



Globalisierung der Marke CUPRA

CUPRA Einführung in Australien: ein großer Schritt

- > Erste australische CUPRA City Garage in Sydney
- > Bis 2023 sind 15 Verkaufsstandorte weltweit geplant
- > Australien als strategisch wichtiger Markt im asiatisch-pazifischen Raum
- > Produktoffensive startet mit drei CUPRA Modellen

Sydney/Weiterstadt, 20. Juli 2022 – CUPRA hat seine erste australische City Garage im Herzen des zentralen Geschäftsviertels von Sydney eingeweiht. Die City Garage wird in den kommenden Tagen für die Öffentlichkeit zugänglich sein. Um diesen Meilenstein zu feiern, hat CUPRA ein spektakuläres Event mit Medien und Institutionen organisiert. Mit der Eröffnung unterstreicht CUPRA die ehrgeizigen Pläne, zu einer globalen Marke zu werden, und beweist, dass der Spirit der unkonventionellen Challenger-Brand keine Entfernungen kennt. Die erste Produktoffensive umfasst den CUPRA Ateca (Kraftstoffverbrauch kombiniert: 7,7 l/100 km; CO₂-Emissionen kombiniert: 175 g/km; CO₂-Effizienzklasse: D)*, den CUPRA Leon und den CUPRA Formentor.

„Unser Impuls, CUPRA in die Welt zu tragen, ist ungebrochen. Der Schritt nach Australien ist auch ein erster großer Schritt in Richtung Globalisierung von CUPRA“, sagte Wayne Griffiths, CEO von CUPRA. „Australien ist ein strategisch wichtiger globaler Markt für unsere Expansion im asiatisch-pazifischen Raum und darüber hinaus. Unsere Strategie in der Entwicklung der Marke hier in Australien beginnt mit der ersten Produktoffensive und den Modellen CUPRA Ateca, CUPRA Leon und CUPRA Formentor. Der CUPRA Born wird 2023 auf den Markt kommen, gefolgt von unseren neuen Helden: dem CUPRA Terramar, dem CUPRA Tavascan und dem CUPRA UrbanRebel ab 2025. Wir wollen die relevante, coole und begehrte Marke sein, die elektrische und sportliche Leistung kombiniert. Unser Ziel ist es, langfristig mehr als fünf Prozent Marktanteil im Elektrosegment zu erreichen.“



Das Ziel der Marke in Australien ist es, den jährlichen Absatz von 1.600 Fahrzeugen im Jahr 2022 auf 7.000 Fahrzeuge im Jahr 2025 mehr als zu vervierfachen. Seit der Markteinführung von CUPRA im Jahr 2018 ist der weltweite Umsatz der Marke von 430 Millionen Euro auf fast 2,2 Milliarden Euro im Jahr 2021 gestiegen. Diese Entwicklung hat es der Marke ermöglicht, von Barcelona nach Australien zu expandieren.

Erste Phase: Entwicklung der Marke und Start der Produktoffensive

Australien wird der erste Markt sein, in dem CUPRA zu 100 Prozent mit dem Agenturmodell vertrieben wird, und der erste, in dem eine vollständig digitale Customer Journey über eine End-to-End-Plattform angeboten wird. Es werden drei Fahrzeuge gleichzeitig auf dem australischen Markt eingeführt: der CUPRA Ateca, der CUPRA Leon und der CUPRA Formentor. Die Fahrzeuge sind mit einer breiten Palette von Motorvarianten, einschließlich Plug-in-Hybrid-Versionen (e-HYBRID), erhältlich.

Der CUPRA Ateca verkörperte 2018 als Pioniermodell die Vision der Marke. Er ist einzigartig in seinem Segment. Der CUPRA Ateca kombiniert einen 2,0-Liter-TSI-Motor mit 221 kW (300 PS) mit einem 7-Gang-DSG, dem 4Drive-Allradantrieb und der dynamischen Fahrwerkstechnologie DCC.

Zum CUPRA Ateca gesellt sich der „King of Leons“ – der CUPRA Leon. Ein Modell mit umfangreicher Antriebspalette, einschließlich Plug-in-Hybrid-Technologie und progressivem, dynamischem Design.

