



Kampagne

CUPRA Tavascan Installation bietet 3D-Erlebnis in Berlin

- > Digitale Aktivierungs-Aktion am Kurfürstendamm
- > Speziell produziertes Video erzeugt beeindruckende 3D-Illusion
- > CUPRA Tavascan auf LED-Screen bis Ende Oktober zu sehen

Weiterstadt/Berlin, 26. Oktober 2023 – Ein außergewöhnliches 3D-Erlebnis bietet sich Passant*innen am Kurfürstendamm in Berlin: Auf dem größten LED-Screen der Stadt präsentiert die spanische Challenger-Brand den CUPRA Tavascan in einer digitalen Aktivierungs-Aktion. Zum Anfassen realistisch wirkt die 3D-Darstellung des vollelektrischen SUV-Coupés auf der speziellen Videoleinwand. Das beeindruckende visuelle Erlebnis ist bis Ende Oktober zu sehen.

„Das 3D-Erlebnis gehört zu den modernsten Werbemedien im öffentlichen Raum. Solche Visualisierungen erzeugen große Aufmerksamkeit und führen zu einer hohen Werbewirkung und Weiterverbreitung in sozialen Medien – die perfekte Plattform also für den CUPRA Tavascan“, sagt Giuseppe Fiordispina, Leiter Marketing bei der SEAT Deutschland GmbH.

CUPRA Tavascan auf 104 Quadratmetern

Das Video des CUPRA Tavascan wird an einer der prominentesten Ecken des Ku’damms in Berlin – Ecke Joachimsthaler Straße – auf einem 104 Quadratmeter großen LED-Screen präsentiert. Die Werbefläche gehört zu den größten für Fremdwerbung zugelassenen LED-Screens in Deutschland. Die Besonderheit dieses LED-Screens ist die Möglichkeit, sogenanntes „anamorphes 3D“ oder „Forced-Perspective-3D-Illusionen“ darzustellen. Für diese besonders plastische Art der 3D-Darstellung produzierte CUPRA ein spezielles Video, bei dem das Fahrzeug aus dem Screen herauszukommen scheint.



Modernste Werbemedien für das modernste Fahrzeug

Die Forced-Perspective-3D-Illusion ist eine ebenso ungewöhnliche wie hochmoderne Displaytechnologie, die perfekt zur Marke und zum Produkt passt. Die riesige 3D-Illusion des CUPRA Tavascan ist ein Eyecatcher, der zur Weiterverbreitung in den sozialen Medien einlädt und dadurch die Werbewirkung noch erhöht. Das SUV-Coupé transportiert die emotionale Designsprache der Marke und ist ein wichtiger Schritt hin zur Elektrifizierung der 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 Menschen, 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 Members of the CUPRA Tribe.



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

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.