

Dank neuer Modelle und Export

SEAT IM DRITTEN JAHR IN FOLGE MIT ERGEBNISVERBESSERUNG

- **Nachsteuergewinn mit -30 Mio. Euro um 51 % gegenüber Vorjahr verbessert**
- **Martorell Produktionsvolumen steigt 2012 um 7 %**
- **652 Mio. Euro für Forschung und Entwicklung**
- **James Muir: „Wir haben unsere Hausaufgaben erledigt und das Jahr mit 14 % Wachstum begonnen.“**

Schinznach-Bad, 22. März 2013– SEAT führt die positive Unternehmensentwicklung fort: 2012, im schwierigsten Jahr der Wirtschaftskrise, erreichten die Investitionen zur Zukunftssicherung den höchsten Wert der vergangenen 20 Jahre. Mit 652 Millionen Euro liegt der Aufwand für Forschung und Entwicklung um fast 100 Millionen Euro über dem des Finanzjahres 2011. Trotz dieser beträchtlichen Ausgaben und einer leichten Zunahme der Belegschaft verbesserte der spanische Automobilhersteller den Nachsteuergewinn um 51 Prozent auf -30 Millionen Euro.

Dieser wichtige Meilenstein wurde dank des Kerngeschäfts des Unternehmens erreicht: Das Operative Ergebnis liegt um knapp 100 Millionen Euro über Vorjahr. Es beläuft sich für 2012 auf -134 Millionen Euro, was eine Verbesserung um 42 Prozent gegenüber 2011 (-232 Mio. Euro) bedeutet.*

„Das vergangene Jahr war mit dem substanziellen Rückgang der Fahrzeugnachfrage in Südeuropa noch schwieriger als prognostiziert. Aber bei SEAT haben wir unseren positiven Trend der vergangenen drei Jahre fortführen können“, betonte James Muir bei der Pressekonferenz zur Vorstellung der Ergebnisse 2012. Seit 2009 hat das Unternehmen die Operativen Verluste, die sich damals noch auf -391 Millionen Euro beliefen, um zwei Drittel gesenkt.

Holger Kintscher, Vorstand Finanzen und Organisation, unterstrich, dass „SEAT 2012 seine Fähigkeit bewiesen hat, den Ertrag zu steigern, die Kosten zu optimieren und den Cash-Flow zu erhöhen. Es gibt eine glasklare Entwicklung hin zur Profitabilität.“

Mehr Produkte und mehr Internationalität

Die Produktoffensive sowie die noch stärkere Internationalisierung waren neben dem ersten kompletten Jahr der Audi Q3 Produktion die Hauptfaktoren für das SEAT Wachstum im Jahr 2012. Das Resultat: Die Umsatzerlöse stiegen um über eine Milliarde Euro auf 6,1 Milliarden Euro (+21% ggü. Vorjahr).

Der Anteil der exportierten Fahrzeuge wuchs von 79 auf 83 Prozent; SEAT ist heute in 77 Ländern präsent. Dennoch konnte die Export-Steigerung den Absturz des südeuropäischen Automobilmarktes (-16%) nicht kompensieren: Mit insgesamt 321'000 Fahrzeugen gingen die weltweiten SEAT Auslieferungen um 8,3 Prozent zurück. Insbesondere in Deutschland, das sich erstmals zum volumenstärksten SEAT Markt entwickelte, erzielte die spanische

AMAG Automobil- und Motoren AG, Aarauerstrasse 20, 5116 Schinznach-Bad

1 Telefon: +41 56 463 98 08, Fax: +41 56 463 95 35, Email: seat.pr@amag.ch, www.seat.ch

Marke mit einem Zuwachs um 22,5 Prozent exzellente Resultate – und dies bei einem Rückgang des deutschen Pkw-Gesamtmarktes um fast drei Prozent.

SEAT trieb auch ausserhalb Europas das Wachstum voran: Zu den ausgezeichneten Ergebnissen in Mexiko (+16,6%), Nordafrika und dem Mittleren Osten kommen noch der Start in China sowie der Relaunch der Marke in Russland hinzu. SEAT vervierfachte die Auslieferungen in Algerien und legte in Israel um 43 Prozent zu. Insgesamt stiegen die Auslieferungen jenseits Europas um 46 Prozent. Knapp 18 Prozent des gesamten Absatzvolumens gingen 2012 in Märkte ausserhalb dieses Kontinents – das sind sieben Prozentpunkte mehr als im Vorjahr.

