

## SEAT und „The Voice Kids“ schaffen besondere Erlebnisse

- **Zusammenarbeit mit Musikformat geht ins dritte Jahr**
- **Kurzweilige Social-Kampagne begleitet Partnerschaft**
- **SEAT Ateca setzt in der Partnerschaft wichtige Akzente**

**Weiterstadt, 9. März 2023** – Den musikalischen Nachwuchs fördern – mit dieser Intention gibt das SAT.1-Format „The Voice Kids“ jungen Talenten die Möglichkeit, vor einem Millionenpublikum aufzutreten und an ihren Fähigkeiten zu feilen. Für SEAT ist diese Arbeit von besonderer Bedeutung, weshalb die junge spanische Marke die Musikshow in diesem Jahr bereits zum dritten Mal begleitet. Neben dem klassischen Programmsponsoring während der Übertragung setzt SEAT eine umfangreiche Social-Kampagne um. Als Stars der Marke sind der SEAT Leon Sportstourer und der SEAT Ateca zu sehen. Die 11. Staffel startet am 10. März in SAT.1.

### SEAT steht für Erlebnisse

„The Voice Kids“ ist bekannt für unglaubliche Erlebnisse und emotionale Momente, die in Erinnerung bleiben. Im Fokus der Show stehen junge Talente, die teils zum ersten Mal in ihrem Leben auf einer großen Bühne stehen und mit ihrem Gesang sowie ihrer Freude am Moment für Gänsehaut sorgen. SEAT bewegt sich als Marke in genau dieser Erlebniswelt und steht ebenfalls für einzigartige Erlebnisse, die positive Emotionen wecken.

**„Das Format ‚The Voice Kids‘ entfaltet eine kreative Kraft bei den Nachwuchstalente, die geradezu ansteckend ist. Sie gehen mit einem unglaublichen Engagement in die Show und entwickeln sich in kurzer Zeit zu echten Gesangsprofis“,** erklärt Giuseppe Fiordispina, Leiter Marketing bei der SEAT Deutschland GmbH. **„Für uns als Marke ist es eine besondere Verantwortung, als offizieller Partner von ‚The Voice Kids‘ die Talente begleiten zu dürfen.“**

### Von der Bühne ins Digitale

Wie in den vergangenen Jahren ist SEAT auch in diesem Jahr wieder mit Sponsoring-Einspielern im Rahmen der Show präsent. Als Hero Cars stehen der SEAT Leon Sportstourer und der SEAT Ateca im Fokus und werden über alle Showphasen hinweg Teil des Formats sein. Damit begleiten zwei moderne, familienfreundliche und geräumige Modelle die Show, die perfekt zur Zielgruppe von „The Voice Kids“ passen.

Die Social-Kampagne erweitert die „The Voice Kids“-Bühne ins Digitale. SEAT wird im Laufe der Ausstrahlung die Social-Media-Kanäle regelmäßig mit kurzweiligen Beiträgen zur aktuellen Staffel bespielen. Fans von „The Voice Kids“ können sich daher auf Extra-Content und spannende sowie emotionale Momente freuen. Als Hero Car setzt der SEAT Ateca bei der Social-Kampagne Akzente.



## Zeitgemäße Mobilität mit SEAT

Mit dem SEAT Leon Sportstourer und dem SEAT Ateca präsentiert die junge spanische Marke im Zuge der Partnerschaft zwei Highlights aus dem Portfolio. Der SEAT Leon gehört bereits seit über 20 Jahren zu den Bestsellern und erhielt 2020 in der vierten Generation ein noch markanteres Design sowie eine große Auswahl an Antriebsoptionen. Der SEAT Ateca begründete 2016 das erfolgreiche SUV-Segment der Marke. 2020 erhielt das Modell eine Produktaufwertung. Durch seinen Komfort ist er der optimale Reisebegleiter und überzeugt zudem durch ein hohes Maß an Sicherheit und Konnektivität – gepaart mit einem emotionalen Design und erfrischender Fahrdynamik.

**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 – 14 72 66 03  
[melanie.stoeckl@seat.de](mailto:melanie.stoeckl@seat.de)

### Sabine Stromberger

Sprecherin Produkt, Events und Lifestyle  
T/ +49 151 – 14 72 66 05  
[sabine.stromberger@seat.de](mailto:sabine.stromberger@seat.de)

Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen, spezifischen CO<sub>2</sub>-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem „Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO<sub>2</sub>-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](http://www.dat.de)), unentgeltlich erhältlich ist.