



Weltpremiere

Challenger-Brand enthüllt den neuen CUPRA Formentor und den neuen CUPRA Leon

- > Modelle stehen ganz im Zeichen der neuen Designsprache der Marke
- > Exklusiv: neue (Hybrid-)Motoren, Torque-Splitter und Akebono-Bremsen
- > Challenger-Brand wird eigenständiges Designstudio CUPRA Design gründen
- > Marke stellt mit 56.600 Auslieferungen neuen Rekord im ersten Quartal auf

Madrid/Weiterstadt, 29. April 2024 – Große Weltpremiere bei CUPRA: Die Challenger-Brand hat am heutigen Montag den neuen CUPRA Formentor und den neuen CUPRA Leon in Madrid präsentiert. Überarbeitet und verbessert sollen beide Modelle die Erfolgsgeschichte der Marke fortsetzen. Bei der „CUPRA Design Obsession“ highlightete die Challenger-Brand zudem die Relevanz des Themas Design für die Markenidentität.

Der neue CUPRA Formentor knüpft an den großen Erfolg an, den der Crossover-SUV bereits erreicht hat. Das erste eigenständige Modell der Marke hat sich zum Bestseller des Unternehmens und in nur wenigen Jahren zu einer Ikone der Challenger-Brand entwickelt. In einem hart umkämpften Markt für A-CUVs stand er im vergangenen Jahr mit 120.100 Auslieferungen weltweit an der Spitze der Verkaufscharts (+23,0 Prozent gegenüber 2022). Damit untermauerte der CUPRA Formentor seine sehr starke Performance der vergangenen Jahre.

Der neue CUPRA Leon zeigt als fünftürige Schrägheck- und Sportstourer-Variante einmal mehr seinen starken Charakter – zu einem Zeitpunkt, an dem die Marke neue Meilensteine erreicht hat. Im ersten Quartal 2024 lieferte CUPRA 56.600 Fahrzeuge aus, ein Plus von 21,4 Prozent gegenüber dem ersten Quartal 2023, während der März mit 23.800 Auslieferungen einen neuen Rekordmonat für die Marke darstellt.



„Der CUPRA Formentor und der CUPRA Leon haben beide maßgeblich zum Erfolg der Marke beigetragen, während sie ihre Präsenz auf der ganzen Welt ausweiteten. Ein Plan, der mit fast 600.000 ausgelieferten Fahrzeugen seit dem Launch der Challenger-Brand im Jahr 2018 unglaublich erfolgreich war“, sagt Wayne Griffiths, CEO von CUPRA. „Der neue CUPRA Formentor und der neue CUPRA Leon sind pure Design-Obsession. Es sind zwei Modelle, die gebaut wurden, um starke Emotionen zu wecken und die außergewöhnliche Verbindung zu unserem CUPRA Tribe zu stärken. Zwei Modelle, die das verkörpern, was sich eine kleine Gruppe von Enthusiasten vor ein paar Jahren von CUPRA erhofft hat.“

Neu gestaltet und verbessert für die nächste Generation des CUPRA Tribe

Das neue Exterieur besticht durch das CUPRA Logo auf der vorderen Motorhaube, dem markanten Mittelpunkt der Sharknose. Der aggressive Look der Front wird durch die dreieckigen Matrix-LED-Leuchten und den großen, breiten unteren Ausschnitt definiert. Das gleiche dreieckige Beleuchtungsdesign dient als Rahmen für das am Heck beleuchtete CUPRA Logo. Neue matte Farben wie Century Bronze oder Enceladus Grey verleihen beiden Fahrzeugen noch mehr Charakter.

Die raue Emotion des Außendesigns spiegelt sich im Innenraum wider, der Sportlichkeit und Nachhaltigkeit mit einer Reihe von digitalen Technologien und einer exklusiven Materialwahl verbindet. Der Innenraum bietet ein hochwertigeres Raumgefühl mit neu gestalteten Elementen wie zum Beispiel der Mittelkonsole. Das Ambiente wurde mit neuen Materialien aufgewertet. Gleichzeitig verfolgt CUPRA einen nachhaltigeren Ansatz, zum Beispiel bei den Schalensitzen, die je nach Konfiguration mit 73 Prozent recycelter veganer Mikrofaser bezogen sind.

