prozent mehr als im Vorjahr. Und bereits Mitte Oktober lief das millionste Fahrzeug vom Band – früher als jemals zuvor in unserer Unternehmensgeschichte, seitdem wir die Millionen-Schwelle überschritten haben.“

Auf Deutschland bezogen lautete die Elf-Monatsbilanz für dieses Jahr so: Bis einschließlich November brachte die Volkswagen-Tochter mit ihrem deutschen Sitz im südhessischen Weiterstadt genau 184 598 Fahrzeuge an die Frau oder den Mann, was eine Steigerung um 2,4 Prozent gegenüber dem gleichen Zeitraum im Vorjahr bedeutete. Wenn man berücksichtigt, dass gleichzeitig der Gesamtmarkt für Pkw nur 0,4 Prozent zulegen konnte, erhält die Skoda-Zahl noch mehr Glanz. Mit einem Marktanteil von 5,8 Prozent war Skoda nicht nur vor Renault beste Importmarke in Deutschland, das tschechische Unternehmen rangierte insgesamt bei den Charts der Neuzulassungen auf Platz sieben. Die Plätze eins bis sechs belegen (in Klammern die Neuzulassungen bis November) Volkswagen (601 991), Mercedes-Benz (298 604), BMW (243 180), Audi (238 664), Ford (234 625) und Opel (212 373).

Als Grund für die guten Zahlen für Deutschland nennt Zwei-Meter-Mann Jürgens „die glorreichen Sieben von Skoda“. Damit verweist er auf die sieben Baureihen umfassende Modellpalette Citigo, Fabia, Rapid, Octavia, Superb, Karoq und Kodiaq. Zwar führt Bestseller Octavia mit 54 953, in den vergangenen elf Monaten verkauften Einheiten die Liste an, gefolgt von Fabia mit 42 312 Exemplaren. Doch Jürgens ist besonders stolz auf die Erfolge der beiden Skoda-Newcomer: „Wenn wir auf das Jahr 2018 zurückblicken, dann galt es vor allem, unsere SUV-Strategie mit Nachdruck zum Erfolg zu führen: Die Modelle Kodiaq und Karoq erleben ihr erstes volles Produktionsjahr. Wir sind sehr stolz darauf, dass beide Modelle im Markt sehr stark ankommen. Die hohe Nachfrage führte sogar dazu, dass manche Kunden mitunter leider etwas Wartezeit in Kauf nehmen mussten, bis sie ihren neuen Skoda in Empfang nehmen konnten.“

Nicht unter den Tisch fallen lassen wollte Jürgens, dass Skoda 2018 eine Reihe von Preisen wie zum Beispiel für Design oder aufgrund des positiven Urteils von Lesern einiger Autozeitschriften einheimen konnte. Und nicht zuletzt: „Skoda hat in diesem Jahr von insgesamt 36 Vergleichstests in den renommierten Fachzeitschriften 29 Tests für sich entscheiden können“, freute Jürgens sich.

Und wie geht es 2019 weiter? Jürgens ist fest davon überzeugt: „Ich mir schon heute sicher, es wird ein überaus spannendes Jahr für Skoda werden.“ Beginnen wird es mit dem Karoq Scout und dem Karoq Sportline, die ab Januar bei den Händlern stehen werden. Ihnen folgt der Kodiaq RS, der mit seinem starken Motor der bislang stärkste

Serien-Diesel von Skoda ist. Er wird die Reihe der sportlichen RS-Modelle fortsetzen. Im zweiten Quartal des kommenden Jahres wird der neue Scala, den das Unternehmen kürzlich im israelischen Tel Aviv erstmals zeigte, als Rapid-Nachfolger in den Verkauf gehen. Der Kompaktwagen könnte den einen oder anderen Interessenten für einen Volkswagen Golf durchaus ins Grübeln bringen.

„Mit einem neuen Crossover, der sich von der Studie Vision X ableitet, führen wir dieses Thema weiter in die Zukunft“, versprach Frank Jürgens. „Im weiteren Verlauf des Jahres werden noch mehr Neuheiten folgen, aber ich möchte nicht zu viel verraten. Ein Thema liegt mir aber noch besonders am Herzen: 2019 bedeutet für Skoda auch den Start ins Zeitalter der Elektromobilität. Zwei Modelle werden wir an den Start bringen: den Superb Plug-in-Hybrid und den rein elektrischen Citigo.“

In einem anderen Bereich allerdings bleibt bei Skoda alles beim Alten, dem Sportsponsoring. Das gilt für Eishockey ebenso wie für den Radsport. Dabei fördert die Marke neben Profi-Events wie der Tour de France auch den Breitensport, insbesondere in Deutschland: Bei den so genannten Jedermann-Radrennen treten jedes Jahr viele begeisterte Hobbyathleten im klassischen Skoda-Grün in die Pedale.

Auch der Motorsport gehört dazu. 2018 wurde Skoda mit dem Fabia RS in der Rallye-Weltmeisterschaft zum vierten Mal in Folge Weltmeister in der WRC 2-Wertung. Und Skoda Deutschland feierte in dieser Saison mit dem jungen Team Fabian Kreim/ Frank Christian in der Rallye-Europameisterschaft (ERC) auf Anhieb den dritten Platz in der U28-Wertung. 2019 geht das Unternehmen erneut in der Deutschen Rallye-Meisterschaft (DRM) an den Start und nimmt den achten DRM-Titel ins Visier.

Eishockey spielt bei Skoda traditionell ebenfalls eine besondere Rolle. Dieses Jahr sorgte die Deutsche Nationalmannschaft mit ihrer Silbermedaille bei den Olympischen Spielen in Pyeongchang in Südkorea für eine echte Sensation. Zu Recht wurde sie deshalb jetzt von den deutschen Sportjournalisten als Mannschaft des Jahres geehrt. Besser hätte für den Sponsor Skoda das Jahr 2018 nicht aufhören können. (ampnet/hrr)

Bilder zum Artikel



Frank Jürgens, Sprecher der Skoda-Geschäftsführung Deutschland.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Skoda