9 771214 775008 05

Auto Data & News

Cena 19 Kč

20. listopadu 2007 | ročník IV. – číslo 5 | www.autodatanews.cz | ve spolupráci s Automotive News Europe

3 str. Městské automobily VW a Toyota

9 str. Wittig opustil Škoda Auto

10 str. Rozhovor se šéfem Mazdy

18 str. Aktivity GM ve východní Evropě

Foto: GM

Velké plány pro Vrchlabí?

Foto: VW

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

Volkswagen na autosalonu ve Frankfurtu poprvé představil koncepční návrh malého vozu up!, který bere velký ohled na životní prostředí. „Pro Volkswagen je reakce návštěvníků autosalonu rozhodujícím testem, abychom se přesvědčili, má-li koncept tentýž potenciál, jímž se kdysi vyznačoval Brouk a poté také Golf," řekl o něm člen představenstva odpovědný za technický vývoj Ulrich Hackenberg.

Koncept up! je městským miniautomobilem pro čtyři osoby vhodným i pro výlety za hranice města. Při délce 3450 m (tedy méně než Fox) a šířce 1630 mm nabízí překvapující vnitřní prostor, což je umožněno umístěním motoru vzadu pod zadními sedadly. Jako pohonnou jednotku lze použít nejrůznější varianty spalovacích motorů.

Pozoruhodné na tomto vozítku není jen jeho technická koncepce, ale i to, že se má vyrábět ve velkém nejen pod značkou Volkswagen, ale své verze mají mít i Seat a také Škoda. A nejen to. Jako místo výroby těchto miniautomobilů pro evropské trhy se uvádí závod Škoda Auto ve Vrchlabí. Vzhledem k uvažova-

→ pokračování na **straně 2**

Škoda Yeti se bude vyrábět v Kvasinách

Škoda Auto by podle strategického rozhodnutí představenstva měla mít do roku 2010 tři plnohodnotné závody pro výrobu a montáž vozidel. Bude toho dosaženo modernizací závodu ve Vrchlabí a rozšířením továrny v Kvasinách. Přinese to rovněž navýšení počtu pracovních míst.

Hlavní závod v Mladé Boleslavi se nadále plně soustředí na výrobu nosných modelů značky Fabia a Octavia. „Díky rostoucí poptávce po modelu Octavia hledáme vhodné výrobní kapacity, které umožní rychle reagovat na enormní zájem zákazníků. S posledními investicemi do rozšíření výrobních kapacit závodu se nyní z hlediska výrobního toku a logistiky nacházíme na hranici možností," řekl odcházející předseda představenstva společnosti Škoda Auto Detlef Wittig. Vysokou poptávku po modelu Octavia proto pomůže řešit závod Volkswagenu v Bratislavě, což je jeden z nejmoder-

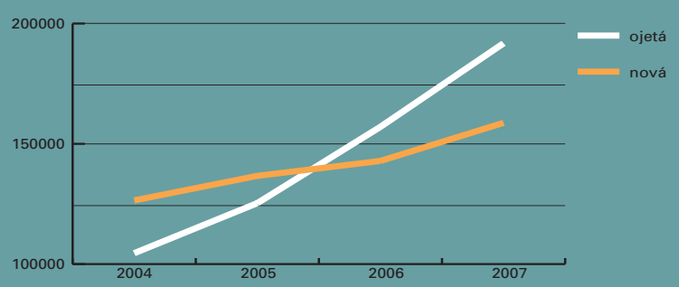
nějších výrobních závodů v rámci celého koncernu VW a vyniká nadprůměrnou kvalitou produkce. Má k dispozici volnou kapacitu i dostatek pracovních sil, takže v krátké době může dodatečné vozy vyrobit.

Závod ve Vrchlabí by se stát plnohodnotným závodem včetně lakovny. Po vyřešení otázky dopravní obslužnosti a následné investici do modernizace provozu se bude ucházet o zakázku s velkým objemem výroby nových

→ pokračování na **straně 7**

Čísla měsíce

První registrace nových a ojetých osobních a užitkových vozů do 3,5 t za deset měsíců



Velké plány pro Vrchlabí?

pokračování ze strany 1

nému rozsahu výroby, minimálně 200 000 vozů všech tří značek ročně, je to vzhledem k zatížení životního prostředí v Krkonoších a problémům s logistikou jen těžko představitelné.

Dvě minivozítka definující budoucnost

Tato dvě autíčka mají všechny předpoklady definovat budoucnost městských automobilů, které se v budoucnosti stanou běžnými. Volkswagen up! a Toyota iQ ale nejsou hračky. Jsou to opravdové, čtyřsedadlové automobily zaměřené na velkou hospodárnost a nízké emise.

VW doufá, že se up! stane ikonou VW a vzhledem ke stále hlubšímu vztahu Evropanů vůči životnímu prostředí má velkou šanci, že si získá postavení, jaké zaujaly „Brouk“ nebo později model Golf. Toyota již dříve stanovila vysokou laťku pokud jde o nízké emise svým hybridním modelem Prius. Model iQ, který je zatím konceptem, ale určitě se bude vyrábět, může být vybaven podobnou technologií, možná i novou generací připojitelného hybridního systému, který nyní Toyota vyvíjí. Ten umožní nabíjejí automobilů z jakékoli elektrické zásuvky.

VW up!

Koncept up! předjímá směrování budoucích malých městských automobilů kratších než 3,5 m. Motor umístěný vzadu přináší velmi krátký převis vpředu a dlouhou kabinu, což spolu s profilem vytvořeným dvěma díly definuje základní téma automobilu. Exteriéru vozu dominuje jemné propracovaní detailů. Všimnete si ve vznášejícím se nárazníku začleněné poznávací značky, vyleštěného zadní víka přesahujícího světlomety, loga v kapotě v barvě karoserie nad projektorovými světlomety a kulatých vnějších zrcátek. Puristické směřování pokračuje uvnitř vozu. Mimořádně tenká sedadla obsahující prvky, které se nafukují, tak aby se dala nastavit opora, kterou poskytují, tlačítka umístěná na té části volantu, která se sklápí

↑ VOLKSWAGEN UP!

↑ TOYOTA IQ

dovnitř, tenký volně usazený přístrojový panel pokrytý čtvercovými vyústkami a jednoduchý dveřní panel.

Šéfdesignér koncernu Walter de`Silva velmi prosté tvary vozu vysvětluje: „Koncept up! není vůz, jehož vzhled by v krátké době zastaral. Vyzařuje důmyslnost a navíc byl vytvářen s láskyplnou péčí. A proto je jasnou a důraznou předzvěstí budoucího designu značky Volkswagen. Navíc tým designérů a konstruktérů předurčil koncepční návrh up! jako počátek celé nové modelové řady; další možné varianty jsou snadno představitelné.“

Chytrá Toyota

Koncept Toyota iQ je téměř pro výrobu připravenou vývojovou fází konceptu Endo, předvedeného před dvěma lety, a je zajímavým protějškem konceptu up! od VW. Při své délce 2980 mm se jedná o třímetrovou kategorii automobilu nabízející všestranné uspořádání sedadel 3+1 a to ve voze, který je jen o 200 mm delší než Smart ForTwo a o 425 mm delší než Toyota Aygo. Šířkou a výškou se blíží Toyotě Yaris.

Téma designu, které se inspirovalo motivem trojúhelníku, je použito u koncových světlometů, předních světlometů, tvaru kapoty a dokonce i u koncovky výfuku. Velmi zajímavá na tomto výrazu je skutečnost, že pečlivé poskládání povrchových vrstev umožňuje, aby linie, které jsou dominantní při jednom pohledu, byly potlačeny při pohledu z jiného úhlu. Téma trojúhelníků pokračuje v interiéru například u podvěsu přístrojů na vrcholu hlavního přístrojového panelu protaženého dolů, kde vytváří středovou konzoli. Vzhledem k uspořádání sedadel 3+1 můžete se rozhodnout, zda chcete mít zadní sedadla nebo zavazadlový prostor.

Toyota má v plánu prodat v Evropě během prvních dvanácti měsíců po jeho představení v lednu 2009 80 000 vozů iQ. Toyota označuje model iQ za nejmenší čtyřsedadlový osobní koncept na světě. Nedá se ale od něho očekávat, že by byl levný, protože má stát asi 13 000 eur. Sériová výroba modelu iQ zachová neobvyklé uspořádání sedadel konceptu: dvě sedadla pro dospělé cestující vpředu a jedno vzadu a navíc dětské sedadlo za řidičem.

←

AUTOTEC
VELETRH UŽITKOVÝCH VOZŮ BRNO
4.– 8. 6. 2008

Volkswagen a Toyota odhalily koncepty pro své malé městské automobily

TOM ARMITAGE
& LUCA CIFERRI,
AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

FRANKFURT N. M. | VW a Toyota odhalily na autosalonu IAA ve Frankfurtu koncepty pro své mikroautomobily. VW bude počínaje rokem 2010 vyrábět odlišné verze svého mikroautomobilu s využitím nové platformy s pohonem zadních kol (s kódovým označením New Small Family) ve třech oblastech světa.

Ti, kdož jsou zasvěceni do plánů VW, říkají, že dobře vybavené městské verze tohoto automobilu budou zaměřeny na městské zákazníky ze západní Evropy, Japonska a možná i USA.

Škoda, Seat získají varianty

Mluvčí VW časopisu Automotive News Europe sdělil, že automobilka nerozhodla o místu výroby mikroautomobilů. „Nový malý rodinný automobil je konceptem pro platformu, která by mohla nést pěkný malý městský vůz, stejně tak jako automobil pro rozvíjející se trhy. Měl by být levný a měl by se vyrábět na základě místních podmínek."

Délkou 3400 mm je mikroautomobil od VW nejdelší z tria novinek vystavených ve Frankfurtu. Automobil pohání dvouválcový nebo tříválcový motor, který leží pod zadními sedadly, což umožňuje obvyklé uspořádání sedadel pro čtyři dospělé cestující.

Nejvyšší výkonný představitel VW Martin Winterkorn prohlásil, že varianty používající zmíněnou platformu se budou prodávat pod značkami Seat, Škoda a Volkswagen.

Po vystavení konceptu up! na autosalonu IAA, Volkswagen vystavil prodlouženou verzi tohoto vozu jako studii space up! na říjnovém autosalonu v Tokiu a další se připravuje pro autosalon v Los Angeles.

Toyota ve Frankfurtu prezentovala už k výrobě připravenou verzi konceptu Endo, který měl premiéru na autosalonu IAA v roce 2005.

Bude mít vpředu umístěný motor pohánějící přední kola. Automobil je 3150 mm dlouhý. Konfigurace sedadel je inovativní s uspořádáním 3 + 1, tj. dvě sedadla vpředu, plnohodnotné sedadlo za cestujícím vpředu a sedadlo pro děti za řidičem. Jeho prodej by měl být zahájen na začátku roku 2009.

Agentura CSM Worldwide odhaduje roční prodej v Evropě u mikroautomobilu VW na 75 000 až 80 000 vozů a u mini od Toyoty na 55 000 až 60 000 vozů.

↑ VOLKSWAGEN SPACE UP!

Skeptičnost vůči ziskovosti

Analytici jsou skeptičtí k myšlence, že automobilky mohou na svých nových mikroautomobilech vydělat peníze. Phil Dunne, analytik od AT Kearney, uvedl, že mikroautomobil VW by mohl automobilce pomoci pokud jde o počty prodaných automobilů, „ale nedomnívám se, že by mohly být přínosem z hlediska zisků."

Analytik z kanceláře firmy Global Insight ve Frankfurtu Christoph Stürmer řekl: „Můžete jej specifikovat dolů a jezdit s ním v Dillí nebo jej budete specifikovat nahoru a budete s ním jezdit po Paříži. Opravdovým uměním ale je vydělat peníze na automobilu, který prodáte v Dillí, neboť pak vydělá-te peníze také na automobilu, který prodáte v Paříži."

Winterkorn říká, že VW studuje, jak by svůj nový automobil mohl vyrábět co nejefektivněji pokud jde o náklady. „Jsem si jistý, že dokážeme dosáhnout objemu, díky kterému dosáhneme obchodního úspěchu," řekl.

Také Toyota se pokusí vyrábět automobil co nejjednodušeji. „U tohoto modelu je důvtipné to, že vytvářejí vozidlo, u něhož je polovina komponent převzata z obvyklého automobilu a jeho výroba je proto mnohem levnější a jednodušší," říká Stürmer.

Kromě přitažlivosti těchto automobilů pro mladé zákazníky z evropských měst, pomohou mikroautomobily rovněž snížit svým výrobcům průměrné emise, což je bonus vzhledem k tomu, že EU plánuje přísnější pravidla pro výfukové plyny.

Mark Fulthorpe, ředitel z londýnské kanceláře prognostiků pro automobilové odvětví u CSM Worldwide, řekl: „Pravděpodobně se stanou pákami proti budoucí legislativě týkající se emisí v Evropě."

Přijme Fiat tuto výzvu?

Společnost Fiat Group by měla vstoupit na trh s městským automobilem, který bude výzvou pro uvedené modely plánované Volkswagenem a Toyotou. Fiat sice zatím nepředvedl jejich případného rivala, ale ve Frankfurtu poprvé předvedl dvouválcový motor o objemu 900 cm³ a výkonu 65 k, který by budoucí mikroautomobil mohl pohánět.

Fiat uvažuje o vytvoření třetího modelu na platformě, která je oporou miniautomobilů Panda a Fiatu 500. Délkou okolo 3200 mm by případný mikroautomobil byl o 300 mm kratší než Panda, ale stále by byl čtyřsedadlový. Na trh by se měl dostat v roce 2009 nebo 2010, aby tak nahradil miniautomobil Seicento o délce 3335 mm. ←

10% zvýhodnění na přihlášky výstavní plochy do 30. 11. 2007

AUTOTEC TRUCK & VAN
AUTOTEC BUS
AUTOTEC TRAILER & BODY
AUTOTEC SERVICE
AUTOTEC PARTS
AUTOTEC PETROL
AUTOTEC CONFERENCE

www.bvv.cz/autotec

Central European Exhibition Centre
BVV Veletrhy Brno

Citroën Audi Renault Mitsubishi Honda

Citroën C5: Noblesa a více dynamičnosti

Citroën představil novou generaci svého modelu střední třídy. Svými rozměry (délka 4780 mm, rozvor 2820 mm) se přidává k trendu posunu směrem k vyšší kategorii. Má poprvé u Citroënu v tomto segmentu klasickou tříprostorovou karoserii sedan se zaoblenou linií střechy a třetím bočním oknem, dodávající mu dynamický profil blízký kupé. Nový Citroën C5 v sobě spojuje noblesu a eleganci, ale díky nekonvenčnímu řešení přídě je rovněž zcela originální. Kromě sedanu samozřejmě bude připraveno i kombi, které oproti předchozí generaci více než na praktičnost sází na eleganci a dynamiku. Obě verze působí dojmem solidnosti. Připraveny jsou tři zážehové a čtyři vznětové motory. K dispozici jsou rovněž dva typy podvozků – komfortní Hydractive 3 Plus a nově i klasické pérování, označované Métallique. Standardně se bude dodávat s ESP a sedmi airbagy (další dva lze získat za příplatek). Citroën C5 se bude vyrábět v Rennes.

Foto: Citroën

Audi A4: Největší ve třídě

Významným krokem v úsilí nového šéfa Audi Ruperta Stadlera dosáhnout do roku 2015 zvýšení produkce na hranici 1,5 milionu kusů bude uvedení nové generace modelu A4. „Model A4 je naším nejdůležitějším modelem, stabilním základem našeho celosvětového úspěchu," říká Stadler. Proto by měl překonat prodejní čísla předchozí generace. Novinka je o 12 cm delší (4700 mm), takže je největší ve střední třídě exkluzivních vozů. Audi si od tohoto vozu hodně slibuje nejen v Evropě, ale i v USA a také v Číně, kde se bude od roku 2008 rovněž vyrábět. Verze Avant s karoserií kombi by se měla představit v Ženevě a prodávat se začne v pololetí. Model A4 se vyrábí současně Ingolstadtu a Neckarsulmu.

Foto: Audi

Mitsubishi Lancer Sport Sedan: Překvapivě velký

Nový Lancer se stává největším sedanem značky určeným pro evropské trhy. Navzdory převzetí jména malého sedanu má za úkol nahradit mnohem větší modely Carisma a Galant. Odpovídá tomu i jeho délka 4600 mm. Mitsubishi v tomto voze chce nabídnout vůz s dynamikou a sportovním charakterem Alfy Romeo 159 či Volva S40, ovšem za cenu Mazdy3. Přes posun do vyššího segmentu bude od Lanceru odvozena i tradiční extrémní sportovní verze s pohonem všech kol Evo 10 (a vedle ní i trochu střízlivější Lancer Ralliart). Kromě toho se poprvé představí i s karoserií hatchback Sportback, který přijde do prodeje koncem roku 2008. Po technické stránce je Lancer pozoruhodný tím, že používá flexibilní architekturu Project Global, vyvinutou ještě ve spolupráci s Chryslerem. Stejnou architekturu přitom používá i SUV Outlander (a tedy i Citroën C-Crosser a Peugeot 4007), jen v Japonsku prodávaný minivan Delica D5, ale také Chrysler Sebring, Dodge Avenger a Caliber a Jeepy Compass a Patriot.

Mitsubishi Lancer přichází se zážehovými motory 1,5 l MIVEC/80 kW a 1,8 l MIVEC/105 kW. Vznětová verze používá osvědčený motor 2,0 l DI-D/103 kW se vstřikováním systémem čerpadlo-tryska, dodávaný Volkswagenem. Vlastní vznětový motor 1,8 l bude k dispozici později.

Foto: Mitsubishi

Renault Sandero: Další klon Loganu

Na bázi projektu X90, tedy Dacie Logan, vytvořil Renault mnohem propracovanější malý hatchback. Model Sandero byl poprvé uveden v Brazílii a Argentině pod značkou Renault. Jedná se o model, který by se měl prodávat a vyrábět celosvětově. Pro evropské trhy to bude pod jménem Dacia s produkcí v rumunském závodě Mioveni u Pitesti. Vzhledem k tomu, že Sandero není konstrukčně tak extrémně jednoduchým vozem jako sedan Logan, má se prodávat za poněkud vyšší cenu. V Evropě má být Dacia Sandero (pokud bude zachováno i zde toto jméno) uvedena do prodeje během příštího roku. Podle všeho ale touto už pátou karosářskou variantou nabídka verzí vytvořených v rámci projektu X90 nenaplní. „Chceme na stejné platformě vytvořit co nejvíce verzí karoserií. Tou šestou pravděpodobně bude crossover, ale ani to neskončí. Jsme teprve na začátku," prohlásil šéf projektu X90 Gérard Detourbet. Logan se už vyrábí v Indii, Rusku, Maroku a Íránu. V základním závodě v rumunském Mioveni by měla v roce 2008 výroba překročit hranici 400 000 vozů. Pro původně plánovanou výrobu v Číně se ale tento vůz ukázal jako moc malý. Proto se připravuje jeho zvětšená podoba, stejně jako podstatně lacinější verze pro indického výrobce skútrů Bajaj, která by se měla s cenou vejít pod 3000 USD, tj. do 50 000 Kč!

Honda Accord Tourer: Krok ke konzervatizmu

Koncept Accord Tourer předvádí základní téma a formu designu exteriéru pro připravované kombi na bázi nové evropské Hondy Accord. U tohoto vozu je ale neobvyklé, že základní design, ze kterého koncept vychází, byl navržen v Japonsku, zatímco samotnou studii vytvořilo německé designové studio Hondy. Celkové proporce vozu jsou obvyklé. Na rozdíl od současného sériově vyráběného vozu má koncept více skloněné zadní víko. Až se tento vůz v příštím roce představí na autosalonu v Ženevě ve své konečné podobě, určené pro sériovou výrobu, bude se jednat o osmou generaci modelu Accord na evropském trhu. Bohužel se však zdá, že Honda nahrazuje výrazný design obecně použitelným stylem, což se při úspěchu současného modelu a podstatně radikálnější strategii designu použité u nejnovějšího modelu Civic, zdá být nesmyslné. Na druhou stranu je třeba konstatovat, že u konkurence byl tento koncept přijat s velkým uznáním.

