

Ateca: Dritte Säule und Wendepunkt bei Seat

Von Alexander Voigt

Seat stellt in diesen Tagen der internationalen Fachpresse den Ateca vor. Die spanische Marke im Volkswagen-Konzern verknüpft mit ihrem neuen Kompakt-SUV hohe Erwartungen und neue Ansprüche. Seat-Vorstandsvorsitzender Luca de Meo sieht es so: „Der Ateca wird ein Wendepunkt für die Marke Seat. Er wird uns erlauben, in das am schnellsten wachsende Segment in Europa zu kommen. Der Ateca dürfte die dritte Säule unserer Marke - neben dem Ibiza und dem Leon - werden.“

Der Seat Ateca ist aber nur der Auftakt der größten Produktoffensive in der Unternehmensgeschichte der Spanier. Bis zum Ende des Jahres 2017 werden noch drei weitere neue Modelle auf den Markt kommen. Darunter ein echter Crossover. Damit dürfte Seat den positiven Trend aus den vergangenen Jahren weiter ausbauen.

Bernhard Bauer, Geschäftsführer von Seat Deutschland, verdeutlichte am Rande der Fahrpräsentation in Barcelona die Potenziale, die für Seat im Kompakt-SUV-Segment liegen. Parallel zu dem Anstieg der entsprechenden Fahrzeuge in Deutschland zwischen 2010 und 2015 um 65 Prozent, wuchs der Seat-Absatz bereits ohne eigenes SUV im gleichen Zeitraum um 88 Prozent. Von dem jährlich in Deutschland zu verteilenden SUV-Kuchen würden sich die Spanier gerne ein zusätzliches 20 000-Stück im Jahr abschneiden.

Die Strategie lautet Zielgruppenerweiterung. Bisher ist Seat Deutschland in der Lage, ein geringes Durchschnittsalter bei den Autokäufern anzusprechen: 43,1 Jahre gegenüber 52,8 Jahren bei den Wettbewerbern. Der Ateca hilft Seat also gezielt dabei, ältere Kunden besser als bisher zu erreichen: zum Beispiel „Best Ager“, deren Kinder das Haus verlassen haben oder Familien, die mit bis zu zwei größeren Kindern komfortables Reisen genießen wollen.

Und die Zahlen sprechen für sich: In den vergangenen Wochen hat es knapp 800 000 Zugriffe auf die Online-Informationen des Seat Ateca gegeben. 270 000 Nutzer haben

das neue Modell sogar virtuell durchkonfiguriert. Bereits jetzt sind 5000 Bestellungen eingegangen, ohne dass ein normaler Kunde eine Hand auf das markant designte Fahrzeug gelegt hat. Mehr als 70 Prozent der Ateca-Fahrer orderten dabei die Top-Ausstattungsline „Xcellence“.

Derartige Zahlen hat es bei Seat bisher vor der offiziellen Markteinführung eines neuen Modells noch nie gegeben. Der Seat Ateca steht ab dem 2. Juli 2016 bei den Händlern und ist ab 19 990 Euro zu haben. (ampnet/av)

Bilder zum Artikel



Seat Ateca.



Seat-Chef Luca de Meo mit dem Ateca.



Bernhard Bauer.
