



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

PRESS RELEASE

Page 1 of 3

Hoe ŠKODA AUTO de motor van het wielrennen is geworden

- ŠKODA AUTO begon in 1895 met de productie van fietsen onder de merknaam Slavia
- In 2004 promoveerde het automerk tot officiële hoofdpartner van de Tour de France
- Daarnaast ondersteunt ŠKODA AUTO tal van prominente wielervedstrijden zoals De Ronde van Spanje, Parijs-Roubaix en Luik-Bastenaken-Luik
- In 2021 mag ŠKODA Import Belgium zich de trotse partner van het WK Wielrennen noemen

“The beautiful circus: You have to love it. We do.” Dat is de slogan waarmee ŠKODA AUTO zijn liefde voor het wielrennen concretiseert. De campagne werd gelanceerd op de Tour de France 2021, de 18de keer al met ŠKODA AUTO als hoofdpartner, en wordt bestendigd door het partnership tussen ŠKODA Import Belgium en het WK Wielrennen dat momenteel in België plaatsvindt.

De wielwereld blijft voor ŠKODA het ideale podium om zijn intrinsieke waarden te etaleren. Naast een brede zichtbaarheid biedt de sporttak de kans om ŠKODA-producten duurzaam te positioneren, maar ook om het enthousiasme voor deze geweldige sport met de internationale fietsersgemeenschap te delen. Dankzij de nieuwe ENYAQ iV, de eerste volelektrische SUV van het Tsjechische merk, kwijt ŠKODA zich voortaan emissievrij van zijn belangrijke taken op en rond het parcours van de vele wielervedstrijden die het als partner en autoleverancier ondersteunt.

Van twee naar vier

ŠKODA's passie voor de wielwereld is diep geworteld in de geschiedenis van het Tsjechische bedrijf: in 1895 richtten Václav Laurin en Václav Klement een fietswerkplaats op in Mladá Boleslav onder de naam Slavia. Tegen 1898 hadden de twee vrienden al een breed gamma fietsen in de aanbieding, van kindermodellen over specifieke damesfietsen tot aan tandems toe. Datzelfde jaar introduceerden ze ook motorfietsen klein en groot om tegen 1905 tot wagenconstructeur te promoveren. De L&K Voiturette, officieel de eerste auto van het ondernemende duo, had een tweecilinder één-litermotor en haalde een top van 40 km/u. De rest –zoals dat dan heet– is ŠKODA-geschiedenis.

Tour de France

Als ‘motor van het wielrennen’ promoot de autobouwer fietsen op diverse niveaus. Naast klassiekers als Parijs-Roubaix, Luik-Bastenaken-Luik en de Vuelta sponsort ŠKODA AUTO nog vele andere massasportevenementen en wielervedstrijden, zowel nationaal als internationaal. Het partnership met de Tour de France is daar sinds 2004 het ultieme voorbeeld van, met ondertussen 18 deelnames voor ŠKODA AUTO als hoofdpartner én autoleverancier. Het spreekt dan ook voor zich dat fietsen en fietsaccessoires integraal deel uitmaken van het uitgebreide productgamma van het merk, uitgewerkt op de gekende Simply Clever-manier.



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

PRESS RELEASE

Page 2 of 3

WK Wielrennen 2021

Dat ŠKODA Import Belgium zich in 2021 ook autopartner van het WK Wielrennen mag noemen, nota bene in het jaar dat het wereldkampioenschap zijn eeuwfeest op Belgische bodem viert, is een opsteker van formaat. Onder het motto 'ŠKODA, supporter van de grootste fietsfamilie' lanceerde het merk de voorbije dagen zijn WK-campagne, die in de loop van september op en naast parcours haar hoogtepunt zal beleven. Bovendien zullen de ŠKODA-concessies deze maand de WK-kleuren van het UCI afficheren om dit unieke partnership in de verf te zetten.

Emissievrij rijden

Voor het WK Wielrennen 2021 stelt ŠKODA Import Belgium zomaar even 140 wagens ter beschikking. Deze vloot vormt niet alleen een primeur qua omvang, maar ook op vlak van elektrificatie: SUPERB COMBI iV en OCTAVIA COMBI iV-modellen met plug-in hybridetechnologie zullen samen met volelektrische ENYAQ iV-wagens de 100ste editie van het Wereldkampioenschap een stuk duurzamer maken. Bovendien wordt elke wagen voorzien van een aangepaste striping en sommige ook van speciale radio's, antennes en de nodige fietsendragers. Kortom: een hele onderneming, maar ook een unieke kans om de naamsbekendheid van ŠKODA bij het grote publiek nog meer te vergroten en de gevestigde positie van de constructeur in het wielrennen verder te versterken.

Further information:

Liana Picard
PR Manager
T.: 02/260 24 01
M.: 0473 45 48 77
liana.picard@dieteren.be
www.skoda-press.be



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

PRESS RELEASE

Page 3 of 3

ŠKODA AUTO

- › is successfully steering through the new decade with the NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030.
- › aims to be one of the five best-selling brands in Europe by 2030 with an attractive line-up in the entry-level segments and additional e-models.
- › is emerging as the leading European brand in India, Russia and North Africa.
- › currently offers its customers ten passenger-car series: the FABIA, RAPID, SCALA, OCTAVIA and SUPERB as well as the KAMIQ, KAROQ, KODIAQ, ENYAQ iV and KUSHAQ.
- › delivered over one million vehicles to customers around the world in 2020.
- › has been a member of the Volkswagen Group for 30 years. The Volkswagen Group is one of the most successful vehicle manufacturers in the world.
- › independently manufactures and develops not only vehicles but also components such as engines and transmissions in association with the Group.
- › operates at three sites in the Czech Republic; manufactures in China, Russia, Slovakia and India primarily through Group partnerships, as well as in Ukraine with a local partner.
- › employs more than 43,000 people globally and is active in over 100 markets.