Foto: Honda

Foto: Renault

Kia Toyota Subaru

Foto: Kia

Kia Pro-cee'd: Třetí verze

Kia Motors zahájila přesně v plánovaném termínu v Žilině výrobu třetí karosářské varianty modelu cee'd, třídveřového Pro-cee'du. Sportovně laděný hatchback má karoserii navrženou tak, že na první pohled zapadá do celé modelové řady, nicméně jen kapota a panely předních blatníků jsou shodné s pětidveřovou verzí. Všechny ostatní karosářské díly jsou zcela nové. Dramaticky vyhlížející záď vozu dodává mnohem sportovnější vzhled. Pro-cee`d je trochu nižší ale o 15 mm delší než pětidveřový cee'd. Po mechanické stránce jsou obě verze shodné, nicméně odladění podvozku je naprosto odlišné. Nejde ovšem o nekompromisně sportovní vůz, neboť tuto roli by v nabídce značky mělo převzít kupé ve stylu už vystavované studie Kee. K lepší dynamice Pro-cee'du napomáhá i snížení hmotnosti o 84 kg. Zavazadlový prostor má objem 340 l jako pětidveřová verze. Pro-cee'd se začne prodávat během prosince letošního roku, kdy budou také zveřejněny ceny.

Toyota Land Cruiser V8: Z Ruska do Evropy

Neobvyklý postup prezentace své nejvýznamnější novinky zvolila Toyota. Postup je to ale logický vzhledem k významu jednotlivých trhů. Velký off-road Toyota Land Cruiser V8 se ve své už osmé generaci představil nejprve v ruském Petrohradě. Toyota se u svého velkého terénního vozu hlásí k tradici započaté už v roce 1951. Land Cruiserů se už prodalo přes pět milionů vozů. Velký off-road bude k dispozici v pěti- a sedmimístné verzi. V Rusku se představil se zážehovým motorem V8 4,7 l VVT-i/212 kW. Pro EU bude připravena i ekologičtější verze s turbodieselem Common Rail V8 4,5 l D-4D/210 kW. Nový Land Cruiser V8 je dlouhý 4950 mm a rozvor má 2850 mm. Land Cruiser je především vynikajícím terénním vozem. Má samozřejmě pohon všech kol s mezinápravovým diferenciálem Torsen a k tomu řadou nových elektronických systémů, z nichž mnohé jsou zde použity vůbec poprvé.

Foto: Toyota

Subaru Justy: Jiný výrobce

Pro Subaru je model Justy vstupním modelem. Stávající Justy G3X s pohonem všech kol pro Subaru vyrábí Suzuki v Maďarsku. Tato verze bude v nabídce až do srpna 2008. Nová generace Justy přináší pro Subaru revoluční změnu. Nejen proto, že bude mít nového producenta v japonské autombilce Daihatsu, ale i tím, že půjde o první model značky, který bude v Evropě nabízen bez pohonu všech kol. Subaru v novém Justy získává nejen cenově dostupný automobil, ale také model, který v rámci prodeje v zemích EU upraví průměr emisí CO_2 na požadovaných 120 g/km. Nové Justy má litrový zážehový motor o 51 kW a chybějící pohon všech kol vynahradí svým zájemcům tím, že poskytne úroveň bezpečnosti i kvality, jaká se od značky Subaru očekává. ←

Foto: Subaru

Krátce

General Motors podle předběžných prodejních výsledků za tři čtvrtletí opět zaujalo postavení čísla 1 mezi výrobci automobilů na světě. Po šesti měsících sice poprvé po 77 letech se ujala vedení Toyota, ale na konci září GM vykázalo prodej 7,06 milionu vozů, zatímco Toyota 7,05 milionu.

Mitsubishi začne své SUV Outlander brzy vyrábět pro evropské trhy v závodě NedCar v nizozemském Bornu společně s malým modelem Colt. Zajímavé je, že obdobné vozy

Foto: Mitsubishi

Peugeot 4007 a Citroën C-Crosser se i nadále budou do Evropy vozit z Japonska.

Audi v podobě studie Metroproject Quattro naznačilo možný vzhled připravovaného malého modelu A1.

Foto: Audi

Zatímco pro sériovou podobu bude mít motory TSI a diesely, v Tokiu byl překvapivě vystaven vůz dlouhý 3910 mm s hybridním pohonem. Výroba se plánuje na konec roku 2009.

Volkswagen hodlá nejpozději v roce 2010 uvést do prodeje „1litrové auto“, tedy automobil se spotřebou 1 l/100 km. Pohání jej jednoválcový

Foto: VW

motor a je schopen dosáhnout rychlosti až 120 km/h. Prototyp tohoto vozidla předvedl v roce 2002 Ferdinand Piëch. Nečeká se, že by šlo o prodejní hit, ale má jít o ukázku možností současné techniky.

Mazda připravuje už brzkou sériovou výrobu nového typu katalyzátoru, který s pomocí Single-nano technologie redukuje o 70 až 90 % potřebu drahých kovů platiny a paladia, jejichž zpracování je ekologicky problematické.

Opel připravuje od roku 2010 zahájení výroby vozu s hybridním pohonem na bázi modelu Astra s využitím platformy Delta. V USA se má prodávat pod značkou Saturn. Jako studii Opel vystavil Astru Hybrid už v roce 2005.

První vodíková čerpací stanice

TAKÉ ČESKÁ REPUBLIKA SE UŽ PŘIPRAVUJE NA VSTUP DO DOBY VODÍKOVÉ

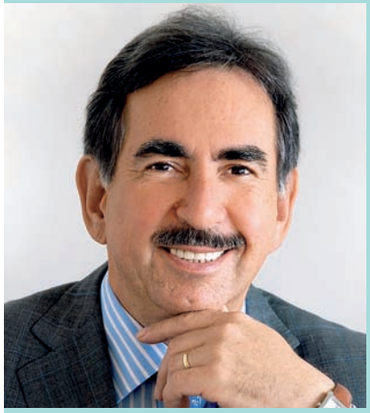
VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA NEWS

PRAHA | Generální ředitel společnosti Linde Gas Petr Choulík mohl s hrdostí předstoupit před novináře se sdělením: „Po téměř dvouletém jednání a následném výběrovém řízení se Linde Gas podařilo v říjnu uzavřít s Ústavem jaderného výzkumu v Řeži smlouvu o dodávce první vodíkové čerpací stanice na území České republiky, která bude vybudována v Neratovicích. Zahájení výstavby stanice mohu zařadit mezi své splněné sny."

Česká republika se tak zásluhou konsorcia FCZ – H2 BUS (Fuel Cell Czech H2 Bus) zařadí mezi země, které se aktivně připravují na využívání vodíku jako nejekologičtější pohonné hmoty pro dopravu. Hlavním cílem projektu je již v současnosti zprostředkovat využití technologií, které budou běžné až za několik desítek let. Díky tomu bude veřejnost o této technologii v předstihu informována a bude možné začít s budováním infrastruktury, která bude později potřeba.

Budoucnost patří vodíku

Vodík je nejperspektivnější a v konečném bilancování v podstatě jedinou možnou náhradou fosilních pohonných hmot pro dopravní prostředky. Jeho předností je skutečnost, že při použití ve spalovacích motorech i palivových článcích produkuje prakticky jen vodní páru.



↑ PETR CHOULÍK

Stovka vozidel BMW řady 7 a několik experimentálních automobilů Mazda využívají vodík jako pohonnou hmotu pro spalovací motory. Mnohem efektivnější je využití vodíku pro produkci elektrické energie v palivových článcích. S touto technologií experimentuje většina automobilek u osobních vozů. V běžném městském provozu se v několika evropských zemích zkouší řada zkušebních autobusů. Jeden z nich jsme měli možnost vidět i na Autotecu 2006 v Brně. Jeho nádrže doplňoval vodíkový trajler plněný u Linde Gas v Ostravě.

Vývoj a realizace vodíkového autobusu FUCZ - H2 BUS je nejvýznamnějším projektem řízeným ÚJV Řež zaměřeným na přenos výsledků z laboratoří do běžného života. Autobus bude na trase Praha - Neratovice provozovat společnost Nerobus. Bude to první projekt tohoto typu v nově přistoupivších zemích EU. Ústav projekt koordinuje a bude též řešit otázky bezpečnosti využívání vodíku.

↑ HONDA JAKO PRVNÍ NA SVĚTĚ DODALA UŽ V ROCE 2005 PRVNÍ VODÍKEM A PALIVOVÝMI ČLÁNKY POHÁNĚNÝ AUTOMOBIL SOUKROMÉMU ZÁKAZNÍKOVI

↑ ČERPACÍ STANICE NA VODÍK SPOLEČNOSTI LINDE

↑ LINDE TANKUJE I VOZY BMW

Konsorcium FUCZ – H2 BUS má v současné době 11 členů. Vzhledem k minimu finančních prostředků je tato činnost pro všechny zúčastněné neziskovou, nicméně zkušenosti získané z provozu vodíkového autobusu a vodíkové čerpací stanice významně přispějí ke zvýšení konkurenceschopnosti všech zainteresovaných partnerů projektu, který je spolufinancován ze Strukturálních fondů Evropské unie a Ministerstvem dopravy České republiky.

Společnost Škoda Electric pro tento projekt připravuje autobus FCZ – H2 BUS na bázi 12 m dlouhého vozidla Irisbus Citelis. Bude používat palivové články německé firmy Proton Motor. Při spotřebě 8 kg H2/100 km bude mít dojezd 250 km.

Zdroj vodíku

Vodík lze získávat elektrolýzou z vody, ale v současné době se získává především ze zemního plynu. Problémem zásobování vodíkem je nutnost dopravovat jej stlačený nebo zkapalněný.

Ústav jaderného výzkumu Řež se zaměřuje zejména na vývoj a výzkum v oblasti energetiky, průmyslu a zdravotnictví. Jedním z cílů jeho činnosti je zhodnocování těchto poznatků z vývoje a výzkumu nejperspektivnějších technologií v ostatním průmyslu. Jednou z nich je vodíkové hospodářství. ÚJV Řež se zde zaměřuje na uplatnění jaderné energie při výrobě vodíku. Proto je členem platformy pro vodík a palivové články, jejímž cílem je koordinovat a akcelerovat aktivity spojené s energetickým využíváním vodíku v Evropské unii.

Výzkum se zabývá možnostmi výroby vodíku s využitím současných jaderných zdrojů a především možnostmi, které poskytnou nové typy vysokoteplotních jaderných reaktorů. Ve světě probíhá několik mezinárodních programů zaměřených na vývoj a výzkum reaktorových systémů IV. generace, přičemž ÚJV Řež se podílí na výzkumu v rámci projektu vývoje vysokoteplotních reaktorů VHTR.

Podle ředitele divize jaderné bezpečnosti a energetiky Iva Váši by v budoucnosti (za 20 či 30 let) bylo pro každodenní provoz asi 300 000 vozidel v České republice poháněných vodíkem potřeba vybudovat šest až sedm reaktorů tohoto typu.

Čerpací stanice

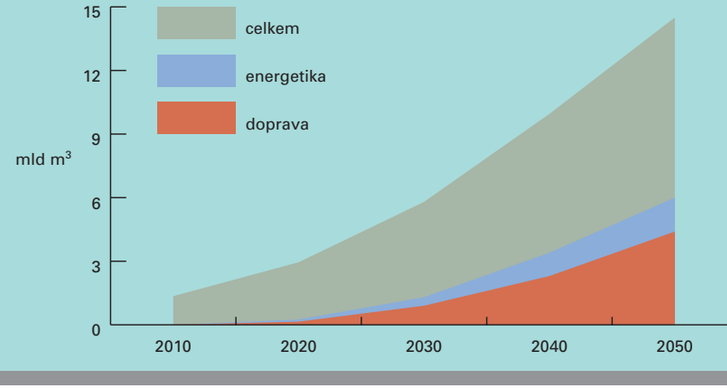
Linde Gas je součástí koncernu Linde, který je jedničkou na světovém trhu technickými plyny s ročním obratem 12,4 miliard eur a s 55 tisíci zaměstnanci ve více než 70 zemích světa. Linde Gas je největším dodavatelem technických plynů v České republice.

Koncern Linde se intenzivně zabývá využitím vodíku. Dlouhodobě spolupracuje na výzkumných projektech na podporu vodíkového pohonu pro automobily. Jejich výsledkem je mimo jiné výstavba čerpacích stanic na vodík pro automobily a autobusy, které vodík používají jako palivo. Linde zde využívá své znalosti z využíváním vodíku z mnoha oblastí od výroby, přes zkapalňování, dopravu a uskladnění až po jeho využití. Linde již v roce 2005 prezentovalo svou vizi Evropské vodíkové dálnice, dálničního okruhu procházejícího hlavními centry vývoje a výroby automobilů v Evropě.

Koncern Linde již v roce 2005 uvedl svou vizi Evropské vodíkové dálnice, dálničního okruhu procházejícího hlavními centry vývoje a výroby automobilů v Evropě. Její 1. etapa, dlouhá 1800 km, spojuje především klíčová místa německého automobilového průmyslu a byla uvedena do zkušebního provozu během MS v kopané v roce 2006. Ve 2. etapě se objeví i Česká republika.

Linde Gas dodá čerpací stanici na vodík typu H2 450-20-20 HB, která dokáže plnit vozidla plynným vodíkem o tlaku 30 MPa (300 bar). Tato stanice představuje osvědčené a vysoce výkonné zařízení na čerpání vodíku. V současné době je již mimo jiné v provozu ve třech městech podílejících se na celoevropském projektu CUTE (Clean Urban Transport for Europe) – v Amsterdamu, Barceloně a Portu a podobné jsou i přímo ve výrobních závodech několika evropských automobilek. Linde Gas instaluje zásobník na vodík a bude dodávat i vodík. Předpokládaný termín předání stanice do provozu je listopad 2008. Plnění experimentálního autobusu bude trvat 8 až 12 minut. ←

Předpokládaný vývoj spotřeby vodíku v dopravním sektoru a energetice v České republiky



Zdroj: ÚJV

Logistické centrum Toyota v Krupce

Společnost Toyota Motor Europe nedávno otevřela v Krupce u Teplic nové logistické centrum, které bude zásobovat servisními díly a příslušenstvím prodejce vozů Toyota a Lexus v České republice a ve východní části Německa. Nový sklad Toyota Parts Centre Česká republika, představující investici ve výši 13,3 milionů eur, je již v pořadí šestnáctým logistickým centrem společnosti Toyota Motor Europe na starém kontinentu. Tadashi Arashima, prezident a výkonný ředitel společnosti Toyota Motor Europe, při slavnostním otevření centra uvedl: Motivace, která nás k této investici vedla, je zřejmá, protože poptávka po vozech Toyota a lexus roste, musíme rovněž rozšiřovat servisní a skladovou síť. Zanedlouho zahájíme již jedenáctý rok našeho nepřetržitého růstu a toto centrum nám významně pomůže při uspokojování požadavků rostoucího počtu zákazníků v Evropě.“ Nové logistické centrum Toyoty v Krupce má 12 000 m² a je v něm zaměstnáno 50 lidí. ←

Evropská centrála KIA

V PŘEDVEČER ZAHÁJENÍ LETOŠNÍHO AUTOSALONU VE FRANKFURTU OTEVŘELA SPOLEČNOST KIA MOTORS CORPORATION SVOU NOVOU EVROPSKOU CENTRÁLU. TA SE NACHÁZÍ V SAMÉM STŘEDU MĚSTA, V BEZPROSTŘEDNÍ BLÍZKOSTI VÝSTAVIŠTĚ.

Do nového sídla investovala společnost Kia Motors 74 milionů eur a jeho lokace v samém srdci evropského obchodu jasně demonstruje současné a budoucí aktivity jihokorejské firmy na starém kontinentu. Nové ústředí společnosti KIA ve Frankfurtu nad Mohanem, navržené Japoncem Y. Omeharou a Němcem J. Holzwarthem, má deset pater, dvě podlaží podzemních garáží a 27 000 m² užitné plochy. Sídlí zde celoevropské oddělení prodeje, marketingu, poprodejních služeb a technické servisní centrum. Součástí budovy je taktéž prostorný showroom a designové centrum, které je mimo jiné vybaveno i speciální místností s zatahovatelnou střechou pro prezentaci prototypů a koncepčních studií na denním světle. V nové centrále KIA bude celkem pracovat 500 lidí. Euisun Chung, prezident a CEO Kia Motors Corporation, při příležitosti slavnostního otevření centra řekl, že nové sídlo společnosti ještě více přiblíží značku KIA evropským zákazníkům. ←

Emil Frey potřetí v Praze

Na slavnostní otevření již třetí pobočky zastoupení své firmy v Praze přijel ze Švýcarska přestřihnout pásku pan Walter Frey, syn zakladatele rodinného podniku Emil Frey AG. Otevření se zúčastnili i nejvyšší představitelé Toyoty v Čechách a hosté z bruselské centrály Toyota Motor Europe. Nový objekt vyrostl díky investici přes 150 milionu korun na pražském Černém mostě za necelý rok. ←

Auto Palace na Spořilově vyrostl

Společnost Auto Palace, přímý předchůdce dnešního holdingu AutoBinck, v letošním roce slaví 100 let své existence. Společnost AutoBinck je jedním z nejvýznamnějších evropských prodejců automobilů, a to nejenom v oblasti dovozu, ale i maloobchodního prodeje v zemích Střední Evropy a Beneluxu: České republice, Slovensku, Polsku, Maďarsku, Slovinsku, Nizozemsku, Belgii a Lucembursku. K jejím obchodním aktivitám patří také služby operativního leasingu, prodej náhradních dílů a příslušenství, správa nemovitostí, obchod kvalitními ojetými vozy i služby půjčovny. AutoBinck Holding prostřednictvím společnosti Auto Palace zastupuje v České republice značky Hyundai a Mitsubishi Motors a prodává též vozy značek Ford a Mazda.

V Praze nyní Auto Palace otevřel novou reprezentativní budovu se zastoupením společnosti M Motors CZ, dovážející vozy Mitsubishi, a rozsáhlé prodejní prostory pro značky Hyundai a Mitsubishi. Celý areál Auto Palace v Praze na Spořilově tak nyní zaujímá 34 000 m², z toho je více než 10 000 m2 zastavěné plochy. Z letos plánovaného prodeje téměř 2000 nových vozů se pro příští rok počítá s navýšením až na 2500 prodaných nových aut.

Na slavnostním otevření nechyběli zástupci japonské a nizozemské ambasády, majitel a prezident holdingu AutoBinck Rolf Lauret, prezident Mitsubishi Motors Europe Tim Tozer a řada dalších představitelů Mitsubishi Motors Europe a ředitel společnosti Mazda CZ&SK Thomas Rothe. ←

Škoda Yeti se bude vyrábět v Kvasinách

← pokračování ze **strany 1**

vozů, které vzniknou na bázi studie Volkswagen up!.

Připravované SUV Yeti bude společnost Škoda Auto vyrábět v Kvasinách. Výrobu tohoto modelu obhájilo vedení Škoda Auto i přes volné kapacity v jiných závodech VW v Evropě. „Náš nejmodernější závod získá díky modelu Yeti třetí výrobní pilíř a bude moci nabízet nová pracovní místa. Umístění výroby yetiho v České republice je přes volné výrobní kapacity v jiných evropských lokalitách koncernu VW jasným signálem, kterým upevňujeme naši pozici v České republice. Takto velké investice nezbytně potřebují rozvoj regionální infrastruktury v okolí našich závodů. Pevně doufám, že vláda i kraje náš rozvoj v České republice podpoří,“ řekl člen představenstva Škoda Auto odpovědný za oblast Řízení lidských zdrojů Martin Jahn.

V Kvasinách se současně bude vyrábět i nová generace modelu Superb a produkuje se tam i Roomster. Ve Vrchlabí se v současné době montuje model Octavia Tour. ←

Chceme být i nadále jedničkou na trhu

ŘÍKÁ JÖRN A. KURZROCK, JEDNATEL SPOLEČNOSTI ŠKOFIN, ODPOVĚDNÝ ZA VEDENÍ ODDĚLENÍ RETAILOVÝCH, KORPORÁTNÍCH A FLEETOVÝCH ZÁKAZNÍKŮ, MARKETINGU A PÉČE O KLIENTY

V letošním roce oslavil ŠkoFIN patnáct let své existence. Můžete alespoň ve stručnosti připomenout nejdůležitější milníky v rozvoji vaší společnosti?

