
Nach Rekordjahr geht Seat in die Offensive

Von Björn-Lars Blank

Rekordumsatz, massive Investitionen und ein ambitionierter Blick in die Zukunft – es sind durchweg positive Kennzahlen, die von der versammelten Vorstandsriege der Marke Seat auf der gestrigen Bilanzpressekonferenz in Madrid verkündet werden. Für die Zukunft will sich der spanische Autohersteller noch breiter aufstellen und geht in die Offensive. 2020 steht ein reines Elektroauto in den Startlöchern.

Nachdem Seat bereits 2016 Rekordwerte aufgestellt hat, wurde das gute Ergebnis 2017 noch einmal verbessert. Volle Auftragsbücher und neue Höchstwerte „in allen relevanten Indikatoren“ sorgten für spürbar gute Laune auf der Bilanzpressekonferenz. Allen voran zeigte sich Vorstandsvorsitzender Luca de Meo stolz auf die Entwicklung der Automarke: „Wir können mit dem Ergebnis von 2017 sehr zufrieden sein, werden uns aber nicht auf dem Erreichten ausruhen. Gemeinsam haben wir eine Phase der Konsolidierung hinter uns gelassen – jetzt ist es an der Zeit, mit Wachstumsumambitionen in die Zukunft zu blicken.“

Der Gewinn nach Steuern beläuft sich für das vergangene Geschäftsjahr auf 281 Millionen Euro. Das entspricht einem Plus von 21,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Gewinn vor Zinsen und Ertragssteuer (EBIT) betrug 116 Millionen Euro. Auf Rekordniveau befand sich auch der Jahresumsatz, der bei knapp 9,6 Milliarden Euro lag (plus 11,1 Prozent). Warum die Geschäfte so ertragreich sind, hat für das Management insbesondere zwei Gründe. Zum einem wurden 2017 so viele Fahrzeuge wie zuletzt 2001 ausgeliefert. 468 400 Einheiten wurden an den Kunden gebracht. „Wir sind heute für den Großteil der Europäer eine relevante Marke“, ist sich de Meo sicher, dass das Unternehmen den Kundennerv trifft. Zum anderen hat die aktuelle Produktpalette bessere Gewinnmargen. Seat sei profitabler geworden, was zuletzt auch durch die Produktoffensive in der jüngeren Vergangenheit mitsamt dem Erfolgsmodell Ateca, dem ersten SUV der Spanier, erreicht worden ist. „Unsere Strategie funktioniert“, brachte es Holger Kintscher, seit 2010 Finanzvorstand bei Seat, kurz auf den Punkt.

Im vergangenen Jahr hat Seat in Strukturen investiert und zusammen mit den Ausgaben für Forschung und Entwicklung insgesamt 962 Millionen Euro aufgewendet. Damit will sich das Unternehmen mit Sitz in Martorell für die Zukunft gewappnet wissen. Kintscher betonte: „Es waren die umfangreichsten Investitionen seit 25 Jahren.“

Ab Ende dieses Jahres planen die Iberer alle sechs Monate ein neues Fahrzeugmodell auf den Markt zu bringen. Begonnen wird diese Produktoffensive mit dem SUV Tarraco. 2019 steht die neue Generation des Leon in den Startlöchern. Auch im Bereich Energie- und Kraftstoffkonzept verfolgen die Verantwortlichen der VW-Tochter eine mehrgleisige Strategie. Elektrofahrzeuge, aber auch mit Erdgas betriebene Modelle will man gleichermaßen forcieren. 2020 soll das erste reine Elektrofahrzeug ausgeliefert werden. Es soll mit einer Reichweite von 500 Kilometern voll alltagstauglich sein und wie ein Benziner oder Diesel eingepreist werden. Zusätzlich kommt Leon als Plug-in Hybrid spendiert.

Das erste rein mit Erdgas betriebene Sports Utility Vehicle (SUV) debütiert noch in diesem Jahr mit dem Arona TGI. Allerdings spielen konventionelle Kraftstoffe auch zukünftig eine der Hauptrollen. Dazu de Meo auf der Pressekonferenz: „Benzin und Diesel sind noch lange nicht am Ende.“

„Mehr Marken, mehr Märkte, mehr Autos, mehr Energie“, lautet die Parole. Mit Cupra hat Seat bereits eine eigenständige neue Marke ins Leben gerufen, die für noch mehr

Sportlichkeit steht und neue Zielgruppen erschließen soll. Außerhalb Europas will man an Wachstum zulegen. Produktionsstätten in Algerien und möglicherweise in Lateinamerika und Mexiko spielen hier eine Rolle. Auch die Märkte in Neuseeland und Norwegen sind mittlerweile erschlossen. Inzwischen ist Seat in 80 Ländern präsent.

In China ist Seat über ein Joint Venture mit der Volkswagen-Gruppe aktiv. Geht es um das Thema „vernetztes Auto“, wollen die Spanier eine Vorreiterrolle in der Branche einnehmen. Für die Schaffung eines sogenannten digitalen Ökosystems im Auto sind strategische Partnerschaften mit Unternehmen wie Amazon oder Telefonica eingegangen worden. Das Identifizieren neuer und relevanter Lösungen für die Mobilität der Zukunft, wird im jüngst gegründeten Unternehmen XMOBA in Angriff genommen. Eifrig geforscht wird auch im 2017 eröffneten Metropolis-Lab in Barcelona, einem digitalen Forschungslabor.

Nach Jahren der Konsolidierung geht der spanische Autohersteller mit Investitionen und Innovationen selbstbewusst in die Offensive. (ampnet/blb)

Bilder zum Artikel



Seat-Bilanzpressekonferenz 2018.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Seat



Seat-Bilanzpressekonferenz 2018.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Seat