Bei der Digitalisierung des Innenraums steht die Person am Steuer im Mittelpunkt: Ein neues und verbessertes Human Machine Interface (HMI) ist im digitalen Cockpit hinter dem Lenkrad sowie im größeren 12,9-Zoll-Infotainmentsystem mit einem beleuchteten Schieberegler implementiert. Beide Fahrzeuge verfügen über ein neues



High-Fidelity-Audio-Soundsystem mit zwölf Lautsprechern, das in Zusammenarbeit mit den Audioexpert*innen von Sennheiser Mobility entwickelt wurde. Das System liefert den unverwechselbaren Sennheiser-Sound, auf den sich Musikschaaffende und Künstler*innen auf der ganzen Welt verlassen.

Der neue CUPRA Formentor und der neue CUPRA Leon kommen mit einer Reihe von Antriebssträngen, die vier verschiedene Technologien umfassen: TSI (Benzin), Mildhybrid (eTSI), TDI (Diesel) und e-HYBRID (Plug-in-Hybrid). Die neue Generation des Plug-in-Hybrids leistet 200 kW (272 PS), bietet eine rein elektrische Reichweite von über 100 Kilometern und ist jetzt auch mit Schnellladung (bis zu 50 kW Gleichstrom) kompatibel. Exklusiv für beide Modelle ist zudem eine neue Version mit Benzinmotor (TSI) erhältlich, die 245 kW (333 PS) leistet und mit Torque-Splitter-Technologie und Akebono-Bremsen ausgestattet ist.

Design-Obsession der Marke steht im Mittelpunkt

Die Weltpremiere des neuen CUPRA Formentor und des neuen CUPRA Leon stellte einmal mehr die Relevanz von Design für die Challenger-Brand in den Fokus. CUPRA kündigte die Gründung von CUPRA Design an, einem neuen, eigenständigen Designbüro. Es wird nicht nur für die Produkte der Marke verantwortlich sein, sondern auch mit Unternehmen zusammenarbeiten, die sich mit der Philosophie der Marke identifizieren und den Stil von CUPRA in ihre eigenen Produkte einfließen lassen möchten. Das Ziel von CUPRA Design ist es, Anlaufstelle für diejenigen zu werden, die ein mutiges, unkonventionelles Design wünschen – unabhängig von ihrem Produkt oder Projekt.

Mit der gleichen Design-Obsession, die für den neuen CUPRA Formentor und den neuen CUPRA Leon verantwortlich ist, bringt die Marke auch weitere Neuheiten zusammen mit ihren Kooperationspartnern auf den Markt. MAM, die nachhaltige Schmuckmarke aus Barcelona, hat sich mit CUPRA zusammengetan, um eine neue Linie zu kreieren, die einen Ring und das Armband „Welcome to the Tribe“ in einer einfachen und einer limitierten Auflage umfasst. Die Produkte werden aus Ruthenium



und Kupfer hergestellt – Materialien, die CUPRA in seinen Fahrzeugdesigns verwendet –, um die Essenz von natürlicher Authentizität einzufangen.

Zudem hat sich CUPRA zum zweiten Mal mit dem Leuchtendesignstudio Marset aus Barcelona zusammengeschlossen, um eine farbenfrohe Neuinterpretation der legendären und faszinierenden „Dipping Light“-Lampe der Marke zu entwickeln. Bei der Weltpremiere präsentierte CUPRA dieses einzigartige und exklusive Stück, das die ästhetischen Werte der Challenger-Brand teilt: raffiniert und anspruchsvoll, aber auch emotional und unkonventionell.

CUPRA Catwalk

Die „CUPRA Design Obsession“ war eine einzigartige visuelle Show auf der Plaza de Cibeles im Herzen von Madrid. Die Werte von CUPRA wurden dort auf eine noch nie dagewesene Weise präsentiert. Die Plaza war mit großen Bildschirmen versehen, die einen schwebenden Laufsteg bildeten. Darauf liefen virtuelle Modelle vor dem Publikum, die die neun Prinzipien der zukunftsweisenden Vision der Marke verkörperten.

Mit der Idee des Laufstegs wollte CUPRA die einzelnen Bestandteile, die das CUPRA Design einzigartig machen, näherbringen und verständlich machen. Jeder Avatar repräsentierte einen Wert, der CUPRA zu einer Marke macht, die von einigen geliebt, aber nicht von allen gemocht wird. Dazu gehören der rebellische Geist, der den Status quo infrage stellt, der Geist des CUPRA Tribe, der die Fahrer*innen einlädt, dem Tribe beizutreten, und die Obsession, die die Marke antreibt, sich jeden Tag zu verbessern.

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 oscarnominierte 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