ŠkoFIN coby kaptivní leasingová společnost se v podstatě vyvíjel ve stejném duchu jako ostatní značky koncernu Volkswagen na zdejším trhu a od doby svého vzniku v roce 1992 zaznamenává kontinuální růst a pozitivní hospodářské výsledky. Považuji za velký úspěch, že se nám v průběhu patnácti let existence společnosti podařilo i přes vzrůstající a sílící konkurenci udržet pozici číslo jedna ve financování automobilů na českém trhu. Pozoruhodné je i to, že se nám neustále daří zvyšovat podíl našich aktivit v rámci společnosti Škoda Auto. V letošním jubilejním roce jsme uzavřeli již šestisettisící smlouvu, což osobně považuji za obrovský úspěch a důkaz vzrůstající popularity společnosti v očích českých zákazníků. Musím ovšem říci, že se nechceme příliš zabývat minulostí, spíš se snažíme hledět dopředu a podílet se na určování vývojových trendů v oblasti leasingu, poskytování úvěrů a pojištění motorových vozidel. I v příštích patnácti letech bychom chtěli být leaderem trhu a výrazně rozšířit své podnikatelské aktivity. Máme velmi ambiciózní plány.

Mohl byste nám přiblížit některé hospodářské výsledky z loňského roku a z prvního pololetí roku letošního?

V loňském roce jsme překročili všechny klíčové parametry a čísla a i v letošním roce mají naše aktivity pozitivní trend. Co se týká objemu smluv, tak ty jsou závislé na prodeji vozů jednotlivých značek koncernu Volkswagen včetně Škodovky. Se svými dceřinými společnostmi ŠkoLEASE a ŠkoFIN Fleet Services jsme v loňském roce uzavřeli 34 410 nových smluv v hodnotě více než dvanáct a půl miliardy korun. Nejvíce se na uvedené hodnotě podílel leasing osobních a užitkových automobilů. V žebříčku České leasingové a finanční asociace ČLFA jsme vloni obsadili třetí místo dle celkové pořizovací hodnoty leasingu. Největší nárůst zájmu klientů jsme zaznamenali v oblasti spotřebitelských úvěrů a neleasingového financování podnikatelů.

V současné době financujeme padesát procent všech prodaných vozů Škoda na českém trhu a jen v loňském roce jsme zvýšili penetraci ve Škodovce o šest procent. Letošní rok zatím vypadá relativně dobře a výhled je takový, že bychom si měli polepšit zhruba o deset procent ve srovnání s rokem 2006.

Kdo je dnes v České republice v oblasti financování vozů Škoda vaším největším konkurentem?

Považuji za velký úspěch, že se nám v průběhu patnácti let existence společnosti podařilo i přes vzrůstající a sílící konkurenci udržet pozici číslo jedna ve financování automobilů na českém trhu

V podstatě žádného velkého konkurenta nemáme. Hráčů na trhu je hodně, oni však bojují pouze o dvacet procent objemu financování vozů Škoda. ŠkoFINU náleží, jak jsem již řekl, padesát procent, takže prakticky nemáme v této oblasti konkurenci. Trochu jiná situace je ve fleetovém byznysu a financování ojetých automobilů, kde se prosazují leasingové společnosti patřící bankám – například ČSOB leasing či CAC leasing.

Jakou pozici zaujímá společnost ŠkoFIN v oblasti operativního leasingu, s nímž jste přišli relativně později než konkurence?

V současné době jsme v oblasti operativního leasingu číslo dvě na trhu, za společností LeasePlan a před relativně velkými hráči, jakými jsou Business Lease, Arval CZ či ALD Automotive. Uvědomujeme si, že fleetový byznys je pro nás velmi důležitý, a také proto na začátku letošnímu roku došlo k finálnímu rozhodnutí zakomponovat doposud samostatnou společnost Europcar Fleet Services majetkově do ŠkoFINu a vytvořit značku ŠkoFIN Fleet Services. V oblasti operativního leasingu chceme co nejvíce využívat širokou daelerskou síť koncernových značek a do budoucna se ještě více zaměřovat na středně velké a menší firmy, tedy nejenom na velkoodběratele a VIP zákazníky z velkých firem. Jsme úplně první a zatím jedinou společností v Čechách, která dokázala dealerům poskytnou operativní leasing online přímo do kanceláře, takže oni mohou uzavírat smlouvy přímo na místě prodeje. To je obrovská výhoda. Pro dealery jsme také připravili různé servisní balíčky pro podporu operativního leasingu, jejichž součástí je například výměna letních a zimních pneumatik, poskytnutí náhradního vozidla či likvidace pojistných událostí.

Většinu importérů dnes trápí nadměrný dovoz ojetin ze západní Evropy. Ovlivňuje to výrazně i vaše podnikatelské aktivity?

Pochopitelně ano, vždyť jen letos se do České republiky doveze více než dvě stě tisíc ojetých vozů. Proto také v současné době přehodnocujeme ve spolupráci se společností Škoda Auto strategii financování ojetin. V budoucnosti se chceme takřka výhradně soustředit na segment kvalitních ojetých vozů s jasnou historií.

Jaké jsou hlavní benefity vašeho nového produktu nazvaného „Šeková knížka"?

Produkt „Šeková knížka" se vztahuje na ojeté vozy zakoupené u partnerů auto-plus prostřednictvím našich finančních služeb. Hlavním benefitem je šeková knížka se vstupním kreditem ve výši deset tisíc korun, jenž lze využít k nákupu originálních náhradních dílů, příslušenství nebo servisních služeb. Šekovou knížku nabízíme pro financování ojetého automobilu leasingem či úvěrem. Tento nový produkt rovněž prohlubuje spolupráci ŠkoFINu s obchodníky koncernových značek a pochopitelně přináší i nesporné výhody konečným zákazníkům ve formě zaručené kvality ojetého vozu a jeho historie. Klienti tak získávají důvěru v ojetý vůz a je velká pravděpodobnost, že s tímto automobilem budou pravidelně jezdit do značkového servisu a nakupovat originální náhradní díly. Takže benefity má každá ze zúčastněných stran.

Jaký je váš osobní názor na novou Škodu Fabia a její nejnovější verzi Combi?

Nová Fabia v provedení hatchback má absolutně nový design a v každém případě se jedná o automobil, který má veškeré předpoklady oslovit co nejširší klientelu na celém světě. Možná, že někteří zákazníci si na design vozu budou pomaleji zvykat, je však jen otázkou času, kdy se krátká Fabia plně prosadí na trhu. Model Combi, který jsem nedávno viděl na autosalonu ve Frankfurtu, se mi velice líbí a myslím si, že je elegantní a stylová s velkým potenciálem oslovit širokou skupinu zákazníků. Tato verze dle mého soudu výrazně přispěje k tomu, aby se prodej celé modelové řady ještě rychleji rozběhl. Oprostím-li se od designu a podívám-li se na ekonomickou stránku obou těchto modelů, tak musím konstatovat, že je nová Fabia v daném segmentu B více než konkurenceschopná, a to nejen z pohledu pořizovací ceny a nabízené kvality, výbavy a zpracování, ale také nákladů na provoz, servis a pojištění. ←

Nenápadný muž mění působiště ale neodchází

ZA SVÉHO PŮSOBENÍ VE ŠKODĚ AUTO SE DETLEF WITTIG STAL JEDNÍM Z NEJRESPEKTOVANĚJŠÍCH MANAŽERŮ EVROPSKÉHO AUTOMOBILOVÉHO PRŮMYSLU

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA NEWS

Detlef Wittig (65) nikdy nevystupoval okázale. O úspěších společnosti, kterou od roku 2004 řídil, mluvil vlastně jen při každoroční bilanční konferenci. Mnohem častěji, ale o to s větším zaujetím mluvil a stále mluví o tom, co je třeba učinit, aby tyto úspěchy byly ještě větší. „Úkolem podnikového vedení je najít takové nástroje, aby se i v dalším období udržel kontinuální růst. V dnešním celosvětovém tvrdém konkurenčním boji v automobilovém průmyslu by každá stagnace automaticky znamenala krok zpátky a pád do propasti. Proto se musíme stále dívat kupředu, abychom byli lepší a rychlejší než ostatní a zajistili si tak budoucnost."

Detlef Wittig přišel do Škody Auto v roce 1995 a v následujících letech vystřídal ve vedení společnosti několik funkcí, než se v roce 2004 stal předsedou jejího představenstva. Během jeho působení v Mladé Boleslavi prošla Škoda Auto proměnou, jaká nemá v evropském automobilovém průmyslu obdoby – z výrobce laciných vozů pro méně náročné zákazníky v respektovaného producenta automobilů špičkové kvality.

Jak tato proměna probíhala v jeho očích? „Vývoj podniku se dá samozřejmě ukázat pomocí kvantitativních ukazatelů, ale dá se rovněž měřit změnami ve struktuře, ve větší zodpovědnosti zaměstnanců a vedoucích pracovníků. Když se podíváme zpět do roku 1995 a na vývoj, který jsme od té doby absolvovali, můžeme vysledovat, jak se vrátila hrdost na podnik, hrdost na značku. Když se takto člověk ztotožní s osudem své firmy, protože se na něm sám podílí, dostáváme se do úplně jiné pozice, než mají jiné automobilky, které se v Čechách usídlily."

Za působení Detlefa Wittiga se do značné míry změnilo i zacílení obchodního úsilí firmy. Ze strany vedení kon-

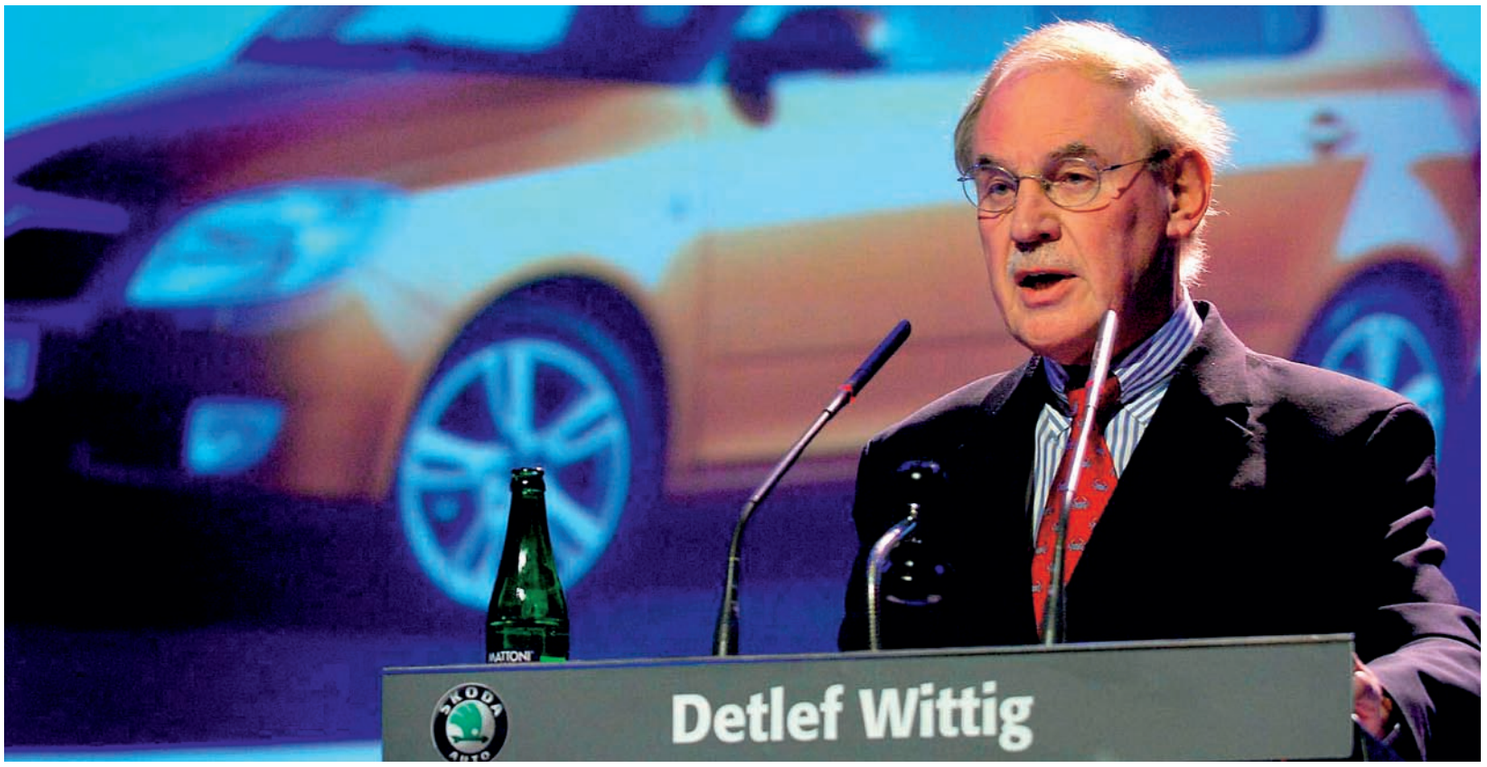
→ pokračování na **další straně**

cernu Volkswagen se opakovaně ozývalo, že cílem pro Škodu Auto bude orientace na východní Evropu a rozvíjející se trhy s méně náročnými zákazníky. Jenže ve skutečnosti se vozy Škoda díky své kvalitě s úspěchem prosazují na nejnáročnějších trzích západní Evropy a Německo je dnes pro Škodu Auto největším odbytištěm. Není to tak trochu proti vůli koncernového vedení? „Vůbec ne, nikdo nám nebrání využívat potenciál, který jsme schopni zhodnotit lépe než ostatní značky koncernu. Proto rosteme dál i v západní Evropě a z dvouprocentního podílu na tamním trhu se chceme dostat na 3 %. Toto zvýšení není na úkor Audi, Seatu nebo Volkswagenu, ale chceme ubírat z podílu konkurentů. Orientaci na východ jsme si vybrali sami, protože tam jsou nejrychleji se rozvíjející trhy."

Vztahy mezi Němci a Čechy historicky nebývaly ideální. Tím spíš byl nástup Detlefa Wittiga jako prvního cizince do vedení nejvýznamnějšího českého průmyslového podniku průlomový. On sám si ale přijetí pochvaluje: „Chtěl bych všem poděkovat, že mě jako cizince akceptovali. Byl jsem si vědom toho, že v čele takto tradiční továrny mám podstatně větší zodpovědnost a musím brát větší ohledy na historii firmy i na své spolupracovníky." Přitom dokázal to, co jen málokdo jiný - využívat předností svých spolupracovníků: „Samozřejmě vím, že vztah Němců k práci je trochu odlišný od přístupu Čechů. Ale tyto rozdílné povahové vlastnosti se podle mého názoru nedostávají do konfliktu, nýbrž se navzájem doplňují. Pokud spojíte kreativního a improvizačního českého ducha s plánovitým, realistickým postojem německých kolegů, je to optimální kombinace. Je pochopitelně možné tyto rozdíly stavět do popředí, ale z vlastní zkušenosti jsem poznal, že i přes různé názory a přístupy jsou si Němci a Češi mnohem bližší než kupříkladu Němci a Francouzi."

Nyní, po dovršení věkové hranice pro odchod do důchodu, Detlef Wittig odchází na místo poradce pro odbyt koncernu Volkswagen. Z tohoto působiště i soukromě chce zůstat s mladoboleslavskou automobilkou i Českou republikou stále v těsném kontaktu. Od počátku října jej ve vedení společnosti Škoda Auto vystřídal Reinhard Jung. ←

Wittig opustil novou Škodu



ODCHÁZEJÍCÍ NEJVYŠŠÍ VÝKONNÝ ŠÉF VEDL ČESKOU AUTOMOBILKU OD BEZVÝZNAMNOSTI KE GLOBÁLNÍMU VÝZNAMU

LYLE FRINK, AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

Detlef Wittig, který 30. září opustil svou pozici nejvyššího výkonného šéfa, provedl Škodu Auto nevídanou obnovou. V průběhu 12 let, kdy u české automobilky působil jako ředitel prodeje a poté jako nejvyšší výkonný šéf, došlo ke zlepšení kvality a rozmachu výroby. Škoda Auto stanula v čele pokud jde o dosažení zisku a stala se vstupní branou pro vstup koncernu VW na rozvíjející se trhy.

Od té doby, kdy si VW koupí v roce 1991 zajistil provozní kontrolu nad Škodou, Wittig formoval její osud tak jako nikdo jiný. „Krok za krokem. Malé kroky vytvářejí synergii," řekl Wittig v rozhovoru. „Jeden milión ročně do roku 2015." Vloni Škoda Auto prodala 549 667 automobilů.

Wittig odchází do důchodu, ale jeho vliv bude pokračovat, neboť výrobky Škody Auto a geografická ofenzíva nabývá na rychlosti. Škoda rozšiřuje výrobu do Ruska, Číny a Indie a je průkopníkem vstupu VW na východoevropské trhy.

Wittig vidí uplynulých 16 let jako renesanci Škody ve třech jednáních: do roku 2000 přechod do skupiny VW, pět let konsolidace a od roku 2005 růst. Svou roli popisuje jako „prodávání ambiciózních cílů," motivování lidí, kultivování správné firemní kultury. Při každé této činnosti Škodu posunoval na nové území.

Wittig pomáhal vyjasňovat, co Škoda je a jak by se měla budovat. Přišel před uvedením modelu Octavia na trh v roce 1996. Jednalo se o první model značky Škoda postavený od samého začátku na platformě VW namísto použití zděděného designu vylepšeného nepatrnými změnami. Malý automobil Fabia následoval v roce 1999. Automobily proměnily Škodu Auto vnitřně jako výrobní středisko skupiny a po vnější stránce jako hodnotnou značku.

Výrazně definovaná značka

Wittig pomohl zajistit čerstvý kapitál od VW, doposud to bylo 3,9 miliard eur, pro budování nových výrobních kapacit a výrobního zařízení.

Octavia a Fabia proměnily Škodu z výrobce levných automobilů pro chudé trhy ve výrazně definovanou značku nabízející chytře řešené, prostorné a dostupné automobily. Škoda přemosťuje mezeru mezi východem a západem Evropy. Na západě je hodnotnou značkou. „Na východě je Škoda ctižádostivou značkou", řekl Wittig.

Využívání technologie VW značkou Škoda od jejího prvního samostatně vytvořeného výrobku, Superbu z roku 2002, vyspělo. Superb převzal své zadní dveře přímo z modelu VW Passat.

Lidský faktor

Avšak u Roomsteru Škoda ukázala, jak dokáže ušetřit použitím dílů VW, a přesto vytvořit jedinečný model. Wittig slibuje, že druhá generace Superbu bude úplně čistou Škodou.

Wittig je vnímán jako aktivní manažer s lehkým dotekem. Hovoří trochu česky, ale při schůzích raději využívá tlumočníka, než aby se nechal zastupovat česky hovořícími lidmi.

Rozvíjí český talent tím, že trvá na tom, aby zodpovědnost a iniciativu přebírali manažeři. Počítalo se s tím, že manažeři Škody Auto Wittigovi sdělí, jak vyřešili problém a nebudou se ho ptát na řešení. Bývaly doby, kdy Škoda byla jediným místem, kde Češi v rámci koncernu VW pracovali. V současnosti jsou inženýři a specialisté vyškolení ve Škodě součástí výrobních pokrokových týmů VW po celém světě. „Přizpůsobují se tak práci venku," řekl Wittig. „V Indii se jedná o směsici indické a české pracovní etiky. Přenášíme silné stránky a odkaz."

Wittig je Němcem, který o sobě říká, že je „poloviční Čech", a vyvažuje v rámci Škody českou a německou kulturu. „Popisuje se tolik odlišností. Já jsem hledal podobnosti, říká. Němce považuje za disciplinovanější a organizovanější, Čechy za tvořivější a více improvizující. „Oba národy mají bohaté průmyslové dědictví. Volkswagen měl know-how a technologii. Češi to vymysleli za pět až deset let," řekl Wittig. Klíčem bylo určit a prosadit schopnosti vycházející ze stoleté zkušenosti z výroby automobilů." ←

Chceme značku Mazda přiblížit

O SOUČASNÉ STRATEGII PRODEJE AUTOMOBILŮ NA ČESKÉM TRHU JSME HOVOŘILI S THOMASEM ROTHEM, GENERÁLNÍM ŘEDITELEM SPOLEČNOSTI MAZDA PRO ČESKOU REPUBLIKU A SLOVENSKOU REPUBLIKU

Přibližte nám prosím, co jste dělal před tím, než jste se ujal vedení dovozní organizace Mazdy v Praze.

