

Ein Chrapfner mit Fachwissen

Von simply clever zu simply surprising. Das trifft auf die Marke Skoda zu. Aber auch auf ihren Chef in der Schweiz: Markus Kohler hat es vom Automechaniker-Stift bei der Amag an die Spitze gebracht.



Ambitioniertes Skoda-Duo Skoda-Chefdesigner Oliver Stefani (links) und der Schweizer Markenchef Markus Kohler haben das gleiche Ziel: «Skoda noch emotionaler und erfolgreicher zu machen.»



Die Bezeichnung LX1484 ist ihm ein Begriff. Den Frühflug mit Swiss von Zürich nach Prag nimmt Markus Kohler, Chef von Skoda in der Schweiz, im Schnitt einmal pro Monat. Doch nur ausnahmsweise frühstückt er im legendären Café Savoy zwischen Moldau und Bergseilbahn auf der Prager Kleinseite. «Normalerweise finden die Meetings in einem Bürogebäude am Flughafen statt – oder dann direkt im 50 Kilometer von Prag entfernten Werk in Mlada Boleslav.»

Aktueller Anlass seines Besuchs: Die neue Designsprache von Skoda. Auf dem Programm steht ein Treffen mit Chefdesigner Oliver Stefani. Dessen Ziel: «Wir wollen, dass die Kunden sich nicht nur für einen Skoda entscheiden, weil er praktisch ist, viel Platz und ein unvergleichliches Preis-Leistungs-Verhältnis hat», so Stefani. Die Fahrer sollen das Auto, die Form und den Auftritt gern haben, eine emotionale Verbindung zu ihm herstellen. Also weg vom rein rationalen Denken hin zu mehr Begeisterung und Spass. Aus «simply clever» wird «simply surprising». Stefani betont: «Unsere neue Designsprache ist emotioneller, dynamischer und fließender.» Für ihn ist klar, dass man mit Emotionen begeistern und generell mehr Menschen erreichen kann.

Das freut auch Markus Kohler. Mit Skoda ist er in der Schweiz seit Jahren auf Erfolgskurs. Jetzt wird die Marke noch attraktiver. Der Startschuss zu dieser Erfolgsgeschichte fiel 1991, als sich Skoda und die Volkswagen AG zusammenschlossen. Und Autopionier und Amag-Gründer Walter Haefner einmal mehr ein goldenes Händchen bewies: Er spürte sofort die

grossen Chancen für diese Marke in der Schweiz. «Als die Amag 1992 die ersten Skoda importierte, verkaufte sie 60 Fahrzeuge», erinnert sich Kohler. 2003 waren es schon rund 4500 – jetzt sind es knapp 20 000 jährlich. Markus Kohler ist seit 2011 als Markenchef von Skoda in der Schweiz wesentlich am Aufstieg zur Top-10-Marke mit einem Marktanteil von über 6 Prozent beteiligt.

Was ihn besonders aufstellt: In den beiden vergangenen Jahren war der Octavia das meistverkaufte und beliebteste Auto der Schweizerinnen und Schweizer. Und dies, nachdem der Golf seit 1976 ganz zuoberst stand und nur 1992 dem Opel Astra den Vortritt lassen musste. Lanciert wurde der neue Liebling der

Er startete 1982 als Stift bei der Amag

Schweizer zwar 1996, doch der grosse Rundumschlag gelang Skoda 1999 mit dem Octavia 4x4 TDI. Dieses Modell traf nicht nur den Nerv der Zeit – es war mit Allradantrieb und einem sparsamen aber potenten Dieselmotor perfekt auf die Bedürfnisse der Schweizer Kundschaft zugeschnitten. Er ist praktisch zum Inbegriff der Marke geworden. In Zahlen heisst das: Bis heute wurden total über 130 000 Octavia in der Schweiz verkauft.

Kohler und Skoda – das passt. Mit Understatement punktet die Marke



Und während viele andere Chefs mit Marketing-Geplapper auf sich aufmerksam machen, überzeugt der Chrapfner mit Fachwissen. Wen wundert's, er hat das Geschäft mit und um Autos von der Pike auf gelernt. Ihm macht keiner was vor. «Ich startete 1982 bei der Amag mit einer Lehre als Automechaniker», sagt er. Schnell ging's bergauf: 1991 wechselte er zu Mercedes und deren Occasionsverkauf Ex Novo als Product Manager. 2005 stieg Kohler bei Skoda als Verkaufsleiter ein.

