

## Bernhard Bauer: „Der Cupra spiegelt die Markenwerte par excellence wider“

Von Alexander Voigt

**Anlässlich der Präsentation des neuen Ibiza Cupra blickt Seat auf ein erfolgreiches Jahr 2015 zurück. Der weltweite Absatz der Spanier hat sich in den Monaten Januar bis Oktober um vier Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum erhöht. In den Jahren 2013 bis 2015 konnte Seat den weltweiten Absatz sogar um insgesamt 25 Prozent steigern. Bereits 1996 kam der erste Seat in einer Cupra-Version auf den Markt, so dass 2016 ein runder Geburtstag ins Haus steht. Im Interview bekennt sich Bernhard Bauer, Geschäftsführer der Seat Deutschland GmbH, als echter Cupra-Fan.**

Herr Bauer, was wird den Kunden am neuen Ibiza Cupra am besten gefallen?

„Den Kunden wird am Cupra das gefallen, was ihnen bei Seat generell gefällt. Es sind besonders dynamische, designorientierte Fahrzeuge. Da der Cupra par excellence die Markenwerte von Seat widerspiegelt, kann ich die Frage nur so beantworten, dass er das unterstützt, was man bei allen Fahrzeugen der Marke Seat gut finden kann.“

Was ist Ihr persönliches Highlight beim bislang stärksten Ibiza?

„Ich bekenne mich als absoluter Cupra-Fan – egal ob Leon oder Ibiza. Der Cupra weckt einfach Emotionalität und ich persönlich mag kompakte Autos, die sich sportlich bewegen lassen. Das ist eine schöne Kombination. Vor allem wenn man per Knopfdruck nicht dazu verdonnert ist, nur sportlich fahren zu müssen, sondern dank der beiden Driveprofile auch entspannt und komfortabel fahren kann. Beides zusammen in einem Auto ist sicherlich ein Highlight. Gerade beim Ibiza genieße ich aber auch die Möglichkeiten von Full Link: neben der Navigation, dem Vorlesen von SMS, alles was die Technologie heute möglich macht, indem man das Smartphone mit dem Auto verbinden kann.“

Welche Features und Ausstattungsoptionen legen Sie den Kunden ans Herz?

„Wie eben schon gesagt, ganz bestimmt die Full-Link-Technologie, die besonders gut zum neuen größeren Display passt, das diese Dinge sehr gut ermöglicht. Man hat auch in diesem kleineren Fahrzeug einen Komfort und eine Ausstattung, die es zuvor nur in größeren Fahrzeugen gegeben hat. Man merkt einfach, wie die kleineren Segmente heute aufrüsten und was so ein Auto heute alles kann: von der Sicherheitstechnologie bis zur Smartphone-Verknüpfung. Damit steht so ein kleines Fahrzeug den größeren in nichts nach.“

Sportliches Exterieur, neu gestaltetes Interieur. Mit welchen Designelementen soll der Seat Ibiza Cupra begeistern?

„Wir haben zwei Dinge beim neuen Ibiza gemacht. Wir haben die FR-Linie aus dem Leon übernommen. Das heißt, das Auto ist von der Optik her schon einmal sportlicher. Das ist beim Cupra (im Sinne des „Cupracer“) noch einmal gesteigert worden. Die Sportsitze sind noch sportlicher, die Felgen sind noch sportlicher und die Auspuffanlage ist noch dynamischer. Das Auto wirkt eben das Quentchen mehr, das man dann noch haben will, wenn man sich bewusst für den Cupra entschieden hat. Und wir haben den Cupra nicht nur besser, schneller und leichter, sondern vor allem auch günstiger gemacht.“

Wie lautet Ihr Ausblick auf den Jahreswechsel 2015/2016?

„Wir als Seat Deutschland schließen uns den Zahlen der Gesamtmarke an. Wir werden die vier Prozent Wachstum der Marke erreichen. Und wir werden in Deutschland unsere Ziele erfüllen. Dazu gehören nicht nur die Volumenzahlen sondern auch die Händlernetz-Zahlen. Ende 2016 werden wir rund 80 Prozent unseres Händlernetzes auf das neues Design umgestellt haben. Zur Zeit wird beinahe jede Woche ein neues oder ein umgebautes Autohaus eröffnet. Das tut der Wahrnehmung der Marke unwahrscheinlich gut. Und 2016 werden dann weitere neue Produkte folgen.“ (ampnet/av)

## Bilder zum Artikel

---



Bernhard Bauer.

---