„Než jsem přišel do Prahy, byl jsem ve společnost Mazda Europe zodpovědný za nezávislé distributory. Měli jsme systém národních společností, ve kterých jsme byli vlastním právním subjektem na trhu, a měli nezávislé distributory, kteří pracovali pod svým vlastním jménem, jako v minulosti Auto Palace. Bylo to několik zemí jako Belgie, Nizozemí, Finsko, Řecko, baltské státy, Ukrajina, Bělorusko, Kazachstán, všechny byly nezávislé a já na tyto trhy dohlížel. Vím, jak jednat s nezávislými distributory. Jsou vlastně jako velcí zákazníci požadující lepší ceny a větší marketingovou podporu."

Mazda byla na českém trhu velmi úspěšná. Proč bylo nutné změnit způsob prodeje jejích vozů?

„To je součást přístupu Mazdy. Začalo to již v roce 2000, kdy pouze Německo a Portugalsko měly národní prodejní společnosti. Ale od té doby jste svědky mnoha přechodů na mnoha trzích. Nyní v mezidobí je už 95 % všech trhů pod přímým řízením Mazdy. Je to součást naší distribuční strategie a myslíme si, že můžeme značku řídit a také všem umožňovat využívání synergií a distribuce pomocí společných systémů informační technologie a účetnictvím, ušetřit náklady všude, kde to jde. A naši zákazníci konec konců neradi platí za auta více, než je nutné. Je zde proto velký tlak kvůli nákladům. To znamená, že v distribučním systému potřebujeme najít potřebné synergie a v podstatě je to také nyní důvod, proč se Česká republika a Slovensko změnily na mezinárodní společnosti, nyní přebíráme i Nizozemí a další trhy, především polský, budou následovat."

Jenže první krok, učiněný vloni, nezapůsobil moc úspěšně. Až nyní situace vypadá mnohem lépe. Proč tomu tak bylo?

„Každý přechod vyžaduje vynaložení velkého množství práce, aby všechny systémy fungovaly, propojení každého jednotlivého prodejce s našimi systémy, dostat do správné podoby finanční toky, fakturační proces, objednávání vozidel a tak dále. Je to hodně práce. Přitom Auto Palace předtím prodejcům poskytoval velmi dobré systémy a mnoho let zaváděli systém řízení prodejců se silnou integrací do jejich sítě. Jenže my potřebujeme dostat všechny tyto systémy do souladu s našimi systémy. Proto pokud jde o zpracování, není to tak snadné převést zavedené systémy na úplně nové.

Například od našich prodejců požadujeme, aby vedli skladové zásoby, protože jsme přesvědčeni, že když chcete prodávat automobily potřebujete mít zásoby na místě. Ale Auto Palace má centrálně umístěné zásobování a prodejci z nich mohli objednávat, když je zákazník požádal o automobil. Takže to jsou odlišné filozofie. Přechod na tu novou vyžaduje nějaký čas, abychom získali důvěru prodejců, aby poznali, že bereme Českou republiku a Slovenskou republiku opravdu vážně.

Vycházíte z údajů o prodeji, ale ty jsou ovlivněny částečně těmito organizačními změnami, ale částečně také je to způsobeno životním cyklem našich výrobků. Víte, že zájem o naše po stránce objemu prodeje nejdůležitější modely Mazda6, Mazda2 a Mazda5 musel klesat, protože se dostávají na konec svého cyklu. Takže to může veřejnosti připadat jako zhoršení našeho postavení, ale ve skutečnosti musím po roce říci, že náš obrat je velmi slibný."

Používáte všechny staré prodejce?

„Má odpověď zní ano. Všem prodejcům jsme dali novou smlouvu. Ale současně jsme přezkoumali naši síť prodejců. A jestliže vyhledáte kritéria, která potřebujete dát prodejci jako jistotu pro budoucnost, nehledáte ani tak subjektivní dojmy, ale potřebujete, aby to bylo měřitelné. A to, co zvažujete, je umístění, vybavení, finanční síla, výkonnost při prodeji, poprodejní spokojenost zákazníků atd. To vše vás uvede do pozice, kdy jednáte s prodejcem o jeho budoucnosti. Ale v zásadě se dá odpovědět ano, s každým prodejcem jsme uzavřeli smlouvu, protože to je součást dědictví Mazdy. Prodejci jsou naší silnou stránkou. Je to rodinný obchod a je to spokojenost zákazníků, kterou ve svých prodejnách získávají."

Jak tedy hodnotíte svou prodejní síť v České republice?

„Myslím si, že mají Mazdu ve svém srdci. Naši prodejci k ní mají citovou vazbu, protože jsou s Mazdou spojeni mnoho let. Prožili s ní dobré i špatné časy, ale pořád jsou s Mazdou. Kvůli nedobré výkonnosti Mazdy v České republice jejich prodej poklesl, ale jejich finanční situace je pro nás největší výzvou, když chceme pracovat na zlepšení jejich ziskovosti."

A jak je to se zvláštní pozicí Auto Palace, bývalého dovozce a i dnes vašeho nejvýznamnějšího prodejce?

„Chtěl bych zdůraznit, že se to netýká pouze Auto Palace. Nejsem v zásadě spokojen, když ztrácíme zaměření a kvalitu, protože si myslím, že méně je více pokud jde o kvalitu předvádění produktu. Nemám problém s velikostí prodejce, nemám nic ani proti prodejcům více značek. Problémem je, když ztrácíme zaměření na zákazníky a hrdost na značku. A zejména když vidím, že větší víceznačkoví prodejci chtějí posbírat co nejvíce možných značek. Do jisté míry si myslím, že tím přicházíte o kvalitu a tím i o zákazníky. Nejste tak silní, abyste si udrželi zákazníky, když dostatečně nedbáte o značku. A to obecný postřeh o riziku, které vyplývá z růstu. Zejména pokud jde o Auto Palace musím říci, že na trhu působili mnoho let a pokud jde o prodejní síť neodváděli špatnou práci. Jinými slovy, to, co jsme zdědili je velmi dobře organizovaná síť a Auto Palace má velký podíl prodeje, protože se na našem celkovém objemu prodeje v České a Slovenské republice podílí asi ze 30 %. Takže jsou pro nás velkým zákazníkem. Ale s Auto Palace diskutujeme stejně jako s jinými prodejci, u kterých požadujeme náš podíl zaměření na naši značku v jejich prodejně. Uvidíme, co budoucnost přinese. Mám starosti o kohokoli, kdo pouze roste bez soustředění se na kvalitu prezentace produktů a značky."

Hledáte také nové prodejce?

„Ano, zajisté, především ve velkých oblastech jako je Praha, Brno, na zřeteli máme také Ostravu, Plzeň, tedy některá větší města, kde nemůžeme záviset pouze na jednom prodejci. To důvod, proč jsme jmenovali pana Dubu naším druhým prodejcem v Praze. Je to v zásadě naše strategie, neustále hledáme partnery, abychom měli rovnováhu mezi oblastí pro jednoho prodejce, kde pro něho můžeme vytvořit podmínky pro potřebnou návratnost investic, a současně předcházet vzniku několika dominantních skupin, aby třeba jen jedna skupina neovládala celý trh."

Je ve vašem hledání i místo pro víceznačkové prodejce?

„Samozřejmě. Jak jsem řekl. Víceznačkové prodejny pro nás nejsou problé-

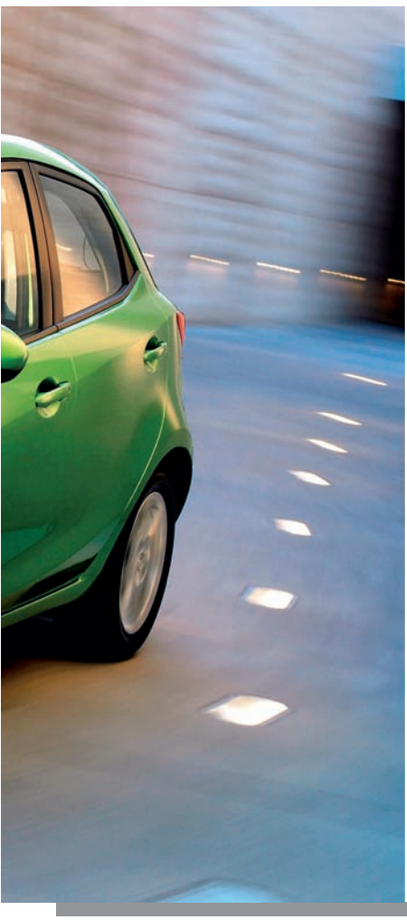
mladší klientele

mem, protože jsou vlastně velmi silné při vyhledávání synergií v rámci jejich informačních technologií, týmové práce a řízení. To je dobré. A také samozřejmě máme pro Mazdu prospěch z jiných větších značek. Pochopitelně, že při tom dáváme přednost značkám, u kterých jsme přesvědčeni, že si tolik nekonkurují. Například u prestižních značek není problém mezi Mazdou a jimi. Z našeho pohledu tedy nemáme problém s víceznačkovými prodejci, ale požadujeme jedinou věc, a to je odpovídající podíl v prostoru i přístupu v rámci prodejny."

> Chceme více propagovat naši filozofii Zoom-zoom a s ní se obracet mnohem více na sebevědomnější a dynamičtější mladou generaci s vyšším vzděláním

A jak vidíte možnou spolupráci s Fordem v České republice?

„Jsme součástí skupiny značek patřících Fordu, což je rovněž Volvo, Jaguar a LandRover. Jestliže jsou zde synergie a příležitosti, pak je samozřejmě využijeme. Ale pečlivě sledujeme, zda to přináší výhodu i pro Mazdu, neboť nejsme tak silní ve strategii růstu. Strategií Mazdy totiž není růst za každou cenu, strategií Mazdy je růst s větším ziskem. Takže nejsme značka velkým objemem prodeje a naším cílem není se jí stát. Naším cílem je vytvářet ziskový obrat pro naše prodejce a pro nás. Jinými slovy, fixní náklady velkého prodejce, jsou také velmi vysoké a musíte je platit každý měsíc. Jestliže tedy jako Mazda zabíráme u velkého prodejce v prodejně příliš mnoho místa, pak musíme také vytvářet dostatečný obrat, aby takový prodejce měl zisk. A proto naším základním cílem není vytvářet velké dohody, pokud jde o vybavení nebo budovy, ale požadujeme kvalitu prodeje."



Jaké jsou nejbližší plány značky Mazda?

„Začali jsme s Mazdou2. Musím říci, máme velmi pěkný příjem objednávek. Tento vůz je jako vždy typickou Mazdou, velmi silný v jízdní dynamice, ovladatelnosti, stabilitě a kvalitě. Vypadá velmi dynamicky a je také hodně odlehčený. Takže je to přesně takový automobil, který je podle nás vhodný pro český trh. Tento segment trhu je velmi významný, ale nejsme v něm dost silní. Takže potřebujeme získat mnoho nových zákazníků. Není to tak snadné, jako když již máte dobrou zákaznickou základnu, a tak je naše strategie založena na dobývání. S tímto automobilem chceme určitě na českém trhu růst, stejně jako s příchodem Mazdy6 v příštím roce. S nimi, i s CX7 a modernizovanou Mazdou5, hodláme v příštím roce v podstatně zvýšit náš podíl na trhu a objem prodeje v České republice."

Mazda2 je velmi pěkný malý automobil, ale tak trochu jde proti současnému trendu. Dnes se v České republice dobře prodávají převážně jen laciná malá auta.

„Ceny jsme nastavovali velmi opatrně, abychom Mazdu2 neposunuli příliš do segmentu prestižních vozů, protože chceme posilovat i naši síť a samotnou značku. To musí jít společně. Při současné situaci v prodejní síti, myslím tím v prostředí nakloněném víceznačkovým prodejnám, je příliš brzy na to, abychom na trh uvedli automobil s vysokou cenou. Chytrá cena Mazdy2 je proto velmi konkurenceschopná, takže očekáváme skutečně velký zájem. Na podzim jsme obdrželi více než 1200 žádostí o testovací jízdy při dnech otevřených dveří. Máme velký počet objednávek a uvidíme, jak se tomuto vozu bude na trhu dařit."

Kolik těchto modelů byste chtěli v příštím roce prodat.

„Naším cílem je 1000 vozů."

A jak tomu bude s Mazdou6?

„Mazda6 je velmi silný výrobek. Potvrzují to i první ohlasy v tisku a na autosalonech. Vypadá to, že samotný automobil je velmi dobře přijímán. Je velmi výkonný, dobře ovladatelný a přináší mimořádnou kvalitu řemeslného zpracování. Tento automobil má schopnost získat pro sebe řadu zákazníků od prestižních značek. A dobrou věcí je, že se také stávající Mazda6 stále dobře prodává. Máme dobrou databázi zákazníků a máme potenciál pro růst na trhu. Takže pokud jde o Mazdu6, kterou uvedeme na trh v příštím roce, očekáváme, že značně přispěje k příjmům našich prodejců."

A konkrétní cíle prodeje Mazdy6 pro příští rok?

„V České republice chceme prodat 700 automobilů a využít tak potenciál, kterým tento automobil v daném segmentu oplývá."

Jak je to s prodejem užitkových vozů Mazda?

„Podařilo se nám dostat náš nový model CX7 do skupiny N1 a musím říci, že to je v tuto chvíli skutečný hrdina v naší nabídce. Máme na něj tolik objednávek, takže potřebujeme pro Českou republiku více vyrábět. Myslím, že když se podíváme na speciální nabídku pro firemní zákazníky, je Mazda v tomto našem tradičním segmentu velmi silná. A přitom nechceme dávat příliš velké slevy pro vozové parky, půjčovny nebo automobily pro leasingové společnosti, protože zůstatková hodnota těchto vozů je pak po dvou či třech letech o hodně nižší. A současná zůstatková hodnota vozů Mazda je v soukromém segmentu velmi vysoká. Proto na tyto vozy nechceme dávat velké slevy. Máme zákazníky zejména z menších firemních vozových parků, kteří požadují programy pro leasing a větší dodávky. Proto je zahrneme do naší strategie pro rok 2008."

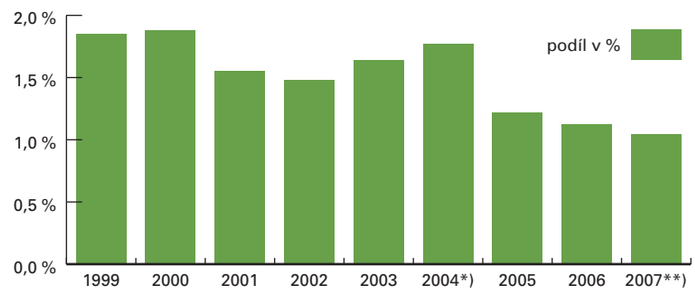
Co pokládáte za menší vozový park?

„Pro mě je odběratelem menšího množství firemních vozů zákazník, který koupí více nebo alespoň tři automobily ročně. Jestliže jeden automobil koupí v lednu, druhý v březnu a další v prosinci, je to pro mě odběratel menšího množství firemních vozů."

Máte připraven nějaký speciální program pro obchod s ojetými vozy?

„V současné chvíli Mazda nemá žádný program pro ojeté vozy. Od prodejců vím, že s vozy Mazda se dobře obchoduje. Prodejci nemají problém ojeté vozy obratem prodat, takže v současnosti pro ně nemáme žádný speciální podpůrný program.

Podíl značky Mazda na českém trhu s novými osobními automobily



Pozn.: 1,505 % je dlouhodobý průměr
*) do roku 2003 prodej, od roku 2004 registrace
**) 2007 stav po 10 měsících

Zdroj: SDA

Na koho chcete zaměřovat svůj marketing v České republice?

„Chceme více propagovat naši filozofii Zoom-zoom a s ní se obracet mnohem více na sebevědomější a dynamičtější mladou generaci s vyšším vzděláním. Jak víte, naším teritoriem byli dosud mnohem více konzervativní zákazníci, pro které byla důležitá především hodnota, kterou dostávají za své peníze. Nyní se budeme orientovat na zákazníky, kteří se chtějí odlišit, protože i my chceme být odlišní. Hodláme být značkou, která je více přitažlivá a také naše modelová řada tomu odpovídá." ←

Auto roku 2008

V ČESKÉ REPUBLICE

SDA CIA

SDRUŽENÍ AUTOMOBILOVÉHO PRŮMYSLU AIA

KMN

SVAZ DOVOZCŮ AUTOMOBILŮ A SDRUŽENÍ AUTOMOBILOVÉHO PRŮMYSLU VE SPOLUPRÁCI S KLUBEM MOTORISTICKÝCH NOVINÁŘŮ VYHLAŠUJÍ 14. ROČNÍK ANKETY AUTO ROKU 2008 V ČR.

AUTO ROKU 2008 V ČESKÉ REPUBLICE

TIPNĚTE SI, KTERÝ VŮZ SE STANE AUTEM ROKU 2008 A VYHRAJTE CENY ZA VÍCE NEŽ 750 000 KČ!

TIPOVAT MŮŽE KAŽDÝ OBČAN ČR STARŠÍ 18 LET. TIPOVAT MŮŽETE POMOCÍ TIPOVACÍHO LÍSTKU NEBO NA INTERNETU NA **WWW.AUTOROKU.CZ** DO 30. 11. 2007. DOPLŇKEM JE DĚTSKÁ VÝTVARNÁ SOUTĚŽ. TÉMA JE STEJNÉ PRO OBĚ KATEGORIE – „AUTO PRO KAMARÁDY“. TIPOVACÍ LÍSTKY A DĚTSKÉ KRESBY POSÍLEJTE DO 30. 11. 2007 NA ADRESU P.O. BOX č. 45, KAFKOVA 19, 160 41 PRAHA 6. VÍTĚZOVÉ TIPOVACÍ SOUTĚŽE VYLOSOVANÍ ZA ÚČASTI NOTÁŘE BUDOU ZVEŘEJNĚNI V TISKU, NA **WWW.AUTOROKU.CZ** A SOUČASNĚ INFORMOVÁNI PÍSEMNĚ.

PARTNEŘI:

AUTOTEC VELETRH UŽITKOVÝCH VOZŮ BRNO
4.–8. 6. 2008, Brno

Continental

OAMK 1230

Castrol

AEZ Leichtmetallräder www.alcar.cz

EuroOil

SPIES HECKER

GARMIN

FOXtoys s.r.o.

Des Joyaux BAZÉNY

NEUROCENTRUM www.neurocentrum.cz info@neurocentrum.cz

KAREL CHVÁTAL silniční nákladní doprava

promo creative shop

KNIHY DOBROVSKÝ

investment rent a car building Gakaho s.r.o.

chilli pfeifer

HLAVNÍ MEDIÁLNÍ PARTNEŘI:

PRÁVO

AUTO 7

Auto TIP MEMBER OF 4 GROUP

SVĚT MOTORŮ

automobil revue

auto motor a sport

MEDIÁLNÍ PARTNEŘI:

Radiožurnál ČESKÝ ROZHLAS 1

Prosperita

Automix.cz

4x4 & MPV AUTO magazín

auto forum

AUTOSPORT & TUNING

autostyl OAMK

ANNONCE Inzertní noviny pro Českou republiku

AUTOCESTY

Auto Data & News

Autohändl ANNONCE

AUTOHIT

AUTOPROFI

Auto TIP extra

CAMPING, CARS & caravans

Caravan

GRAND AUTO

OFF ROAD

SUPERMOTO

Fernfahrer Magazin Trucker

PLAYBOY

můj dům

Svět počítačů

automakers

udělej si sám DIY

yacht

WWW.AUTOROKU.CZ

CENY V TIPOVACÍ SOUTĚŽI

1. CENA POUKÁZKA V HODNOTĚ 600 000 KČ NA NÁKUP JEDNOHO Z NOMINOVANÝCH VOZŮ

2.–4. CENA PŘENOSNÁ NAVIGACE GARMIN NÜVI 760 ZA 15 000 Kč

5.–10. CENA SADA KOL ALCAR Z LEHKÉ SLITINY ZA 10 000 Kč

11.–20. CENA OLEJ CASTROL ZA 2 000 Kč

CENY V DĚTSKÝCH SOUTĚŽÍCH

I. KATEGORIE DO 10 LET – TÉMA: AUTO PRO KAMARÁDY
II. KATEGORIE 11–15 LET – TÉMA: AUTO PRO KAMARÁDY
(CENY JSOU PRO OBĚ KATEGORIE STEJNÉ)

1. MÍSTO: KOLO AUTHOR + MODEL AUTA + VÝTVARNÉ POTŘEBY /CELKEM ZA 12 000 Kč/, **2. MÍSTO:** KOLO AUTHOR + MODEL AUTA /CELKEM ZA 9 000 Kč/, **3. MÍSTO:** KOLO AUTHOR /ZA 6 000 Kč/, **4.–10. MÍSTO:** MODEL AUTA.

