



Zum dreijährigen Jubiläum

Der CUPRA Born markiert den Start in eine neue Ära

- > Drei-Säulen-Strategie für weiteres globales Wachstum
- > Ziel: Verdopplung des Vorjahresergebnisses
- > Vollelektrischer CUPRA Born als weiteres Kernelement

PRENSA PREMSA NEWS PRESSE STAMPA

Martorell/Weiterstadt, 23. Februar 2021 – Drei Jahre nach der Gründung in Terramar bricht 2021 eine neue Ära für die Marke CUPRA an. Die bisher sechs Plug-in-Hybrid-Varianten zeigen bereits eindrucksvoll, wie eine gelungene Symbiose aus Performance und Elektrifizierung aussehen kann. Das erste vollelektrische Modell CUPRA Born soll diese Strategie untermauern. Im Rahmen der Feierlichkeiten zum dreijährigen Jubiläum in der virtuellen CUPRA e-Garage nahmen ausgewählte Gäste teil – darunter die beiden Markenbotschafter Marc ter Stegen und Fernando Belasteguín, die Rennfahrer Mattias Ekström, Jordi Gené und Mikel Azcona sowie der Co-Produzent von Game of Thrones Vince Gerardis.

CUPRA ist hier, um zu bleiben

CUPRA CEO Wayne Griffiths eröffnete die Feierlichkeiten mit den Worten: „CUPRA hat in seinen ersten drei Jahren alle überrascht und konnte während der Pandemie sogar weiterwachsen. Diese großartigen Ergebnisse stimmen uns optimistisch, 2021 noch mehr erreichen zu können: Wir wollen den 2020 erzielten Absatz verdoppeln und unseren Anteil am Gesamtvolumen des Unternehmens auf zehn Prozent steigern.“

Seit seiner Gründung 2018 hat CUPRA 65.000 Fahrzeuge verkauft und zweistellige Wachstumsraten erzielt – weit mehr als anfänglich erwartet. Durch die Einführung einer neuen Produktreihe und die Präsentation des Formentor konnte CUPRA sein Wachstum beschleunigen. Ergebnis: Die Marke war im Januar 2021 nicht nur die am



schnellsten wachsende Marke des Marktes, sondern erzielte zudem den zweiten Monatsrekord in Folge.

Motorsport bleibt Teil der CUPRA DNA

Dass CUPRA seine Wurzeln im Motorsport hat, beweist die Marke nicht zuletzt mit der Präsentation des auf 7.000 Exemplare limitierten CUPRA Formentor VZ5* mit 390 PS starkem Fünfsylinder-Turbo. Dr. Werner Tietz, Vorstand für Forschung und Entwicklung, sagte: „Für Enthusiasten ist der CUPRA Formentor VZ5 ultimativer Ausdruck für die Kraft eines Verbrennungsmotors, und mit dem VZ5 ist uns etwas ganz Besonderes gelungen. Dieses Fahrzeug ist unser Kronjuwel und ein Paradebeispiel für den Brückenschlag zwischen Rennstrecke und Straße – ein großartiger Erfolg, zu dem unsere Fahrer Mattias Ekström und Jordi Gené beigetragen haben.“

Auch sein Engagement in der ersten vollelektrischen Tourenwagen-Rennserie überhaupt bestätigte CUPRA: Neben Ekström und Gené ist der Spanier Mikel Azcona dritter Fahrer des markeneigenen PURE ETCR Teams.

Drei strategische Säulen für 2021

Um seine Ziele für das aktuelle Jahr zu erreichen, stützt CUPRA seine Strategie auf drei Säulen: den Ausbau des Angebots an elektrifizierten Modellen, die Umsetzung einer neuen globalen Vertriebsstrategie sowie die kontinuierliche Erweiterung des CUPRA Markenuniversums für seine Kunden. Elektrifizierung wird 2021 der Schlüssel für das Wachstum von CUPRA sein – mit klaren Zielen: Zum einen will CUPRA Märkte erobern, die – wie etwa Norwegen oder die Niederlande – einen hohen Anteil an Elektroautos haben, und seine Präsenz in internationalen Märkten wie Mexiko, Israel und der Türkei ausbauen. Zum anderen sollen die Plug-in-Hybrid-Varianten des CUPRA Formentor einen Anteil von 50 Prozent am Gesamtabsatz erreichen.

