



Das Fahrzeug, das den Markt für Elektroautos grundlegend verändern wird

CUPRA feiert seinen dritten Geburtstag und läutet mit dem CUPRA Born eine neue Ära ein

- > Das erste rein elektrische Modell von CUPRA soll den Wandel im unternehmenseigenen Vertriebskonzept anstossen
- > Griffiths: «Wir haben vor, 2021 das Verkaufsvolumen des Vorjahrs zu verdoppeln und einen Mix von 10% am Gesamtumsatz des Unternehmens zu erzielen»
- > Die Marke wird ihr Vertriebsnetzwerk auf 800 Händler ausbauen und eröffnet einen neuen City Garage Store in der Münchner Innenstadt
- > Weltpremiere des CUPRA Formentor VZ5: CUPRA feiert seinen Geburtstag mit der Präsentation seiner Königsklasse
- > Der Hersteller erweitert sein Lifestyle-Universum mit Wilson und De Antonio Yachts und präsentiert den Teaser der TV-Produktion *RPM* mit dem Produzenten Vince Gerardis (*Game of Thrones*) als Gast

Martorell/Cham, 22.02.2021 – CUPRA startet in eine neue Ära. Drei Jahre nach der Gründung im spanischen Terramar steht der Automobilmarke 2021 ein entscheidendes Jahr bevor, in dem sie Impulse im Umbau des Unternehmens setzen will. Vier Plug-in-Hybride und das erste zu 100% elektrische Modell der Marke, der CUPRA Born, treten den Beweis an, dass Elektrifizierung und Performance sich perfekt ergänzen.

Zur Feier des dreijährigen Jubiläums fand sich die CUPRA Familie zu einem digitalen Event auf der virtuellen Plattform CUPRA e-Garage ein, um ihre künftigen Pläne vorzustellen. Mit von der Partie waren namhafte Gäste, darunter die Markenbotschafter Marc ter Stegen und Fernando Belasteguín, die Rennfahrer Mattias Ekström, Jordi Gené und Mikel Azcona sowie der ausführende *Game of Thrones*-Co-Produzent Vince Gerardis.

CUPRA hat sich etabliert

Der CUPRA Präsident Wayne Griffiths eröffnete den Abend mit den Worten: «CUPRA hat in diesen drei Jahren alle überrascht und konnte trotz Pandemie weiter zulegen. Diese grossartigen Resultate stimmen optimistisch und geben uns für 2021 noch mehr Ansporn. Dieses Jahr haben wir vor, das Absatzvolumen von 2020 zu verdoppeln und einen Mix von 10% am Gesamtumsatz des Unternehmens (SEAT S.A.) zu erzielen.»



Seit seiner Gründung im Jahr 2018 wurde CUPRA den Erwartungen bereits mehr als gerecht: Bisher wurden 65'000 Einheiten verkauft, das Wachstum ist zweistellig. Nach der Einführung einer neuen Produktreihe und der Präsentation seines ersten im eigenen Haus entwickelten Modells, des Formentor, konnte CUPRA seine Wachstumsrate noch beschleunigen. Im Januar 2021 war CUPRA die am schnellsten wachsende Marke und erzielte daneben ihren zweiten monatlichen Umsatzrekord in Folge.

Die strategischen Säulen 2021

Um seine Ziele im laufenden Jahr zu erreichen, stützt CUPRA seine Strategie auf drei Säulen ab: Die Produktpalette wird Richtung Elektrifizierung vorangetrieben, eine neue Vertriebsstrategie soll die globale Präsenz stärken, und das Markenuniversum soll durch neue Erfahrungen weiter ausgebaut werden.

Die Elektrifizierung wird 2021 der Schlüssel zum Wachstum von CUPRA sein. Mit insgesamt vier Hybrid-Varianten des CUPRA Leon und CUPRA Formentor für die Schweiz, die neben dem CUPRA Ateca auf den Markt kommen, will die Marke ihre Präsenz in Europa verstärken und in die bislang am stärksten elektrifizierten Märkte, darunter Norwegen und die Niederlande, vordringen. Ziel der Marke ist es, dass Plug-in-Hybride bald 50% am Gesamtumsatz des Formentor ausmachen. Daneben will CUPRA seine Präsenz in internationalen Märkten wie Mexiko, Israel und der Türkei ausbauen.

Zur Krönung der insgesamt fünf Antriebsoptionen des ersten exklusiv von CUPRA entwickelten Modells präsentierte der Autobauer den CUPRA Formentor VZ5 in einer 390-PS-Sonderedition, von der nur 7'000 Stück produziert werden. Im Anschluss an die Weltpremiere sagte der geschäftsführende Vizepräsident für Forschung und Entwicklung, Dr. Werner Tietz: **«Der CUPRA Formentor VZ5 ist der maximale Ausdruck eines Performance-Verbrenners, der Begeisterung weckt. Mit dem VZ5 haben wir etwas erreicht, das viele für unmöglich gehalten hätten. Dieses Auto ist unsere Königsklasse, eines der besten Beispiele für den Technologietransfer zwischen Rennsport und Strasse, bei dessen Entstehung uns unsere Fahrer Mattias Ekström und Jordi Gené zur Seite standen.»** Neben Ekström und Gené wurde ausserdem der spanische Fahrer Mikel Azcona als drittes Teammitglied der Marke für die PURE ETCR, den allerersten Elektro-Tourenwagen-Wettbewerb, bestätigt.