Und schließlich der CUPRA Formentor – das erste Fahrzeug, das eigens für die Marke entworfen und entwickelt wurde und einen Wendepunkt für CUPRA darstellt. Der CUPRA Formentor verdeutlicht in seiner Konsequenz das enorme Potenzial der Marke.

CUPRA wird auch den CUPRA Born in Australien vorstellen. Das erste vollelektrische Modell der Marke beweist, dass Elektrifizierung und Leistung perfekt zusammenpassen und dass Elektrofahrzeuge Spaß machen und sexy sein



können. Bestellungen sind ab dem letzten Quartal 2022 möglich, die Auslieferung erfolgt im ersten Quartal 2023.

„CUPRA ist die Performance-Marke für alle, die das Fahren und die Design lieben. Wir werden eine der ersten europäischen Marken sein, die den Australiern Plug-in-Hybrid-Elektrofahrzeuge anbieten“, sagte Ben Wilks, Direktor von CUPRA Australia. „Die über 11.000 Interessensbekundungen und die Verkäufe der Launch Edition sind eine bemerkenswerte Reaktion auf eine Marke, die in Australien völlig neu ist. Wir können es kaum erwarten, Anfang 2023 den CUPRA Born, das erste BEV der Marke, auf den Markt zu bringen.“

Ab 2025 wird die zweite Produktoffensive von CUPRA mit der Einführung des CUPRA Terramar, des CUPRA Tavascan und des CUPRA UrbanRebel beginnen.

CUPRA City Garage in Sydney: die siebte weltweit

Bei der Einweihung der CUPRA City Garage waren unter anderem der australische Held und Nationaltorwart Andrew Redmayne und der zukünftige Commonwealth-Bank-Matildas-Star Jada Whyman anwesend. CUPRA engagiert sich für den Fußball in Australien und hat vor Kurzem seine Partnerschaft mit den Socceroos und den Commonwealth Bank Matildas bekannt gegeben.

Die CUPRA City Garage ist mehr als nur ein Flagship-Store. Sie ist eine immersive Bühne, um die CUPRA Welt gemeinsam mit den Anhänger*innen der Marke zu erschaffen. Das Design der Garage, die sich in einem der bekanntesten Viertel der Stadt befindet, ist sowohl vom Mittelmeer als auch von der australischen Natur inspiriert. Zu den Besonderheiten gehört eine von Chris Princic geschaffene Wand mit Kunstwerken. Sie sind auch in mehreren anderen CUPRA City Garagen der Welt zu sehen.

Die CUPRA City Garage in Sydney ist weltweit die siebte City Garage nach Mexico City, Hamburg, München, Mailand, Lissabon und Rotterdam. CUPRA wird ab



August in allen wichtigen Städten mit neun Verkaufsstellen vertreten sein. Das Ziel der Marke ist es, im Jahr 2023 die Zahl von 15 Verkaufsstellen zu erreichen.

CUPRA ist die unkonventionelle Challenger-Brand, die Emotion, Elektrifizierung und Performance verbindet und die Welt von Barcelona aus inspiriert. Nach ihrer Etablierung als eigenständige Marke im Jahr 2018 hat CUPRA einen eigenen Firmensitz sowie eine Rennwagenschmiede in Martorell (Barcelona) errichtet und verfügt inzwischen über ein weltweites Netz spezialisierter Verkaufspunkte.

Im Jahr 2021 konnte CUPRA seinen Aufwärtstrend fortsetzen: Weltweit verkaufte die Marke 80.000 Fahrzeuge, was eine Verdreifachung im Vergleich zum Vorjahr darstellt – vor allem dank des großen Erfolgs des CUPRA Formentor. Die spanische Challenger-Brand beweist, dass Elektrifizierung und Sportlichkeit perfekt zusammenpassen, und erweitert in diesem Jahr die Modellvarianten des CUPRA Born, des ersten vollelektrischen Modells der Marke, um weitere Versionen mit unterschiedlichen Batteriekapazitäten sowie einer leistungsstärkeren e-Boost-Version. Außerdem kommt eine exklusive, limitierte Ausführung des CUPRA Formentor VZ5 auf den Markt. Der CUPRA Tavascan, das zweite vollelektrische Modell der Marke, wird 2024 erscheinen. Ein weiteres Jahr später folgt das erste urbane Elektroauto, das vom CUPRA UrbanRebel Concept inspiriert ist.

