



SEAT & CUPRA Eine Erfolgsgeschichte

**Vancore Group GmbH & Co.
KG**

Frankfurt

Kalbacher Hauptstrasse 37
60437 Frankfurt am Main
Germany
Tel.: +49 (0) 69 509 299 790
Fax: +49 (0) 69 509 299 799

Hamburg

Bogenstrasse 45d
20144 Hamburg
Germany
Tel.: +49 40 609409851
Fax: +49 40 609409859

info@vancoregroup.com
www.vancoregroup.com

SEAT S.A. 2016

Häufige Führungswechsel, Druck aus der Konzernzentrale, nachlassende Absatzkraft und geringe Arbeitgeber-Attraktivität für Top Leute und Innovatoren.

Das ist die **Ausgangssituation** bei SEAT S.A. und der Beginn unseres Strategieprojekts mit der SEAT-Mannschaft und später dem CUPRA Tribe.

SEAT S.A. & CUPRA 2023

Auslieferungen der Marke SEAT steigen in den ersten zwei Monaten des Jahres um 12 Prozent. CUPRA verzeichnet ein **exponentielles Wachstum** mit einem Anstieg von 75 Prozent.

Mit dem zweitgrößten Umsatz in der 73-jährigen Unternehmensgeschichte erzielte die SEAT S.A. 2022 ihr **bestes Ergebnis** der letzten fünf Jahre.

Der Standort Martorell wird **Produktionshub des Volkswagen-Konzerns** für Elektroautos. Darüber hinaus übernimmt SEAT im Konzern die Entwicklung von kleinen Elektroautos.

„Reinhard & his team have been crucial to IMPULSE the Spirit, the Attitude and Mindset of the CUPRA Tribe since the beginning. Setting up the Values, Culture and Organization to make a dream reality inspiring the world from Barcelona. Big dreams begin with few

“Talented & Inspired Believers”!

Antonino Labate, als COO CUPRA

Lesen Sie weiter, wie Projekt und Zusammenarbeit verlaufen sind...



Phase 1: Analyse, Ziele und Konzeption (2016-2017)

Das Strategieteam bewertet die strategische Gesamtsituation:

- Das Wachstum der Marke SEAT ist begrenzt.
- Wir wollen unser Image schärfen, die Marke besser positionieren, die Produkte attraktiver machen und in einem höheren Preissegment ansiedeln
- SEAT Sport soll als Keimzelle für etwas völlig Neues dienen.
- Als zukunftssträchtige Marke wird CUPRA gewählt.
- Kernprozesse und Haltung der Firma müssen grundlegend geändert werden.

„Dankbar bin ich für die Sensibilität und Durchsetzungsstärke der Berater, um das gesamte Managementteam zu einen. Personen und Ansatz passen zu meinem Verständnis der transformationalen Führung.“

Wayne Griffiths, CEO SEAT S.A. und CUPRA

Phase 2: Launch (2018-2021)

Zum Genfer Autosalon 2019 wird das erste speziell für die neue Marke entwickelte Konzeptfahrzeug CUPRA Formentor vorgestellt. Der Formentor verzeichnet schon 2021 einen revolutionären Absatzerfolg.

Wir begleiten den weiteren Strategieprozess mit folgenden Meilensteinen:

- Ausarbeitung der Strategie CUPRA mit der ersten schwerwiegenden Produktentscheidung: Der Formentor soll nur als CUPRA erscheinen, also nicht als SEAT mit CUPRA-Badge. Ein wichtiger Punkt ist die externe Kommunikation (Autosalon in Genf, IAA in Frankfurt).
- Organisatorische Alleinstellung von CUPRA, z. B. Sonderwege bei Personal, Gehalt, Einstellung, Einkaufsprozesse etc. Gleichzeitig Integration über CEO, COO und VP Sales. Am Standort Martorell soll die CUPRA-Zentrale entstehen.
- Erarbeitung und Start eines Transformationsprogramms, um SEAT und CUPRA weiterzuentwickeln und zusammenzuführen. Neben Organisation und Prozessen Fokus auf die interne Kommunikation und Unternehmenskultur.



„Endlich eine Beratungstruppe, die nicht nur Papier und Konzepte erzeugt, sondern auch den Weg begleitet, Dinge in die Umsetzung zu bekommen. Und dies auf eine völlig pragmatische Art und Weise.“

Sven Schuwirth, COO CUPRA

Phase 3: Wachstum (2021 ff.)

CUPRA ist die am schnellsten wachsende Marke in Europa, und SEAT S.A. hat seine Position im Konzern erneuert und gefestigt.

Der CEO baut seinen **CUPRA Tribe** auf: „eine Truppe von Gläubigen (..), die jeden Tag bereit sind, aus der Kurve zu fliegen und den Mut haben, rausgeschmissen zu werden, weil das irgendwem nicht gefällt.“

(Wayne Griffiths im Interview mit BILANZ, 29.06.2023)

Weitere Weichenstellungen und wichtige Themen im Strategieprozess sind:

- Ausarbeitung der globalen Wachstumsstrategie: USA, China etc.
- Übernahme von Aufgaben der SEAT S.A. für den Konzern, wie Batterie- und Zellproduktion sowie Führung Produktion im A-Segment
- Weiterentwicklung der Marken SEAT Auto und SEAT Mo
- Weitere Anpassung der Organisation und Prozesse
- Stärkung der Attraktivität als Arbeitgeber, Talentmanagement
- Welche Menschen und Fähigkeiten braucht die neue SEAT S.A.?

Eine beeindruckende Geschichte. Mit Freude schreiben wir an den nächsten Kapiteln mit.

„Wir wissen genau, wo wir hinwollen, und ich kann Ihnen versprechen, dass die Zukunft nicht langweilig wird. Wir werden uns selbst treu bleiben und authentisch sein, das ist der Geist des CUPRA Tribe.“

Wayne Griffiths, CEO SEAT S.A. und CEO CUPRA (cupraofficial.de)