

Bei Seat geht es weiter aufwärts

Von Tim Westermann

Eine Einkommenssteigerung von 61 Prozent innerhalb der vergangenen fünf Jahre - es geht weiter aufwärts mit Seat. Dank der steigenden Absatzzahlen und daraus resultierenden Umsätze manövriert die Volkswagen-Tochter stetig auf Kurs „Schwarze Zahlen“. Eine Steigerung im Jahr 2014 von 56 Prozent im Vergleich zum Vorjahr ließ den Verlust auf 66-Millionen Euro nach Steuern sinken. 2013 waren es noch minus 149 Millionen Euro. Der Gesamtumsatz belief sich im Geschäftsjahr 2014 auf rund 7,5-Milliarden Euro (+15,8%). Seats Vorstandschef Jürgen Stackmann kommentierte entsprechend, dass „2014 ein großer Meilenstein für Seat war, auf dem steinigen Weg zu einer nachhaltigen und Profitablen Marke.“ Es sei seit 2007 das beste Ergebnis von Seat.

Die komplett überarbeitete Leon-Familie ist das Herzstück der Marke und zeichnet im wesentlichen verantwortlich für die steigenden Verkaufszahlen. Vom Leon werden mit insgesamt rund 154 000 Einheiten (+ 49,9 %) in 2014 unterdessen mehr Modelle verkauft, als vom bisherigen Platzhirsch in dieser Disziplin, dem Ibiza. Alleine 47 000 Autos davon waren die Kombi-Variante Leon ST. „Die Familie Leon ist ein tragender Baustein unserer Strategie. Wir nennen es „Léonize“ the Brand, um die Stärke vom Leon auf den Rest der Marke zu übertragen“, führte Jürgen Stackmann in Martorell aus und fügte sogleich an: „Unsere Schwerpunktregion ist und bleibt Europa.“ Die stärksten Märkte dabei für Seat sind demnach Deutschland, Spanien, die britischen Inseln und Zentral-Europa. Der Gesamtabsatz von Seat im Jahr 2014 beläuft sich indes auf 390 500 Autos.

Das Werk in Martorell ist dank der Kooperation mit der Konzernschwester Audi gut ausgelastet. Die Ingolstädter lassen hier das kompakt-SUV Q3 produzieren. Damit werden gleich zwei Synergien geschaffen. Einerseits lag die Produktionskapazität in Martorell in 2014 dadurch bei 442677 Einheiten (+ 13,5 %). Andererseits trainiert die Seat-Belegschaft schon einmal den Bau von kompakten Geländewagen. Denn auch die Spanier werden in Absehbarer Zeit ein solches Modell auf die Straße bringen, was die

Absatz-Zahlen nochmal deutlich erhöhen dürfte. Bereits im kommenden Jahr soll das erste Serien-SUV aus dem Kompaktsegment der Marke Seat auf dem Automobilsalon Genf präsentiert werden. „Wir beginnen im Crossover und SUV-Segment, weil wir davon überzeugt sind, das dort der Schlüssel für die Zukunft liegt. Wir wollen dadurch auch neue Kunden an die Marke heranführen“, so Stackmann weiter.

Der Verkaufserfolg führte dazu, dass in der Region rund um Barcelona 800 neue Mitarbeiter eingestellt wurden. Die ersten 350 von ihnen sind seit Januar 2015 mit einem unbefristeten Arbeitsverhältnis ausgestattet. Die Marke folgt dem technologiegetriebenen Prinzip der Volkswagen Gruppe. „Ohne Forschung kann keine Marke langfristig überleben“, quittierte Stackmann knapp und verkündete auf der Jahrespressekonferenz die Einstellung von 100 neuen Ingenieuren. Sie werden vor allem in den Bereichen Karosseriebau, Elektronik-Entwicklung und Motoren-Entwicklung eingesetzt werden. Damit steigt die Anzahl der Ingenieure bei Seat auf 1000.

Im Nachwuchsbereich geben die Spanier weiter Gas, indem die ersten 45 Auszubildenden des Dualen Systems nach Volkswagen-Vorbild übernommen worden sind. Seat hat im Jahr 2014 insgesamt 14-Millionen Euro für sein „Azubi-Programm“ ausgegeben. Die Absolventen haben sowohl die spanischen- als auch die deutschen Qualifikationen. Damit sind sie in der Lage konzernweit eingesetzt werden zu können. Insgesamt arbeiten derzeit rund 14 000 Menschen bei Seat.

Die Lage sieht gut aus, denn die Gesamtabsätze in Europa steigen. Verantwortlich sind dabei vor allen Dingen die hohen Zuwächse in Südeuropa, was wiederum Käuferpotenzial für Seat eröffnet. In der gesamten Europäischen Union wurden laut dem europäischen Herstellerverband (ACEA) mit 924 440 neuen Pkw allein im Februar 7,3 Prozent mehr Autos zugelassen, als im vergleichbaren Vorjahreszeitraum. Das Wachstum in Seats Heimatmarkt Spanien bewegt sich demnach aktuell im zweistelligen Bereich. In den großen Märkten Deutschland und Frankreich steigerten sich die Absätze um 6,6 (Deutschland) und 4,5 Prozent. (ampnet/tw)

Bilder zum Artikel



Jürgen Stackmann.



Jürgen Stackmann.



Jürgen Stackmann.