* Die offiziellen Verbrauchs- und Emissionswerte liegen erst mit Abschluss des Typgenehmigungsverfahrens vor.



CUPRA Born: Beginn einer neuen Ära

Die Einführung des CUPRA Born, dessen Entstehung von dem gleichnamigen und angesagten Stadtviertel in Barcelona inspiriert wurde, soll laut Wayne Griffiths Impulse für die Transformation des Unternehmens setzen und die erste strategische Säule darstellen: „Mit seinem Design und seiner Leistungsfähigkeit wird der CUPRA Born den Markt für Elektrofahrzeuge nachhaltig verändern. Er trägt zur Reduktion des CO₂-Ausstoßes und zum Erreichen der Klimaziele bei. Er wird nicht nur zur Steigerung der Profitabilität des Unternehmens beitragen, sondern mit ihm wird die Marke auch mehr zum Gesamtgewinn des Unternehmens beitragen. Mit diesem Modell können wir die Elektromobilität vorantreiben und durch seine emotionale Sportlichkeit Impulse setzen, die Menschen auf der ganzen Welt begeistern wird. Und wir möchten bei unserer Transformation die nächste Generation junger Herausforderer abholen und mitnehmen: Darum wird CUPRA Born auch mit besonderen Leasingverträgen angeboten werden, bei deren Monatsrate nicht nur die Fahrzeugnutzung, sondern auch andere zugehörige Leistungen enthalten sind.“

Mehr Effizienz und Nachhaltigkeit auch im Vertrieb

Um die Anforderungen einer neuen Fahrergeneration zu erfüllen und ein effizienteres und nachhaltigeres Vertriebsmodell für die Marke zu etablieren, besteht die zweite strategische Säule von CUPRA in der Umsetzung einer neuen Vertriebsstrategie. Mit dem CUPRA Born wird daher ein Agenturmodell eingeführt: Das neue System sieht vor, die Onlinepräsenz des Händlernetzes zu stärken. Außerdem möchte die Marke ihre Sichtbarkeit erhöhen, indem sie in weltweiten Metropolen City Garage Stores eröffnet. Nach der Eröffnung exklusiver Stores in Mexiko-Stadt, Hamburg und Barcelona plant CUPRA für die zweite Jahreshälfte die Eröffnung eines neuen City Garage Stores in München.

Mit diesem neuen Vertriebsmodell möchte CUPRA sein globales Netzwerk bis Ende 2022 auf 800 Verkaufsstellen ausbauen. Darüber hinaus ist die Erweiterung des Verkaufsberaterteams auf 1.000 CUPRA Master geplant. Sie sind das Gesicht der Marke und zentraler Ansprechpartner für die Kunden – vom Erstkontakt bis hin zu den turnusmäßigen Services am Fahrzeug.



Mithilfe der neuen Vertriebsstrategie soll CUPRA neue internationale Märkte erschließen und die Präsenz in Ländern mit einem hohen Anteil an Elektroautos stärken. Mit seiner Mischung aus Leistungsfähigkeit, hoher Reichweite, exklusivem, ansprechendem Design und Effizienz wird der CUPRA Born neue Kundenschichten erreichen. Diese Kunden legen aber nicht nur Wert auf modernste Technologie, sondern auch auf fortschrittliche Nachhaltigkeit wie beispielsweise der teilweisen Fertigung von Fahrzeugteilen aus recycelten Kunststoffen. Das Zwickauer Werk wird in der zweiten Jahreshälfte mit der Produktion des CUPRA Born beginnen. Wayne Griffiths kündigte außerdem an, das Unternehmen arbeite an der Umsetzung des vollelektrischen Konzeptfahrzeugs CUPRA Tavascan.