CUPRA Born: der Beginn einer neuen Ära

Der Launch des Serienmodells CUPRA Born, benannt nach dem trendigen Stadtteil in Barcelona, der ihn inspirierte, wird laut Wayne Griffiths dem Wandel des Unternehmens neue Impulse verleihen: **«Der CUPRA Born ist mit seinem aufregenden Design und seiner unmittelbaren Performance ein Gamechanger auf dem Markt für Elektroautos. Darüber hinaus leistet der CUPRA Born einen Beitrag zur Reduzierung der globalen CO₂-Emissionen und zum Erreichen der europäischen Klimaziele. Dieses Fahrzeug wird die Rentabilität des Unternehmens erhöhen und den Bruttogewinn der Marke steigern. Mit**



der emotionalen Sportlichkeit dieses Autos beabsichtigen wir, zur Elektrifizierung Spaniens und der Welt beizutragen. Und wir möchten, dass die nächste Generation junger Herausforderer Teil dieses Wandels ist..»

Um auf die Ansprüche der neuen Fahrergeneration zu reagieren und für die Marke ein effizienteres, nachhaltigeres Verkaufsmodell zu erschliessen, setzt CUPRA in einer zweiten strategischen Säule auf die Implementierung einer neuen Vertriebsstrategie. Zeitgleich mit dem Start des CUPRA Born soll ein Vermittlermodell (*Agency Modell*) eingeführt werden. Das disruptive Konzept soll die Online-Präsenz des Händlernetzwerks stärken. Zusätzlich hat die Marke den Ehrgeiz, durch die Eröffnung von City Garage Stores in verschiedenen Metropolen weltweit ihre Sichtbarkeit in den Innenstädten zu erhöhen. Nach der Eröffnung exklusiver Niederlassungen in Mexico City, Hamburg und Barcelona plant CUPRA für die zweite Hälfte dieses Jahres einen weiteren City Garage Store in München.

Mit diesem neuen Vertriebsmodell möchte CUPRA sein globales Netzwerk bis Ende 2022 auf 800 Verkaufsstellen erweitern. Zusätzlich plant das Unternehmen, das Verkaufsberatungsteam auf 1'000 CUPRA Master zu erhöhen. Sie sind das Gesicht der Marke und bündeln die Kundenbeziehung vom Erstkontakt bis zum After-Sales-Service.

Im Zuge der neuen Vertriebsstrategie wird der CUPRA Born neue, internationale Märkte erschliessen und die Markenpräsenz in den Ländern erhöhen, in denen die Elektrifizierung bereits am weitesten fortgeschritten ist. Mit 500 Kilometern Reichweite und stylischem Design hofft die Marke, ihren Kundenstamm zu erweitern und auch jene zu erobern, die sich modernste Technologie mit möglichst niedrigen Umweltauswirkungen wünschen, da einige Komponenten des Modells aus Recycling-Kunststoff gefertigt werden. Der CUPRA Born wird in der zweiten Jahreshälfte im deutschen Werk in Zwickau in Produktion gehen. Wayne Griffiths schloss seine Präsentation mit der Ankündigung, dass die Marke überdies an der Verwirklichung des elektrischen Konzeptfahrzeugs CUPRA Tavascan arbeite.

Das CUPRA Universum wächst

Neben dem umfassenden Produktportfolio und einem globalen Vertriebsnetzwerk setzt CUPRA in einer dritten strategischen Säule darauf, neue Erfahrungen zu schaffen und in neue Territorien vorzudringen, all dies im Einklang mit der Vision, die Welt von Barcelona aus zu inspirieren.

Antonino Labate, Director of Strategy, Business Development and Operations von CUPRA, präsentierte den PadelSchläger, der in Kooperation mit dem Sporthersteller Wilson für den World Padel Tour-Spieler und CUPRA Botschafter Fernando Belasteguín entwickelt wurde. Mit diesem Schläger wird der argentinische Spieler einige seiner Turniere im Profi-Circuit bestreiten. Das Unternehmen will damit sein Engagement in der



Förderung des Padel-Tennis beweisen, übrigens die am schnellsten wachsende Sportart in Europa.

Zusätzlich kündigte Labate eine neue Kooperation mit De Antonio Yachts an, einem in Barcelona ansässigen Hersteller von Designer-Hochleistungsyachten. Die beiden Marken haben zusammen eine D28 De Antonio CUPRA Yacht in den ikonischen Farben des Autobauers designt. Der CUPRA Strategiechef kündigte an, dass die beiden Marken den Ehrgeiz hegen, eine Yacht mit Hybridantrieb zu entwickeln.

Da der Mensch und seine Emotionen bei der Markenstrategie von CUPRA im Mittelpunkt stehen, enthüllte CUPRA als gebührenden Abschluss des Events das *RPM*-Teaservideo, eine Sci-Fi-Fernsehproduktion, die im Jahr 2101 spielt: Gefühle sind verboten, doch eine Rebellengruppe kämpft dafür, die Menschheit wiederzuerwecken. Der Teaser ist hochkarätig besetzt, unter anderem mit Natalia Reyes, Star des neuesten *Terminator*, dem spanischen Schauspieler Eduard Fernández aus der Serie *30 Monedas* und der Goya-nominierten Schauspielerin Juana Acosta. Am Preview nahmen ausserdem Vince Gerardis, ausführender Co-Produzent von *Game of Thrones* und des *RPM*-Teasers, sowie die Uria-Brüder und Daniel Posada von Infinito Studios teil.

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

Karin Huber, PR-Manager
AMAG Import AG
Alte Steinhauserstrasse 12 + 16
6360 Cham
Telefon: +41 56 463 98 08
E-mail: karin.huber@amag.ch
www.cupraofficial.ch
www.seatpress.ch