VŠECHNY DĚTI, KTERÉ SE ZÚČASTNÍ SOUTĚŽE, OBDRŽÍ AUTOMOBILOVÉ PEXESO.

TIPOVACÍ LÍSTEK

Jméno a příjmení: .....

Ulice a číslo popisné: .....

PSČ: ..... Město: .....

Váš tip na Auto roku 2008: .....

Podpis:

Prosíme laskavě o vyplnění následujících nepovinných údajů:

Věk: ..... Vlastním vůz: ❑ ano ❑ ne

Značka/typ: .....

rok výroby: .....

Správně vyplněný lístek zašlete do 30. 11. 2007 na adresu: Auto roku, P.O. Box č. 45, Kafkova 19, 160 41 Praha 6. Tipovat můžete i na internetu: www.autoroku.cz. Odesláním tipovacího lístku s výše uvedenými údaji dáváte pořádající agentuře Car Communication souhlas se zpracováním osobních údajů podle posledního článku úplných pravidel soutěže. Ta najdete na www.autoroku.cz

Volkswagen se snaží dohnat Toyotu pomocí desetiletého plánu

TOM ARMITAGE, AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

Volkswagen pracuje na desetiletém strategickém plánu, jehož cílem je překonat propast, která jej dělí od Toyoty pokud jde o produktivitu a zisk. Nejvyšší výkonný představitel Martin Winterkorn stanovil prodejní cíle a finanční plány, neboť se snaží dohnat automobilku, která VW během uplynulých sedmi let v oblastech prodeje a ziskovosti předstihla. Zasvěcenci tvrdí, že Winterkorn má Toyotu na zřeteli od okamžiku, kdy se na začátku roku ujal ve Wolfsburgu své funkce. Zavázal se tehdy, že u VW dosáhne lepší produktivity a vyšších zisků.

↑ MARTIN WINTERKORN

Wiedeking souhlasí

V březnu Winterkorn na tiskové konferenci oznámil: „Během uplynulých pěti, šesti let nás Toyota předstihla a my máme v plánu snížit tento její náskok." Wendelin Wiedeking, nejvyšší výkonný šéf výrobce sportovních automobilů Porsche, souhlasí s tím, že Toyota stanovila laťku. Wiedeking, který je členem dozorčí rady VW, je tím, komu se v loňském roce pro svou společnost podařilo získat 31% podíl ve Volkswagenu. Očekává se proto, že na budoucím vývoji VW bude mít stále důležitější roli.

Volkswagen nyní opakuje to, co Winterkorn dělal v době, když byl nejvyšší výkonným představitelem Audi, prestižní značky koncernu VW. Za svého tehdejšího působení zvýšil produktivitu a inicioval plán Route 15. Jedná se o podrobně vypracovaný plán růstu založený na rozsáhlé řadě nových modelů.

Stanovení cílů pro rok 2018

V současnosti manažeři VW stanovují cíle pro rok 2018. Volkswagen pracuje na „určitém druhu desetiletého plánu, který se ptá, kde chceme stanout za deset let?" sdělil mluvčí. Odmítl ale debatu o podrobnostech. Plán se stále koncipuje a bude podle něj zahrnovat prodejní a finanční cíle. K jeho zveřejnění by mělo dojít do konce letošního roku.

Automobilky jako BMW a Daimler rovněž nedávno sdělily, že uskutečňují podrobné strategické prozkoumání svého podnikání. Také francouzský koncern PSA Peugeot-Citroën brzy oznámí své nové strategické směřování. Nejvyšší výkonný představitel Renaultu Carlos Ghosn už vloni předložil tříletý plán.

V rozmezí fiskálních let 2003 a 2007 vzrostl globální prodej vozů Toyota z 6,1 milionu na 8,5 milionu. Analytici tvrdí, že tomu tak bylo částečně díky včasnému zavedení populárních vozů SUV a amerických pickupů a silné pozici značky na americkém trhu. Provozní ziskové rozpětí Toyoty se zlepšilo z 8,2 % na 9,3 %.

Odlišná tempa růstu

Prodej VW ve stejném období rostl pomaleji, neboť společnost zápasila s nízkou poptávkou v Evropě, problémy s pracovníky ve své německé továrně a nepříznivými devizovými kurzy. Celosvětový prodej VW se zvýšil na 5,7 milionu v roce 2006 z 4,98 milionu vozidel v roce 2002.

„Pokud se přibližujeme k Toyotě, přibližujeme se k ní z hlediska cílů v oblasti produktivity," řekl mluvčí VW. „Finanční stránka s tím souvisí: jestliže jste vysoce produktivní, jste vysoce ziskoví."

Prodej vozidel skupiny VW vzrostl za prvních sedm měsíců tohoto roku o 8 % na 3,6 milionu vozů. Zdá se, že skupina podle všeho prolomí svůj celoroční cíl 6 milionů vozidel, a to díky silné poptávce, a to obzvláště díky trhům v rozvojové části světa.

VW má však i nadále slabiny. Pokud chce dohonit Toyotu, potřebuje upevnit svou pozici na americkém trhu a zvýšit objem prodeje aniž tím ohrozí ziskovost, říkají analytici.

Pokud jde o produktivitu, VW by měl zlepšit design a načasování na trhu. Analytici říkají, že v této oblasti se také může od Toyoty učit. Říkají také, že klíčové je sdílení dílů a prodloužení životnosti komponent.

Nathan Kohlhoff, analytik automobilového odvětví u firmy Unicredit v Mnichově, říká, že VW svými plány vyrábět více menších automobilů riskuje rozředění ziskovosti. „Je otázkou, zda je zde dostatek komponent, které je možné sdílet u různých modelů, aby se tak dosáhlo úspor v nákladech, které k výrobě menších automobilů potřebují," řekl.

VW je na dobré cestě zdokonalit provozní operace. V rámci celé skupiny dochází ke sdílení platforem a modulů. Je na tom založen Winterkornův plán pro moduly pohonného ústrojí s příčně a podélně uloženými motory.

Analytik Albrecht Denninghoff z Commerzbank řekl, že VW úspěšně zaváděl zlepšení, a to jak po výrobní, tak finanční stránce. Došlo k tomu za působení předchozího nejvyššího výkonného ředitele Bernda Pischetsriedera a bývalého nejvyššího výkonného ředitele a současného předsedy představenstva Ferdinanda Piëcha. „Winterkorn nemusí začínat od nuly, aby tuto vizi uvedl do života," řekl Denninghoff. „Tato skutečnost činí plán na dohnání Toyoty důvěryhodnějším." ←

Po stabilizaci Porsche se Wiedeking pouští do VW

AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

Příběh má veškeré ingredience výpravného románu: rodinná dynastie, smělé obchodní dohody, a samozřejmě, rychlé automobily. Ve středu veškerého dění je nejvyšší výkonný představitel Porsche a člen dozorčí rady Volkswagenu Wendelin Wiedeking.

Po Wiedekingovým vedením si Porsche za 5 miliard eur zajistilo třetinový podíl ve skupině Volkswagenu. Porsche jako největší akcionář Volkswagenu má nyní právo rozhodovat o jeho budoucnosti. Tento krok rovněž činí méně pravděpodobným nepřátelské převzetí Volkswagenu.

Od té doby, kdy Porsche koupilo svůj podíl, se hodnota akcií Volkswagenu téměř zdvojnásobila. Jednalo se o krok řízený Wiedekingem, jak říká Wolfgang Porsche, který je hlavou rodiny Porsche-Piëch. „Wiedeking k nám přišel s nápadem. Porsche je úspěšná firma, ale vyrábí pouze 100 000 automobilů ročně. Potřebujeme partnera, se kterým bychom sdíleli náklady na vývoj," sdělil 29. července novinám Frankfurter Allgemeine Zeitung. Pozorovatelé z VW jsou zvědaví, zda Wiedeking dokáže některá z kouzel, která se mu povedla u Porsche, uskutečnit i s automobilovým gigantem z Wolfsburgu.

WIedeking, odborník na strojírenství a výrobu, se stal nejvyšším výkonným představitelem Porsche v roce 1993.

↑ WENDELIN WIEDEKING

V té době byl tento výrobce sportovních automobilů zranitelný vůči dravcům a těžce závislý na modelu 911, který se prodával současně se zastarávajícími kupé 968 a 928. V současnosti Porsche vyrábí tři úspěšné modely a v tomto roce by se měly po třinácté za sebou zvýšit jeho příjmy.

Součástí Wiedekingova úspěchu bylo rozšíření přitažlivosti značky, aniž se dostal pod zlom. Například navzdory obavám, že to nebude vyhovovat sportovnímu image značky, se prestižní SUV Cayenne na určitou dobu stal páteří obchodního úspěchu Porsche v USA. Wiedeking doufá, že připojení čtvrté modelové řady v roce 2009, sedanu Panamera připomínajícího kupé, přinese stejný rozkvět jako Cayenne. ←

Volkswagen je připraven na novou éru

NEJVYŠŠÍ VÝKONNÝ PŘEDSTAVITEL PORSCHE SE CHYSTÁ NA VELKÝ KROK POTÉ, CO PADL ZÁKON O HLASOVACÍCH PRÁVECH AKCIONÁŘŮ

WILLIAM BOSTON,
AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

Před pár lety mohl obrat k lepšímu, uskutečněný Wendelinem Wiedekingem s firmou Porsche, vypadat jako pouhá zahřívací rozcvička pro to, co se chystá udělat s mnohem větší skupinou Volkswagen.

Když Evropský soudní dvůr 23. října podle všeho očekávání zrušil zastaralý německý zákon o VW, je téměř jisté, že Porsche zvýší svůj současný podíl v automobilce ve Wolfsburgu ze 31 % na většinových 51 %. Tento krok umístí nejvyššího výkonného šéfa Porsche Wiedekinga do sedla a vyvolá u největšího sériového výrobce automobilů změny, které pocítí celé odvětví. „Každý ví, že se toho musí mnoho udělat," sdělil Automotive News Europe v nedávném rozhovoru Wiedeking.

Odlišné rozměry

Když Wiedeking v roce 1993 převzal vedení u Porsche, byl německý výrobce sportovních automobilů uvázlý v neutralitě. Výrobní systém společnosti byl narušený, měl špatnou pozici vůči dolaru a vyráběné automobily byly předražené.

Wiedeking si vzal ponaučení z výrobního systému Toyoty a podnítil růst produktivity Porsche o 30 %. Do roku 1996 zkrátil dobu, kterou automobilce trvalo vyrobení své vlajkové lodi, modelu 911, ze 120 hodin na 45 hodin a urychlil vývoj nových modelů ze sedmi na tři roky.

Wiedeking si za obrat Porsche k lepšímu vysloužil respekt v rámci celého automobilového průmyslu. Avšak VW není Porsche. Pokud jde o výrobu, VW je šedesátkrát větší než Porsche. VW má také čtyři naprosto nezávislé hlavní značky – VW, Audi, Seat a Škoda, z nichž každá má svou historii, vedení, pracovní sílu a těžce vydobyté území, které je třeba chránit.

Přeměna tohoto gigantu, o kterém se mnozí domnívají, že se ani nepřibližuje dosažení svého úplného potenciálu, v prosperující vysokooktanový stroj, nebude jednoduchá.

Žádná přítěž

Wiedeking je však možná právě tou nejlepší osobou, která se s tímto úkolem vypořádá. Nikdo z vnitřku impéria VW by toho nebyl schopen. „Porsche nemá žádnou historickou přítěž, takže může vstoupit a zavést změnu, jestliže nemá smysl určité struktury udržovat," říká Jens Schattner, analytik automobilového odvětví u soukromé banky Sal Oppenheim ve Frankfurtu. Wiedeking, člen dozorčí rady VW již tento proces zahájil. „Nikdy jsem nepracoval usilovněji jako za uplynulé dva roky," řekl.

Wiedeking cítí, že je důležité být většinovým vlastníkem. Řekl, že je mnohem snazší dát věci do pohybu, když je jasné, kdo společnost vlastní. Jakmile Porsche převezme kontrolu, bude Wiedeking tlačit na vedení VW, aby vybrousilo výrobní proces a zejména jemně vyladilo spolupráci mezi značkami v rámci koncernu.

Skupina VW kupodivu málo využívá synergií mezi svými jednotlivými divizemi, a to zejména mezi VW a Audi. Schattner ze Sal Oppenheim předpovídá, že mnohem více procesů bude centralizováno na úrovni skupiny.

Martin Winterkorn, který 1. ledna převzal funkci nejvyššího výkonného představitele VW, již některé hlavní změny provádí. Nedávno vyhlásil ambiciózní desetiletý plán, který počítá s dohnáním Toyoty pokud jde o zisk a produktivitu.

Zeptejte se Winterkorna

„Winterkorn," řekl Wiedeking, „ pracuje velmi tvrdě a mně se líbí to, jak pracuje."

Pokud však máte nějaké pochybnosti o odhodlání Wiedekinga provést ve VW mnohem zásadnější změny, pohovořte si s Berndem Osterlohem, šéfem vlivné odborové rady.

Pokud by měl Porsche převzít většinu VW, tak jako se očekává, Wiedeking má v plánu omezit počet křesel pro pracovníky VW v dozorčí radě skupiny Porsche-VW na polovinu, přestože počet pracujících ve VW převyšuje počet pracujících u Porsche. Osterloh říká, že Wiedekinga nechá předvolat k soudu. Wiedeking odmítl schůzku s odborovou radou VW kvůli tomuto problému. Pracovníci VW mají stále o 20 % větší plat než jaký je průměrný plat v německém automobilovém průmyslu. Zdá se však, že Wiedeking se rozhodl, že tučné roky u VW jsou pryč.

Nejvyšší výkonný představitel Porsche podle všeho získá i silnou pozici v oblasti strategie týkající se modelů. Wiedeking řekl: „Portfolio značek je dobré, ale každý automobil v rámci značky musí vydělávat peníze. Není zde žádný prostor pro koníčky, vůbec žádný.""

Když byl v tomto kontextu dotázán na superautomobil Bugatti Veyron, který stojí více než 1 milion eur, vyžaduje obrovské zdroje ve vývoji a prodává se jen v malém počtu, Wiedeking řekl: „Zeptejte se Winterkorna." ←

↑ OTOČENÍ VYPÍNAČEM NA STARTU NOVÉHO CHRYSLERU: VICEPREZIDENT TOM LASORDA, PREZIDENT ODBORŮ UAW RON GETTELFINGER A NOVÝ NEJVYŠŠÍ ŠÉF BOB NARDELLI

Je Nardelli v roli nového šéfa Chrysleru tím správným mužem?

KEITH CRAIN,
AUTOMOTIVE NEWS

V srpnu společnost Cerberus Capital Management neočekávaně jmenovala Boba Nardelliho předsedou správní rady a nejvyšším výkonným představitelem svého nově nabytého přírůstku, automobilky Chrysler.

Jmenování bývalého představitele General Electric a bývalého nejvyššího výkonného ředitele americké organizace pro důchodce Home Depot na pozici šéfa Chrysleru srazilo Toma La Sordu na pozici č. 2 a hlavního provozního ředitele Erica Ridenoura zanechalo bez práce.

Jednalo se tak trochu o převrat. V předchozích týdnech byli lidé z firmy Cerberus k vedení Chrysleru velmi vstřícní a říkali, že žádné změny neplánují. Zdá se, že lidé od Cerberu, kteří mají ve svých řadách mnoho bývalých zaměstnanců z GE, jsou mnohem spokojenější s dalším bývalým představitelem GE navzdory jeho kontroverznímu postavení. To samé platí pro jejich bankéře.

Výběr Nardelliho má ale mnoho stinných stránek.

Zaprvé, Cerberus přišel o dva muže z výroby: nejen o Ridenoura, ale také o bývalého nejvyššího výkonného šéfa značky Volkswagen Wolfganga Berharda, který pracoval jako poradce firmy Cerberus a po výběru Nardelliho ztratil zájem. V současnosti nemá Chrysler pod správou Cerberusu na nejvyšších pozicích žádného šéfa pro výrobu. To je opravdu problém.

Připomíná mi to dobu, kdy předseda představenstva General Motors John Smale přivedl Rona Zarrellu, který obratem nabral mnoho skvělých výkonných představitelů, kteří neměli žádné zkušenosti v automobilovém odvětví. Oni a Zarrella jsou už do jednoho pryč.

Také do společnosti Home Depot Nardelli přivedl spoustu skvělých šéfů. Pokud to však zopakuje u Chrysleru, bude mít skupinu lidí, kteří jednoduše nebudou vědět co dělat. Potřebuje své šéfy z Chrysleru a jejich veškeré základní znalosti. Bylo to již řečeno milionkrát, ale automobilový průmysl je jiným odvětvím a trvá dlouho, než to někdo pochopí.

Na druhou stranu Nardelli by mohl být druhým Sergiem Marchionnem, který šéfuje skupině Fiat a je jedním z nejlepších výkonných šéfů v automobilovém průmyslu. Marchionne, právník a účetní z Toronta, který žil ve Švýcarsku, převzal nejvyšší pozici u Fiat bez jakékoli zkušenosti s automobily.

Vede Fiat jako obchod a ponechává lidem se zkušenostmi v automobilovém průmyslu, aby činili rozhodnutí. Jeho úspěch u Fiatu je pozoruhodný. Je významným výkonným představitelem.

Doufejme, že v zájmu Chrysleru, Nardelli bude dalším Marchionnem. ←

Ford míří do Rumunska

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA NEWS

Společnost Ford Motor uzavřela smlouvu s rumunskou vládou o koupi automobilky ve městě Craiova na jihozápadě Rumunska. Prezident a generální ředitel společnosti Ford of Europe John Fleming podepsal patřičné dokumenty spolu s ministerským předsedou Rumunska Calinem Popescu-Tariceanuem. Podle ní Ford za podíl ve výši 72,4 % zaplatí rumunské vládě 57 milionů eur (asi 1,56 mld. Kč). Zároveň se zavázal investovat dalších 675 milionů eur (18,5 mld. Kč) do modernizace závodu. Od roku 2012 bude Ford v Rumunsku investovat přibližně miliardu eur (27,5 mld. Kč) ročně. Počet zaměstnanců závodu se téměř zdvojnásobí ze současných 3900 na 7000.

„Ačkoli v tomto stádiu nechci být příliš konkrétní ohledně vozu, který budeme v Craiově vyrábět, mohu potvrdit, že začneme malým automobilem. Bude vznikat výhradně zde a předpokládáme, že až 90 % produkce půjde na export," informoval Fleming.

Jenže úsměvy pro novináře a oficiální prohlášení, zveřejněného v září, ještě neznamenají jistotu, že k celé slibované transakci skutečně dojde. Věřitelé Daewoo Motors totiž hrozí vymáháním dluhů korejské společnosti od nových majitelů automobilky. Navíc Evropská komise šetří, zda specifické podmínky privatizace, které pro tento případ vytvořila rumunská vláda, nejsou v rozporu se předpisy EU. Rumunsko je od začátku roku členem EU a musí se řídit společnými podmínkami obchodu.