CUPRA gewann 2021 die PURE ETCR, die weltweit erste rein elektrische Tourenwagen-Meisterschaft, und nimmt weiterhin an der Extreme E teil, dem Wettbewerb für vollelektrische Offroad-Rennfahrzeuge. CUPRA ist offizieller Mobilitätspartner des FC Barcelona, Hauptsponsor der World Padel Tour und offizieller Sponsor des eSports-Klubs Finetwork KOI. Durch die Kooperation mit Marken wie Primavera Sound und De Antonio Yachts hat CUPRA sein eigenes Lifestyle-Universum kreiert. Der CUPRA Tribe bildet ein Team von Markenbotschafter*innen, die als treibende Kraft des Wandels agieren. Dazu gehören die olympischen Goldmedaillengewinner Adam Peaty (Schwimmen), Melvyn Richardson (Handball) und Saúl Craviotto (Kanu), der deutsche Torhüter Marc ter Stegen (Fußball) und die mit dem Ballon d'Or ausgezeichnete sowie zur FIFA-Weltfußballerin gewählte Alexia Putellas.

CUPRA Pressekontakt

Melanie Stöckl

Leiterin Kommunikation

T/ +49 6150 1855 450

melanie.stoeckl@seat.de

Sabine Stromberger

Sprecherin Produkt, Events und Lifestyle

T/ +49 61 50 1855 454

sabine.stromberger@seat.de



*Die angegebenen Verbrauchs- und Emissionswerte wurden nach den gesetzlich vorgeschriebenen Messverfahren ermittelt. Seit dem 1. September 2017 werden bestimmte Neuwagen bereits nach dem weltweit harmonisierten Prüfverfahren für Personenwagen und leichte Nutzfahrzeuge (Worldwide Harmonized Light Vehicles Test Procedure, WLTP), einem realistischeren Prüfverfahren zur Messung des Kraftstoffverbrauchs und der CO₂-Emissionen, typgenehmigt. Seit dem 1. September 2018 ersetzt der WLTP schrittweise den neuen europäischen Fahrzyklus (NEFZ). Wegen der realistischeren Prüfbedingungen sind die nach dem WLTP gemessenen Kraftstoffverbrauchs- und CO₂-Emissionswerte in vielen Fällen höher als die nach dem NEFZ gemessenen. Weitere Informationen zu den Unterschieden zwischen WLTP und NEFZ findest du unter www.seat.de/ueber-seat/wltp-standard.html

Aktuell sind noch die NEFZ-Werte verpflichtend zu kommunizieren. Soweit es sich um Neuwagen handelt, die nach WLTP typgenehmigt sind, werden die NEFZ-Werte von den WLTP-Werten abgeleitet. Die zusätzliche Angabe der WLTP-Werte kann bis zu deren verpflichtender Verwendung freiwillig erfolgen. Soweit die NEFZ-Werte als Spannen angegeben werden, beziehen sie sich nicht auf ein einzelnes, individuelles Fahrzeug und sind nicht Bestandteil des Angebotes. Sie dienen allein Vergleichszwecken zwischen den verschiedenen Fahrzeugtypen.

Zusatzausstattungen und Zubehör (Anbauteile, Reifenformat, usw.) können relevante Fahrzeugparameter, wie z.B. Gewicht, Rollwiderstand und Aerodynamik verändern und neben Witterungs- und Verkehrsbedingungen sowie dem individuellen Fahrverhalten den Kraftstoffverbrauch, den Stromverbrauch, die CO₂-Emissionen und die Fahrleistungswerte eines Fahrzeugs beeinflussen.

Weitere 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.