
Verbesserter Bestseller und neue Modellreihen bei Seat

Von Alexander Voigt

Seat bringt im Januar den überarbeiteten Leon auf den Markt. Neben leichten Nuancen eines geänderten Designs steht bei der Produktaufwertung des nunmehr vier Jahre alten Kompaktmodells der dritten Generation vor allem das Thema Konnektivität und ein ausgeweitetes Angebot an Assistenzsystemen aus dem Baukasten des Volkswagen-Konzerns im Fokus. Der neue Leon ist ab sofort bestellbar. Der Basispreis beträgt 14 999 Euro.

Seat sieht den Leon neben dem Ibiza auch künftig als das Rückgrat der Marke. Er bescherte den Spaniern nach verlustreichen Jahren wieder schwarze Zahlen. Allein 137 Millionen Euro operativen Gewinn verzeichnete Seat in den ersten neuen Monaten dieses Jahres – eine Steigerung von beachtlichen 1140 Prozent im Vergleich zum gleichen Zeitraum im Jahr 2015. Mit bislang rund 313 000 verkauften Fahrzeugen steigerte die Marke ihren Absatz um aktuell 1,5 Prozent. 150 000 der im Durchschnitt jährlich abgesetzten Seat zwischen 2013 bis 2016 entfallen auf die Leon-Familie. Die Schlüsselfaktoren für diesen Weg liegen Studien zur Folge in erster Linie am neuen von Alejandro Mesonero entwickelten Design und am Preis-Leistungsverhältnis des Modells.

Die dritte Säule der Spanier ist nun unbestritten der neue Ateca, der alle Erwartungen übertrifft: mehr als 50 000 Bestellungen liegen inzwischen in Martorell bereits vor. Seat ist jetzt in einem Momentum und bereitet die nächsten Schritte vor. Die Weichen sind gestellt: Ab 2019 wird die Elektromobilität Einzug halten und „2020 wird noch mehr kommen, über das ich aber noch nicht sprechen darf“, gibt sich Entwicklungschef Matthias Rabe geheimnisvoll. Klar ist indes, dass Seat im kommenden Jahr mit dem Arona einen Cross-Over-Typen bringen wird, der die Produktpalette der Katalanen zusätzlich erweitert. Im nächsten Schritt wird es auch Seat nicht mehr nur darum gehen, noch bessere Produkte und Services zu liefern, sondern ganzheitliche Mobilitätslösungen anzubieten. Darüber hinaus wird der qualitative und quantitative Ausbau des Vertriebsnetzes vorangetrieben, um auch dadurch das Absatzvolumen weiter zu steigern. (ampnet/av)

Bilder zum Artikel



Seat Leon.

Foto: Seat



Seat Ateca.

Foto: Seat