

# TDI und TSI weiterhin beliebt

Seat und Cupra geben weiter Gas – auch mit Stromern. Immer mehr Firmen flotten Cupra ein und lassen Seat im Portfolio. Autoflotte sprach mit Christian M. Voß, Leiter Flotten bei den Spaniern.



Fotos: Michael Blumenstein

**Christian Voß ist unter anderem Diplom-Betriebswirt und seit elf Jahren bei Seat.**

## Herr Voß, die positiven Seat- und Cupra-Verkaufszahlen halten an. Wie erklären Sie den Erfolg?

**Christian M. Voß:** Tatsächlich erleben wir seit geraumer Zeit eine hervorragende Entwicklung bei beiden Marken. Auf dem relevanten Flottenmarkt haben wir im ersten Halbjahr im Vergleich zum Vorjahreszeitraum mit 27.682 Einheiten ein Wachstum um 37,7 Prozent und einen Marktanteil von 5,8 Prozent erreicht. Allem voran überzeugen wir mit einer attraktiven Produktpalette. Aber auch das Gesamtpaket ist hochattraktiv: So trägt zum Beispiel die Laufzeit der Neuwagengarantie bei den Cupra-Modellen fünf Jahre. Zudem bieten wir ein hochattraktives Angebot für den Seat und den Cupra Leon beim Leasing über Volkswagen Financial Services Wartung&Verschleiß ab bereits 18 Euro netto. Mit kundenfreundlichen Optionen überzeugen wir viele von unseren Fahrzeugen.

## Mit dem Seat Leon und dem Cupra Leon gibt es zwei auf den ersten

## Blick identische Autos. Worin liegt die Differenzierung?

**C. Voß:** Seat und Cupra sind zwei Marken, die zwei unterschiedliche Zielgruppen ansprechen. Cupra verfolgt einen sportlicheren Ansatz und der Cupra Leon ist mit leistungsstärkeren Versionen verfügbar. Zudem steht der Designaspekt stärker im Mittelpunkt. In zahlreichen Details sind die Unterschiede deutlich erkennbar. Der neue Cupra Leon entspricht nach der neuesten Produktaufwertung der aktuellen Designsprache der Marke und unterscheidet sich sehr deutlich von seinem Vorgänger und entsprechend noch stärker vom Seat Leon.

## Das bedeutet, dass Seat eher die leistungsschwächeren Motoren bekommt und Cupra die PS-starken?

**C. Voß:** Seit dem Launch der Marke im Februar 2018 wurden die Cupra-Modelle stets mit den leistungsstärksten Motoren ausgestattet. Wichtig ist, dass wir markenübergreifend Antriebsvarianten zur Verfügung stel-

len, die alle Bedürfnisse befriedigen: von Elektro- über Hybridantriebe bis hin zu modernen und effizienten Benzin- und Dieselmotoren. Und das ist auf jeden Fall gewährleistet.

## Welche Motoren sind bei Seat und bei Cupra die beliebtesten?

**C. Voß:** Bei beiden Marken ist es weiterhin so, dass der Benziner bei unseren Flottenkunden auf der Beliebtheitsskala ganz oben steht – bei Cupra macht er fast, bei Seat etwas mehr als die Hälfte aus. Direkt dahinter folgen bei Seat der Diesel und der Plug-in-Hybrid. Bei Cupra hingegen liegt der PHEV hinter dem reinen Benzinmotor mit einem Anteil von fast 30 Prozent auf dem zweiten Platz. Diesel- und Elektroantrieb folgen dahinter.

## Der Cupra Leon bekam ein Facelift. Was passiert beim Seat Leon?

**C. Voß:** Das Exterieur beim neuen Cupra Leon zahlt voll auf die neue Designsprache von Cupra ein, das Update beim Seat-Pendant betrifft ausschließlich die inneren Werte: Neben zwei Mild-Hybrid-Optionen ist der Seat Leon mit einer neuen Generation von Plug-in-Hybridmotoren erhältlich. Sie bietet eine rein elektrische Reichweite von mehr als 100 Kilometern und die Batterie kann nun auch an einer Schnellladesäule aufgeladen werden. Zudem erhält der Seat Leon mit den Matrix-LED-Scheinwerfern ein technologisches Upgrade im Außenbereich. Die Matrix-LED-Scheinwerfer sind zum ersten Mal für ein Seat-Schrägheckmodell erhältlich. Im Innenraum setzt der Seat Leon auf ein verbessertes Digitalisierungspaket mit einem Upgrade der HMI-Schnittstellen – sowohl beim digitalen Cockpit (10,25 Zoll) hinter dem Lenkrad als auch beim nun 10,4-Zoll-Standard-Infotainmentsystem.

**Wer kauft Cupra, wer Seat?**

**C. Voß:** Seat bleibt für uns die gewohnte Flottenkonstante, insbesondere unter Betrachtung des Total Cost of Ownership (TCO). Unsere Seat-Modelle bleiben damit die perfekte Wahl für Großflotten. Cupra erfreut sich wachsender Beliebtheit bei den User-Choosern, ist durch die neuen voll-elektrischen Modelle aber zunehmend auch bei den großen Fuhrparks erfolgreich.

