



Interview

„Die Marke CUPRA wird immer globaler“

- > David Powels und Wout Van Parys im Doppelinterview
- > Challenger-Brand verdoppelt Absatz auf deutschem Markt
- > CUPRA auch auf internationalen Märkten mit starkem Wachstum

Weiterstadt, 7. Juli 2023 – SEAT S.A. Finanzvorstand David Powels und Wout Van Parys, Leiter Finanzen bei der SEAT Deutschland GmbH, sprechen über die Ergebnisse des vergangenen Jahres, aktuelle Investitionen und die Pläne mit der Challenger-Brand CUPRA.

Herr Powels, 2022 war das erste volle Jahr in Ihrer Verantwortung als Finanzvorstand der SEAT S.A. – wie zufrieden waren Sie mit dem Ergebnis?

David Powels: In Anbetracht der angespannten weltwirtschaftlichen Gesamtsituation war ich zufrieden. Wir haben mit 10,5 Milliarden Euro den zweithöchsten Umsatz in der 73-jährigen Unternehmensgeschichte erwirtschaftet und vor allem haben wir nach den zwei enorm schwierigen Coronajahren sowie dem anhaltenden Halbleiter-Mangel den Turnaround geschafft und einen operativen Gewinn in Höhe von 179 Millionen Euro eingefahren. Das alles ist ein fantastischer Erfolg, den wir gemeinsam erreicht haben. Mein Dank geht an die vielen Mitarbeitenden in Spanien sowie in den nationalen Vertriebsgesellschaften und natürlich an die Händler*innen vor Ort.

Welchen Anteil hat der deutsche Markt an den starken Zahlen, Herr Van Parys?

Wout Van Parys: Traditionell ist der deutsche Markt sehr wichtig. Seit einigen Jahren verkaufen wir hierzulande mit Abstand die meisten SEAT und CUPRA Fahrzeuge – sogar mehr als in Spanien, der Heimat der Marke. Das ist wichtig, weil der deutsche Markt sehr anspruchsvoll ist und es viele deutsche Marken gibt. Zudem verfügen die deutschen Kund*innen über eine stärkere Kaufkraft.



Powels: Das kann ich nur bestätigen. Aufgrund der anhaltenden Lieferengpässe mussten wir entscheiden, für welche Modelle wir die zur Verfügung stehenden Teile priorisieren – da fiel die Entscheidung auf CUPRA, da die Fahrzeuge eine deutlich höhere Marge bringen. Der Umsatz pro Fahrzeug stieg 2022 um 18 Prozent auf 20.000 Euro dank des höheren Anteils an CUPRA Modellen, einer intensiveren Ertragsmanagementstrategie sowie neuer Kostenstrukturen und Effizienzsteigerungen.

An welchen konkreten Absatzzahlen machen Sie den Erfolg in Deutschland fest?

Van Parys: Werfen wir nur mal einen Blick auf die aktuellen Zahlen vom Kraftfahrt-Bundesamt. Mit stolzen 13.455 Neuzulassungen ist der Juni der beste Monat dieses Jahres für SEAT und CUPRA. Das beeindruckende Wachstum von 24,4 Prozent im Vergleich zum Juni 2022 spricht für unseren anhaltenden Erfolg und das Vertrauen unserer Kund*innen! Dank dieser herausragenden Leistung haben wir uns im Juni auf einen Marktanteil von 4,8 Prozent gesteigert.

Auch im Rückblick auf das erste Halbjahr können wir stolz auf unsere Ergebnisse sein: Mit insgesamt 60.485 Neuzulassungen konnten wir einen Zuwachs von 7,3 Prozent im Vergleich zum ersten Halbjahr 2022 erzielen. Unser Marktanteil liegt bei 4,3 Prozent, was uns über die ersten sechs Monate des Jahres Rang sieben unter allen Herstellern einbringt. Nur auf CUPRA bezogen ist der deutsche Markt noch mal wichtiger für das Unternehmen. Bei weltweit knapp 153.000 verkauften CUPRA Modellen im Jahr 2022 bedeutet das: 40 Prozent aller abgesetzten Autos unserer Challenger-Brand wurden im vergangenen Jahr in Deutschland zugelassen – das ist ein enorm beeindruckender Anteil.

