

Internationaler Pariser Auto Salon 2016

SEAT präsentiert seine Produktoffensive und zeigt einen technologisch-innovativen Messestand in Paris

- / Der neue SUV Crossover ist ab 2017 erhältlich und ist nach der spanischen Inselstadt Arona benannt
- / SEAT wertet den Leon auf und präsentiert die fünfte Generation des SEAT Ibizas
- / Der Ateca X-Perience wird enthüllt, das Fahrzeug wird das zukünftige Potenzial des Ateca zeigen
- / Das Highlight des Messestands sind unter anderem ein interaktives 4D-Amphitheater, eine „nonstop“-Pressekonferenz und ein Fahrzeugkonfigurator mit BitBrain Technologie
- / SEAT präsentiert damit das kundenfreundlichste Mobilitätserlebnis im Bereich einer sich wandelnden Automobilbranche

Schinznach-Bad/Paris, 29.09.2016 – SEAT wird auf dem Internationalen Pariser Auto Salon 2016 die Details der grössten Produktoffensive in seiner Geschichte präsentieren. Nach der Produkteinführung des SEAT Atecas in 2016, wird der Leon in 2017 erneuert. Ausserdem wird die fünfte Generation des Ibiza vorgestellt. Der Arona, das Debüt von SEAT im Crossover-Segment, wird die Offensive abschliessen. Arona ist eine Stadt im Süden der kanarischen Insel Teneriffa. Der neue SEAT Arona wird im Werk Martorell in Barcelona gefertigt werden.

SEAT Vorstandsvorsitzender Luca de Meo erklärt: „**Der Leon, Ibiza und der neue Arona werden gemeinsam mit dem Ateca die Handels-, Finanz- und Markenposition von SEAT stärken. 2017 wird deshalb zu einem sehr interessanten Jahr für SEAT.**“

Ateca X-Perience, eine neue SUV-Erfahrung

Die Präsentation des neuen SEAT Ateca X-Perience wird in Paris bis zum 16. Oktober die zentrale Rolle am Stand spielen, gemeinsam mit dem SEAT Ateca.

Der Ateca X-Perience ist eine abenteuerliche Offroad-Version vom erstem SEAT SUV, der eine dritte Säule im Produktportfolio eingenommen hat. In den ersten Monaten nach Veröffentlichung wurden über 21'000 Fahrzeuge geordert, 39 Millionen Webseitenbesuche getätigt und 1,5 Millionen Konfigurationen des Fahrzeugs vorgenommen. Der Ateca X-Perience ist inspiriert von der mediterranen Kultur und zeigt seine Offroadseite. Eindrucksvoll demonstriert das Fahrzeug die Möglichkeiten der Ateca-Familie und deren zukünftiges Potenzial.

Der SEAT Messestand – Eine 4D Erfahrung, um die Marke zu erleben

Der Internationale Pariser Auto Salon ist der ideale Ort für SEAT, um die Vision des Unternehmens für das Connected Car, als Schlüssel für die Mobilität der Zukunft, vorzustellen. Zu diesem Anlass passt die Inszenierung, mit einem innovativen, doppelten Standkonzept, das sich von allem abhebt, was in der Vergangenheit auf Automessen präsentiert wurde. Das 4D Standkonzept ermöglicht es den Besuchern die Marke SEAT und die Heimatstadt Barcelona zu erleben und zu fühlen. Im Einklang mit der zunehmenden Digitalisierung in der Unternehmensstrategie ist der Slogan „SEAT Always ON!“ eine Inspiration dafür, wie sich die Marke in Paris inszeniert. Der Stand verfügt über ein 4D-Amphitheater mit einer Pressekonferenz, die es den Journalisten ermöglicht, alle 20 Minuten via Virtual Reality Experience teilzunehmen. Unter anderem können die Besucher einen Auto-Konfigurator ausprobieren, der BitBrain Technologie nutzt, um einen SEAT Ateca nach ihren Emotionen und neurologischen Werten zu konfigurieren.

