



CUPRA x Operngala

CUPRA erstmals Partner der AIDS-Gala in Berlin

- > Challenger-Brand unterstützt Veranstaltung umfangreich
- > Festliche Operngala soll Bewusstsein rund um das Thema HIV schaffen
- > Marke lädt zur Aftershowparty mit Felix Jaehn in die CUPRA Lounge

Weiterstadt/Berlin, 20. Oktober 2023 – Ein Abend für den guten Zweck – und CUPRA ist als offizieller Automotive-Partner mittendrin. In diesem Jahr unterstützt die Challenger-Brand erstmals die Charity-Gala in der Deutschen Oper, die am 4. November in Berlin stattfindet.

Die festliche Operngala zugunsten der Deutschen AIDS-Stiftung ist das wichtigste Jahresevent, um für das Thema Aids und HIV zu sensibilisieren, Spenden zu sammeln und die Solidarität im Kampf gegen das Virus zu fördern. Als eine der jüngsten Automarken möchte CUPRA die Deutsche AIDS-Stiftung als Partner dabei unterstützen, Aufmerksamkeit insbesondere bei jungen Menschen zu schaffen. Denn die Gefahr, sich anzustecken, andere zu infizieren und als Betroffene*r ausgegrenzt zu werden, existiert nach wie vor.

Bei der 27. Auflage der AIDS-Gala tritt CUPRA erstmals als offizieller Automotive-Partner auf und unterstützt das Event auf umfangreiche Art und Weise. Neben der CUPRA Lounge ist die Challenger-Brand maßgeblich für das Rahmenprogramm verantwortlich. Als Music-Act tritt der weltweit erfolgreiche DJ Felix Jaehn auf. Die Gäste können sich entsprechend auf einen festlichen Abend mit Opernprogramm und anschließender Aftershowparty in der CUPRA Lounge freuen. Tickets sind direkt in der Deutschen Oper in Berlin oder unter folgendem Link erhältlich:

https://deutscheoperberlin.de/de_DE/tickets



CUPRA Lounge prägt den Abend

Gemeinsam mit CUPRA geht der Abend der AIDS-Gala weit über das Opernprogramm hinaus. Bereits vor dem musikalischen Part, der von Opernstar Rolando Villazón moderiert wird, lädt die Challenger-Brand zu einem Get-together am späten Nachmittag ins Penthouse des KPM Hotels. Hier wird die Marke mit einem durch die CUPRA Music Labs ausgewählten DJ bereits erste musikalische Impulse setzen und die Gäste auf den Abend einstimmen.

Im Außenbereich und im Innenraum der Deutschen Oper sorgt die Marke für optische Highlights. Vor dem Gebäude wird der CUPRA DarkRebel in einem Glaswürfel eindrucksvoll in Szene gesetzt. Im Innenraum erhält die Challenger-Brand einen mehrere Hundert Quadratmeter großen Bereich, den sie für den Abend in eine CUPRA Lounge mit 360-Grad-Bar, DJ-Booth und Dancefloor verwandelt. Der DJ wird als Highlight im Zentrum der Lounge erhöht inmitten der Bar am Turntable stehen.

Die Lounge wird nach dem Opernpart in den Fokus des Abends rücken und mit EDM die Aftershowparty hosten. Als besonderer Act ist Felix Jaehn angekündigt, aber auch andere Größen der Szene werden bei der Party auflegen. **„CUPRA bringt in die Gala eine ganz eigene, unkonventionelle Note rein. Damit prägen wir das Event und einen hoffentlich erfolgreichen Abend“**, sagt CUPRA CEO Wayne Griffiths. **„Ein gelungener Abend bedeutet nämlich, dass wir das Ziel der Gala, Sichtbarkeit und Bewusstsein für HIV und Aids zu schaffen, erreicht haben. Und das ist für uns entscheidend – gerade den jungen Menschen müssen wir näherbringen, dass das Wichtigste, was sie haben, ihre Gesundheit ist.“**

Thema mit weltweiter Relevanz

Die HIV-Infektion und Aids sind als Krankheiten in den vergangenen Jahren durch Themen wie Corona oftmals in den Hintergrund gerückt. Dabei leben weltweit schätzungsweise fast 40 Millionen Menschen mit HIV – davon knapp zwei Drittel in Afrika. 1,3 Millionen Menschen infizierten sich weltweit allein im vergangenen Jahr. Noch gibt es keine Heilung, daher sind HIV-Prävention, -Diagnose und die Behandlung und Versorgung von am HI-Virus Erkrankten besonders in Regionen mit einem nicht so gut ausgebauten Gesundheitssystem enorm wichtig.



„Der Kampf gegen HIV und Aids ist noch nicht gewonnen. Daher habe ich großen Respekt für alle, die sich tagtäglich mit dem Thema auseinandersetzen. Wir stehen als Marke beispielsweise in enger Verbindung zum renommierten Mediziner Dr. Bonaventura Clotet, der seit über 35 Jahren in der Region Barcelona dazu sehr aktiv forscht. Seit vielen Jahren arbeiten wir zusammen, um einerseits die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter zu fördern, aber auch einen wichtigen Beitrag zur Gesellschaft zu leisten“, fügt Wayne Griffiths an. Clotet stammt aus Spanien und ist weltweit führend auf dem Gebiet der Aids-Forschung und anderen Infektionskrankheiten. Der Wissenschaftler ist seit sieben Jahren Markenbotschafter von SEAT und CUPRA und Ehrenmitglied des SEAT Healthy Company Scientific Committee.

Um Spenden für die Deutsche AIDS-Stiftung zu sammeln, wird am Abend der Gala außerdem in einer Tombola als Gewinn-Highlight ein CUPRA Born verlost. Gäste können dafür Tombolatickets kaufen, die Verlosung findet am späten Abend nach der Oper statt. Als Glücksfee des Abends wird Daniel Abt, Member of the CUPRA Tribe, den*die Gewinner*in des CUPRA Born ziehen. „Wir sind sehr dankbar und glücklich darüber, dass mit der großzügigen Unterstützung der Sponsoren und Gäste die 27. Festliche Operngala zugunsten der Deutschen AIDS-Stiftung stattfindet. Die Operngala ist für unsere Arbeit sehr wichtig. HIV gibt es noch und ist nach wie vor nicht heilbar. Die Gala schafft Aufmerksamkeit; und den Erlös brauchen wir dringend, um über HIV zu informieren, und für Projekte, insbesondere in Berlin, die den Betroffenen unmittelbar helfen“, sagt Florian Reuther vom Vorstand der Deutschen AIDS-Stiftung.

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 Menschen, 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 Members of the CUPRA Tribe.

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.