↑ VE FRANKFURTU JEŠTĚ VŠE VYPADALO KRÁSNĚ: PREZIDENT FORD OF EUROPE JOHN FLEMING A RUMUNSKÝ PREMIÉR CALIN POPESCU-TARICEANU

Automobilka v Craiově vznikla v roce 1976 jako společný podnik rumunské vlády s Citroënem na licenční výrobu francouzských vozů. Výroba kromě montáže zahrnovala jak karosárnu, tak i produkci motorů a převodovek. První vozy vyjely pod jménem Oltcit až v říjnu 1981. Původní velkorysý projekt na produkci 300 000 vozů ročně byl brzy redukován na 130 000 vozů, ale ve skutečnosti nikdy nebylo překročeno 50 000 vyrobených aut za rok.

Později automobilka přešla do majetku korejské Daewoo Motors, která zde plánovala vybudovat svou evropskou základnu. Po krachu korejské společnosti nebyla továrna zařazena mezi aktiva, která převzalo GM. V Craiově pokračovala výroba starších modelů Daewoo především určených na vývoz do zemí bývalého Sovětského svazu. V roce 2006 zde bylo vyrobeno 24 000 vozů. V roce 2006 továrnu odkoupila za 51 milionů dolarů (a dalších deset milionů vynaložila na sanaci dluhů automobilky) rumunská vláda, aby vytvořila podmínky pro její novou privatizaci. Zájem o továrnu projevil i koncern GM, Renault a ruský oligarcha Oleg Děripaska, kontrolující automobilky GAZ a LDV. Jenže s GM vzhledem k předchozímu odmítnutí Rumuni nechtěli jednat a Renault by vzhledem k vlastnictví nedaleké Dacie získal v Rumunsku takřka monopolní postavení. Logickým favoritem a nakonec jediným vážným uchazečem zůstal Ford, u něhož byla vzhledem k chybějícím výrobním kapacitám ve východní Evropě největší pravděpodobnost, že bude do továrny ve velké míře investovat. ←

Ford bude v Rumunsku vyrábět malý automobil

JAMES FRANEY & LYLE FRINK, AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

Nová továrna společnosti Ford of Europe začne na konci příštího roku vyrábět malý automobil.

„Mohu potvrdit, že výrobu zahájíme malým automobilem vyráběným v Krajové," řekl na tiskové konferenci na autosalonu ve Frankfurtu nejvyšší výkonný představitel společnosti Ford of Europe John Fleming. Fleming odmítl odhalit další podrobnosti, ale řekl, že automobil nebude konkurentem pro nízkorozpočtový rodinný automobil Logan od Renaultu. Logan v Rumunsku vyrábí pobočka Renaultu Dacia.

Fleming řekl, že za rozhodnutím Fordu koupit bývalou továrnu Daewoo v Craiově, 110 km západně od Bukurešti, stálo poskytnutí úlevy jeho vzdáleným montážním závodům v západní Evropě a v Rusku. „Nejedná se o stěhování ze západní Evropy," řekl Fleming. „Očekáváme, že 90 % toho, co vyrobíme v Craiově, se bude vyvážet."

Ford za 72,4% podíl v továrně v Craiově zaplatil rumunské vládě 57 milionů eur. Americká automobilka kromě toho bude investovat 675 milionů eur do rozšíření kapacity továrny z 200 000 na 300 000 vozidel za rok. Počet pracovníků v továrně se téměř zdvojnásobí z 3900 na 7000.

Podpora odvětví dodavatelů

Rumunský ministerský předseda Calin Popescu-Tariceanu řekl, že jedno nové místo v továrně vytvoří čtyři pracovní místa v dodavatelském průmyslu. „Díky této investici má Rumunsko velkou šanci stát se největším centrem automobilové výroby ve východní Evropě," řekl.

Ford vyjednával s rumunskou vládou o koupi továrny, ale konečné schválení bylo zdrženo poté, co Ford trval na zárukách, že nebude zodpovědný za jakékoli předchozí dluhy. Ředitel obchodní strategie společnosti Ford of Europe Lyle Watters řekl: „Žádáme speciální legislativu a očekáváme, že zákon bude schválen během šesti týdnů." ←

Ford žádá od Rumunů: Promiňte továrně dluh

PRODEJ TOVÁRNY V KRAJOVÉ STÁLE ZDRŽUJE OČEKÁVANÝ NOVÝ ZÁKON, KTERÝ BY MĚL PROMINOUT JAKÉKOLI „SKRYTÉ ZÁVAZKY"

LYLE FRINK,
AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

Ford požaduje, aby rumunská vláda legálně prominula veškeré minulé dluhy bývalého montážního závodu společnosti Daewoo Romania v Craiově předtím, než jej americká automobilka koupí. „Rumunská vláda by měla mít speciální zákon zajišťující, aby tam nebyly žádné skryté závazky," řekl mluvčí společnosti Ford of Europe Tom Malcolm.

Ford zůstal jediným zájemcem o továrnu v Craiově, 110 km od Bukurešti, s kapacitou výroby 200 000 vozů. Požadavek Fordu zdržoval projekt, který veřejně podpořil i rumunský ministerský předseda Calin Popescu-Tariceanu, který byl kdysi rumunským dovozcem vozů značky Citroën.

Společnost Daewoo v roce 2000 zbankrotovala. V roce 2002 General Motors koupilo většinu továren jihokorejské automobilky. Avšak u těch továren, které nepřevzalo, zůstal problém vyrovnání dluhů během převodu na nové vlastníky. Když rumunská vláda rovnou koupila továrnu v Craiově, aby ji mohla znovu prodat novému investorovi, mnoho bývalých poboček společnosti Daewoo vzneslo požadavek na uhrazení dluhů převyšujících 300 milionů dolarů (v současnosti 220 milionů eur).

Teodor Atanasiu, šéf rumunské agentury pro privatizaci AVAS, potvrdil, že Ford požaduje patřičnou legislativu. Skutečné řešení požadavku Fordu pravděpodobně přijde od Sebastiana Vladescu, šéfa privatizační komise Daewoo Romania a bývalého rumunského ministra financí. Popescu-Tariceanu ho pověřil, aby zajistil úspěšný průběh prodeje. „Nikdo z vlády, s výjimkou pana Vladesca, nemá tušení kdy zákon začne platit," řekl Dan Vardie, ředitel rumunského vydavatelství Automedia.

Dobře známý problém

V jiných bývalých továrnách společnosti Daewoo uplatňované nároky zahrnovaly dluhy vůči jiným pobočkám Daewoo za nezaplacené služby a nezaplacené dluhy vládám za sociální pojištění, daně a celní poplatky. V roce 2005 nedobytné dluhy téměř překazily prodej závodu firmy Daewoo FSO ve Varšavě v Polsku ukrajinské automobilce UkrAVTO.

Případné dlužné závazky továrny v Craiově se staly jedním z důvodů, proč jiné strany, které o ni měly zájem, nakonec své původní nabídky nepředložily. Zdroj z GM řekl: „Požádali jsme rumunskou vládu o vyjasnění, ale nedostali jsme solidní odpověď." ←

Spotřeba a emise CO_2 pro model Fiesta 1.3/70 k: město/mimo město/kombinovaná 8,1/4,9/6 l/100 km; CO_2: 144 g/km. Na nabídce se podílí FORD MOTOR COMPANY společně s participujícími autorizovanými partnery Ford. Foto je pouze ilustrační.

Bezkonkurenční výbava, bezkonkurenční cena: 264 990 Kč

Sportovní i elegantní, překvapivě prostorná. Fiesta Fashion má ve výbavě Fashion **klimatizaci, ABS, rádio s přehrávačem, 2x airbag, el. ovládaná přední okna, mlhovky, posilovač řízení, centrální zamykání, kožený volant, el. ovládaná a vyhřívaná zrcátka, boční lišty v barvě karoserie, palubní počítač atd.** Ušetříte až 74 000 Kč!
Kdo jiný vám to nabídne? Více u prodejců Ford, na www.ford.cz nebo 800 555 109.

FordFiesta
Fashion

Feel the difference

Ford

Automobily se šestým smyslem

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

BUDAPEŠŤ | Zabránit nehodám varováním řidičů o případném nebezpečí hrozícím od ostatních vozidel je hlavním cílem společnosti GM při vývoji nových komunikačních systémů označovaných jako V2V (z angl. Vehicle to Vehicle, tedy z vozidla do vozidla). Vozidla vybavená těmito systémy budou moci vzájemně komunikovat a vyměňovat si informace o své pozici a rychlosti. Řidiče pak dokáží v předstihu upozornit na to, že jiný automobil jede v jejich slepém úhlu, že stojí v místě, kde bude obtížné si jej všimnout, nebo že se chystá vjet do stejné křižovatky jako jiný řidič.

Projekty V2V

Z analýzy příčin dopravních nehod vyplývá, že u 60 % nehod je potenciál předejít jim pomocí komunikace mezi vozidly. Přitom moderní automobily jsou vybaveny mnoha systémy, které vytvářejí předpoklady pro komunikaci s jinými vozidly i s okolím. Prostřednictvím GPS si automobily mohou vyměňovat přesné údaje o své poloze a vyhodnocením činnosti různých systémů ve voze lze v předstihu varovat jiné řidiče před blížícím se nebezpečím.

Komunikací mezi vozidly se zabývá několik projektů, sdružujících nejrůznější organizace včetně automobilek a nejvýznamnějších subdodavatelů. Těmi nejvýznamnějšími jsou americký VSC, japonský ITS a evropské Will-Warn, Car2Car, NOW a Intersafe. Jenže pro komunikaci je potřeba vytvořit jednotný systém. General Motors v rámci Konsorcia pro komunikaci dvou automobilů spolupracuje s řadou dalších automobilek a subdodavatelů na vytvoření společného evropského průmyslového standardu pro technologie V2V a V2I (Vehicle to Infrastructure).

Budoucnost ze současných komponent

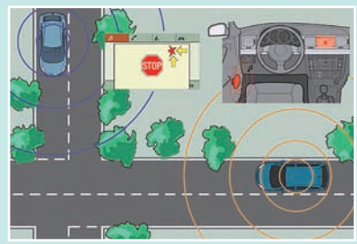
„Řízení automobilu je velmi složitým úkolem. Informace o tom, kde je jiný řidič a kam směřuje, může mít při ovládání vlastního vozidla zásadní význam," říká Hans-Georg Frishkorn, výkonný ředitel společnosti Global Electrical Systems pro ovládání a software. „Pomocí technologie V2V umocňujeme povědomí řidiče o jeho okolí, abychom tím zlepšili bezpečnost na silnicích, a to aniž řidiče rozptylujeme a omezujeme způsob, jakým svůj vůz ovládá. Tento šestý smyl řidičům poskytne informace o tom, co se děje v jejich okolí, aby tak pomohl zabránit nehodám a zlepšil plynulost dopravy."

Nové systémy GM, vybavené technologií V2V, umožní vzájemnou komunikaci vozidel bez zásahu řidičů. Systém okamžitě analyzuje všechna získaná data a může předcházet nehodám, neboť řidiče varuje před případným nebezpečím, hrozícím od ostatních vozidel. Automobily přesně stanoví svou vlastní pozici prostřednictvím systému GPS a vyměňují si potřebné informace s dalšími vozidly.

Cílem dostupnost

Společnost GM pro tyto systémy využívá už běžně používané a tím i ověřené komponenty. Hardware sestává z mikroprocesoru, přijímačů GPS a modulů bezdrátového systému LAN. Vozidla naváží komunikaci v okamžiku, kdy jsou od sebe vzdálena několik stovek metrů, a vyměňují si navzájem informace jako je jejich pozice, zrychlení, rychlost a směr jízdy.

V2V dokáže analyzovat dostupná data například z ABS a na základě jejich činnosti varuje ostatní řidiče o nastávajícím problému. Už dnes jsou vozidla vybavena řadou bezpečnostních snímačů, jako jsou radar, zařízení ovládající rychlost vozidla, systémy pomáhajících při změně jízdního pruhu nebo čidel zjišťujících objekty, které se nacházejí ve slepém úhlu řidiče. GM dokáže díky využití všech těchto technologií účinněji a dostupným způsobem podstatně rozšířit jejich provozní rozsah a pokrytí. Výsledkem je možnost rozsáhlého vnímání a vyhodnocování okamžitých podmínek provozu.



GM tuto technologii záměrně zakládá na levných, osvědčených komponentách, což umožňuje, aby se v mnoha vozidlech stala standardní výbavou. Základem je komunikační systém kompatibilní s běžnými osobními počítači. To je nesmírně důležité, protože smysl těchto systémů je jen při jejich hromadném rozšíření.

Hans-Georg Frischkorn říká: „Společnost GM vždy usilovala o demokratické zavádění inovací. Naše systémy V2V budou dostupné a daly by se použít v každé třídě automobilů. To je obzvláště důležité, neboť systémy umožňující vzájemnou spolupráci jsou účinnější, kdy je jimi vybaven co největší počet vozidel."

A kdy bychom se mohli dočkat běžného rozšíření tohoto systému? Podle představitelů GM by to mělo být někdy v letech 2012 až 2015.

Typické situace pro V2V

Systém řidiče varuje pomocí symbolů na displeji o vozidle stojícím na silnici ještě předtím, než jej řidič může spatřit, například za zatáčkou.

O rozsvícení nouzových světel při náhlém zabrzdění, například při příjezdu ke konci dopravní zácpy, je díky technologii V2V možné předem upozornit řidiče jedoucího vzadu a umožnit mu, aby podle toho upravil rychlost jízdy ještě předtím, než je nebezpečný úsek vidět, například za zatáčkou nebo za horizontem.

V dopravní zácpě nebo při poruše na venkovské silnici bez odstavného pruhu představuje nebezpečí vozidlo, které zastaví nebo jede velmi pomalu. Díky technologii V2V obdrží řidič vozidla jedoucího ve stejném pruhu varování před možnou kolizí na displeji v době, kdy má ještě dost času zabrzdit nebo provést úhybný manévr.

Asistent při změně jízdního pruhu upozorní řidiče na vozidla jedoucí v jeho slepém úhlu. Ve stále hustším provozu na silnicích s mnoha jízdními pruhy jde o velmi důležitý bezpečnostní prvek. Vizuální signál upozorní řidiče, že nějaké vozidlo jede v oblasti, která právě není viditelná v jeho vnějším zpětném zrcátku. Na odpovídající straně vozu se na předním sloupku nebo na postranním zpětném zrcátku aktivuje dioda LED. Varování je intenzivnější, jestliže řidič vytvoří možnou nebezpečnou situaci tím, že na stejné straně spustí ukazatel změny směru, aby změnil jízdní pruh. Dioda začne blikat a na stejné straně začne vibrovat sedadlo řidiče. Systém bere v úvahu také rychlost každého vozidla, o které se jedná. Když řidiči zaslechnou sirénu, bývá pro ně obtížné zjistit z jakého směru pohotovostní vozidlo přijíždí, a to zejména v městském provozu. Sirénu lze při hlasitě zapnutém rádiu také přeslechnout. Mnoho řidičů si rovněž není jisto, zda a kde by měli vytvořit místo pro pohotovostní vozidlo. S pomocí technologie V2V jsou nejen informováni o pozici pohotovostního vozidla a směru jeho jízdy, ale mohou rovněž obdržet pokyn, jako třeba: „Uhněte doprava!" nebo „Vytvořte cestu mezi druhým a třetím pruhem!" To může ušetřit drahocenný čas.

Když se ve středovém pruhu například seká tráva nebo se dělá jiná údržba, jede za žacím strojem bezpečnostní vůz s velikou šipkou a blikajícími výstražnými světlomety. Často se ale stává, že nepozorný řidič do něj narazí a způsobí vážnou nehodu. Toto nebezpečí se omezí, když bude bezpečnostní vůz vysílat varující signál, který se zobrazí v přijíždějícím vozidle - například: „Levý pruh je uzavřen. Jeďte vpravo."

Nepřehledné křižovatky bez dopravních světel, například na venkovských silnicích, jsou obzvláště nebezpečné. Pomocí systému V2V vozidla vzájemně komunikují dokonce i když ještě není vizuální kontakt mezi řidiči obou vozů. Systém v předstihu zjistí nebezpečí hrozící kolize a upozorní na něj oba řidiče. Ti pak mají dost času, aby reagovali brzděním nebo úhybným manévrem. Pokud kolizi není možné tímto způsobem zabránit, systém V2V by mohl (pokud by to legislativa umožnila) samočinně jedno z vozidel zabrzdit. ←

Moskevský autosalon

ZAPOMEŇTE (ZATÍM) NA EVROPU, PŘICHÁZÍ ČÍNSKÝ VPÁD DO RUSKA. MÉNĚ PŘÍSNÉ PŘEDPISY TÝKAJÍCÍ SE BEZPEČNOSTI A ZNEČISTĚNÍ PODNÍTILY PŘÍVAL ČÍNSKÝCH MODELŮ NA RUSKÝ TRH

LUCA CIFERRI,
AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

Pokud je vám divné, že v září bylo na Frankfurtském autosalonu IAA zastoupeno tak málo čínských automobilek, tak odpověď ležela 2300 km na východ. Dvaadvacet čínských automobilek vystavovalo na moskevském autosalonu více než 60 různých modelů.

Nakolik Číňané tomuto autosalonu dominovali? Po každých 25 metrech byl stojan vystavující modely od značek jako Chery Automobile, Nanjing Automobile, Brilliance, Shanghai Maple a Lifan.

„Chceme se prosadit na ruském trhu," řekl mluvčí divize MG značky Nanjing. Značka Nanjing Automobile vystavovala svůj sedan MG7 a roadster MG TF. Viceprezident Cao Xinping řekl, že v roce 2008 začne model MG7 prodávat v Rusku.

Předpisy nejsou tak přísné

Číňané jsou zde proto, aby získali podíl z velikého trhu, který se v následujících letech podle očekávání rozroste exponenciální řadou. Nicméně stejně důležitý důvod pro jejich přítomnost je to, že jejich automobily mohou splnit ruské emisní a bezpečnostní předpisy. Jen málo modelů vystavených v Moskvě by splnilo přísnější předpisy EU.

Dalším důvodem, proč Číňané směřují do Ruska, je to, že mnoho lidí zde vyhledává dostupné zahraniční modely, které by nahradily jejich stárnoucí, zastaralé domácí vozy.

V první pololetí Čína do Ruska vyvezla 26 512 vozů, což je podle agentury Automotive Resources Asia o 5386 vozů více než loni. Nejprodávanější značkou je v Rusku Chery Automobile. Její prodej se vyhoupnul o 1337 % na 18 558 vozů za první pololetí. Chery je také první čínskou značkou, která si v Rusku zřídila svou vlastní prodejní pobočku.

Ambice značky Chery

Společnost CJSC, neboli Chery Automobile Rus, byla založena v roce 2005 v Moskvě. Společnost začala prodávat automobily od června 2006. Za prvních šest měsíců roku 2006 Chery v Rusku prodala 12 000 vozů. V letošním roce by měl prodej podle generálního ředitele CJSJ Genadije Pavlova dosáhnout 45 000 vozů.

V tuto chvíli Chery prodává dva zastarávající modely, Tiggo (SUV který vypadá jako Toyota RAV4) za 12 450 eur a A15 Amulet (blízká replika první generace sedanu Seat Toledo) za 7200 eur. Do konce roku Chery přidá ještě miniautomobily Kimo A1 a QQ (kopie Daewoo/Chevrolet Matiz). Pavlov říká, že nové modely pomohou značce Chery dosáhnout jejího cíle v podobě každoročního 10% nárůstu prodeje během příštích pěti let.

Šťastní dovozci

Moskevská společnost Irito Cars of China distribuuje automobily vyrobené firmami BYD, Great Wall (obě zde začaly prodávat v roce 2005) a Hafei. Nyní očekává, že její prodej se prudce zvýší. „V minulém roce naše čínské značky prodaly v Rusku 1600 vozů, což se za tento rok zdvojnásobí na 3200 vozů a poroste na 10 000 vozů v příštím roce," řekl mluvčí společnosti Irito Andrej Matvějev.

Irito nabízí čínské modely v cenové rozpětí od 5700 eur za hatchback BYD Flyer 2 až po 35 900 eur za desetisedadlový Great Wall Hover II o délce 6720 mm.

Moskevský soukromý dovozce Atlant-M Asia má největší portfolio čínských značek.

Dovozce očekává, že v roce 2008 prodá 2000 čínských automobilů.

Mezitím jedna z největších ruských prodejních skupin Avtomir začala na konci září prodávat automobily Lifan. Jejím cílem je prodat 800 vozů do konce roku a 10 000 vozů v roce 2008.