Powels: Absolut! Deutschland ist der wichtigste Markt für CUPRA. Die Marke kommt dort einfach richtig gut an und ist in eine Marktlücke gestoßen für sportliche Modelle mit hoher Qualität und tollem Design, die zu einem fairen Preis erhältlich sind. Mit unserer Elektrostrategie, dem CUPRA Born und den zukünftigen elektrifizierten



Modellen werden wir hier gewiss weitere Erfolge feiern können. Aber natürlich nicht nur in Deutschland: CUPRA versteht sich als globale Marke.

Wie erfolgreich ist CUPRA denn im Rest der Welt?

Powels: Kurz gesagt: In allen Ländern, in denen wir mit CUPRA an den Start gehen, geht die Marke durch die Decke. Ähnliche Wachstumsraten wie in Deutschland zeigen sich zum Beispiel auch in Großbritannien, Italien oder Frankreich. Österreich verzeichnete 2022 sogar ein Plus von mehr als 150 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Auch außerhalb Europas verzeichnete die Challenger-Brand enorme Zuwächse. So konnten wir zum Beispiel den Absatz in Mexiko oder Israel mehr als verdoppeln und haben durch den Launch von CUPRA in Australien einen großen Schritt im Rahmen unserer Globalisierung vollzogen.

Van Parys: Darüber habe ich mich enorm gefreut. Bevor ich 2021 zu SEAT und CUPRA nach Deutschland kam, war ich zwei Jahre Geschäftsführer und Chief Financial Officer bei Audi Australia, ich kenne den Markt also gut. CUPRA passt als sportliche Premiummarke perfekt dorthin und ich bin mir absolut sicher, dass wir vor allem mit unseren elektrifizierten Modellen auch in Down Under eine große Erfolgsgeschichte schreiben werden. Ich weiß, dass der Start sehr gut verlief, und bin sehr gespannt auf das erste Jahresergebnis, vor allem auch nach der Markteinführung des CUPRA Born.

Welche weiteren Schritte im Rahmen der Globalisierung sind als Nächstes geplant?

Powels: Zuletzt haben wir CUPRA in Kolumbien und Chile eingeführt sowie CUPRA City Garagen in Lissabon, Rotterdam und Sydney eröffnet. Als Nächstes sind Vorzeigestandorte im Herzen der Stadt in Berlin, Paris und Madrid sowie mittelfristig in Manchester, Istanbul und Wien geplant. Im Rahmen unseres Bestrebens, eine wirklich globale Marke zu sein, prüfen wir zudem den Eintritt in den nordamerikanischen Markt. Erste Analysen waren vielversprechend und positiv.

Van Parys: Es liegen spannende Jahre vor uns. Auch in Deutschland wachsen wir natürlich weiter: Immer mehr unserer Partnerbetriebe eröffnen eigene CUPRA



Garagen oder bauen ihre SEAT Standorte um, sodass auch die Challenger-Brand Platz im Rahmen der CI-Vorgaben erhält. Der Handel glaubt genauso an den Erfolg von CUPRA, wie wir es tun. Dieser Rückhalt ist wichtig, damit wir unsere Wachstumsziele erreichen. Schließlich hat Wayne Griffiths angekündigt, dass wir mit CUPRA mittelfristig 500.000 Fahrzeuge pro Jahr verkaufen möchten. Und wir wissen genau, dass wir in Deutschland einen großen Beitrag dazu leisten müssen. Die magische 100.000er-Marke sollten wir im besten Fall bereits 2025 erreichen.

PRENSA PREMSA NEWS PRESSE STAMPA

Wachstum ist auch immer mit großen Investitionen verbunden – welche Belastungen kommen hier auf das Unternehmen zu?

