



Award

Sechsfacher Erfolg: CUPRA zeigt Innovationskraft bei den SMARTIES Awards 2024

- > **Challenger-Brand gewinnt „Brand of the Year“-Award**
- > **Kampagnen „The Music Hero“ und „CUPRA x Padel“ ausgezeichnet**
- > **Erfolg durch Kreativität, Technologie und starke Zielgruppenbindung**

Berlin/Weiterstadt, 5. Dezember 2024 – Großer Erfolg für CUPRA bei den SMARTIES Awards 2024: Die Marke wurde gleich sechs Mal ausgezeichnet, darunter als „Brand of the Year“. Prämiert wurde die Challenger-Brand für ihre herausragenden Leistungen – von innovativen Kampagnen über eine starke Marktpräsenz bis hin zu nachhaltigen Verbindungen zur Zielgruppe.

Neben dem „Brand of the Year“-Award gingen fünf weitere Auszeichnungen an zwei erfolgreiche Kampagnen der Marke: „The Music Hero“ erhielt je einmal Gold in den Kategorien „Brand Experience Europe“ und „Creator/Influencer/Celebrity Marketing DACH“ sowie einmal Bronze in der Kategorie „Brand Experience DACH“. Die Kampagne „CUPRA x Padel“ wurde mit Gold in der Kategorie „Brand Experience DACH“ und mit Silber in der Kategorie „Gaming, Gamifications und E-Sports DACH“ prämiert. Mit ihnen beweist die Challenger-Brand ihre Innovationskraft und die Fähigkeit, neue Zielgruppen erfolgreich anzusprechen.

Anerkennung für Wirkung und Kreativität

Die SMARTIES Awards von MMA Germany würdigen kreative Marketingansätze mit messbarem Business-Impact. CUPRA überzeugte mit zwei Projekten, die die Gen Z in den Fokus stellten und dabei kulturelle Trends sowie innovative Technologien kombinierten, um sowohl die Markenbekanntheit zu steigern als auch die emotionale Bindung zu stärken.



„Diese sechs Auszeichnungen zeigen, dass CUPRA die Sprache der nächsten Generation nicht nur versteht, sondern auch erfolgreich Kampagnen in ihrem Umfeld platzieren kann“, sagt Giuseppe Fiordispina, Leiter Marketing bei CUPRA in Deutschland. **„Ich bin stolz auf unser Team und alle Partner*innen, die diese Projekte möglich gemacht haben. Ihr seid die Innovationskraft hinter CUPRA.“**

Ein virtueller DJ als Publikumsmagnet

„The Music Hero“ vereinte Musik und Gaming mit interaktiven Erlebnissen. CUPRA entwickelte gemeinsam mit Tribe Member DJ HUGEL einen virtuellen Avatar, der auf Plattformen wie Twitch oder Spotify und bei Events wie dem Parookaville-Festival auftrat. Das Projekt erzielte über 215.000 Teilnahmen, erhöhte die Markenbekanntheit um 46 Prozent in der anvisierten Zielgruppe und einen Zuwachs bei den Fahrzeugverkäufen um 31 Prozent.

Trendsport trifft Gaming

Mit „CUPRA x Padel“ brachte CUPRA die Sportart Padel erstmals in die digitale Welt von Fortnite. Interaktive Padel-Courts und gezielte Creator-Kampagnen auf Plattformen wie TikTok und Twitch ermöglichten es, die Gen Z direkt in ihrer digitalen Umgebung zu erreichen. Die Engagement-Ziele wurden um 136 Prozent übertroffen.

Die Marke der nächsten Generation

Seit 2018 setzt CUPRA neue Impulse in der Automobilbranche. Die Positionierung zwischen Volumen- und Premiumsegment sowie ein Fokus auf Design, Elektrifizierung und Performance machen die Marke zu einem Vorreiter für eine Generation, die den Status quo hinterfragt und sich nicht mehr mit den Fahrzeugen ihrer Elterngeneration identifizieren kann.

CUPRA ist die unkonventionelle Challenger-Brand, die Emotion, Elektrifizierung und Performance vereint, um die Welt von Barcelona aus zu inspirieren. 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, der als eigenständiges CUPRA Modell neu gestaltet und verbessert wurde; der CUPRA Formentor, das erste Modell, das exklusiv von CUPRA entwickelt wurde sowie das derzeit meistverkaufte Fahrzeug des Unternehmens; der CUPRA Born, der erste vollelektrische Modell der Marke; der CUPRA Tavascan, ein vollelektrisches SUV-Coupé; und der CUPRA Terramar, der sportliche SUV der Marke.

CUPRA ist der offizielle Automobil- und Mobilitätspartner des FC Barcelona, Premiumsponsor der Premier 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 oscarnominierte Filmregisseur J.A. Bayona, der Formel-E-Fahrer Lucas di Grassi, der Street Artist TVBoy, die Olympiasieger Adam Peaty und Saul Cravotto, 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.

www.cupraofficial.de

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