



Design-DNA

CUPRA Tavascan: der wahre Wert von Emotionen

- > Neuartiges Designkonzept mit parametrischen Techniken
- > Interieur-Elemente sind inspiriert von Mode und Architektur
- > Emotionales Design dank neuartiger visueller und taktiler Erfahrung

Martorell/Weiterstadt, 21. Juli 2023 – Das Color & Trim Team ist bei der Entwicklung eines neuen Designkonzepts für den CUPRA Tavascan noch einen Schritt weitergegangen. Francesca Sangalli, Leiterin der Abteilung Color & Trim Concept & Strategy bei CUPRA, erklärt, wie das Team mit dem Einsatz von parametrischen Techniken eine Welt der haptischen und visuellen Eindrücke erschaffen hat. Sie soll das zukünftige Design bei CUPRA prägen.

Ein Blick über den Tellerrand inspiriert

Parametrische, also auf Algorithmen basierende Techniken kommen nicht nur in der Automobilindustrie zum Einsatz. Francesca Sangalli erklärt: „**Wir haben uns zum Beispiel von der Mode und der Architektur inspirieren lassen, die ebenfalls parametrische Technologie nutzen. Indem wir mit parametrischen Designs dreidimensionale Grafiken auf den Oberflächen abgebildet haben, erschaffen wir im CUPRA Tavascan eine völlig neue sensorische Erfahrung, die sowohl taktil als auch visuell ist. Dadurch erhält der Innenraum eine leichte, unaufdringliche, aber wahrnehmbare Struktur**“, erklärt die Designerin.

Die verschiedenen Elemente des Innenraums verschmelzen zu einem einzigartigen Design. Es soll das Gefühl einer sich entwickelnden Bewegung vermitteln – wie etwas Muskulöses, das die Insass*innen zu umarmen scheint und den charakterstarken Ausdruck des Außendesigns im Interieur wieder aufnimmt. „**Auf diese Weise steht beim Design ganz klar die Authentizität im Mittelpunkt. Mit dem parametrischen Design haben wir einzelnen Elementen einen spürbaren emotionalen Wert**



verliehen. Anstatt einzelne Elemente wie üblich zu kaschieren, heben wir sie bewusst hervor und bringen sie mithilfe parametrischer Designelemente zur Geltung. Das ist ein innovativer und nachhaltiger Ansatz“, sagt Francesca Sangalli. Dieses neue Konzept wird auch bei weichen Oberflächen wie den Sitzen angewendet. Mithilfe von Perforationen werden grafische Elemente geschaffen, die ihnen Raffinesse verleihen. „Für optisch auffälligere Designelemente ist der für CUPRA charakteristische Kupferton die erste Wahl. Dieser Farbton verbindet gezielt Elemente des Innenraums miteinander und vollendet so das Designgesamt-konzept, das mit seiner optischen und haptischen Authentizität Emotionen auslöst. Diese Emotionen spiegeln den eigentlichen Wert des Designkonzepts wider“, schließt Francesca ab.

PRENSA PREMSA NEWS PRESSE STAMPA

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



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

PRENSA PREMSA NEWS PRESSE STAMPA

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.