

Ausbau der globalen Präsenz: Škoda Auto übernimmt strategische Leitung der Markengruppe Volumen in ASEAN und erweitert Geschäft im Mittleren Osten

- › **ASEAN: Škoda Auto übernimmt die strategische Leitung der Markengruppe Volumen (MGV) und erschliesst Wachstumspotenziale für den Volkswagen Konzern**
- › **Vietnam: Markteintritt in diesem Jahr; CKD-Produktion für 2024 geplant**
- › **Indien: Schlüsselmarkt für Internationalisierungspläne von Škoda und künftiger Export-Hub**
- › **Mittlerer Osten: Škoda Auto weitet Geschäftsaktivitäten aus und gehört seit Anfang Februar NSC Audi Volkswagen an**
- › **Erschließung dynamischer Wachstumsmärkte als zentraler Bestandteil der Next Level – Škoda Strategie 2030**

Mladá Boleslav, 16. März 2023 – Škoda Auto treibt seine Internationalisierungsstrategie weiter voran: Der tschechische Automobilhersteller übernimmt die strategische Leitung der Markengruppe Volumen bei der künftigen Erschließung der ASEAN-Region und der Wachstumspotenziale für den Volkswagen Konzern. Škoda Auto bringt sein Know-how in den preissensiblen Einstiegssegmenten ein und schöpft bestehende Potenziale gezielt aus. Darüber hinaus steht das Unternehmen kurz vor dem Eintritt in den vietnamesischen Markt: Fahrzeuge sollen ab diesem Jahr importiert und ab 2024 im Rahmen einer Completely Knocked Down (CKD)-Fertigung vor Ort produziert werden. Indien entwickelt sich für den tschechischen Automobilhersteller zu einem Export-Hub, damit setzt Škoda seine Indien-Strategie weiter erfolgreich um. Darüber hinaus geht das Unternehmen den nächsten Schritt im Mittleren Osten: Der Hersteller expandiert in der Region und nutzt weitreichende Synergieeffekte mit seiner Produktion in Indien.

Klaus Zellmer, Vorstandsvorsitzender von Škoda Auto, sagt: „Wir übernehmen die strategische Leitung der Markengruppe Volumen in der ASEAN-Region, damit bauen wir die globale Präsenz von Škoda weiter aus. Mit diesem Auftrag unterstreicht der Volkswagen Konzern sein Vertrauen in die Kompetenz des Škoda Teams. Wir haben einen klaren Fahrplan und eine langfristige Vision für die Region. Unsere Ziele sind ambitioniert, aber erreichbar: Wir wollen einen Marktanteil von mehr als 5 Prozent für die Markengruppe Volumen erreichen und übernehmen die Federführung, um die grossen Wachstumspotenziale in diesen Märkten zu realisieren.“

Martin Jahn, Škoda Auto Vorstand für Vertrieb und Marketing, ergänzt: „Die ASEAN-Region ist die weltweit am schnellsten wachsende Region mit einem prognostizierten Marktvolumen von mehr als 4,1 Millionen Fahrzeugen im Jahr 2030. Daran wollen wir teilhaben und wir sind überzeugt, dass unser Modellportfolio dort grosses Potenzial hat. Gemeinsam mit unseren starken Partnern entwickeln und erweitern wir die Produktionskapazitäten und das Vertriebsnetz. Ich bin zuversichtlich, dass wir vor Ort schnell Fuss fassen. Auch im Mittleren Osten verstärken wir unsere Geschäftsaktivitäten: Wir sehen dort erhebliche Chancen und rechnen damit, dass wir unseren Umsatz in der Region erheblich steigern.“

Internationalisierung als integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie

Im Rahmen der Next Level – Škoda Strategie 2030 stellt sich Škoda bis 2030 noch internationaler auf. Das Unternehmen bewertet und erschliesst fortlaufend aussichtsreiche Märkte für den Volkswagen Konzern.