Proč Rusko

Důvod proč se čínské automobilky ženou do Ruska namísto do Evropy:
- snáz splnitelné emisní předpisy
- méně bezpečnostních předpisů
- touha zákazníků po automobilech nepocházejících z Ruska ←

Kdo vlastní tyto vozy?

Distributoři čínských automobilů v Rusku	značky
Atlant-M Asia	Brilliance, Changfeng, JMC, LandWind, Shuanghuan
Avtomir	Lifan
CJSC	Chery
Irito Cars of China	BYD, Great Wall, Hafei

GM hledá větší kapacitu na východě

FORSTER ŘÍKÁ, ŽE VĚTŠÍ SPOLUPRÁCE S FIRMOU FSO JE NEJPRAVDĚPODOBNĚJŠÍ CESTOU K ROZŠÍŘENÍ VÝROBY V TOMTO REGIONU

JENS DRALLE,
AUTOMOBILWOCHE

RUSSELSHEIM | Společnost General Motors Europe chce další výrobní kapacity ve střední Evropě, ale nerozhodla se, jak je získat. „Nejpravděpodobnějším řešením je rozšíření spolupráce s polskou automobilkou FSO," sdělil časopisu Automobilwoche prezident společnosti GM Europe.

Varšavský závod automobilky FSO v říjnu zahájil smluvní výrobu Chevroletu Aveo pro GM. Avšak jako znamení, že GM nevyloučila postavení nové továrny ve střední nebo východní Evropě, Forster zdůraznil, že „všechny možnosti se prověřují."

Odborové svazy společnosti GM mají obavy, že zvýšení kapacity na východě by mohlo znamenat ztrátu zaměstnání v západní Evropě. Představitel GM Europe v curyšském ústředí soukromě řekl, že rozšíření výroby vozidel ve východní Evropě „zpočátku nebude mít následky pro továrny v západní Evropě." Nevyloučil však, že by to nemohlo mít dosah z dlouhodobého hlediska.

FSO, nezávislá polská automobilová společnost, kterou převzala a modernizovala korejská automobilka Daewoo, je nyní pobočkou ukrajinské automobilové skupiny UkrAVTO. Vyrábí malá množství automobilů Daewoo Lanos bez pohonného ústrojí a posílá je do jiné pobočky automobilky UkrAVTO, automobilky ZAZ. Zde se do automobilů instalují motory a převodná ústrojí tak, aby se automobily mohly prodávat na ukrajinském trhu pod jménem Sens.

GM potřebuje, aby automobilka FSO vyráběla Chevrolet Aveo tak, aby splňoval požadavky ve střední a východní Evropě. GM očekává, že FSO v tomto roce vyrobí zhruba 4000 vozů Aveo, ale střednědobým cílem GM je zvýšit kapacitu automobilky FSO při výrobě modelu Aveo na zhruba 150 000 vozů ročně.

V březnu 2008 FSO doplní výrobu o hatchback modelu Aveo. Tato varianta debutovala na autosalonu IAA ve Frankfurtu a její design by měl vyhovět vkusu obyvatel západní Evropy. V budoucnosti by se v FSO měly vyrábět i model značky Opel. ←

První registrace nových osobních a lehkých užitkových vozidel v České republice do října 2007

Období	1–10/2007			1–10/2006		
Kategorie	**OA**	**LUV**	**celkem**	**OA**	**LUV**	**celkem**
Značka/model	**ks**	**ks**	**ks**	**ks**	**ks**	**ks**
Adria	**4**	**8**	**12**	**6**	**4**	**10**
Alfa Romeo 147	51		51	20		20
Alfa Romeo 156			0	9		9
Alfa Romeo 159	89	39	128	101	16	117
Alfa Romeo 166			0	4		4
Alfa Romeo BRERA	8		8	17		17
Alfa Romeo GT	37		37	68		68
Alfa Romeo SPIDER	4		4			0
Alfa Romeo	**207**	**40**	**247**	**227**	**16**	**243**
Arca		**1**	**1**		**0**	**0**
Aro		**4**	**4**		**14**	**14**
Aston Martin	**4**		**4**	**4**		**4**
Attack	**1**		**1**	**0**		**0**
Audi A2			0	1		1
Audi A3	232	286	518	353	8	361
Audi A4	326	200	526	291	174	465
Audi A4 CABRIO	11		11	28		28
Audi A5	68		68			0
Audi A6	391	186	577	469	268	737
Audi A8	72		72	88		88
Audi ALLROAD QUATTRO	44	271	315	25	120	145
Audi Q7	77	398	475	58	274	332
Audi R8	15		15			0
Audi TT	64		64	10		10
Audi	**1407**	**1426**	**2833**	**1392**	**878**	**2270**
Bentley	**25**		**25**	**26**		**26**
BMW 1	98	185	283	131	100	231
BMW 3	380	112	492	301	123	424
BMW 3 CABRIO	40		40			0
BMW 5	255	97	352	257	93	350
BMW 6	14		14	38		38
BMW 7	43		43	44		44
BMW X 3	91	205	296	73	172	245
BMW X 5	73	321	394	20	143	163
BMW Z 4	22		22	28		28
BMW	**1097**	**965**	**2062**	**942**	**651**	**1593**
Bremach		**0**	**0**		**1**	**1**
BSI		**1**	**1**		**0**	**0**
Bucher Schörling		**0**	**0**		**4**	**4**
Bugatti	**1**		**1**	**0**		**0**
Bürstner	**9**	**3**	**12**	**8**	**3**	**11**
Cadillac	**12**	**13**	**25**	**121**	**5**	**126**
Caravelair		**2**	**2**		**0**	**0**
Caterham	**0**		**0**	**3**		**3**
Citroën BERLINGO	718	1725	2443	592	1641	2233
Citroën C CROSSER	4	3	7			0
Citroën C1	471		471	358		358
Citroën C2	60	41	101	102	47	149
Citroën C3	1408		1408	1352		1352
Citroën C3 PLURIEL			0	3		3
Citroën C4	1480		1480	1153		1153
Citroën C4 PICASSO	304	191	495	1		1
Citroën C5	237	122	359	200	120	320
Citroën C6	19		19	17		17
Citroën C8	18	9	27	18	34	52
Citroën C15			0		21	21
Citroën JUMPER	31	516	547	33	446	479
Citroën JUMPY	9	169	178		127	127
Citroën XSARA PICASSO	453	213	666	563	294	857
Citroën	**5315**	**3002**	**8317**	**4493**	**2747**	**7240**
Concorde	**1**		**1**	**0**		**0**
Dacia LOGAN	414		414	1383		1383
Dacia LOGAN MCV	905	185	1090			0
Dacia	**1320**	**185**	**1505**	**1384**	**13**	**1397**
Daihatsu	**17**	**0**	**17**	**1**	**0**	**1**
Daimler	**0**		**0**	**1**		**1**
Dethleffs	**15**	**15**	**30**	**7**	**10**	**17**
Dodge AVENGER	2		2			0
Dodge CALIBER	87		87	43		43
Dodge NITRO	12	23	35			0
Dodge VIPER			0	1		1
Dodge	**107**	**23**	**130**	**44**	**2**	**46**
Elnagh	**3**		**3**	**2**		**2**
Ferrari	**22**		**22**	**16**		**16**
Fiat 500	5		5			0
Fiat BRAVO	121	29	150			0
Fiat CROMA	21	13	34	31	16	47
Fiat DOBLÓ	9	692	701	6	304	310
Fiat DUCATO	10	655	665	10	406	416
Fiat IDEA	1		1	9		9
Fiat LINEA	38		38			0
Fiat MULTIPLA	37	9	46	32	2	34
Fiat PANDA	1110	4	1114	1017	18	1035
Fiat PUNTO	1169	178	1347	905	61	966
Fiat SCUDO	11	54	65	1	5	6
Fiat SEICENTO			0	48		48
Fiat STILO	227	78	305	337	52	389
Fiat STRADA		9	9		14	14
Fiat	**2908**	**1762**	**4670**	**2512**	**1004**	**3516**
Ford FIESTA	1623	42	1665	1131	67	1198
Ford FOCUS	1692	860	2552	1202	834	2036
Ford FOCUS C MAX	256	131	387	198	106	304
Ford FUSION	2380	422	2802	703	296	999
Ford GALAXY	33	15	48	21	14	35
Ford KA	24		24	90		90
Ford MAVERICK	3	4	7	5	9	14
Ford MONDEO	508	378	886	582	458	1040
Ford RANGER		189	189		111	111
Ford S-MAX	155	193	348	77	56	133
Ford TOURNEO	10		10			0
Ford TOURNEO CONNECT	26	153	179	10	178	188
Ford TRANSIT	157	2384	2541	132	2383	2515
Ford	**7182**	**4822**	**12004**	**4378**	**4546**	**8924**
Gasolone		**2**	**2**		**11**	**11**
Gaz	**0**	**79**	**79**	**0**	**59**	**59**
Gordon	**1**		**1**	**0**		**0**
Hobby	**6**	**2**	**8**	**0**	**1**	**1**
Honda ACCORD	96		96	137		137
Honda CITY	250		250	269		269
Honda CIVIC	1188		1188	857		857
Honda CR-V	319	429	748	129	236	365
Honda FR-V	63		63	67		67
Honda HR-V			0	1		1
Honda JAZZ	178		178	287		287
Honda LEGEND	56		56	29		29
Honda S2000			0	2		2
Honda	**2206**	**462**	**2668**	**1810**	**237**	**2047**
Hummer	**3**	**42**	**45**	**3**	**36**	**39**
Hymermobil	**10**	**3**	**13**	**5**	**1**	**6**
Hyundai ACCENT	1357		1357	1051		1051
Hyundai ATOS	647		647	647		647
Hyundai COUPÉ	50		50	34		34
Hyundai ELANTRA	25		25	332		332
Hyundai GETZ	1962	58	2020	2300	13	2313
Hyundai GRANDEUR	12		12	29		29
Hyundai H-1		114	114		315	315
Hyundai i 30	204	52	256			0
Hyundai MATRIX	178	34	212	100	45	145
Hyundai SANTA FE	412	894	1306	324	695	1019
Hyundai SONATA	181		181	118		118
Hyundai TERRACAN	18	40	58	21	64	85
Hyundai TRAJET	14	11	25	34	34	68
Hyundai TUCSON	313	319	632	271	272	543
Hyundai	**5407**	**1536**	**6943**	**5297**	**1455**	**6752**
Chausson	**0**		**0**	**1**		**1**
Chevrolet AVEO	834		834	626		626
Chevrolet CAPTIVA	137	283	420	28	3	31
Chevrolet EPICA	43		43	23		23
Chevrolet EVANDA			0	3		3
Chevrolet KALOS	5		5	150		150
Chevrolet LACETTI	212	42	254	248	14	262
Chevrolet SPARK	1132		1132	912		912
Chevrolet TACUMA	1		1	8		8
Chevrolet	**2396**	**326**	**2722**	**2025**	**18**	**2043**
Chrysler CROSSFIRE	6		6	8		8
Chrysler GRAND VOYAGER	14	2	16	31	5	36
Chrysler LX	19	11	30	35		35
Chrysler NEON			0	8		8
Chrysler PT	6		6	12		12
Chrysler SEBRING	5		5	2		2
Chrysler VOYAGER	19	12	31	14	10	24
Chrysler	**77**	**26**	**103**	**121**	**15**	**136**
Intrall		**0**	**0**		**3**	**3**
Iveco DAILY	1	462	463		354	354
Iveco	**1**	**478**	**479**	**0**	**370**	**370**
Jaguar S-TYPE	47		47	26		26
Jaguar X-TYPE	33	4	37	27	9	36
Jaguar XJ	8		8	7		7
Jaguar XK	18		18	9		9
Jaguar	**108**	**4**	**112**	**71**	**9**	**80**
Jeep COMMANDER	13	22	35	12	17	29
Jeep COMPASS	12	5	17	1		1
Jeep GRAND CHEROKEE	18	24	42	16	48	64
Jeep CHEROKEE	4		4	11		11
Jeep PATRIOT	6	2	8			0
Jeep WRANGLER	37	9	46	4	2	6
Jeep	**99**	**86**	**185**	**54**	**81**	**135**
Kaipan	**7**		**7**	**8**		**8**
Karmann		**1**	**1**		**0**	**0**
Kia CARENS	158	75	233	36	24	60
Kia CARNIVAL	69	34	103	44	41	85
Kia CEE`D	1490	393	1883	2		2
Kia CERATO	135		135	307		307
Kia K		80	80		143	143
Kia MAGENTIS	69		69	28		28

Kia OPIRUS	7		7	6		6
Kia PREGIO			0		3	3
Kia PICANTO	910		910	1033		1033
Kia RIO	415	101	516	494		494
Kia SHUMA	1		1			0
Kia SORENTO	63	158	221	51	195	246
Kia SPORTAGE	285	288	573	180	252	432
Kia	**3629**	**1140**	**4769**	**2200**	**661**	**2861**
Knaus	**3**	**1**	**4**	**6**	**0**	**6**
Lada 1118	29		29	2		2
Lada 1119	4		4			0
Lada VAZ 21	22		22	35		35
Lada VAZ 2121	64	26	90	59	23	82
Lada	**134**	**26**	**160**	**105**	**23**	**128**
Laika	**2**		**2**	**1**		**1**
Lamborghini	**9**		**9**	**9**		**9**
Lancia Y	10		10			0
Lancia	**19**		**19**	**5**		**5**
Land Rover DEFENDER	2	6	8		10	10
Land Rover DISCOVERY	27	104	131	9	65	74
Land Rover FREELANDER	26	98	124	27	100	127
Land Rover RANGE ROVER	5	44	49	1	18	19
Land Rover RANGE ROVER SPORT	26	83	109	15	61	76
Land Rover	**98**	**361**	**459**	**68**	**276**	**344**
LDV		**0**	**0**		**3**	**3**
Lexus GS	20		20	14		14
Lexus IS	55		55	47		47
Lexus LS	19		19	2		2
Lexus RX	26	23	49	65	20	85
Lexus SC	1		1	2		2
Lexus	**156**	**53**	**209**	**163**	**26**	**189**
Lincoln	**0**		**0**	**0**		**0**
LMC		**1**	**1**		**3**	**3**
Lublin		**3**	**3**		**18**	**18**
Magma		**1**	**1**		**10**	**10**
Maro		**17**	**17**		**17**	**17**
Maserati	**14**		**14**	**9**		**9**
Mazda 2	155		155	204		204
Mazda 3	371		371	418		418
Mazda 5	161	135	296	189	148	337
Mazda 6	394	139	533	374	145	519
Mazda BT		32	32			0
Mazda CX-7	25	17	42			0
Mazda FIGHTER			0		7	7
Mazda MPV			0	2		2
Mazda MX5	8		8	9		9
Mazda PREMACY			0		2	2
Mazda RX8	9		9	12		12
Mazda TRIBUTE		1	1	3		3
Mazda	**1151**	**335**	**1486**	**1232**	**307**	**1539**
Mercedes-Benz A	155		155	177		177
Mercedes-Benz B	128	86	214	67	73	140
Mercedes-Benz C	282	15	297	126	35	161
Mercedes-Benz CL	36		36	7		7
Mercedes-Benz CLK	15		15	23		23
Mercedes-Benz CLS	60		60	63		63
Mercedes-Benz E	183	14	197	181	20	201
Mercedes-Benz G		2	2	1	1	2
Mercedes-Benz GL	27	90	117	5	7	12
Mercedes-Benz ML	105	293	398	91	421	512
Mercedes-Benz R	36	26	62	56	29	85
Mercedes-Benz S	165		165	145		145
Mercedes-Benz SL	11		11	11		11
Mercedes-Benz SLK	16		16	23		23
Mercedes-Benz SLR McLaren			0	1		1
Mercedes-Benz SPRINTER	44	997	1041	28	780	808
Mercedes-Benz VANEO			0		2	2
Mercedes-Benz VIANO	81	220	301	42	166	208
Mercedes-Benz VITO	86	458	544	76	383	459
Mercedes-Benz	**1514**	**2294**	**3808**	**1165**	**1850**	**3015**
Mini COOPER	65		65	42		42
Mini ONE	7		7	7		7
Mini	**76**		**76**	**55**		**55**
Mitsubishi COLT	527		527	444		444
Mitsubishi GRANDIS	13	12	25	21	11	32
Mitsubishi L 200		166	166		118	118
Mitsubishi LANCER	32		32	91		91
Mitsubishi OUTLANDER	91	158	249	28	18	46
Mitsubishi PAJERO	31	83	114	13	43	56
Mitsubishi PAJERO SPORT			0	2	5	7
Mitsubishi SPACE STAR			0	6		6
Mitsubishi	**735**	**458**	**1193**	**628**	**202**	**830**
Mitsubishi Fuso CANTER		78	78		42	42
Mitsubishi Fuso		78	78		42	42
Mobilvetta	**7**		**7**	**0**		**0**
Multicar		**86**	**86**		**64**	**64**
Niesmann&Bischoff		**1**	**1**		**4**	**4**
Nissan 350 Z	20		20	13		13
Nissan ALMERA	104		104	111		111
Nissan ALMERA TINO			0	52	49	101
Nissan ATLEON			0		3	3
Nissan CABSTAR		77	77		59	59
Nissan DOUBLE-CAB		18	18		87	87
Nissan INTERSTAR		34	34		4	4
Nissan KING-CAB		1	1		12	12
Nissan KUBISTAR		11	11		29	29
Nissan MICRA	139		139	228	1	229
Nissan MICRA CC	5		5	2		2
Nissan MURANO	13	20	33	22	33	55
Nissan NAVARA		282	282		202	202
Nissan NOTE	402		402	272		272
Nissan PATHFINDER	40	75	115	45	72	117
Nissan PATROL	11	10	21	1	3	4
Nissan PRIMASTAR	4	40	44	1	9	10
Nissan PRIMERA	22	7	29	34	12	46
Nissan QASHQAI	237	98	335			0
Nissan SINGLE-CAB			0		3	3
Nissan TERRANO	1		1			0
Nissan TIIDA	14		14			0
Nissan X-TRAIL	83	118	201	68	158	226
Nissan	**1126**	**812**	**1938**	**892**	**765**	**1657**
Opel AGILA	210		210	353		353
Opel ANTARA	45	25	70			0
Opel ASTRA	987	453	1440	1084	514	1598
Opel ASTRA CABRIO	8		8	8		8
Opel COMBO	11	191	202	15	165	180
Opel CORSA	1674	130	1804	364	72	436
Opel GT	3		3			0
Opel MERIVA	190	37	227	180	45	225
Opel MOVANO		31	31	1	28	29
Opel SIGNUM	15		15	14		14
Opel TIGRA	5		5	5		5
Opel VECTRA	175	107	282	225	115	340
Opel VIVARO	26	103	129	42	105	147
Opel ZAFIRA	190	97	287	217	131	348
Opel	**3632**	**1179**	**4811**	**2599**	**1181**	**3780**
Peugeot 1007	49		49	97		97
Peugeot 107	479	42	521	468	5	473
Peugeot 206	1224	117	1341	1980	271	2251
Peugeot 207	2041	1	2042	551		551
Peugeot 307	908	422	1330	983	336	1319
Peugeot 308	34		34			0
Peugeot 4007	3		3			0
Peugeot 407	301	233	534	259	189	448
Peugeot 407 COUPÉ	17		17	42		42
Peugeot 607	37		37	95		95
Peugeot 807	34	37	71	21	43	64
Peugeot BOXER	35	612	647	23	506	529
Peugeot EXPERT	16	186	202		92	92
Peugeot PARTNER	220	948	1168	101	664	765
Peugeot	**5569**	**2635**	**8204**	**4778**	**2121**	**6899**
Piaggio		**5**	**5**		**16**	**16**
Pilote		**1**	**1**		**0**	**0**
Pontiac	**1**		**1**	**0**		**0**
Porsche 911	29		29	34		34
Porsche 911 CABRIO	4		4	7		7
Porsche BOXSTER	4		4	5		5
Porsche CARRERA GT	3		3			0
Porsche CAYENNE	9	46	55	4	34	38
Porsche CAYMAN	15		15	9		9
Porsche	**82**	**54**	**136**	**68**	**36**	**104**
Praga	**1**		**1**	**0**		**0**
Proton	**0**		**0**	**0**		**0**
RAG		**41**	**41**		**22**	**22**
Renault CLIO	1615	53	1668	1826	22	1848
Renault ESPACE	68	17	85	64	31	95
Renault KANGOO	451	630	1081	360	791	1151
Renault LAGUNA	211	208	419	217	168	385
Renault MASCOTT		1	1		12	12
Renault MASTER	11	786	797	51	559	610
Renault MAXITY		29	29			0
Renault MEGANE	1042	960	2002	1256	945	2201
Renault MEGANE CC	38		38	26		26
Renault MODUS	34	11	45	124	46	170
Renault SCENIC	370	205	575	281	164	445
Renault THALIA	2061		2061	2292		2292
Renault TRAFIC	327	662	989	169	303	472
Renault TWINGO	34	1	35	83		83
Renault VEL SATIS	8		8	11		11
Renault	**6490**	**3583**	**10073**	**6959**	**3157**	**10116**
Rimor	**6**	**2**	**8**	**0**	**0**	**0**
Rolls Royce	**1**		**1**	**0**		**0**
Rover	**6**		**6**	**6**		**6**
Saab 9-3	24	13	37	19	5	24
Saab 9-5	6	3	9	8	3	11
Saab	**39**	**16**	**55**	**32**	**9**	**41**
Santana	**8**	**30**	**38**	**8**	**60**	**68**
Scam		**0**	**0**		**1**	**1**
Seat ALHAMBRA	45	39	84	49	59	108
Seat ALTEA	259	131	390	151	91	242
Seat CORDOBA	369		369	466		466
Seat IBIZA	705		705	670	1	671
Seat LEON	250	70	320	265	77	342

