



Skoda Fabia Greenline

Sparmeister

Was VW sein Diesel-Sparkonzept BlueMotion, das nennt sich bei der Konzerntochter Skoda „Greenline“. Realisiert wird das Ganze vorerst beim Volumensmodell, dem neuen Fabia, sowohl in der Hatchback- als in der Kombivariante. Demnächst auch bei uns.

■ Das Ziel ist klar. Auch Skoda will mit einer Modellreihe, die extrem sparsam und umweltfreundlich im Betrieb ist, ökologisch orientierte Kunden erreichen, die auch beim Tanken aufs Börselschauen. Und Skoda-Fahrer gibt es in Österreich ja nicht so wenige. Ein taktischer Schachzug, der sich lohnen dürfte.

betrifft, kann der Durchschnittsverbrauch mit 4,1l/100 Kilometer überzeu- gen. Vorerst sorgt im Greenline-Fabia ein 1.4 Liter TDI mit 80 PS für den Vortrieb, die Palette soll bei entsprechender Akzeptanz jedoch ausgeweitet werden.

■ Das Konzept Greenline basiert auf einer Summe von nicht ganz unbe-



■ Die Eckdaten für den Fabia und seinen Kombibruder klingen auch verlockend. Ökologisch betrachtet ist der CO₂-Wert von 109 g/km ein schlagendes Argument, was den Spritdurst

kannten Detailmaßnahmen, die einerseits Effizienz steigernd, andererseits Widerstandsfaktoren minimierend wirken. So wurde die Achsübersetzung verlängert, ebenso sorgen 3. und 5.

Gang für moderatere Motordrehzahlen. Das Fahrwerk des Fabia wurde um 15 Millimeter tiefer gelegt, der Unterboden aerodynamisch optimiert, um den Cw-Wert zu verbessern und der Einsatz von Dunlop-Pneus mit verringerten Rollwiderstand liefern den Rest des Shape, der den Fabia grün werden lässt.

■ Mit diesen relativ einfachen Maßnahmen zaubert also auch Skoda ein Modell aus der Öko-Lade. Die Frage, ob der Fahrspaß ungetrübt erhalten bleibt, wird letztlich auch der Konsument beantworten, denn das ökologische Gewissen ist erfahrungsgemäß eng von hedonistischen Faktoren durchsetzt, die wiederum die Verkaufszahlen beeinflussen.

■ Beim Fahrer eines Pkw liegt letztlich auch der Erfolg derartiger Konzepte, was den Sparfaktor betrifft. Denn werden optimale Schaltzeitpunkte nicht beachtet, oder das Bleifußsyndrom überfällt den Piloten, dann bleibt selbst das beste Greenline-Konzept eher zahnlos. Die Sparvariante des Fabia soll noch im ersten Halbjahr 2008 den österreichischen Markt bereichern.

Text: Michael Meister
Fotos: Werk

Seat-Geschäftsführung

Mit 6. Dezember übernahm Mag. Wolfgang Wurm, 47, die Geschäftsführung der Seat-Importgesellschaft Allmobil. Bisher war Wurm VW-Markenleiter bei Porsche Austria. Er folgt auf Dkfm. Martin Hölzl, der Ende 2007 in den Ruhestand treten wird. Die Nachfolgerin Wurms wurde Andrea Foisner, die bisherige Marketingleiterin des Skoda-Importeur Inter-car Austria.



Michelin-Vertrieb

■ Im Jänner übernimmt Dieter von Aspern, 55, die Verantwortung für den gesamten Ersatzmarkt Reifen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Er löst Dr. Klaus Neb nach fast 30-jähriger Tätigkeit in dieser Position ab. Dieter von Aspern ist seit 2003 in Deutschland und Österreich Geschäftsführer der Euromaster GmbH und war davor bei Henkel, Karstadt und als Unternehmensberater tätig.



GM Marketing

■ Wolfgang Grob, 46, übernahm per 17. Dezember 2007 die Position des Manager Marketing Kommunikation bei General Motors Austria GmbH. Er folgt damit Stefan Bouvier nach, der das Unternehmen auf eigenen Wunsch verlassen hat. Wolfgang Grob war zuvor bei McCann Erickson und bringt langjährige Erfahrung in Kommunikation und Werbung mit.