In Asien trägt Škoda Auto bereits die Konzernverantwortung für den indischen Markt. Nun übernimmt die Marke im Rahmen des Market & Regions Sales Steering in der gesamten ASEAN-Region die strategische Leitung für die Volkswagen Markengruppe Volumen. Ziel ist es, Škoda als starke Marke in der Region zu etablieren. Zusätzlich sollen langfristig profitables Wachstum in den Volumensegmenten generiert und konzernweit signifikante Marktanteile in den jeweiligen Märkten erzielt werden. Der tschechische Automobilhersteller erarbeitet derzeit eine Strategie für die regionale Steuerung auf diesen wichtigen Wachstumsmärkten.

Wachstumsregion ASEAN

Die ASEAN-Region bietet vielversprechende Wachstumspotentiale: Die Gesamtwirtschaft wächst jährlich um 8 Prozent, der Automobilmarkt wird im Jahr 2030 voraussichtlich mehr als 4,1 Millionen Fahrzeuge zählen. Strategische Vorteile ergeben sich durch die geografische Diversifizierung der Fertigung, Synergien mit anderen Absatzregionen und Freihandelsabkommen, die eine Produktlokalisierung fördern. Darüber hinaus wird der Automobilhersteller seine Erfahrung auf dem indischen Markt nutzen, um seine Position in dem wettbewerbsintensiven Marktumfeld zu stärken.

Škoda rechnet in der ASEAN-Region mit einem signifikanten Absatzpotential und wird seine Expertise im preissensiblen Einstiegssegment mit wettbewerbsfähigen AO-Fahrzeugen unter 20'000 Euro einbringen. Limousinen und SUV sind in den dortigen Märkten besonders gefragt. Die Elektrifizierung könnte hier zu Beginn des kommenden Jahrzehnts bei rund 30 Prozent liegen. Damit liegt die Zukunft auch in diesen Märkten in Fahrzeugen mit Elektroantrieb.

Vietnam: Das Tor zur ASEAN-Region

Für Škoda Auto ist Vietnam das strategische Tor zur ASEAN-Region und zum Indopazifikraum. In Zusammenarbeit mit Thanh Cong Motor Vietnam (TC Motor) als lokalem

Partner für Produktion und Vertrieb beginnt Škoda Auto noch in diesem Jahr schrittweise mit dem Import von Kodiaq und Karoq, in Europa gefertigte Einheiten der Modellreihen Superb und Octavia folgen im Jahr 2024. Die lokale Produktion des Kushaq und des Slavia aus Indien auf CKD-Basis beginnt im Jahr 2024 in der Provinz Quang Ninh. Ab 2025 wird die elektrische Enyaq iV-Familie das Angebot auf dem vietnamesischen Markt abrunden.

Da Škoda Auto die weltweite Verantwortung für die MQB-A0 Global Plattform übernommen hat, ist Vietnam ein wichtiger Absatzmarkt für Modelle, die auf dieser Plattform basieren.

Škoda Auto plant einen schnellen Ausbau des Händlernetzes auf mehr als 50 Partner und rechnet mit einem jährlichen Absatzpotenzial von zunächst 30'000 und ab 2030 mehr als 40'000 Einheiten.

Mit Blick auf das Bruttoinlandsprodukt und den Fahrzeugabsatz bietet Vietnam grosse Wachstumspotenziale, der Automobilmarkt ist äusserst dynamisch: Auf 1'000 Einwohner kommen derzeit nur 34 Fahrzeuge – bei einer Bevölkerung von rund 100 Millionen Menschen. Vietnam ist allerdings bereits jetzt der viertgrösste Automobilmarkt Südostasiens.

Durch den schrittweisen Abbau der Warenzölle im Rahmen des EVFTA-Abkommens (Freihandelsabkommen zwischen der EU und Vietnam) geht Škoda davon aus, dass der Absatz von in Tschechien gefertigten und nach Vietnam importierten Fahrzeugen deutlich steigt.

Erfolge in Indien

Indien ist ein Schlüsselmarkt für die Internationalisierungspläne von Škoda Auto. Der tschechische Automobilhersteller verantwortet im Rahmen des Projekts India 2.0 bereits seit 2019 für die Konzernaktivitäten auf dem Subkontinent. Die lokal entwickelten und produzierten India 2.0-Modelle Kushaq und Slavia werden von den indischen Kunden hervorragend angenommen. Im Jahr 2022 konnte der Hersteller seine Auslieferungen mehr als verdoppeln (128 Prozent gegenüber 2021). Damit ist der hochdynamische Markt seit 2022 der weltweit drittgrösste Einzelmarkt des Automobilherstellers.