Zdroj: SDA

→ pokračování na **straně 30**

Seat TOLEDO	33	19	52	116	83	199
Seat	**1695**	**260**	**1955**	**1748**	**311**	**2059**
Smart	76		76	49		49
Smart ForFour			0	36		36
Smart	**81**		**81**	**93**		**93**
Ssangyong ACTYON	14	14	28	1		1
Ssangyong ACTYON SPORTS		6	6			0
Ssangyong KYRON	17	38	55	18	28	46
Ssangyong MUSSO SPORTS			0		7	7
Ssangyong REXTON	7	36	43	16	42	58
Ssangyong RODIUS	7		7	7	1	8
Ssangyong	**49**	**99**	**148**	**50**	**91**	**141**
Subaru B9 TRIBECA	21	45	66	1		1
Subaru FORESTER	107	112	219	145	140	285
Subaru IMPREZA	64	23	87	56	8	64
Subaru JUSTY	5		5	8		8
Subaru LEGACY	87	145	232	139	169	308
Subaru	**324**	**331**	**655**	**376**	**321**	**697**
Suzuki GRAND VITARA	313	288	601	343	297	640
Suzuki IGNIS	666	5	671	706	8	714
Suzuki JIMNY	28	21	49	33	10	43
Suzuki LIANA			0	7		7
Suzuki SWIFT	859	2	861	600		600
Suzuki SX4	924	2	926	235		235
Suzuki WAGON R+			0	1		1
Suzuki	**2860**	**321**	**3181**	**1957**	**317**	**2274**
Škoda FABIA	22830	3564	26394	27845	3611	31456
Škoda OCTAVIA	12263	6135	18398	11911	5253	17164
Škoda ROOMSTER	3706	1858	5564	1106	339	1445
Škoda SUPERB	1223		1223	1547		1547
Škoda	**40506**	**11606**	**52112**	**43077**	**9249**	**52326**
Toyota AURIS	576		576			0
Toyota AVENSIS	199	126	325	177	144	321
Toyota AYGO	373		373	325		325
Toyota COROLLA	392		392	778		778
Toyota COROLLA VERSO	80	71	151	111	120	231
Toyota HIACE		1	1	4	7	11
Toyota HILUX			0		8	8
Toyota LAND CRUISER	51	152	203	29	86	115
Toyota PRIUS	41		41	12		12
Toyota RAV4	207	368	575	137	265	402
Toyota YARIS	2166		2166	2093	1	2094
Toyota	**4300**	**924**	**5224**	**3794**	**732**	**4526**
Trigano	**2**	**1**	**3**	**0**	**0**	**0**
UAZ	**1**	**15**	**16**	**0**	**10**	**10**
Volkswagen CADDY	75	1003	1078	72	986	1058
Volkswagen CALIFORNIA			0	4		4
Volkswagen CARAVELLE	1		1			0
Volkswagen CRAFTER	8	529	537	1	106	107
Volkswagen EOS	110		110	55		55
Volkswagen FOX	143	5	148	268		268
Volkswagen GOLF	1603	431	2034	1419	420	1839
Volkswagen JETTA	360		360	355		355
Volkswagen LT		1	1	5	206	211
Volkswagen MULTIVAN	116	235	351	105	231	336
Volkswagen NEW BEETLE	1		1	6		6
Volkswagen PASSAT	1251	961	2212	1514	1063	2577
Volkswagen PHAETON	4		4	10		10
Volkswagen POLO	1317	4	1321	1681		1681
Volkswagen SHARAN	77	65	142	30	27	57
Volkswagen TIGUAN	1		1			0
Volkswagen TOUAREG	63	255	318	38	283	321
Volkswagen TOURAN	190	258	448	131	257	388
Volkswagen TRANSPORTER	355	1366	1721	309	1211	1520
Volkswagen	**5864**	**5170**	**11034**	**6142**	**4808**	**10950**
Volvo 60	75		75	110		110
Volvo 70	30	48	78	40	53	93
Volvo 80	133		133	63		63
Volvo C30	132	109	241			0
Volvo C70	36		36	2		2
Volvo S 40	52		52	51		51
Volvo V 50	47	69	116	57	104	161
Volvo XC70	28	75	103	27	74	101
Volvo XC90	71	282	353	63	187	250
Volvo	**661**	**634**	**1295**	**459**	**428**	**887**
Celkem	**110829**	**47893**	**158722**	**103646**	**39235**	**142881**

Zdroj: SDA

Auto Data & News

Auto Data & News – ekonomický dvouměsíčník o automobilovém průmyslu. Ročník III, srpen/září 2007.
Adresa redakce: Na Třebešíně 10, 110 00 Praha 10, tel.: +420 274 812 600,
e-mail: adn@autoforum.cz. **Vydává:** Moto Public Antonín Matějka. **Šéfredaktor:** Ing. Vladimír Rybecký. **Redaktoři:** Ing. Antonín Matějka.
Překlady: RNDr. Ivana Rybecká. **Grafický design:** Studio 1.
Tisk: Tiskárna TISKAP, Na Louži 2a, 101 00 Praha 10. **Vychází:** 7. 11. 2007. ISSN 1214-7753.

Vychází ve spolupráci s vydavatelstvím Crain Communication Automotive News Europe

Je oficiálním partnerem mezinárodní ankety AutoBest AUTOBEST

Východní Evropa na vzestupu

VLADIMÍR RYBECKÝ

Desítka středo- a východoevropských zemích představuje zatím jen malý objem prodeje, nicméně prodej nových vozů zde trvale a znatelně roste.

Zatímco místní značky Škoda a Dacia na východoevropských trzích lehce ztrácejí, Ford a Toyota zde vykazují významný vzestup prodeje. V případě Fordu dokonce nárůst prodeje v nových členských zemích EU o 37 % vyrovnal pokles o 0,7 % na západě, takže celkově hlásí růst v EU o 1,1 %. Podobně i Toyota své ztráty na západě vyrovnává vzestupem na východě.

Přitom pro mnoho značek, včetně Fordu, je růst prodeje ve východní Evropě částečně limitován dodávkami nových vozů. Stejné vysvětlení pro pokles objemu prodeje mají i zástupci Škody Auto a Dacie. Obě východoevropské značky dávají přednost výnosnějšímu vývozu směrem na západ, především do Německa, kde obě vykazují významný růst prodeje. Obě tyto značky, především Škoda Auto, si díky tomu mohou dovolit rovněž nesledovat trend poskytování výrazných slev, jenž je v těchto zemích běžný.

Prodej nových vozů především na dvou z nejvýznamnějších trzích regionu, v Polsku a České republice, také významně snižuje zrušení omezení dovozu ojetých aut po vstupu do EU.

Prodej osobních vozů ve východoevropských zemích EU za prvá tři čtvrtletí

	značka	rok 2007	rok 2005	změna
1.	Škoda	105 938	112 036	-5,7 %
2.	Dacia	75 999	78 125	-2,7 %
3.	Ford	64 708	47 365	+36,6 %
4.	Renault	61 562	57 477	+7,1 %
5.	Volkswagen	61 441	54 989	+11,7 %
6.	Toyota	61 206	49 829	+22,8 %
7.	Peugeot	48 977	39 763	+18,5 %
8.	Fiat	39 996	32 778	+22,2 %
9.	Suzuki	39 625	33 671	+17,7 %
10.	Citroën	34 995	30 118	+16,2 %

Zdroj: AINE/ACEA

Mírný růst

Během října vzrostl počet registrací nových vozů v zemích EU a EFTA o 5,5 %, přičemž v západní Evropě to bylo jen o 4,8 %, zatímco v nových členských zemích EU o 11,8 %. Díky tomu se za deset měsíců prodalo o 1,2 % vozů více než před rokem.

Přitom na největším evropském trhu, v Německu, díky změně daňového zatížení i nadále pokračuje pokles prodeje (v říjnu v meziročním srovnání o 4,1 %). To vyvažuje velký zájem o nová auta především ve Francii (+ 9,1 %), Itálii (+8,5 %) a Velké Británii (+ 8,4 %). Nejdynamičtější růst ale vykazují nové členské země EU včele s Litvou (+ 56,8 %), Slovinskem (+26,4 %) a Bulharskem (+19,3 %). Po letech propadu hlásí velký růst zájmu o nová osobní auta i Polsko (+18,2 %). V celoroční bilanci kromě Německa (-7,6 %) vykazuje z velkých trhů pokles jen Španělsko (-1,5 %). Naopak z nových členských států je v poklesu pouze maďarský trh (o 7,5 %).

Registrace nových osobních automobilů v zemích EU A EFTA za deset měsíců

koncern/značka	2007 (ks)	2006 (ks)	rozdíl (%)
VW Group	2 666 155	2 676 819	-0,4 %
Volkswagen	1 376 869	1 417 076	-2,8 %
Škoda	394 594	385 098	+2,5 %
PSA Peugeot Citroen	1 763 450	1 745 282	+1,0 %
FORD Motor	1 438729	1 402 916	+2,6 %
Ford	1 107982	1 091 989	+1,5 %
GENERAL MOTORS	1 395 499	1 360 988	+2,5 %
Opel/Vauxhall	1 149 967	1 130 040	+1,8 %
RENAULT Group	1 167 531	1 251 169	-6,7 %
Renault	1 027 873	1 134 128	-9,4 %
FIAT Group	1 065 923	993 669	+7,3 %
TOYOTA Motors	795 608	772 150	+3,0 %
BMW Group	705 613	661 018	+6,7 %
DAIMLER	698 006	700 712	-0,4 %
celkem	**13 572 669**	**13 408 125**	**+1,2 %**

Zdroj: ACEA

Registrace nových vozů v Evropě za leden–srpen 2007 podle značek a jejich nejprodávanějších modelů

model/značka	2007	2006
Alfa Romeo 147	38713	43470
Alfa Romeo 159	47665	38754
Alfa Romeo	**103362**	**101487**
Aston Martin	**2863**	**2646**
Audi A3/S3	134415	138663
Audi A4/S4/RS4	159595	164723
Audi A6/S6/RS6/allroad	92865	95970
Audi Q7	29261	20070
Audi TT	28344	6233
Audi	**457988**	**433562**
AvtoVAZ	**3962**	**4396**
Bentley	**2768**	**2091**
BMW 1	81486	86919
BMW 3	201429	187548
BMW 5	78910	85438
BMW X3	44929	41472
BMW X5	28292	19096
BMW	**457257**	**444284**
BMW Alpina	**240**	**381**
Bugatti	**15**	**7**
Cadillac	**1981**	**2077**
Citroën Berlingo	36090	42431
Citroën C1	65132	57130
Citroën C2	47691	64264
Citroën C3	141167	151931
Citroën C4	126551	135296
Citroën C4 Picasso/Gr. Picasso	101976	126
Citroën C5	34527	47868
Citroën Xsara Picasso	76569	114989
Citroën	**655979**	**644521**
Dacia	**115748**	**98786**
Daihatsu Sirion	11839	9928
Daihatsu Terios	15917	10026
Daihatsu	**39420**	**27795**
Dodge	**15019**	**4609**
Ferrari	**2246**	**2086**
Fiat 500	7420	-
Fiat Albea	11477	13874
Fiat Bravo	48250	2
Fiat Croma	18341	259921
Fiat Dobló	20135	20303
Fiat Idea	20263	24378
Fiat Multipla	15663	19405
Fiat Panda	180240	156536
Fiat Punto/Grande Punto	276493	288341
Fiat Sedici	21483	6449
Fiat Seicento	27107	30000
Fiat Stilo	13359	35043
Fiat	**686350**	**642718**
Ford C-MAX	76292	78082
Ford Fiesta	253674	249032
Ford Focus	295643	324698
Ford Fusion	57291	64469
Ford Galaxy	24135	12652
Ford Ka	35213	41936
Ford Mondeo	89645	95083
Ford S-MAX	51325	13576
Ford	**900951**	**895549**
FSO	**287**	**286**
GM/Daewoo	**11985**	**16076**
Honda Accord	20829	23246
Honda Civic	88273	68280
Honda CR-V	52987	27874
Honda Jazz	47366	54758
Honda	**224703**	**195179**
Hyundai Accent	25300	26322
Hyundai Atos/Amica	29566	27236
Hyundai Getz/TB	52591	67120
Hyundai Matrix	12835	18474
Hyundai Santa Fé	33109	33721
Hyundai Tucson	38598	44376
Hyundai	**218054**	**246729**
Hummer	**708**	**354**
Chevrolet Captiva	22436	885
Chevrolet Kalos/Aveo	38619	43109
Chevrolet Lacetti	12651	14397
Chevrolet Matiz/Spark	44873	43857
Chevrolet	**137026**	**121569**
Chrysler Voyager/Gr. Voyager	15017	19000
Chrysler	**33939**	**41623**
Isuzu	**924**	**899**
Jaguar	**22604**	**28193**
Jeep	**30570**	**26638**
Kia Carens	13267	8579
Kia Carnival/Sedona	10529	15209
Kia cee`d	38962	141
Kia Picanto	43958	50501
Kia Rio	17025	23530
Kia Sorento	19094	27104
Kia Sportage	22634	23018
Kia	**173461**	**168131**
Lamborghini	**566**	**455**
Lancia Musa	27767	24232
Lancia Ypsilon	56587	53545
Lancia	**88170**	**82812**
Land Rover Freelander	26812	19015
Range Rover Sport	17714	18279
Land Rover	**68267**	**61313**
Lexus IS	12804	13486
Lexus RX	9254	10475
Lexus	**27253**	**27991**
Lotus	**861**	**962**
Maserati	**1750**	**1569**
Maybach	**41**	**55**
Mazda2	19290	23110
Mazda3	47129	52506
Mazda5	32205	30666
Mazda6	45111	52438
Mazda MX5	14800	14332
Mazda	**163334**	**180446**
Mercedes A	92542	100318
Mercedes B	75125	77955
Mercedes C	110591	94275
Mercedes CLK	15767	19771
Mercedes CLS	11776	14397
Mercedes E	75354	70599
Mercedes M	36858	40972
Mercedes S	15293	17957
Mercedes Vito/Viano	18743	16501
Mercedes-Benz	**492736**	**491144**
MG Rover	**311**	**6638**
Mini	**92372**	**77600**
Mitsubishi Colt	44355	50272
Mitsubishi Outlander	22870	5677
Mitsubishi Pajero/Montero/Shogun	13639	9497
Mitsubishi	**98372**	**95561**
Nissan Micra	57176	89015
Nissan Note	45269	42373
Nissan Quashquai	51595	86
Nissan X-Trail	18248	27638
Nissan	**208195**	**233212**
Opel/Vauxhall Agila	14685	18989
Opel/Vauxhall Antara	15338	10
Opel/Vauxhall Astra	283671	308574
Opel/Vauxhall Astra Classic	13907	15085
Opel/Vauxhall Corsa	283163	190331
Opel/Vauxhall Meriva	93185	115572
Opel/Vauxhall Vectra	73887	83475
Opel/Vauxhall Zafira	123210	151802
Opel/Vauxhall	**931206**	**926424**
Perodua	**549**	**316**
Peugeot 1007	13423	29109
Peugeot 107	69237	60009
Peugeot 206/206SW	67982	198700
Peugeot 207	304739	92186
Peugeot 307/307SW	179758	227399
Peugeot 308	1183	-
Peugeot 407/407SW	88527	117590
Peugeot 807	13594	16101
Peugeot Partner/Ranch	24056	21864
Peugeot	**772164**	**772311**
Porsche 911	14866	14710
Porsche Cayenne	9869	8201
Porsche	**34373**	**33576**
Proton	**2230**	**2245**
Renault Clio	284864	321427
Renault Espace/Grand Espace	26932	29734
Renault Kangoo	28802	36287
Renault Laguna	44087	56484
Renault Mégane	181745	209759
Renault Modus	41532	57153
Renault Scénic/Grand Scénic	165900	180558
Renault Thalia/Symbol	12777	8948
Renault Trafic	10029	8166
Renault Twingo	51079	37302
Renault	**853118**	**952059**
Rolls Royce	**165**	**108**
Saab 9-3	41878	43134
Saab 9-5	13228	17295
Saab	**55299**	**60902**
Seat Alhambra	10221	11234
Seat Altea	52591	35283
Seat Cordoba	16221	16827
Seat Ibiza	105700	113018
Seat Leon	79286	86230
Seat	**268693**	**272047**
Smart ForTwo	53200	41032
Smart	**56027**	**72742**
SssangYong	**16388**	**24427**
Subaru	**30977**	**35393**
Suzuki Ignis	14498	22420
Suzuki Jimny	18690	18714
Suzuki Swift	82542	63707
Suzuki SX4	32161	11430
Suzuki Vitara/Grand Vitara/XL7	40622	45578
Suzuki	**194557**	**180760**
Škoda Fabia	137398	151911
Škoda Octavia	141148	145474
Škoda Roomster	40459	3118
Škoda Superb	10305	9989
Škoda	**329328**	**310508**
Tata	**3040**	**3215**
Toyota Auris	64751	189
Toyota Avensis	78529	83312
Toyota Aygo	68315	61826
Toyota Corolla	67049	128003
Toyota Corolla Verso	56234	64845
Toyota LandCruiser	18551	20586
Toyota Prius	21352	14158
Toyota RAV4	69394	71422
Toyota Yaris	177856	164005
Toyota	**644723**	**617113**
Volkswagen Caddy	21118	25535
Volkswagen Eos	25940	11092
Volkswagen Fox	41203	55559
Volkswagen Golf	288584	283488
Volkswagen Golf Plus	71681	84029
Volkswagen Jetta	35601	40028
Volkswagen Passat	214418	231897
Volkswagen Polo	203972	199169
Volkswagen Sharan	15937	19204
Volkswagen Touareg	24487	25907
Volkswagen Touran	117426	112234
Volkswagen Transporter/ Caravelle/Shuttle	34484	33430
Volkswagen	**1113785**	**1145447**
Volvo C30	26552	161
Volvo S40	17363	22132
Volvo S60	10762	14930
Volvo S80	13370	3988
Volvo V50	37223	45918
Volvo V70/XC70	42388	45680
Volvo XC90	20099	23078
Volvo	**175697**	**159674**
čínské značky	**775**	**78**
ostatní značky	**5193**	**5235**
CELKEM	**11031777**	**10987847**

Do přehledu jsou zahrnuty země Belgie, Česká rep., Dánsko, Estonsko, Finsko, Francie, Irsko, Itálie, Island, Kypr, Litva, Lotyšsko, Lucembursko, Maďarsko, Německo, Norsko, Polsko, Portugalsko, Rakousko, Řecko, Slovensko, Slovinsko, Španělsko, Švédsko.

V přehledu jsou uváděny jen modely s měsíčním prodejem dlouhodobě převyšujícím 1000 ks.

Zdroj: ANE/JATO Dynamics