Das CUPRA Universum wächst

Neben einem wachsenden Produktsortiment und neuen Vertriebswegen besteht die dritte Strategiesäule von CUPRA in der Erschaffung eines völlig neuen Kundenerlebnisses. Das bezieht sich auch auf die Erschließung neuer Geschäftsbereiche.

Antonino Labate, Direktor für Strategie, Geschäftsentwicklung und Operations bei CUPRA, stellte den Padel-Schläger vor, der zusammen mit der Sportmarke Wilson für den World-Padel-Tour-Spieler und CUPRA Markenbotschafter Fernando Belasteguín entwickelt wurde. Mit diesem Schläger, den der argentinische Spieler bei einigen Turnieren der Profitour verwenden wird, möchte das Unternehmen seine Unterstützung für den Padel-Sport, die am schnellsten wachsende Sportart in Europa, deutlich machen.

Darüber hinaus kooperiert CUPRA mit De Antonio Yachts – einer in Barcelona beheimateten Designer-Bootsmarke, die für ihre Hochleistungsjachten bekannt ist. Die beiden Marken haben beim Design der in den ikonischen Farben des Autobauers gehaltenen Jacht „D28 De Antonio CUPRA“ zusammengearbeitet. Geplant ist zudem die Entwicklung einer Jacht mit Hybridantrieb.

Von der Straße auf die Leinwand: RPM

CUPRA zeigte zum Abschluss der Veranstaltung einen Video-Teaser für die Science-Fiction-Serie RPM. Revolutions Per Minute spielt in einer Welt im Jahr 2101, in der



Gefühle verboten sind und eine Gruppe Rebellen darum kämpft, die Menschheit wieder wachzurütteln. Unter anderem treten darin die Schauspielerinnen Natalia Reyes, Star des neuesten Terminator-Films und die für den Goya Award nominierte Juana Acosta auf. Anlässlich der Vorführung waren zudem Vince Gerardis, Co-Produzent von Game of Thrones und des RPM-Teasers, sowie die Uria-Brüder und Daniel Posada von den Infinito Studios zugegen.

CUPRA ist eine unkonventionelle Challenger-Marke, die sich durch ihre modernen Fahrzeuge, Stilbewusstsein und zeitgenössische Performance definiert. Seit der Etablierung als eigenständige Marke im Jahr 2018 hat CUPRA einen eigenen Firmensitz sowie eine Rennwagenschmiede in Martorell (Barcelona) und unterhält zudem ein weltweites Netz spezieller Verkaufspunkte.

2020 konnte CUPRA seinen Aufwärtstrend mit einem Wachstum von 11 Prozent und 27.400 verkauften Fahrzeugen weiter steigern. Das verdankt die Marke dem großen Erfolg des CUPRA Ateca und des CUPRA Leon sowie der Markteinführung des CUPRA Formentor – des ersten eigenständig konzipierten und entwickelten Modells der Marke. 2021 soll die Einführung der Plug-in-Hybrid-Versionen des CUPRA Formentor und des CUPRA el-Born als erstes vollelektrisches Modell der Marke beweisen, dass sich Elektrifizierung und Sportlichkeit perfekt ergänzen können.

CUPRA wird dieses Jahr an der vollelektrischen SUV-Offroad-Rennserie Extreme E teilnehmen. Zudem ist CUPRA offizieller und exklusiver Mobilitätspartner des FC Barcelona und Hauptsponsor der World Padel Tour. Die CUPRA Markenbotschafter gehören zur sportlichen Elite und identifizieren sich mit den Werten der Marke – darunter etwa der deutsche Torwart Marc ter Stegen, der schwedische Rennfahrer Mattias Ekström und fünf der weltweit besten Padel-Tennis-Spieler.

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



Weitere 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.

PRENSA PREMSA NEWS PRESSE STAMPA

CUPRA