Škoda Auto hat für die weitere Erschliessung des indischen Marktes langfristige Pläne und eine klar definierte Strategie. Dabei spielt Lokalisierung eine zentrale Rolle: Eine Lokalisierungsgrad von 95 Prozent stellt maximale Marktnähe sicher. Die bisherigen Investitionen des Konzerns vor Ort belaufen sich auf eine Milliarde Euro, davon entfallen 250 Millionen Euro auf Forschungs- und Entwicklungsprojekte in Indien. Der überwiegende Teil der technischen Entwicklung findet vor Ort statt. Langfristig strebt Škoda gemeinsam mit der Marke Volkswagen einen Marktanteil von 5 Prozent an, abhängig von der Markt- und Segmententwicklung.

Mit dem Export von Fahrzeugen aus Indien treibt Škoda Auto das Projekt India 2.0 voran und macht das Land schrittweise zu einem Export-Hub. Im Oktober 2022 hat der tschechische Automobilhersteller mit der Ausfuhr von Kushaq-Modellen in die Golfstaaten begonnen. Damit ist der Nahe Osten die erste Exportregion für das in Indien gefertigte Modell.

Expansion im Mittleren Osten

Die Marke rechnet mit einem starken Wachstum in der Region und baut ihr Geschäft im Mittleren Osten weiter aus. Am 1. Februar ist das Unternehmen der nationalen Vertriebsgesellschaft Audi Volkswagen Middle East (AVME) mit Sitz in Dubai beigetreten. Als erster Geschäftsführer des tschechischen Automobilherstellers in der Region wird Lukáš Honzák für eine reibungslose Integration von Škoda in die National Sales Company für die Marken Audi und Volkswagen sorgen. Honzák verfügt über langjährige internationale Erfahrung in den Bereichen Vertrieb, Marketing und bei der Entwicklung von Vertriebsnetzen. AVME ist im gesamten Mittleren Osten vertreten, das eröffnet zusätzliche Wachstumspotentiale. Škoda ist gegenwärtig in vier Ländern der arabischen Halbinsel aktiv: in Bahrain, in Kuwait, in Katar und in den Vereinigten Arabischen Emiraten.

Škoda Auto bietet im Mittleren Osten ein breites Portfolio seiner europäischen Modelle mit konventionellen Motoren an. Im vergangenen Jahr lieferte das Unternehmen in der Region insgesamt 1'200 Fahrzeuge aus. Durch die Expansion möchte die Marke eine Marke von jährlich 5.000 Auslieferungen erreichen. Der Kushaq wird zukünftig voraussichtlich mehr als die Hälfte der Verkäufe ausmachen, ausserdem möchte Škoda künftig im Mittleren Osten auch Elektrofahrzeuge anbieten.

Škodas entschlossene Unternehmens- und Produktionsstrategie ist auch Anreiz für die Händler in der Region, ihre Verkaufsaktivitäten weiter voranzutreiben. Sie investieren angesichts der erwarteten Absatzsteigerungen intensiv in ihre Showrooms. Bereits heute befindet sich in Dubai einer der weltweit grössten Handelsbetriebe der Marke. In naher Zukunft sind weitere Ausstellungsräume in Kuwait und Abu Dhabi geplant.

Kontakt

Sandra Zippo

PR ŠKODA

T +41 56 463 98 07 / skoda.pr@amag.ch

www.skoda.ch / www.skodapress.ch

Bilder zur Presseinformation

Škoda Auto to enter Vietnamese market in 2023

The Czech carmaker will begin by importing models from Europe and later launch local assembly.

Škoda Auto will be officially represented in Vietnam from 2023. The Southeast Asian country is a promising market in its sustainable and dynamically growing economy. The Czech car manufacturer will be collaborating with the Thanh Cong Motor Vietnam on production, imports and distribution.

