



Musik-Strategie

CUPRA ist Partner des Rolling Loud Festivals

- > Hip-Hop-Festival findet vom 7. bis 9. Juli in München statt
- > Dreitägiges Event mit Weltstars wie Kendrick Lamar, Wizkid und Travis Scott
- > Gamechanger-Talk in der CUPRA City Garage: „Females in Hip Hop“

Weiterstadt/München, 30. Juni 2023 – Das Rolling Loud gehört zu den weltweit größten Hip-Hop-Festivals und findet in diesem Jahr erstmals auch in Deutschland statt. Hip-Hop ist ein wichtiger Teil der Jugendkultur und Ausdruck ihres Lebensgefühls. Das Rolling Loud erwartet vom 7. bis zum 9. Juli mehr als 200.000 Gäste auf dem Münchner Messegelände. CUPRA ist bei diesem bisher einmaligen Event als Partner am Start. Dazu passend findet einen Tag vorher ein spannender Gamechanger-Talk mit dem Titel „Females in Hip Hop“ in der CUPRA City Garage in München statt.

CUPRA Deck: Best View auf Lieblingsartists

Für die Besucher*innen hat sich die spanische Challenger-Brand im Rahmen des Rolling Loud Festivals etwas Besonderes einfallen lassen: Die rund 3.000 Quadratmeter umfassende große VIP-Area beinhaltet auch das CUPRA Deck – eine exklusive 40 Quadratmeter große und um vier Meter erhöhte Top-View-Plattform. Die begehrten Plätze für das CUPRA Deck werden direkt auf dem Festivalgelände verlost, damit haben die Festivalbesucher*innen die Chance auf eine ganz besondere Perspektive und bleibende Erinnerungen. Täglich werden mehrere Slots vergeben.



„Wir wollen unsere Marke emotionalisieren und kulturell verwurzeln. Das gelingt uns mit Genres wie Hip-Hop, weil Hip-Hop ein starker Ausdruck der heutigen Kultur in der jungen Zielgruppe darstellt. Beispielsweise werden angesagte Modelabels heute sehr stark von Hip-Hop inspiriert, indem sie sich Impulse und Kreativität in Form von Kollaborationen zu Nutze machen. Genau diese Identifikation suchen wir auch und wollen damit die Sprache unsere Zielgruppe sprechen“, sagt Giuseppe Fiordispina, Leiter Marketing bei CUPRA Deutschland.

#gamechangertalk: „Females in Hip Hop“

Dinge hinterfragen, bestehende Strukturen aufbrechen und Veränderungen herbeiführen. Die CUPRA City Garage München ist der Ort für inspirierende Gamechanger-Talks und kreative Impulse. Passend zum Rolling-Loud-Festival steht am 6. Juli das Thema „Females in Hip Hop“ im Vordergrund. In drei Blöcken wird über die Bereiche Entwicklung der Female-Hip-Hop-Culture, die Rolle der Frau im Hip Hop aktuell und über die Zukunft der Szene in Bezug auf die Gleichberechtigung im Hip Hop gesprochen. Dazu hat CUPRA ganz besondere Gäste eingeladen.

Tatjana Wenig ist Music-Video-Regisseurin und Gründerin des Kollektivs „Female Force“. **Fenna Lang** ist Influencerin aus Berlin, sie arbeitet unter anderem mit Modemarken wie Highsnobiety und Ravani zusammen. **Steph** ist Musikjournalistin und steht für Frauenpower in der deutschen Hip-Hop-Branche. **Lara Muhn** ist verantwortlich für die Strategie und Markenkompetenz bei dem Beratungsunternehmen „The Ambition“. Sie arbeitet seit mehr als zehn Jahren als kreative und digitale Strategin und ist Expertin für Hip-Hop-Kultur.

Musik-Engagement als wichtiger Bestandteil der CUPRA DNA

CUPRA verstärkt sein Engagement in der Musik-Szene mit der Präsenz auf dem Rolling Loud Festival. In der elektronischen Musikszene hat sich die spanische Challenger-Brand mit den CUPRA Music Labs, den Partnerschaften mit dem Parookaville Festival und Boiler Room sowie den Markenbotschaftern Stefan Dabruck und Hugel bereits einen Namen gemacht. Durch die Zusammenarbeit mit dem Rolling Loud Festival ist



CUPRA auch erstmalig im Hip-Hop-Umfeld aktiv. Musik spielt eine wichtige Rolle bei der Emotionalisierung der Marke und Kooperationen wie diese entsprechen dem Spirit der spanischen Challenger-Brand.

CUPRA ist die unkonventionelle Challenger-Brand, die Emotion, Elektrifizierung und Performance verbindet und die Welt von Barcelona aus inspiriert. Die Marke stellt traditionelle Denkweisen infrage und steht somit für den Zeitgeist einer neuen Generation. CUPRA wurde 2018 gegründet. Der Hauptsitz sowie eine Rennsportabteilung der Marke sind in Martorell (Barcelona) angesiedelt. Zudem verfügt CUPRA inzwischen über ein weltweites Netz spezialisierter Verkaufspunkte.

Im Jahr 2022 wurde der Aufwärtstrend der spanischen Challenger-Brand fortgesetzt: Weltweit lieferte CUPRA mehr als 150.000 Fahrzeuge aus und beweist, dass Elektrifizierung und Sportlichkeit perfekt zusammenpassen. Bislang war jede Markteinführung eines neuen Modells ein Meilenstein bei der Definition des Charakters der Marke durch ein mutiges und unverwechselbares Design: der CUPRA Ateca, ein einzigartiges Modell in seinem Segment, der CUPRA Leon, das erste Elektromodell dank der Plug-in-Hybrid-Antriebe, der CUPRA Formentor, das erste exklusiv entwickelte und bislang am meisten verkaufte Modell, und der CUPRA Born, das erste vollelektrische Fahrzeug der Challenger-Brand.

CUPRA ist offizieller Premiumsponsor der World Padel Tour und Partner der Formel E, der DTM, der Rennsimulation Forza Horizon sowie der Musikfestivals Parookaville und Rolling Loud. CUPRA nimmt als einzige Automobilmarke gleichzeitig an den vollelektrischen Rennserien Extreme E und Formel E teil. Der CUPRA Tribe besteht aus Markenbotschafter*innen, die die treibende Kraft des Wandels sein wollen. Dazu zählen unter anderem der Torhüter der deutschen Fußballnationalmannschaft der Männer, Marc ter Stegen, sowie die zweimalige Ballon-d'Or-Gewinnerin und FIFA-Weltfußballerin des Jahres, Alexia Putellas. In Deutschland sind unter anderem der Influencer Daniel Abt, die Schauspieler Ken Duken, Vladimir Burlakov und Tom Beck sowie die Schauspielerin und Moderatorin Nikeata Thompson als Markenbotschafter*innen für CUPRA aktiv.

CUPRA Pressekontakt

Melanie Stöckl

Leiterin Kommunikation
T/ +49 151 – 14 72 66 03
melanie.stoeckl@seat.de

Sabine Stromberger

Sprecherin Produkt, Events und Lifestyle
T/ +49 151 – 14 72 66 05
sabine.stromberger@seat.de