

SEAT in Deutschland: 40 Jahre Erfolgsgeschichte

- **Am 10. März 1983 begann die spanische Marke mit dem Verkauf in Deutschland**
- **Import startete in einer Transformationsphase**
- **Vom ersten SEAT Ibiza bis zum SEAT Tarraco: die wichtigsten Modelle**
- **Produktoffensiven schafften Grundlage für große Erfolge**

Weiterstadt, 8. März 2023 – SEAT lebt von Emotionen. Wer an SEAT denkt, erinnert sich an das erste eigene Auto, den Roadtrip mit Freund*innen durch halb Europa oder den Familienurlaub am Strand. Die Marke hat in den vergangenen Jahrzehnten hierzulande das Leben vieler Menschen geprägt und bereichert. Den Grundstein dafür legte SEAT vor 40 Jahren: Am 10. März 1983 startete die spanische Marke ihren Verkauf in Deutschland und sicherte sich im Laufe der Jahre mit aufregenden Modellen und damit verbundenen Erlebnissen einen Platz in vielen Herzen.

Zeit der Veränderungen

Als SEAT 1983 die Geschäfte in Deutschland aufnahm, war die Marke hierzulande kaum bekannt. SEAT fokussierte sich mit Lizenzmodellen von Fiat vornehmlich auf den spanischen Markt. Erst durch das Ende der Kooperation mit den Italienern Anfang der 1980er-Jahre konkretisierten sich die Expansionspläne der Spanier. In einer richtungsweisenden Phase der Transformation stellten sie sich neu auf und visierten Märkte jenseits der spanischen Grenzen an. Ein mit Volkswagen 1982 geschlossenes Produktions- und Wirtschaftsabkommen unterstützte diese Pläne. Mit dem SEAT Ibiza, dem ersten selbst entwickelten Modell, arbeitete die Marke zudem an einer attraktiveren Gestaltung ihres Produktportfolios. Und die Spanier setzten Maßstäbe mit dem Kleinwagen: Das Design stammte von Giugiaro aus Italien, den Motor entwickelte Porsche. Das sorgte für viel Aufsehen und hinterließ auch beim Volkswagen Konzern einen positiven Eindruck.

Doch bis zum Marktstart 1984 mussten sich die Kund*innen in Deutschland noch gedulden. Zu Importbeginn 1983 brachten die Spanier zunächst den Kleinstwagen SEAT Panda, den Kleinwagen SEAT Fura und das Kompaktauto SEAT Ronda auf die deutschen Straßen. Die Platzierung im Markt wurde schnell deutlich: Die Marke wollte Kund*innen mit kompakten und praktischen Konzepten zu einem günstigen Preis vom Kauf überzeugen. Die Rechnung ging auf: Spätestens mit dem modern konzipierten und bis ins letzte Detail durchdachten SEAT Ibiza hatten sich die Spanier einen Namen in Deutschland gemacht und standen gerade bei jüngeren Käufer*innen hoch im Kurs.

Vielfältiges Produktportfolio

Aus der Importgesellschaft heraus gründete die SEAT S.A. 1986 die SEAT Deutschland GmbH. Im selben Jahr stieg Volkswagen mit 75 Prozent bei den Spaniern ein und baute die Beteiligung 1990 auf 99,99 Prozent aus. Mit Erfolg: SEAT boomte Ende der 1980er-Jahre geradezu in Deutschland und gehörte zu den am schnellsten wachsenden Automarken. Das Unternehmen investierte ins Vertriebsnetz und entwickelte auf Basis von Volkswagen Derivaten neue Modelle – auch, um die wachsende Nachfrage hierzulande bedienen zu können.

So startete 1993 die zweite Generation des SEAT Ibiza; die beiden Modelle SEAT Toledo und SEAT Cordoba mischten etwa zur selben Zeit die Kompaktklasse auf. Der SEAT Arosa führte 1997 die lange Tradition der Kleinwagen fort und ab 1999 eroberte der SEAT Leon den deutschen Markt. Letzterer entwickelte sich zu einem der erfolgreichsten Modelle. **„Das ebenso vielfältige wie abwechslungsreiche Angebot an Modellen half in den 1990er-Jahren dabei, eine breite Zielgruppe anzusprechen. Dadurch konnte SEAT sukzessive in die Spitzengruppe der Importeure aufsteigen“**, erklärt SEAT Deutschland Geschäftsführer Bernhard Bauer.

Durch die Produktoffensive gehörte SEAT bereits im Jahr 2000 mit über 60.000 Neuzulassungen deutschlandweit zu den Top Ten unter den Importeuren. Erfolge konnte die Marke zeitgleich auch auf den Rallye-Pisten des Landes feiern: Matthias Kahle gewann im SEAT Cordoba WRC die Deutsche Rallye-Meisterschaft. Kurz zuvor hatte bereits das SEAT Ibiza Kit Car in der 2-Liter-Klasse in der Rallye-Weltmeisterschaft 1996 bis 1998 dreimal hintereinander gesiegt. **„Schon damals zeigte SEAT, dass Motorsport Teil der DNA ist. Dieses Image prägte die Marke nachhaltig. Unsere wenig später eingeführten Modellvarianten mit dem Namenszusatz ‚CUPRA‘ erfreuten sich besonders in Deutschland großer Beliebtheit“**, merkt Bernhard Bauer an.

