

## Pressepräsentation Seat León ST: Dynamik ohne Härte

Von Tim Westermann

**Sie sind eine emotionale Familie in der Automobil-Branche: die Léons. Seat präsentierte an seinem Stammsitz in Martorell jetzt exklusiv den neuen León ST. „ST – das steht für Sports Tourer“, betonte Seats Entwicklungsvorstand Matthias Rabe gleich zu Beginn, als das Weiße Tuch vom neuen Spanier gezogen wurde. Nach dem neuen León Viertürer und dem sportlicheren Pendant León SC als Coupé ist die kompakte Modell-Familie der spanischen Volkswagen-Konzern-Tochter nun komplett.**

Jürgen Stackmann, seit kurzem neuer Vorstandschef bei Seat, erläuterte im Seat-Designcenter dass „die Automobilindustrie gerade schwere Zeiten durchmacht, die Arbeit der Seat-Mannschaft aber aktuell Früchte findet.“ Das spiegelt sich im Erfolg der neuen León-Modelle auf dem europäischen Markt wieder. Der neue Kombi soll ab dem vierten Quartal 2013 in Deutschland, Österreich und der Schweiz auf den Markt kommen.

Der León ST ist das spanische Pendant zum jüngst in Amsterdam präsentierten Golf Variant der Marke Volkswagen und basiert ebenso wie der auf dem Modularen Querbaukasten (MQB). Doch im Gegensatz zum eleganten Typen aus Wolfsburg, trägt der Seat feurige Designzüge zur Schau. Alejandro Mesonero, Chefdesigner bei Seat, hat es in den vergangenen Monaten verstanden, der spanischen Marke endlich eine klare Design-Philosophie mit einem hohen Wiedererkennungswert zu verleihen: Scharfe Kanten und besonders die LED-Lichtsprache in der Front sprechen die Kunden an. In Deutschland werden mehr als 50 Prozent der neuen León mit den optionalen LED-Lichtern bestellt.

Die ST-Variante erinnert wegen ihrer sportlichen Züge ein wenig an den Audi A4 Avant. „Aber wir haben nichts von Audi oder unserem Kombi „Exeo ST“ im Design übernommen“, betont Designchef Alejandro Mesonero die klare Eigenständigkeit des Modells. „Ich wollte das Heck extra lang ziehen. Für einen Designer ist das ein Traum, weil wir dadurch viele Variationen mit der abfallenden Dachlinie hatten. Dadurch konnten

wir dem Léon ST ein besonders sportliches Aussehen geben, ohne dabei auf ein großzügiges Ladevolumen zu verzichten“, philosophiert der spanische Designer und verweist auf die 587 Liter Ladevolumen ohne umgeklappte Rückbank. Das ist ein konzernweiter Rekordwert in diesem Segment. Mesonero ist stolz auf diesen Wurf: „Es ist das schönste Auto, das ich bisher designt habe.“ Und er scherzt sogleich: „Natürlich stehen hinter der Wand dort drüben noch andere Modelle, die ihnen gerne zeigen würde. Allerdings hätte ich dann Probleme...“

Technisch greifen „die Léons“ auf den umfangreichen Volkswagen-Konzernbaukasten zurück. Denn es ist gerade das deutsche Wissen und Ingenieurwesen, das weltweit auch für die Seat-Modelle spricht. Dass die Konzernentwicklungen bei Seat zu ihrer vollen Entfaltung kommen, dafür zeichnet Technik-Vorstand Matthias Rabe verantwortlich. „Wir können hier bei Seat wirklich hochwertige Autos bauen. Unsere Mannschaft hat unterdessen viel Selbstvertrauen aufgebaut“, lobt Rabe sein Team und geht sofort ins Detail: „Optional ist die Karosserie-Federung DCC zu bestellen, der Léon ST hat eine Progressiv-Lenkung und wir haben mit einem Gewicht von gerade mal 1158 Kilogramm das leichteste Auto im Segment.“ Für den begeisterten Motorsportler und Entwickler Rabe war, wie für den Designer Alejandro Mesonero, das große Ladevolumen trotz Sportlichkeit die größte Herausforderung. Auch für Rabe zählt die Weisheit: „Die Marke baut auf dem Produkt auf. Mit dem Léon zeigen wir, was wir können.“

Die Anzeichen sind da. Es geht stetig aufwärts mit dem spanischen Automobilhersteller. Nachdem mit einer komplett neuen Modellpalette in nahezu sämtlichen Baureihen nun die Basis geschaffen wurde, zeigen die aktuellen Vertriebszahlen einen klaren Aufwärtstrend. Und das sogar entgegen dem aktuell rückläufigen deutschen Markt. Der aus dem Vertrieb und Marketing kommende Seat-Chef Stackmann warf einen Blick auf die aktuellen Zahlen. „Wir haben ein positives Momentum im Verkauf. Der europäische Markt sank um 6,6 Prozent ab. Wir konnten unseren Absatz um 10,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum steigern. Weltweit haben wir um 11,5 Prozent zugelegt, während der Markt um 3,1 Prozent nachgab“, führte er aus.

In Spanien ist Seat mit einem Anteil von neun Prozent Marktführer. Auch hier konnte die VW-Tochter ihren Absatz um 8,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr steigern. „Ich glaube, die Talsohle ist bald erreicht“, gab Jürgen Stackmann eine Perspektive und präsentierte sogleich die Zahlen für den deutschen Markt. Im Vergleich zu 2012 steigerte Seat seine Verkäufe um 30 Prozent. „Wir schreiben hier eine eigene Geschichte – es ist ein einmaliges Turn-around-Momentum“, schaute der Seat-Chef auf die Zahlen. Mit einem Anteil von 2,8 Prozent gehört Seat in Deutschland nun zu den „Top-10-Marken“.

Der neue Léon ST soll nun dabei helfen, den erfolgreichen Kurs fortzusetzen. Jürgen Stackmann ist davon überzeugt, dass es weiter nach vorne gehen wird. „Ich habe bei meinem Antritt hier eine tolle und motivierte Mannschaft vorgefunden. Ich bin zu einer Zeit gekommen, die gut ist und freue mich, dass ich dieses neue Modell mit rassigem Design präsentieren durfte“, sagte Stackmann und traf damit zum Einen die gewünschte Botschaft, die die Erscheinung des Léon ST für Seat ausdrücken soll und zum Anderen die künftige Gangart in Richtung Profitabilität der Marke: Dynamisch aber ohne Härte. (ampnet/tw)

Bilder zum Artikel:



Seat Leon ST.



Seat Leon ST.



Seat Leon ST: Die Modellfamilie.

Seat Leon ST.

