



Neue Impulse zum vierten Geburtstag – CUPRA²

CUPRA präsentiert ehrgeizige Vision für 2022

- > Die Challenger-Brand will mit CUPRA² in neue Dimensionen vorstoßen
- > Ziel: Verdopplung von Absatz, Umsatz, CUPRA Master und CUPRA City Garagen
- > Neben CUPRA Tavascan und UrbanRebel: zwei weitere neue CUPRA Modelle
- > Launch von Metahype: CUPRA ist mehr als nur ein Fahrzeughersteller
- > Die CUPRA² Experience: das Rennerlebnis für die reale und die virtuelle Welt

Martorell/Weiterstadt, 22. Februar 2022 – CUPRA startet das nächste Level. An ihrem vierten Geburtstag stellte die unkonventionelle Challenger-Brand ihre ehrgeizige Vision für das aktuelle Jahr vor: CUPRA². Während eines weltweit gestreamten speziellen Online-Events kündigte die Marke zwei weitere neue Modelle an. Darüber hinaus will CUPRA mit einer gemeinschaftlichen Plattform im Metaversum, dem Metahype, eine völlig neue Dimension für emotionale Erlebnisse öffnen.

CUPRA²: eine ehrgeizige Vision für 2022

„Unser vierter Geburtstag hat eine besondere Bedeutung für uns. Unser Plan für 2022 ist, unseren Absatz, unser Vertriebsnetz und unseren Umsatz zu verdoppeln. Deshalb haben wir unsere Vision CUPRA² getauft“, erklärt Wayne Griffiths, CEO von CUPRA. „Vor vier Jahren standen viele unseren Plänen skeptisch gegenüber, aber wir haben nie an uns selbst gezweifelt. In diesem Jahr werden wir erneut beweisen, dass nichts unsere ehrgeizigen Visionen stoppen kann.“

CUPRA beabsichtigt außerdem, sein globales Vertriebsnetz der CUPRA Master und CUPRA City Garagen zu verdoppeln, um diese einzigartigen Angebote dem CUPRA Tribe auf der ganzen Welt zugänglich zu machen.



Verdoppelung der CUPRA Produktpalette

Wayne Griffiths gab auch bekannt, dass CUPRA in den nächsten zwei Jahren zwei weitere neue Modelle ankündigen und damit sein bestehendes Portfolio von aktuell vier Modellen (CUPRA Ateca, CUPRA Leon, CUPRA Formentor und CUPRA Born) verdoppeln wird. Dies folgt auf die Ankündigung vom vergangenen Jahr, dass der CUPRA Tavascan, das zweite vollelektrische Fahrzeug der Marke, im Jahr 2024 auf den Markt kommen wird, gefolgt vom CUPRA UrbanRebel, dem elektrischen Stadtauto, im Jahr 2025.

Metahype: emotionale Erlebnisse auf der nächsten Ebene

Einzigartige Emotionen sind das Herzstück von CUPRA, und im Laufe dieses Jahres werden die emotionalen Erlebnisse in einem völlig neuen Raum existieren, wenn die Marke das Metaversum betritt. **„Metahype ist unsere Interpretation dieses neuen Universums. Es ist ein gemeinschaftlicher Raum, in dem Marken, Start-ups und Erschaffende viele unterschiedliche Events und Erlebnisse für Menschen bereitstellen, um sich zu treffen und Kultur zu erschaffen und zu teilen“**, sagt Wayne Griffiths. **„Mit dem Betreten des Metaversums beweist CUPRA einmal mehr, dass wir eine Marke sind, die mehr als nur ein Fahrzeughersteller ist.“**

Metahype wurde in Zusammenarbeit mit VISYON entwickelt, einem preisgekrönten kreativ-immersiven Unternehmen der Mediapro-Gruppe, bei dem sich alles um Zusammenarbeit dreht. Angefangen mit Marken aus der Musik- und Unterhaltungswelt wie Primavera Sound und UBEAT, wird CUPRA mit Partnern aus verschiedenen Bereichen zusammenarbeiten, um die neue Generation zu inspirieren. In einem Gespräch mit der weltweit anerkannten Zukunftsforscherin und Chief Metaverse Officer Cathy Hackl erklärte Griffiths, dass Marken und Personen in Metahype in der Lage sein werden, künstlerische Inhalte wie NFTs zu präsentieren, digitale und physische Produkte zu zeigen sowie Inhalte zu streamen.

CUPRA wird seinen eigenen Bereich innerhalb der Plattform haben – einen Ort, an dem es neue und spektakuläre Erlebnisse für den CUPRA Tribe an verschiedenen



Stationen der Customer Journey kreieren kann. „Mit virtuellen Welten haben Marken die Möglichkeit, völlig neue, immersive Erlebnisse für ihre bestehenden und zukünftigen Kundinnen und Kunden zu erschaffen. Dies ist eine großartige Gelegenheit für CUPRA, sich via Metahype auf innovative und äußerst authentische Art und Weise mit seinen Communitys zu verbinden“, teilte Cathy Hackl mit.

CUPRA² Experience: ein Rennerlebnis, das seinesgleichen sucht

CUPRA begnügt sich allerdings nicht nur damit, seine emotionalen Erlebnisse ins Metaversum zu bringen, sondern gab zugleich auch die Einführung eines der ersten Rennerlebnisse bekannt, bei dem die reale und die virtuelle Welt zusammengeführt werden: die CUPRA² Experience (CUPRA Squared Experience). **„Mit unserem vollelektrischen UrbanRebel bringen wir die CUPRA² Experience in die Welt; ein einzigartiges Rennerlebnis, bei dem das, was Sie fahren, real ist, aber das, was Sie sehen, virtuell ist“**, erklärt Antonino Labate, Direktor für Strategie, Geschäftsentwicklung und Operations bei CUPRA. **„Mit der CUPRA² Experience sind wir bereit, die traditionellen Rennsportformate herauszufordern.“**

Im Vorfeld des Launches der CUPRA² Experience wird CUPRA sein erstes NFT des UrbanRebel versteigern. Die gewinnende Person erhält die Möglichkeit, die erste Fahrerin oder der erste Fahrer der CUPRA² Experience zu sein.

Mit der Einführung von Metahype, der CUPRA² Experience und zwei neuen Modellen am Horizont feiert CUPRA seinen vierten Geburtstag und zeigt einmal mehr die Fortschrittlichkeit und den Impuls, niemals stehen zu bleiben.



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