

Mondial de l'Automobile 2012 in Paris

SEAT enthüllt neues Logo der Marke

- Höhepunkt der Produktoffensive mit dem neuen SEAT Leon
- Barcelonas Avenida Diagonal inspiriert das neue Corporate Design
- 2.400 Vertriebspartner bei der internationalen SEAT Konferenz

Schinznach-Bad, 27.09.2012 - SEAT enthüllte heute Vormittag das neue Logo der Marke. Der Wandlungsprozess des Automobilherstellers fand bei der Mondial de l'Automobile 2012 in Paris seine Vollendung – mit der Vorstellung der neuen Markenidentität und der zeitgleichen Weltpremiere des neuen SEAT Leon. Dieses Fahrzeug, das ab November auf Europas Strassen zu sehen sein wird, komplettiert die umfassendste Modelloffensive in der Unternehmensgeschichte. Das große Produktfeuerwerk begann mit der Premiere für den Mii, es folgte der neue SEAT Ibiza und erst kürzlich das Comeback für den Toledo.

Heute Vormittag stellte James Muir, der Vorstandsvorsitzender der SEAT S.A., beide Neuheiten vor: „Der nächste Schritt in der Evolution des Unternehmens ist die Vorstellung unseres neuen Logos. Es reflektiert das klare und präzise Design der Marke SEAT genauso wie die Ingenieurskunst und den Qualitätsanspruch des Unternehmens“, erklärte Muir. Das erste SEAT Modell mit dem neuen Logo ist der von Grund auf neu entwickelte Leon – der Star der Marke auf der Pariser Automobilmesse. **„Er ist eine Ikone in unserer Modellpalette und steht für das Beste der Marke: wunderschönes Design, beispiellose Qualität und Fahrspaß“**, sagte Muir.



Das neue Logo ist eine weitere Stufe der Weiterentwicklung des SEAT Profils: Es verknüpft die Corporate Identity mit dem Markendesign und symbolisiert zudem die sechs Kernwerte des Unternehmens: Design, Dynamik, Jugendlichkeit, Effizienz, Zuverlässigkeit und Erreichbarkeit.

Das neue Logo vereint das leidenschaftlich dynamische SEAT-Rot mit dem unverwechselbaren Chrom-„S“ des Unternehmens. Die Weiterentwicklung des Logos symbolisiert die Wandlung der Marke ebenso wie das Gleichgewicht zwischen deren rationalen und emotionalen Elementen. Charakteristisch für das Chrom-Logo sind die symmetrischen Linien, die unter permanenter Spannung stehen. Die klare Skulptur assoziiert Modernität und technische Inspiration – das unverwechselbare Design des Chrom-Logos unterstreicht das SEAT Markenversprechen für präzise Technologie, Exzellenz in Entwicklung und Innovation während die Farbe Rot die Seele der spanischen Marke offenbart.

AMAG Automobil- und Motoren AG, Aarauerstrasse 20, 5116 Schinznach-Bad
Telefon: +41 56 463 98 08, Fax: +41 56 463 95 35, Email: seat.pr@amag.ch, www.seat.ch



Der Ursprung für die Eleganz und Präzision des SEAT Logos geht auf die diagonale Linie von der Avenida Diagonal in Barcelona, einer Hauptverkehrsader der spanischen Metropole, zurück. Diese Linie verdichtet die kreative Vision und stellt eine essentielle Komponente der SEAT DNA dar. Pulsierende Berührungen mit spanischem Design machen die Avenida Diagonal so unverwechselbar – warme Glanzlichter, tiefe Schatten, dynamische Perspektiven und Lebensfreude verbinden die Menschen in einem neuen Lebensstil voller Emotionen und Rationalität.