Der Aussenbereich des Standes verfügt über einen Presseraum, einen Chill-Out Bereich und einen Ort für Gespräche, sodass die Besucher die Marke erleben und erfahren können. Das „Created in Barcelona“ Konzept legt den Fokus auf die spanische Stadt, um ihre Rolle als internationale Metropole für urbanes Design und ihre moderne Gestaltung– alles Werte, die SEAT teilt.

SEAT ist für das nächste Level bereit

In den nächsten zehn Jahren wird die Automobilindustrie, dank Innovationen in den Sparten Elektrifizierung, Digitalisierung, neue Mobilitätslösungen und Connected Cars, revolutioniert. SEAT hat ein Easy Mobility Team ins Leben gerufen, um auf diese Herausforderung vorbereitet zu sein. Das Team besteht aus drei Hauptbereichen: Digitalisierung in der Forschung und Entwicklung, Nutzererfahrung und Geschäftsentwicklung.

“Das Connected Car ist der Kern der Kundenerfahrung unserer Vision für die Zukunft der Mobilität. Wir wollen das Auto als einen Service etablieren, der eine digitale, vernetzte Erfahrung bietet“, unterstreicht Luca de Meo. **„SEAT auf das nächste Level zu bringen, bedeutet nicht nur hart daran zu arbeiten, unseren Kunden immer bessere Produkte und Services zu liefern, sondern auch die Revolution der Branche zu nutzen, um eine Vorreiterrolle bei einigen dieser neuen Trends einzunehmen. Unsere Vision ist es, die Marke SEAT so aufzustellen, dass sie die einfachste Mobilitäts-Erfahrung in dieser, sich schnell verändernden Umwelt liefert“,** fügt er hinzu.

SEAT will eine der führenden Marken im Bereich Konnektivität und Digitalisierung werden. So ist SEAT die erste Marke, die weltweit eine CarPlay-kompatible App anbietet, die es erlaubt, auf die Inhalte des iPhones im Auto zuzugreifen und zu managen.



Die Zielsetzung des digitalen Arbeitsfeldes ist für SEAT, die Käuferfahrung des Kunden und alle damit zusammenhängenden Services zu verbessern. In diesem Zusammenhang hat die Marke den SEAT Live Store gestartet, eine wegweisende Plattform, die Nutzern einen nahen, virtuellen und personalisierten Blick auf alle Details eines Autos erlaubt.

SEAT legt den Fokus auf die weitere Geschäftsentwicklung. Neue Mobilitäts-Ökosysteme werden genutzt, die auf die Herausforderungen von Städten in Hinblick auf urbane Infrastrukturen, Verkehrssysteme und Fahrzeuge reagieren. Ein Beispiel für dieses Engagement ist die Zusammenarbeit zwischen SEAT und Conector, um einen Startup-Accelerator ins Leben zu rufen, der auf die Automobilindustrie und Mobilität spezialisiert ist. Dazu kommt die Implementierung des CARNET Forschungszentrum für Urbane Mobilität in Barcelona.

SEAT ist bereit für die grösste Produktoffensive in seiner Geschichte

Die digitale Transformation des Unternehmens fällt in eine Zeit, in der SEAT seine finanziellen Ergebnisse konsolidiert und sich für die grösste Produktoffensive neuer Modelle bereit macht. SEAT steuert auf nachhaltige Wirtschaftlichkeit zu und erwartet, das Jahr 2016 mit Gewinnen abzuschliessen. Das Unternehmen veröffentlichte bereits einen halbjährigen operationellen Gewinn von 93 Millionen Euro, was einem Zuwachs von 77 Prozent im Vergleich zur selben Zeit des Vorjahres entspricht. Zusätzlich stiegen die Verkaufszahlen im vierten Jahr in Folge, mit 277'100 bis August ausgelieferten Fahrzeugen. Nach dem Ateca wird SEAT drei weitere Modelle in den nächsten Jahren präsentieren – der aktualisierte Leon, die fünfte Generation des Ibiza und der neue SEAT Arona.

Weitere Informationen:

Karin Huber, PR SEAT

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

www.seat.ch / www.seatpress.ch