**Wie hoch ist der Anteil gewerblicher Zulassungen und wie hoch ist er im „relevanten Flottenmarkt“?**

**C. Voß:** Im ersten Halbjahr machten die gewerblichen Zulassungen bei Seat und Cupra gemeinsam betrachtet 61 Prozent der Gesamtzulassungen aus, der relevante Flottenmarkt kommt auf 33 Prozent.

**Der Tavascan ist nach dem Born der zweite E-Cupra. Der Born passt in die City. Welche Flotten soll der geräumige Tavascan ansprechen?**

**C. Voß:** Tatsächlich kommt unser erster vollelektrischer Cupra sehr gut bei den Flottenkunden an. So hat es der Born im ersten Halbjahr dieses Jahres in die Top Ten der Elektromodelle geschafft. Beim Tavascan ist es in der Tat so, dass er deutlich geräumiger ist. Insofern hoffen wir, durch die Verdoppelung unseres rein elektrischen Angebots neue Flottenkunden zu gewinnen und Bestandskunden zum Umstieg auf die Elektromobilität zu bewegen.

**Ein Manko des Tavascan ist dessen Ladeleistung. Die Konkurrenz bietet mehr zum ähnlichen Preis. Wie erklärt man potenziellen Kunden, dass 135 kW genug sind?**

**C. Voß:** Der Tavascan kann in nur sieben Minuten eine zusätzliche Reichweite von 100 Kilometern nachladen. Und wenn der Ladestand auf zehn Prozent abfällt, kann die Batterie an einer 135-kW-Ladestation in etwas weniger als einer halben Stunde auf 80 Prozent nachgeladen werden. Diese Werte sind absolut auf dem Niveau zahlreicher Wettbewerbsmodelle.

**Der Tavascan bietet kaum Optionen und kostet mehr als der technikverwandte Audi Q4. Hat Cupra spezielle Flottenkonditionen?**

**C. Voß:** Auch für den Tavascan bieten wir attraktive Großkundenkonditionen an. Zudem verfügen wir mit Volkswagen Financial Services über einen sehr guten Partner mit Flotten-Expertise und breit gefächertem Angebot. Darüber hinaus bieten wir beim Tavascan eine sehr attraktive und gute Grundausstattung.

**Was sollte Firmenkunden dazu bewegen, E-Autos einzufлотten?**

**C. Voß:** Es spricht meines Erachtens unglaublich viel für die E-Mobilität. Ganz vorn ist da der Umweltschutz – der geht uns alle an. Jeder Mensch kann einen kleinen Beitrag leisten, indem er lokal emissionsfrei unterwegs ist, und zwar nicht nur auf der Kurz- und Mittelstrecke, denn E-Autos sind inzwischen auch langstreckentauglich. Insofern ist der E-Antrieb mittlerweile auch für alle Nutzungstypen und -arten geeignet. Aber besonders gilt das für die Zielgruppen, die vor allem im urbanen Raum unterwegs sind, dort ist der Nutzwert am höchsten. Nicht zuletzt können Firmenkunden ihre grundsätzliche CO<sub>2</sub>-Bilanz deutlich verbessern. Mit einer heimischen Wallbox sowie Lademöglichkeiten am Firmensitz gibt es eigentlich

keine Argumente gegen einen Umstieg auf E-Mobilität.

**Ist CSRD ein Treiber der E-Mobilität?**

**C. Voß:** Wir stellen bereits fest, dass große Unternehmen ihre Policies auf E-Mobilität umstellen. So werden wir vermehrt zu Veranstaltungen eingeladen, bei denen wir den User-Choosern unsere Modelle präsentieren. Die Anforderungen der Nachhaltigkeits-Berichterstattung haben hierauf einen großen Einfluss, insbesondere bei Unternehmen in Branchen, in denen der Dienstwagen einen großen Teil zum CO<sub>2</sub>-Gesamtausstoß beiträgt. Diese Nachfrage wird zunehmen, je mehr das Thema auch bei den kleinen und mittleren Unternehmen in den Fokus rückt.

**Bietet Seat ein Fuhrparkmanagementsystem an, das markenoffen die gesamte Flotte managt?**

**C. Voß:** Mit unseren Marken Cupra und Seat arbeiten wir eng mit der Volkswagen Leasing zusammen. Sie bietet mit der Softwarelösung FleetCars ein Tool, mit dem auch ein Mehrmarken-Fuhrpark gemanagt werden kann. Darüber hinaus gibt es innerhalb des Konzerns weitere Lösungen, mit denen zum Beispiel Poolfuhrparks verwaltet werden können.

**Herr Voß, herzlichen Dank für Ihre Antworten.**

*mb*



**Der neue Cupra Leon ist gerade in Flotten beliebt, als TDI, TSI, eTSI und Phev.**