



**ŠKODA**  
SIMPLY CLEVER

# PRESSEMAPPE

Seite 1 von 2

## Der neue ŠKODA SLAVIA: Attraktive Stufenheck-Limousine ergänzt INDIA 2.0-Modellportfolio

- › Stufenheck-Limousine für A0-Segment ist zweites ŠKODA-Modell des INDIA 2.0-Projekts
- › Emotionales Design, viel Platz und Komfort, hohe Sicherheit sowie effiziente TSI-Motoren
- › Lokale Entwicklung und Fertigung am Standort Pune

**Mladá Boleslav/Pune, 28. Februar 2022 – Nach dem erfolgreichen Marktstart des SUV KUSHAQ erweitert ŠKODA AUTO sein Angebot in Indien um eine Stufenheck-Limousine im A0-Segment. Wie der KUSHAQ nutzt auch der SLAVIA die von ŠKODA AUTO speziell für Indien angepasste MQB-A0-IN-Version des Modularen Querbaukastens aus dem Volkswagen Konzern. Auf dieser Basis bietet die Limousine eine umfangreiche Sicherheitsausstattung, modernes Infotainment sowie zwei leistungsstarke und effiziente TSI-Motoren mit 85 kW (115 PS) oder 110 kW (150 PS). Die Entwicklung erfolgte zum großen Teil im Technologiezentrum im indischen Pune.**

Thomas Schäfer, Vorstandsvorsitzender von ŠKODA AUTO, sagt: „Nach dem erfolgreichen Marktstart des KUSHAQ gehen wir mit dem SLAVIA nun den nächsten Schritt im Rahmen unserer Produktoffensive: Wir erweitern unser Modellportfolio gezielt um eine Stufenheck-Limousine im sehr gefragten A0-Segment. Der neue SLAVIA ist passgenau auf die Bedürfnisse der indischen Kunden zugeschnitten. Mit ihm werden wir unsere Position auf dem indischen Markt weiter stärken, bevor wir die Fahrzeuge in einem nächsten Schritt auch in andere wichtige Wachstumsmärkte exportieren.“

Zac Hollis, Brand Director ŠKODA AUTO India, erklärt: „Mit dem SUV KUSHAQ und der neuen Stufenheck-Limousine SLAVIA haben wir zwei moderne und höchst attraktive Fahrzeuge für das in Indien stark wachsende A0-Segment im Angebot. Mit der angepassten MQB-A0-IN-Plattform als Basis sowie der lokalen Entwicklung und Produktion sind wir ganz nah dran an den Wünschen und Bedürfnissen unserer indischen Kunden.“

### **Indien perspektivisch als einer der fünf größten Absatzmärkte für ŠKODA AUTO**

Gemeinsam mit dem SUV ŠKODA KUSHAQ schafft der neue ŠKODA SLAVIA die Voraussetzungen, um zum Erfüllen der Wachstumspläne des Volkswagen Konzerns in Indien beizutragen. Insgesamt investiert der Volkswagen Konzern eine Milliarde Euro in das Projekt INDIA 2.0, um die Präsenz von ŠKODA und Volkswagen auf dem indischen Markt nachhaltig zu stärken. Ziel ist die Steigerung des gemeinsamen Marktanteils von ŠKODA und Volkswagen auf fünf Prozent bis zum Jahr 2025, abhängig von der Markt- und Segmententwicklung. Für ŠKODA würde Indien damit zu einem der fünf größten Einzelmärkte weltweit aufsteigen.

### **Neuer Name SLAVIA mit direkter Verbindung zur ŠKODA-Markenphilosophie**

Die Modellbezeichnung schlägt eine Brücke zwischen Indien und Tschechien und ist eine Hommage an die Unternehmensgründer Václav Laurin und Václav Klement. Ab 1896 konstruierten und vertrieben sie in Mladá Boleslav unter dem Namen SLAVIA eigene Fahrradmodelle, bevor 1899 erste Motorräder folgten. Der Name SLAVIA stand schon zu Beginn des 20. Jahrhunderts für Eigenschaften wie Zuverlässigkeit, Erschwinglichkeit und Erfindungsreichtum, die bis heute zentrale Bestandteile der ŠKODA-Markenphilosophie sind.



**ŠKODA**  
SIMPLY CLEVER

# PRESSEMAPPE

Seite 2 von 2

## Weitere Informationen:

Christian Heubner  
Leiter Produktkommunikation  
T +420 730 862 420  
[christian.heubner@skoda-auto.cz](mailto:christian.heubner@skoda-auto.cz)

Zdeněk Štěpánek  
Sprecher Produktkommunikation  
T +420 730 861 579  
[zdenek.stepanek3@skoda-auto.cz](mailto:zdenek.stepanek3@skoda-auto.cz)

## ŠKODA Media Room

[skoda-storyboard.com](http://skoda-storyboard.com)

## Download the ŠKODA Media Room app



Folgen Sie uns auf <https://twitter.com/skodaautonews>, um die neuesten Nachrichten zu erhalten. Alle Inhalte zum neuen ŠKODA SLAVIA finden Sie unter [#SkodaSlavia](https://twitter.com/skodaautonews).

## ŠKODA AUTO

- › steuert mit der NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030 erfolgreich durch das neue Jahrzehnt.
- › strebt an, bis 2030 mit attraktiven Angeboten in den Einstiegssegmenten und weiteren E-Modellen zu den fünf absatzstärksten Marken Europas zu zählen.
- › entwickelt sich zur führenden europäischen Marke in Indien, Russland und Nordafrika.
- › bietet seinen Kunden aktuell zwölf Pkw-Modellreihen an: FABIA, RAPID, SCALA, OCTAVIA und SUPERB sowie KAMIQ, KAROQ, KODIAQ, ENYAQ iV, ENYAQ COUPÉ iV, SLAVIA und KUSHAQ.
- › lieferte 2021 weltweit über 870.000 Fahrzeuge an Kunden aus.
- › gehört seit 30 Jahren zum Volkswagen Konzern, einem der global erfolgreichsten Automobilhersteller.
- › fertigt und entwickelt selbständig im Konzernverbund neben Fahrzeugen auch Komponenten wie Motoren und Getriebe.
- › unterhält drei Standorte in Tschechien; fertigt in China, Russland, der Slowakei und Indien vornehmlich über Konzernpartnerschaften sowie in der Ukraine mit einem lokalen Partner.
- › beschäftigt 45.000 Mitarbeiter weltweit und ist in über 100 Märkten vertreten.