



Preisgekrönte Kooperation

„CUPRA x ROSALÍA“-Video in Berlin ausgezeichnet

- > „Berlin Commercial“-Award prämiert visuelle schöpferische Leistungen
- > Neuinterpretation des ROSALÍA-Songs „Abcdefg“ erfolgreich
- > Video holt den Preis in der Kategorie „Editing“

Berlin/Weiterstadt, 29. August 2023 – Die außergewöhnliche Zusammenarbeit von CUPRA und der spanischen Künstlerin ROSALÍA ist jetzt auch preisgekrönt: Beim „Berlin Commercial“ erhielt das Video mit der Neuinterpretation des Interludes „Abcdefg“ von ROSALÍA den Award in der Kategorie „Editing“. Die „Berlin Commercial“ gilt als Festival für Schöpfer*innen visueller Kultur.

„ROSALÍA ist mutig, anders und unglaublich inspirierend. Sie lebt den Spirit, den CUPRA ebenfalls verkörpert, deswegen ist das Ergebnis dieser Zusammenarbeit auch so authentisch“, erklärt Giuseppe Fiordispina, Leiter Marketing bei SEAT Deutschland, den Erfolg des Videos.

„Berlin Commercial“

Das Creator-Festival „Berlin Commercial“ bewegt sich im Spannungsfeld zwischen Film, Lifestyle, Kreativkultur und Mainstream. Es bringt Menschen und Unternehmen aus der Werbefilmbranche zusammen und gibt Visionen sowie schöpferischen Ideen Gestalt.

In diesem Jahr kamen vom 21. bis 25. August mehr als 3.000 Fachleute aus der Kreativ- und Werbebranche zusammen, um Kontakte zu knüpfen und die diesjährigen Preisträger*innen zu feiern. Bei der Hauptveranstaltung am vergangenen Wochenende räumte auch die Kooperation der spanischen Automarke mit der Künstlerin ROSALÍA einen Preis ab. In der Kategorie „Editing“ überzeugte das Video der Neuinterpretation von „Abcdefg“ auf ganzer Linie.



CUPRA und ROSALÍA

Die Sängerin ROSALÍA inspiriert – wie CUPRA – die Welt von Barcelona aus. Sie wurde in den vergangenen Jahren zu einem der bekanntesten internationalen Superstars Spaniens mit Millionen von Fans weltweit. Ihren viralen Hit „Abcdefg“ vom Grammy-prämierten Album MOTOMAMI interpretierte die Künstlerin zusammen mit CUPRA neu. Das aus der gemeinsamen Kampagne entstandene Video wurde nun bei der Preisverleihung ausgezeichnet.

„Ein einziges Wort oder ein Buchstabe reicht nicht aus, um CUPRA zu beschreiben, man braucht viel mehr – am besten ein ganzes Alphabet“, sagt Ignasi Prieto, Global Marketing Director von CUPRA. So entstand die Idee, „Abcdefg“ von ROSALÍA neu zu interpretieren. Nachdem die Texte fertig waren, lieh ROSALÍA diesem unkonventionellen Alphabet in einem Studio in Miami ihre Stimme, anschließend folgte die visuelle Bearbeitung. In fünf Tagen wurden mehr als 40 Szenen gedreht. Alles in allem dauerte die kreative Produktion drei Monate, bis das Endprodukt fertiggestellt war.

Eine tragende Rolle in dem Video spielen auch die aktuellen Fahrzeuge der spanischen Challenger-Brand. Die Modelle CUPRA Born und CUPRA Formentor sowie der für 2024 angekündigte CUPRA Tavascan und das Konzeptfahrzeug CUPRA Raval sind kunstvoll in das Video eingebettet.

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

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.