



IAA MOBILITY 2023

CUPRA wächst weiter rasant und beeindruckt in München mit dem DarkRebel Showcar

- > Blick in die Zukunft: CUPRA DarkRebel als ultimative Provokation
- > Starkes Wachstum: CUPRA hat 2023 bereits 150.000 Fahrzeuge ausgeliefert
- > Globalisierung: Challenger-Brand arbeitet weiter an Nordamerika-Plänen
- > IAA MOBILITY: abwechslungsreiches Programm an unterschiedlichen Orten

München/Weiterstadt, 4. September 2023 – CUPRA hat im Rahmen der IAA MOBILITY 2023 in München bekannt gegeben, dass die Marke im Laufe des Jahres weltweit bereits mehr als 150.000 Fahrzeuge ausgeliefert hat. Das entspricht einem Wachstum von über 60 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum und unterstreicht die Stellung der Challenger-Brand als eine der am stärksten wachsenden Automarken in Europa.

Seit 2018 bereits mehr als 400.000 Fahrzeuge verkauft

Angetrieben durch den Erfolg von CUPRA hat die SEAT S.A. im ersten Halbjahr 2023 ein Rekordergebnis erwirtschaftet. Das spanische Unternehmen erzielte einen Betriebsgewinn in Höhe von 371 Millionen Euro – 468 Millionen Euro mehr als im Vorjahreszeitraum. Zudem ist die Umsatzrendite weiter gestiegen und hat einen Wert von 5 Prozent erreicht (-1,8 Prozent im ersten Halbjahr 2022). Diese Ergebnisse wurden getragen durch den ungebremsten Erfolg des CUPRA Formentor, des meistverkauften Modells in seinem Segment, und des vollelektrischen CUPRA Born, der seinen Absatz im Jahr 2023 verdoppelt hat. Seit Einführung der neuen Marke im Jahr 2018 wurden bereits mehr als 400.000 CUPRA Fahrzeuge verkauft, wobei allein in der ersten Hälfte dieses Jahres mehr als 25 Prozent des bisherigen Gesamtabsatzes erzielt wurden.



CUPRA DarkRebel verschiebt die Grenzen von Design und Leistung

Auf der IAA in München feierte auch das neue CUPRA DarkRebel Showcar seine Weltpremiere, das die Grenzen von Design und Leistung verschiebt und sogar die Art und Weise infrage stellt, wie Autos für künftige Generationen entwickelt werden.

Mehr als 270.000 Mal wurde der CUPRA DarkRebel im virtuellen Hyperkonfigurator konfiguriert. Durch diesen Input von unzähligen Menschen – darunter auch Markenbotschafter*innen wie die Weltfußballerin Alexia Putellas und Torwart Marc ter Stegen vom FC Barcelona oder der Schauspieler Daniel Brühl – wurde das Design des CUPRA DarkRebel vom CUPRA Tribe aktiv mitgestaltet. Denn die gesammelten Daten wurden verwendet, um das endgültige Design des spektakulären Showcars zu entwerfen, das nun mit der Enthüllung der physischen Version auf der IAA MOBILITY in München von der virtuellen in die reale Welt übergegangen ist.

„Dank der Leidenschaft und Kreativität des CUPRA Tribes ist es uns gelungen, eine unserer größten Obsessionen in ein echtes Showcar zu verwandeln“, sagt Wayne Griffiths, CEO von CUPRA. „Der CUPRA DarkRebel ist die maximale Provokation des CUPRA Designs. Er ist ein Rebell mit einem Ziel und Zweck: zu beweisen, dass die Elektroautos der Zukunft sexy und emotional sein können.“

Der ultimative Ausdruck der CUPRA DNA

Der zu 100 Prozent elektrisch betriebene zweisitzige Shooting-Brake-Sportwagen ist ein Spiegelbild der Leidenschaft und der disruptiven Denkweise von CUPRA. Unterstrichen wird dies mit einer geheimnisvoll erscheinenden, an Quecksilber erinnernden Außenfarbe, Licht als scheinbar greifbarem Material und dem Fokus auf Nachhaltigkeit bei den Materialien.

CUPRA Designchef Jorge Díez erklärt: „Der CUPRA DarkRebel ist der ultimative Ausdruck unserer CUPRA DNA – und jetzt sind ihr keine Grenzen mehr gesetzt. Es ist ein Fahrzeug mit einer Mission: den Emotionen der Menschen einen Boost zu geben.“



Nordamerika-Pläne gehen in eine positive Richtung

Im Rahmen der IAA MOBILITY bestätigte Wayne Griffiths auch, dass CUPRA nach der erfolgreichen Einführung der Marke in Australien im vergangenen Jahr den nächsten Schritt in seiner Globalisierungsstrategie plant. „CUPRA hat den Ehrgeiz, eine wirklich globale Marke zu werden. Deshalb arbeiten wir an unserem Eintritt in den nordamerikanischen Markt. Unsere Pläne gehen in eine positive Richtung und ich bin zuversichtlich, dass wir die richtige Strategie haben, um CUPRA zu einer amerikanischen Erfolgsgeschichte zu machen“, sagte der CEO.

CUPRA ist während der IAA MOBILITY an verschiedenen Locations in München präsent:

- Am Open Space von CUPRA haben die Besucher*innen die Möglichkeit, das CUPRA DarkRebel Showcar, den CUPRA Tavascan, den zukünftigen CUPRA Raval und das CUPRA UrbanRebel Racing Concept zu besichtigen.
- Beim SUMMIT: Besucher*innen können mit VR-Brillen ins CUPRA Metahype eintauchen; zudem ist der CUPRA Tavascan ausgestellt.
- Am CUPRA Experience Center am Münchner Flughafen haben Medienvertreter*innen die Möglichkeit, die CUPRA Exponential Experience zu erleben. Darüber hinaus ist der CUPRA Formentor VZ5 BAT x ABT (Kraftstoffverbrauch kombiniert: 10,3–10,1 l/100 km; CO₂-Emissionen kombiniert: 232–230 g/km; WLTP-Werte)¹ ausgestellt, der in Zusammenarbeit mit dem CUPRA Partner ABT entwickelt wurde.²

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

¹Die angegebenen Verbrauchs- und Emissionswerte wurden nach dem gesetzlich vorgeschriebenen WLTP-Verfahren (Worldwide Harmonized Light Vehicles Test Procedure) ermittelt, das ab dem 1. September 2018 schrittweise das frühere NEFZ-Verfahren (Neuer Europäischer Fahrzyklus) ersetzte.

Der Gesetzgeber arbeitet an einer Novellierung der Pkw-EnVKV und empfiehlt in der Zwischenzeit für Fahrzeuge, die nicht mehr auf Grundlage des NEFZ-Verfahrens homologiert werden können, die Angabe der WLTP-Werte, welche wegen der realistischeren Prüfbedingungen in vielen Fällen höher sind als die nach dem früheren



NEFZ-Verfahren. Informationen zu den Unterschieden zwischen WLTP und NEFZ finden Sie unter www.seat.de/ueber-seat/wltp-standard.html.

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.

² Individualisierungsmaßnahmen nach den Regelungen der StVZO für Änderungen an in Verkehr befindlichen Fahrzeugen.