



Vollelektrisches SUV-Coupé

CUPRA Tavascan x Willow Smith: Startschuss der Launchkampagne

- > US-Superstar interpretiert einen Klassiker aus den 1980er-Jahren neu
- > Kampagne für das vollelektrische SUV-Coupé startet bereits diese Woche

Martorell/Weiterstadt, 25. September 2024 – Mit der neuen Kampagne „ONE OF THEM. ONE OF US.“ startet die Challenger-Brand in die offizielle Launchphase des CUPRA Tavascan. Prominenter Star der Kampagne, die ab dieser Woche on air geht, ist die US-amerikanische Sängerin und Schauspielerin Willow Smith – Tochter des Hollywoodstars Will Smith. „ONE OF THEM. ONE OF US.“ ist dabei die Hommage an den CUPRA Tribe. An Menschen, die den Status quo infrage stellen, Grenzen überwinden und ihre Energie daraus schöpfen, traditionelle Denkmuster zu hinterfragen, um Neues zu schaffen.

„Everybody Wants to Rule the World“

Die Kampagne wurde an surrealen Plätzen gedreht und zeigt einzigartige Orte, an denen die Rebell*innen leben – außergewöhnliche Individuen, die es wie der CUPRA Tavascan wagen, anders zu sein. Die Bilder betonen die Einzigartigkeit des Modells und heben das Fahrerlebnis und seine Leistung hervor. Der Soundtrack von Willow Smith, eine R&B-Version des Klassikers „Everybody Wants to Rule the World“ von „Tears for Fears“ aus dem Jahr 1985, greift den rebellischen Geist der Kampagne auf und fängt den Wunsch ein, Konventionen in Frage zu stellen. „ONE OF THEM. ONE OF US.“ endet mit einem außergewöhnlichen Bild des CUPRA Tavascan, der vertikal an einem Kran hängt – eine ikonische Interpretation von CUPRA, die den Ehrgeiz der Marke symbolisiert, sich von der Tradition zu lösen und neue Perspektiven zu erkunden.

„Der CUPRA Tavascan ist die Verwirklichung unseres Traums, der erste Held einer neuen Ära. Er ist ein Fahrzeug, das unseren rebellischen Geist symbolisiert und nicht



auf Veränderungen reagiert, sondern sie selbst schafft. Die Kampagne richtet sich direkt an diejenigen, die es wagen, die Zukunft neu zu interpretieren, indem sie sich von Konventionen lösen, und an diejenigen, die dazu berufen sind, Teil des CUPRA Tribes zu sein“, sagt Ignasi Prieto, Chief Brand Officer von CUPRA. „Willow Smith, eine vielseitige Künstlerin, die mit ihrer Authentizität den Spirit des Unkonventionellen symbolisiert, spiegelt die Verbindung zwischen dem CUPRA Tavascan und denen, die davon träumen, über das Etablierte hinauszugehen, wider.“

„Beim CUPRA Tavascan geht es nicht allein um den Kauf eines Autos. Es geht darum, Regeln zu brechen, den Beweis anzutreten, dass es bei Elektromobilität um Emotionen und außergewöhnliches Design und nicht nur um Technik oder die alte Vision von Sportlichkeit geht“, sagt Giuseppe Fiordispina, Leiter Marketing bei CUPRA in Deutschland. „Die neue CUPRA Tavascan Kampagne ist eine Hommage an die Challenger und die Rebellinnen und Rebellen. Denn diese Menschen teilen unseren CUPRA Spirit. Somit sind wir ‚ONE OF THEM‘ und sie sind ‚ONE OF US‘.“

Benannt nach einer kleinen Ortschaft in den Pyrenäen

Der CUPRA Tavascan ist das erste vollelektrische SUV-Coupé der Challenger-Brand – entworfen und entwickelt in Barcelona. Er ist benannt nach einer kleinen Ortschaft, nur wenige Kilometer von der französischen Grenze entfernt, inmitten der imposanten Pyrenäen. Seit seiner Weltpremiere im vergangenen Jahr in Berlin ist der CUPRA Tavascan wegweisend für die neue Designsprache der Marke. Bereits in den vergangenen zwei Monaten waren im Rahmen einer Händler-Roadshow exklusive Probefahrten mit dem neuen Modell möglich, bei der zahlreiche Car-Lover das vollelektrische SUV-Coupé hautnah kennengelernt haben. Nun kommt das Modell auch offiziell in den Handel.



CUPRA ist die unkonventionelle Challenger-Brand, die Emotion, Elektrifizierung und Performance verbindet und die Welt von Barcelona aus inspiriert. Seit dem Launch im Jahr 2018 hat sich CUPRA zu einer der am schnellsten wachsenden Automarken in Europa entwickelt und verfügt über ein weltweites Netz spezialisierter Verkaufspunkte.

CUPRA beweist mit seinen Modellen, dass Elektrifizierung und Sportlichkeit perfekt zusammenpassen. Im Jahr 2023 erreichte die Marke mit weltweit mehr als 230.000 ausgelieferten Fahrzeugen einen neuen Höchstwert. Jede Markteinführung eines neuen Modells markiert einen weiteren Meilenstein in der Definition des Charakters der Marke, mit einem anspruchsvollen und originellen Design: der CUPRA Ateca, ein einzigartiges Modell in seinem Segment; der CUPRA Leon, das erste elektrifizierte Fahrzeug der Marke dank eines Plug-in-Hybridantriebs; der CUPRA Formentor, das erste Modell, das exklusiv von CUPRA entwickelt wurde und sich zum absoluten Topseller entwickelte; und der CUPRA Born, der erste vollelektrische CUPRA.

CUPRA ist offizieller Automobil- und Mobilitätspartner des FC Barcelona, Premiumsponsor der World Padel Tour und offizieller Sponsor des eSports Clubs Finetwork KOI. CUPRA ist auch stolz darauf, an der Formel-E-Meisterschaft teilzunehmen. Der CUPRA Tribe besteht aus einer Gruppe von Menschen, die die treibende Kraft des Wandels sein wollen. Zu den Mitgliedern gehören der oscar-nominierte Filmregisseur J.A. Bayona, der Formel-E-Fahrer Lucas di Grassi, der Street Artist TVBoy, die olympischen Goldmedaillengewinner Adam Peaty und Saul Craviotto, der deutsche Fußballtorwart Marc ter Stegen und die zweifache Ballon d'Or-Siegerin sowie FIFA Weltfußballerin Alexia Putellas. In Deutschland sind unter anderem der Unternehmer Daniel Abt sowie die Schauspieler Ken Duken und Vladimir Burlakov Members of the CUPRA Tribe.

PRENSA PREMSA NEWS PRESSE STAMPA

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

CUPRA