SEAT lieferte nach Plan und realisierte in beispiellosem Tempo pro Quartal eine Fahrzeug-Markteinführung. Der positiven Aufnahme der Mii Baureihe (3- und 5-Türer) folgte die neue Generation des Ibiza, dem in Spanien meistverkauften und -exportierten Fahrzeug. Die positiven Effekte des neuen Toledo werden sich in diesem Jahr zeigen. Und die Einführung des neuen Leon bringt die Zukunft der Marke auf den Punkt – Technologie, Qualität und Design.

Der Leon ist das erste Fahrzeug mit dem neuen SEAT Logo, das im September des vergangenen Jahres erstmals der Weltöffentlichkeit vorgestellt wurde und das der Transformation der spanischen Marke den finalen Schliff verleiht.

Wegweisend bei Ausbildung und Beschäftigung

Im Rahmen der SEAT Markteinführungen und dem ersten vollständigen Produktionsjahr für den Audi Q3 steigerte SEAT das Produktionsvolumen im Hauptwerk Martorell um sieben Prozent: 377'000 Fahrzeuge liefen hier 2012 von den Bändern. Diese Produktionsstätte in Barcelona, die erst kürzlich das 20-jährige Jubiläum feierte, zählt wegen ihrer Flexibilität und Produktivität zu den Benchmark Anlagen der Volkswagen Gruppe.

11'500 Arbeitsplätze (+71 ggü. Vorjahr) und insgesamt 14'000 in der gesamten SEAT Gruppe weisen das Unternehmen auch 2012 als Spaniens grössten Arbeitnehmer aus. Zudem übernahm SEAT die Pionierrolle für die Einführung des Dualen Ausbildungssystems. Nach deutschem Vorbild werden an der SEAT Berufsschule Theorie und Praxis verknüpft. Ausserdem erhöhte der neue Lehrplan die Zahl der Ausbildungsstunden. Die Azubis bekommen einen Berufsausbildungsvertrag und werden monatlich vergütet. Knapp 13 Millionen Euro gibt SEAT jährlich für Ausbildungsprogramme aus.

Stark in Grossvolumen-Segmenten

Im Jahr 2013 wird SEAT die Leon Baureihe erweitern. In wenigen Wochen kommt der Leon SC in den Handel. Diesem Modell, das beim Genfer Automobilsalon Weltpremiere feierte, folgt noch vor Jahresende eine Kombi-Version.

Diesen beiden Leon Varianten kommt eine Schlüsselrolle für die Steigerung des SEAT Absatzvolumens zu. Denn sie erweitern die Marktabdeckung im A Segment, dem volumenstärksten in Europa, in dem auch der neue Toledo positioniert ist. Im zweitgrössten Segment A0 ist SEAT bereits mit den drei Karosserie-Versionen der Ibiza Baureihe am Markt.



SEAT

Zusammenfassend sagte der SEAT Vorstandsvorsitzende James Muir: „Wir haben unsere Hausaufgaben erledigt. Unser Produkt-Portfolio ist heute sowohl hochwertig als auch nachhaltig. Denn über 40 Prozent der weltweit verkauften SEAT Fahrzeuge liegen mit ihren CO2-Emissionen bei unter 120 Gramm pro Kilometer. Jetzt müssen wir dieses Potenzial zum wirtschaftlichen Erfolg führen.“

Bereits zum Jahresbeginn 2013 zeichneten sich erste Resultate der Markteinführungen des neuen Mii, Ibiza, Toledo und Leon ab: Weltweit stiegen die SEAT Auslieferungen in den ersten beiden Monaten um 14 Prozent.

*SEAT berichtet nach dem spanischen Kontenplan, ohne Einbeziehung der Tochtergesellschaften. Volkswagen verwendet die internationalen IAS/IFRS Normen und konsolidiert die Zahlen der Marke SEAT.

Weitere Informationen: Karin Huber, PR SEAT
Telefon: +41 56 463 98 08 / E-Mail: karin.huber@amag.ch
www.seat.ch / www.seatpress.ch