Die Zusammenarbeit mit den Verantwortlichen in Tschechien schätzt er. «Die Leute sind sehr kollegial, haben ein grosses Know-how und sind stolz auf ihre Vergangenheit.» Das beeindruckt ihn. Der Slogan Tradition mit Zukunft ist für ihn nicht einfach nur ein Werbespruch. «Die Leute leben das.» In Mlada Boleslav bauten Vaclav Laurin und Vaclav Klement ab 1895 unter dem Namen Laurin & Klement erst Velos, dann Motorräder und bereits 1905 das erste Auto. 1925 fusionierten sie mit den Skoda Werken in Pilsen. Nächstes Jahr kann Skoda seinen 125. Geburtstag feiern. Heute gibt das Unternehmen mehr als 35 000 Menschen Arbeit und ist weltweit in über 100 Märkten tätig. Und jedes Jahr rollen über 1 Million Autos von Band.

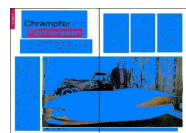
«Auch in diesem Jahr jagt ein Höhepunkt den andern», so Kohler. Besonders auf die Markteinführung des Rapid-Nachfolgers Scala freut er sich: «Im vergangenen Dezember war die Weltpremiere – im Juni ist der Kompaktwagen in der Schweiz erhältlich.» Von diesem Fahrzeug erhofft er sich einiges. Es ist ganze zehn Zentimeter länger als der Klassenprimus

Golf. Dadurch entsteht viel Platz im Kofferraum und auf der Rückbank. So will Skoda nicht nur VW, sondern auch andern Konkurrenten wie Renault Megane oder Hyundai i30 das Leben schwermachen. Kommt hinzu, dass der Scala das erste Modell in der neuen Designsprache ist. Aus dem Aschenputtel wurde ein Märchenprinz. Nicht nur der Überhang an

«Ich spule
rund 1000
Kilometer auf
dem Velo ab»

der Front erinnert an das im vergangenen Herbst in Paris gezeigte Konzept Vision RS – Lebensfreude statt 08/15-Modus.

«Das ist aber noch nicht alles», schwärmt Kohler. In Genf wird der Crossover, ein neues Modell im SUV-Kompaktsegment, als Weltpremiere gezeigt. Zum Herbstbeginn folgt ein aufgepeppter Superb, unter anderem mit einem Plug-in-Hybridantrieb. Und im Winter geht als Highlight der neue Octavia Kombi an den Start – und Skoda ist mit dem Citigo E auch elektrisch unterwegs. «Eine tolle Palette», verspricht Kohler. Bis 2020 überrascht Skoda mit total 20 neuen Modellen, und bis 2025 sollen 10 reine Elektro- oder Hybridfahrzeuge auf den Markt kommen. Noch etwas stellt Kohler auf: «Sehr gut läuft in der Schweiz der Octavia RS. Wir kommen insgesamt auf einen RS-



Anteil von rund 20 Prozent. Mit dem Kodiaq RS hoffen wir, diesen Wert gar verdoppeln zu können.»

Ein riesiges Programm und tolle Herausforderungen kommen auf Markus Kohler zu. Wo lädt er selber seine Batterien auf? Kohler lacht. Er verweist schmunzelnd auf seine Aktiv- und Passivvarianten. «Etwa 1000 Kilometer spule ich jährlich mit meinem Velo ab», sagt er. Gut abschalten und runterfahren könne er aber auch auf Töfftouren mit seiner eigenhändig veredelten Harley. «Und viel Kraft gibt mir meine Familie mit dem 12-jährigen Sohn und der 18-jährigen Tochter.» Geerdet, bodenständig und lebensfroh. Typisch Kohler, typisch Skoda. ■

Max Fischer



Skoda Scala Der Golf-Jäger ist der erste Skoda, der ab Juni in der neuen Designsprache auf die Strasse rollt.

©Skoda