Powels: Nach Investitionen von 4,4 Milliarden Euro in den vergangenen vier Jahren haben wir diesen Kurs 2022 fortgesetzt und fast 900 Millionen Euro unter anderem in Forschung und Entwicklung gesteckt – ein klarer Beleg für unser anhaltendes Engagement, neue Produkte auf den Markt zu bringen und die Marke CUPRA voranzutreiben. Unser Fünf-Jahres-Strategieplan für den Zeitraum von 2023 bis 2027 sieht mit mehr als fünf Milliarden Euro an Ausgaben im Bereich Forschung und Entwicklung und Sachinvestition ein weiterhin hohes Investitionsniveau vor.

Gemeinsam mit der Volkswagen AG, PowerCo und den Partnern von Future: Fast Forward investieren wir zehn Milliarden Euro in die Elektrifizierung von Spanien. Die SEAT S.A. leitet den Cluster der Small-BEV-Familie für verschiedene Marken des Volkswagen Konzerns, der Elektromobilität demokratisieren und in ganz Europa erschwinglich machen wird.

Van Parys: Das ist eine wahnsinnig spannende Zeit, und die Transformation des Unternehmens nimmt gerade erst richtig Fahrt auf. Von diesen Investitionen des Unternehmens profitieren natürlich auch wir in Deutschland – einerseits als Importeur, aber das gilt genauso für den Handel und natürlich unsere Kund*innen. Die neuen Modelle werden den Wachstumskurs von CUPRA weiter vorantreiben.

CUPRA



CUPRA ist die unkonventionelle Challenger-Brand, die Emotion, Elektrifizierung und Performance verbindet und die Welt von Barcelona aus inspiriert. Die Marke stellt traditionelle Denkweisen infrage und steht somit für den Zeitgeist einer neuen Generation. CUPRA wurde 2018 gegründet. Der Hauptsitz sowie eine Rennsportabteilung der Marke sind in Martorell (Barcelona) angesiedelt. Zudem verfügt CUPRA inzwischen über ein weltweites Netz spezialisierter Verkaufspunkte.

Im Jahr 2022 wurde der Aufwärtstrend der spanischen Challenger-Brand fortgesetzt: Weltweit lieferte CUPRA mehr als 150.000 Fahrzeuge aus und beweist, dass Elektrifizierung und Sportlichkeit perfekt zusammenpassen. Bislang war jede Markteinführung eines neuen Modells ein Meilenstein bei der Definition des Charakters der Marke durch ein mutiges und unverwechselbares Design: der CUPRA Ateca, ein einzigartiges Modell in seinem Segment, der CUPRA Leon, das erste Elektromodell dank der Plug-in-Hybrid-Antriebe, der CUPRA Formentor, das erste exklusiv entwickelte und bislang am meisten verkaufte Modell, und der CUPRA Born, das erste vollelektrische Fahrzeug der Challenger-Brand.

CUPRA ist offizieller Premiumsponsor der World Padel Tour und Partner der Formel E, der DTM, der Rennsimulation Forza Horizon sowie der Musikfestivals Parookaville und Rolling Loud. CUPRA nimmt als einzige Automobilmarke gleichzeitig an den vollelektrischen Rennserien Extreme E und Formel E teil. Der CUPRA Tribe besteht aus Markenbotschafter*innen, die die treibende Kraft des Wandels sein wollen. Dazu zählen unter anderem der Torhüter der deutschen Fußballnationalmannschaft der Männer, Marc ter Stegen, sowie die zweimalige Ballon-d'Or-Gewinnerin und FIFA-Weltfußballerin des Jahres, Alexia Putellas. In Deutschland sind unter anderem der Influencer Daniel Abt, die Schauspieler Ken Duken, Vladimir Burlakov und Tom Beck sowie die Schauspielerin und Moderatorin Nikeata Thompson als Markenbotschafter*innen für CUPRA aktiv.

CUPRA Pressekontakt

Melanie Stöckl

Leiterin Kommunikation

T/ +49 151 – 14 72 66 03

melanie.stoeckl@seat.de

Sabine Stromberger

Sprecherin Produkt, Events und Lifestyle

T/ +49 151 – 14 72 66 05

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.

PRENSA PREMSA NEWS PRESSE STAMPA

CUPRA