



CUPRA Musikstrategie

Challenger-Brand steht bei „The Voice of Germany“ und „The Voice Rap by CUPRA“ im Rampenlicht

- > Startschuss für die 13. Staffel von „The Voice of Germany“
- > CUPRA ist bereits zum dritten Mal als offizieller Partner dabei
- > Neue Show, junge Zielgruppe: Rap-Format läuft ebenfalls an
- > Die Marke bietet mit ihren Engagements jungen Talenten eine Bühne

Weiterstadt, 20. September 2023 – Die ikonischen „The Voice“-Stühle drehen sich wieder – und auch CUPRA steht mit im Rampenlicht, wenn junge Gesangstalente auf der ganz großen Bühne ihren Auftritt haben. In diesem Jahr laufen gleich zwei Varianten der beliebten Musikshow parallel: Am Donnerstag, dem 21. September, startet nicht nur die 13. Staffel von „The Voice of Germany“ auf ProSieben und in SAT.1. Auch die in der Vorwoche auf Joyn neu angelaufene Show „The Voice Rap by CUPRA“ läuft nun immer direkt im Anschluss an „The Voice of Germany“ donnerstags auf ProSieben.

CUPRA Born mit prominenten Auftritten

Der Star auf vier Rädern ist bei den zwei Formaten jeweils der CUPRA Born. In Produktplatzierungen, Werbespots im Rahmen der Sendungen, auf der Website und auch in den Social-Media-Kanälen wird die spanische Challenger-Brand sowie vor allem das erste vollelektrische Modell der jungen Marke prominent vertreten sein. „Der CUPRA Born ist unser erster Beweis, dass Elektromobilität nicht langweilig und furchtbar rational sein muss. Mit dem Fahrzeug sprechen wir eine junge Zielgruppe an, der Nachhaltigkeit ebenso wichtig ist wie Spaß und Unabhängigkeit“, sagt Giuseppe Fiordispina, Leiter Marketing von CUPRA in Deutschland.



Mit Blick auf das junge Publikum legt CUPRA bei der Partnerschaft einen besonderen Fokus auf den Bereich Social Media: Um die Marke authentisch im Hip-Hop-Umfeld zu positionieren, arbeitet sie mit dem Creator Sami Rhoma zusammen, der unter anderem über eine sechsstellige Followerzahl – in erster Linie Hip-Hop-Audience – bei Instagram verfügt. Darüber hinaus geht die Challenger-Brand im Rahmen einer speziellen Zusammenarbeit mit Samsung ganz neue Wege: Eine prominent platzierte Anzeige auf den Samsung Smart-TV-Geräten leitet dabei direkt in die Joyn-App und zur aktuellen Episode von „The Voice Rap by CUPRA“.

Von „The Voice Rap by CUPRA“ ins Halbfinale von „The Voice of Germany“

Doch worum geht es in dem neuen Format überhaupt? Mit „The Voice Rap by CUPRA“ läuft nun eine ganz neue Variante der Show, die sich ausschließlich auf Rap-Musik fokussiert und so vor allem ein sehr junges Publikum anspricht. Joyn, die Streaming-Plattform der ProSiebenSat.1 Media SE, zeigt in den kommenden Wochen immer donnerstags eine neue Folge der Show. CUPRA ist Titelpatron von „The Voice Rap by CUPRA“ und somit Main Partner des Formats.

In vier Blind Auditions haben die teilnehmenden Rap-Talente die Chance, die zwei prominenten Coaches von ihren Rap-Skills zu überzeugen und zum Buzzern zu bewegen. Anschließend folgen eine Workshop-Phase sowie die Battles. Im Finale von „The Voice Rap by CUPRA“ stehen die besten vier Talente, von ihnen kommt jeweils ein Talent pro Coach ins Publikumsvoting. Wer dort die meisten Stimmen bekommt, zieht mit seinem Coach direkt ins Halbfinale von „The Voice of Germany“ ein und kann dann sogar als Sieger*in aus der 13. Staffel von Deutschlands erfolgreichster Musikshow herausgehen – und darüber hinaus einen CUPRA Born gewinnen.

„The Voice of Germany“ – CUPRA zum dritten Mal dabei

Am 21. September beginnt „The Voice of Germany“ 2023 und endet mit dem großen Finale im Dezember. Zu sehen ist die beliebte Show immer donnerstags auf ProSieben und freitags in SAT.1 jeweils um 20:15 Uhr – oder im Livestream auf Joyn. Eine spannende Veränderung gibt es beim diesjährigen Format – nicht nur aufgrund der



neuen Coaches: Die Stars auf den „The Voice“-Stühlen haben nämlich erstmals die Möglichkeit, die Blind Auditions durch Blocken zu beeinflussen. Wenn ein Coach ein Talent identifiziert und befürchtet, dass ein anderer Coach ebenfalls buzzern wird, kann er oder sie diesen blocken. Für Spannung ist also nicht nur durch den Rap-Zuwachs im Halbfinale gesorgt.

„Wir sind happy, dass wir bereits seit vielen Jahren die großartigen ‚The Voice‘-Formate unterstützen und dadurch helfen können, dass jungen Talenten eine Bühne geboten wird“, sagt Giuseppe Fiordispina. „Mit ‚The Voice Rap by CUPRA‘ erreichen wir eine sehr junge Zielgruppe, und wir freuen uns auf dieses ganz neue Format mit vielen großartigen Talenten. Bei ‚The Voice of Germany‘ sind wir mit CUPRA bereits zum dritten Mal dabei. Die Partnerschaft unterstützt das Engagement von CUPRA im Musikumfeld, und wir sind absolut überzeugt, dass die 13. Staffel an die großen Erfolge der Vorjahre anknüpfen wird. Es ist fantastisch, dass hier jedes Jahr neue Talente ihren Traum vom Auftritt auf großer Bühne verwirklichen können, und mit den Neuerungen wird es sicher noch unterhaltsamer und elektrisierender, als es ohnehin schon immer war.“

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.