

Paris 2016: Seat legt beim Ateca nach und neuen Markenclaim vor

Von Tim Westermann

Seat legt beim Ateca nach und stellt auf dem Pariser Autosalon (-16.10.2016) den X-Perience vor, der die Geländetauglichkeit des ersten SUV der Marke hervorhebt. „Der Experience bietet einen Vorgeschmack, welche Möglichkeiten und welches Potenzial der Ateca in sich birgt. Wir können damit jene Kunden ins Visier nehmen, die den Ateca bei einem Wochenendabenteuer und bei Offroad-Touren ans Limit heranführen wollen“, erläutert Entwicklungsvorstand Matthias Rabe. So stehen verschiedene Fahrprofile zur Wahl. Sie reichen von „normal“ über „eco“ bis hin zu „individual“ und Einstellungen für Schnee und Offroadbereiche.

Seat nutzte die Fahrzeugpräsentation nicht nur zur Vorstellung seines neuen Markenclaims „Created in Barcelona“, sondern auch für eine virtuelle Pressekonferenz. Mittels einer speziellen Brille bekamen die Journalisten Filmaufnahmen vorgespielt, zu denen sich auch die Sitze bewegten. Dies sorgte für ein besonders realistisches Gefühl und den Eindruck, „mittendrin statt nur dabei“ zu sein. Verstärkt wird der virtuelle Effekt durch den passenden Klang in den Kopfhörern.

Bisher wurde der Ateca auf der Internetseite von Seat mehr als anderthalbmillionenmal konfiguriert. 21 000 Bestellungen liegen bereits vor, nachdem sich rund 39 Millionen Besucher auf den Webseiten von Seat informiert haben. Die Produktoffensive der Spanier wird zeitnah fortgesetzt. 2017 soll die Produktaufwertung des Leon präsentiert werden. Auch die fünfte Generation des Ibiza steht in den Startlöchern sowie das neue Modell Arona. (ampnet/tw)

Bilder zum Artikel



Seat Ateca X-Perience.



Seat Ateca X-Perience.



Seat Ateca X-Perience.



Pariser Autosalon 2016: VW-Vorstandsvorsitzender Mathias Müller bei der virtuellen Pressekonferenz von Seat.