Design made by SEAT

Design-Kompetenz ist einer der Kernwerte der Marke und wesentlicher Bestandteil ihres genetischen Codes. Kurzum: Design ist die SEAT DNA. SEAT Designchef, Alejandro Mesonero-Romanos, sagt: **„Das neue Logo reflektiert auf perfekte Weise unsere Liebe zum Detail und zur Qualität. Während wir die Identität unseres traditionellen ‚S‘ beibehalten haben, wurde die Anzahl der Linien reduziert. Sie sind nun plastischer ausgeformt und der gesamte Umriss ist geometrischer und quadratischer geworden. Diese Weiterentwicklung gibt unserem Logo eine modernere, präzisere und stärker skulpturierte Ausstrahlung.“**

Die Entwicklung des neuen SEAT Logos entstand in Zusammenarbeit zwischen dem SEAT Design Center und dem Abteilung Marketing-Kommunikation – angefangen von den ersten Recherchen und Skizzen bis hin zur zweidimensionalen Version des neuen Symbols. Auch das Karosserie-Design des neuen Leon beeinflusste diesen kreativen Prozess, insbesondere das Konzept für die fließend anmutende Oberfläche sowie die Präzision des Logos. Zur Jahresmitte 2010 war mit der Neuentwicklung des Logos begonnen worden.

ENJOYNEERING

ENJOYNEERING ist die Vision des Unternehmens, die der Vorstandsvorsitzende James Muir beim diesjährigen Genfer Automobilsalon erstmals erläuterte: **„ENJOYNEERING ist der neue Slogan des spanischen Unternehmens und steht für die Kernwerte und die DNA der Marke – technologische Präzision und höchste Ingenieurskunst in Verbindung mit einem emotionalen mediterranen Design.“**

Für SEAT bedeutet ENJOYNEERING viel mehr als nur eine Änderung der Corporate Identity. Christian Stein, der SEAT Marketingchef, sagt dazu: **„ENJOYNEERING ist in allem, was wir bei SEAT tun, präsent. Von den Details der Instrumententafel eines unserer Fahrzeuge bis hin zu den Online-Erfahrungen unserer Kunden. Von der Technik zur Emotion ist es nur ein Schritt, und wir bei SEAT können jeden Tag einen Schritt weiter nach vorn gehen.“** Der neue Slogan dient dabei für das gesamte Unternehmen als ein kraftvolles

AMAG Automobil- und Motoren AG, Aarauerstrasse 20, 5116 Schinznach-Bad
Telefon: +41 56 463 98 08, Fax: +41 56 463 95 35, Email: seat.pr@amag.ch, www.seat.ch

Instrument des Wandels. Jede Bezugseinheit stellt neue Benchmarks für Herausforderungen und Emotionen auf, vom Entwurf eines Modells oder eines Händlerbetriebs bis hin zur Gestaltung einer einfachen Visitenkarte.

2.400 SEAT Vertriebspartner bei der Vorstellung der neuen Corporate Identity

Am morgigen Freitag sowie am Samstag, 29. September, kommen 2.400 Vertriebspartner aus über 70 Ländern zur internationalen SEAT Konferenz nach Paris. Bei dieser in der Unternehmensgeschichte beispiellosen Veranstaltung, die den SEAT Partnern vorbehalten ist, wird das spanische Unternehmen seiner weltweiten Vertriebsorganisation die neue Leon Baureihe, den neuen Toledo sowie das neue Corporate Design des Unternehmens vorstellen.

60 Jahre authentischer Emotionen

Am 13. November 1953 rollte das erste Automobil des Unternehmens vom Band – der SEAT 1400 war ein elegantes, geräumiges Fahrzeug, das im oberen Marktsegment angesiedelt war und sich grosser Beliebtheit erfreute. Seitdem bietet SEAT Fahrerlebnisse, die in jeder Generation Emotionen wecken. Der SEAT 600 beflügelte den Freiheitsdrang in den Sechzigern. In den achtziger Jahren wurde der Ibiza, eine Ikone des Unternehmens, geschaffen. In den wilden Neunzigern hatten der SEAT Toledo (1991) und der Leon (1998) ihre ersten starken Auftritte.



Weitere Informationen: Karin Huber, PR SEAT

Telefon: +41 56 463 98 08 / E-Mail: karin.huber@amag.ch

www.seat.ch / www.seatpress.ch

AMAG Automobil- und Motoren AG, Aarauerstrasse 20, 5116 Schinznach-Bad

Telefon: +41 56 463 98 08, Fax: +41 56 463 95 35, Email: seat.pr@amag.ch, www.seat.ch