2023 IMPORTED MODELS

- Kodiaq
- Octavia
- Superb
- Enyaq IV
- Enyaq Coupé IV

2024 NEW FACTORY FOR CKD ASSEMBLY

- Thanh Cong Motor Vietnam.com production plant already being constructed
- The factory will be finished in mid-2024, production start of around 2024
- CKD (Completely Knocked Down) cars from Škoda will be assembled there in Phuoc Hoa

CKD ASSEMBLED MODELS

- Kodiaq
- Scala

KEY FACTS ABOUT VIETNAM

- 100 million inhabitants
- 1 million cars overall market potential
- 4th largest car market in South East Asia
- Highest growth potential in the region
- 3.5 million EVs expected to be registered by 2040

Škoda's sales potential in Vietnam

- Target sales volume of 30,000 deliveries to customers annually
- Investment of up to 40,000 deliveries from 2026
- Production capacity increase to 30 models
- EU-Vietnam Free Trade Agreement eliminates most tariffs, reduces regulatory barriers

Infografik: Škoda Auto übernimmt strategische Verantwortung in der ASEAN-Region und treibt seine Internationalisierungsstrategie voran

Škoda Auto steht unmittelbar vor dem Markteintritt in Vietnam. Im Rahmen der Verantwortungsübernahme innerhalb der Markengruppe Volumen auf den ASEAN-Märkten wird das Land der Marke als Tor zur Region dienen.

Quelle: Škoda Auto



Škoda Auto geht einen weiteren Schritt in seiner Internationalisierungsstrategie mit der Expansion im Mittleren Osten

Zum 1. Februar hat Lukáš Honzák die Position des ersten Geschäftsführers des tschechischen Automobilherstellers im Mittleren Osten übernommen. Eine seiner Hauptaufgaben wird die Integration von Škoda in die nationale Vertriebsgesellschaft für die Marken Audi und Volkswagen sein.

Quelle: Škoda Auto



Škoda Auto geht einen weiteren Schritt in seiner Internationalisierungsstrategie mit der Expansion im Mittleren Osten

Mit der Expansion soll die Marke von jährlich 5.000 Auslieferungen erreicht werden. Der Kushaq wird in der Zukunft voraussichtlich mehr als die Hälfte der Verkäufe ausmachen.

Auch Elektrofahrzeuge will Škoda künftig im Mittleren Osten anbieten.

Quelle: Škoda Auto



Der tschechische Automobilhersteller zeichnet seit 2019 im Rahmen des Projekts India 2.0 für die Aktivitäten des Konzerns in Indien verantwortlich

Erfolgsgeschichte mit Kushaq und Slavia: Die in Indien gebauten Modelle sind überaus beliebt. Die Marke konnte die Auslieferungen in dem hochdynamischen Wachstumsmarkt im Jahr 2022 gegenüber dem Vorjahr mehr als verdoppeln (128% gegenüber 2021).

Quelle: Škoda Auto

Škoda Auto

- › steuert mit der Next Level – Škoda Strategy 2030 erfolgreich durch das neue Jahrzehnt.
- › strebt an, bis 2030 mit attraktiven Angeboten in den Einstiegssegmenten und weiteren E-Modellen zu den fünf absatzstärksten Marken Europas zu zählen.
- › entwickelt sich zur führenden europäischen Marke in wichtigen Wachstumsmärkten wie Indien oder Nordafrika.
- › bietet seinen Kunden aktuell zwölf Pkw-Modellreihen an: Fabia, Rapid, Scala, Octavia und Superb sowie Kamiq, Karoq, Kodiaq, Enyaq iV, Enyaq Coupé iV, Slavia und Kushaq.
- › lieferte 2022 weltweit über 731.000 Fahrzeuge an Kunden aus.
- › gehört seit 30 Jahren zum Volkswagen Konzern, einem der global erfolgreichsten Automobilhersteller.
- › fertigt und entwickelt selbständig im Konzernverbund neben Fahrzeugen auch Komponenten wie Motoren und Getriebe.
- › unterhält drei Standorte in Tschechien; hat Fertigungskapazitäten unter anderem in China, Russland, der Slowakei und Indien vornehmlich über Konzernpartnerschaften sowie in der Ukraine mit einem lokalen Partner.
- › beschäftigt 45.000 Mitarbeiter weltweit und ist in über 100 Märkten vertreten.