SUV-Boom genutzt

Mit einer zweiten großen Produktoffensive in den 2010er-Jahren stellte sich SEAT als Marke noch stärker auf und erreichte damit in Deutschland eine Vielzahl an neuen Kund*innen. Besonders die SUV-Offensive mit dem SEAT Ateca (2016), dem kompakten SUV SEAT Arona (2017) und dem Flaggschiff SEAT Tarraco (2018) sorgte – passend zum Boom des Segments – für stark steigende Zulassungszahlen. Im Jahr 2017 wurden deutschlandweit erstmals mehr als 100.000 Fahrzeuge der Marke SEAT neu zugelassen. Zwei Jahre später erreichte die Marke mit 138.670 Fahrzeugen ihren bisherigen Bestwert. Damit war SEAT in der absoluten Spitzengruppe der Importeure angekommen, in der sich die Spanier seitdem erfolgreich behaupten können.

Dass der Marktanteil seit vielen Jahren stetig wuchs und 2022 mit 4,2 Prozent einen neuen Rekordwert erreicht hat, ist vor allem der 2018 neu gegründeten Challenger-Brand CUPRA zu verdanken. Mit CUPRA übertrug SEAT die Idee sportlicher Fahrzeuge in eine eigenständige Markenwelt und bringt unter dieser Marke seitdem Performance-Modelle wie den Crossover-SUV CUPRA Formentor oder den vollelektrischen CUPRA Born auf den Markt. Die Marke treibt die Elektrifizierung im Unternehmen mit großen Schritten voran: Bis 2025 werden neben dem CUPRA Born zwei weitere vollelektrische Modelle starten. Deutschland entwickelte sich in den vergangenen fünf Jahren zum wichtigsten Absatzmarkt für CUPRA. Allein im vergangenen Jahr verzeichnete die Challenger-Brand 61.158 Neuzulassungen – ein Plus von 113 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Fester Bestandteil

Mittlerweile sind sowohl SEAT als auch CUPRA Modelle fest im deutschen Straßenbild verankert. 1,4 Millionen Fahrzeuge der beiden Marken waren hierzulande laut Kraftfahrt-Bundesamt im vergangenen Jahr unterwegs. Damit gehören die Spanier auch beim Fahrzeugbestand zu den erfolgreichsten Importeuren. **„Dass so viele SEAT Modelle unsere Straßen prägen, bestätigt die Qualität der Fahrzeuge, zeigt aber auch die Bindung vieler Menschen an die Marke“**, erklärt Bernhard Bauer. **„Zudem kommen vor allem dank CUPRA immer mehr neue Fahrzeuge**



hinzu. Beide Marken liefern auf ihre Weise Emotionen, und diese möchten wir auch in Zukunft liefern – mit SEAT und mit CUPRA.“

Die SEAT S.A. ist das einzige Unternehmen in Spanien, das Automobile designt, entwickelt, produziert und vertreibt. Der multinational agierende Hersteller gehört zum Volkswagen Konzern, hat seinen Unternehmenssitz in Martorell (Barcelona) und verkauft Fahrzeuge unter den Marken CUPRA und SEAT. Zudem deckt die Geschäftseinheit SEAT MÓ Produkte und Lösungen für die urbane Mobilität ab.

Die SEAT S.A. exportiert mehr als 80 Prozent ihrer Fahrzeuge in mehr als 75 Länder. Das Unternehmen beschäftigt mehr als 15.000 Mitarbeitende in seinen drei Produktionsstätten in Barcelona, El Prat de Llobregat und Martorell, wo der SEAT Ibiza, der SEAT Arona, die Leon Familie und der CUPRA Formentor hergestellt werden. Darüber hinaus produziert die SEAT S.A. den Ateca in der Tschechischen Republik sowie den CUPRA Born und den SEAT Tarraco in Deutschland. Im Herzen von Barcelona sitzt außerdem das Softwareentwicklungszentrum SEAT CODE.

Die SEAT S.A. wird bis zum Jahr 2025 insgesamt fünf Milliarden Euro in die Entwicklung neuer Fahrzeugmodelle für die beiden Marken SEAT und CUPRA investieren – insbesondere zur Elektrifizierung der Modellpalette. Das Unternehmen will eine relevante Rolle bei der Elektrifizierung von urbanen Elektrofahrzeugen spielen, mit einem besonderen Fokus auf die Transformation der spanischen Automobilindustrie.

SEAT Pressekontakt

Melanie Stöckl

Leiterin Kommunikation
T/ +49 151-14726603
melanie.stoeckl@seat.de

Sabine Stromberger

Sprecherin Produkt, Events und Lifestyle
T/ +49 151-14726605
sabine.stromberger@seat.de

Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen, spezifischen CO₂-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem „Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO₂-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen“ entnommen werden, der an allen Verkaufsstellen und bei der DAT Deutsche Automobil Treuhand GmbH, Hellmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen (www.dat.de), unentgeltlich erhältlich ist.