



Neue Partnerschaft

CUPRA X Padel – zwei Phänomene, ein gemeinsamer Weg

- > Challenger-Brand unterstützt die aufstrebende Sportart in Deutschland
- > Namenssponsoring und Kooperation mit deutschen Stars der Szene
- > Großes Ziel: Padel künftig als olympische Disziplin etablieren

Weiterstadt, 2. Februar 2023 – Eine neue Erscheinung, die den Status quo hinterfragt. Eine neue Art der Sportlichkeit, die mehr als nur ein Trend ist und die aktuellen Gegebenheiten herausfordert. Das alles ist CUPRA. Und das alles ist auch Padel. Kein Wunder also, dass sich diese beiden parallel wachsenden Phänomene nun zu einem Team formen: CUPRA X Padel. Ab sofort unterstützt die Challenger-Brand die aufstrebende Sportart auch hier in Deutschland im Rahmen einer umfangreichen Partnerschaft.

„Padel und CUPRA – das passt einfach perfekt zusammen. Die Sportart kommt derzeit aus Spanien nach Deutschland, erfreut sich stark wachsender Popularität, steht für Dynamik und hat ein enormes Potenzial“, sagt Giuseppe Fiordispina, Leiter Marketing CUPRA Deutschland. „All dies trifft genauso auch auf CUPRA zu. Deswegen lag die Zusammenarbeit förmlich auf der Hand. Ich freue mich über den Beginn der neuen Partnerschaft und auf die gemeinsame Zukunft, denn ich bin davon überzeugt, dass beide Seiten von dieser vielversprechenden Kooperation profitieren werden.“

Eng verknüpft mit dem DPV

Die Unterstützung seitens CUPRA prägt dabei eine Vielzahl sehr unterschiedlicher Ebenen. Die Marke tritt unter anderem als Hauptsponsor und Mobilitätspartner des Deutschen Padel Verbandes (DPV) auf. Das Bundesliga-Finale 2023 und die deutsche Nationalmannschaft (Herren, Damen und Jugend) unterstützt CUPRA ebenfalls als Hauptsponsor. Darüber hinaus gehört das Namenssponsoring der CUPRA German



Masters oder auch der CUPRA German Padel Series, der offiziellen Turnierserie des DPV, dazu.

Über CUPRA Partnerbetriebe lokal verankert

Außerdem werden die CUPRA Partnerbetriebe mit in das Engagement einbezogen: Sie können auf lokaler Ebene die Padel-Standorte in ihrer Umgebung unterstützen und durch Marken-Branding oder Events von der Zusammenarbeit profitieren. Außerdem kann die Challenger-Brand regelmäßig auf den unterschiedlichen digitalen Plattformen des Kooperationspartners sichtbar werden; bei größeren Veranstaltungen und Turnieren können auch aktuelle CUPRA Modelle vor Ort ausgestellt werden.

Expansion gemeinsam forcieren

Drei der wichtigsten Court-Betreiber in Deutschland – PadelBOX, PadelCity und We Are Padel – gehören ebenfalls künftig zum breiten Netz von Kooperationspartnern. „Mit unseren Partnern teilen wir die Vision einer unaufhaltsamen Padel-Expansion“, erklärt Fiordispina. Bis Ende des Jahres planen die Betreiber, zusätzliche Standorte aufzubauen, um die Sportart in möglichst viele Städte zu bringen. Dazu wollen auch Tennisclubs vermehrt beitragen, sodass auch hier neue Padel-Courts entstehen sollen. Im Verlauf des Jahres wird CUPRA daher bei einigen Clubs verstärkt einsteigen.

Sie geben dem Sport ein Gesicht

Ein wichtiger Grundpfeiler zur nachhaltigen und erfolgreichen Entwicklung von Padel sind zudem Sportler*innen, die den Spirit der Sportart verkörpern und ihre Begeisterung dafür nach außen tragen. In Deutschland prägen aktuell engagierte Spieler*innen wie die amtierenden Deutschen Meister*innen Johannes Lindmeyer, Matthias Wunner, Victoria Kurz und Denise Höfer sowie der Kapitän der deutschen Nationalmannschaft, Jonas Messerschmidt, die Szene. Mit ihnen gemeinsam möchte CUPRA neue Spieler*innen für den Sport begeistern und so zur Expansion beitragen.

CUPRA unterstützt Padel schon seit vielen Jahren

International ist CUPRA bereits seit dem Jahr 2019 auf dem Padel-Court aktiv – damals wurde die Marke Premiumpartner aller offiziellen Turniere der World Padel Tour (WPT) und ist dies mindestens bis zum Jahr 2024. Zudem ist CUPRA Hauptsponsor der



International Padel Federation (FIP). Nicht zuletzt sind die absoluten Weltklassespieler*innen Ariana Sánchez Fallada, Federico Chingotto, Arturo Coello, Paula Josemaría Martín, Juan Tello, Fernando Belasteguín und Alejandro Galán Romo als CUPRA Markenbotschafter*innen aktiv.

Das große Ziel: Padel als olympische Sportart

CUPRA möchte durch diese ebenso globale wie vielseitige Art der Zusammenarbeit, die nun auch in Deutschland Fahrt aufnimmt, Padel international populärer machen und die Entwicklung als Profisport unterstützen. Ziel ist es, Padel eines Tages als olympische Disziplin zu etablieren. Bis dahin ist es zwar noch ein längerer Weg – die Wachstumswahlen sprechen jedoch auch in Deutschland für sich. So wurden beispielsweise im Jahr 2021 insgesamt 45 Padel-Plätze gebaut und im Vergleich zum Jahr zuvor allein 17 neue Padel-Clubs gegründet.

Padel kurz und kompakt erklärt

Padel ist ein Mix aus Squash und Tennis. Es wird in aller Regel als Doppel gespielt – über ein Netz, aber auch mit Plexiglaswänden, die den 10 x 20 Meter großen Court umranden und in die Ballwechsel einbezogen werden. Gezählt wird wie beim Tennis, und auch der Ball ist sehr ähnlich. Die Schlagfläche der Padel-Schläger ist etwas kleiner als die von Tennis-Rackets und nicht bespannt, sondern aus einem elastischen, mit Löchern versehenem Material. Der Griff ist kürzer, sodass Schläger und Ball leichter kontrolliert werden können. Einsteiger*innen haben es also deutlich leichter und sind schnell auf einem Spielniveau, das großen Spaß bringt und für Erfolgserlebnisse sorgt.

Enormes Wachstum – beim Padel und bei CUPRA

In der spanischsprachigen Welt erfreut sich Padel seit vielen Jahren großer Beliebtheit. Entsprechend wuchs die Fangemeinde in Europa vor allem auf der Iberischen Halbinsel in den vergangenen Jahren rasant. In Spanien ist Padel mit sechs Millionen aktiven Spieler*innen und rund 20.000 Courts bereits Sportart Nummer zwei hinter Fußball und hat Tennis längst überholt. Auch in Deutschland sprießen immer mehr Padel-Courts und -Vereine aus dem Boden.



CUPRA ist die unkonventionelle Challenger-Brand, die Emotion, Elektrifizierung und Performance verbindet und die Welt von Barcelona aus inspiriert. Nach ihrer Etablierung als eigenständige Marke im Jahr 2018 hat CUPRA einen eigenen Firmensitz sowie eine Rennwagenschmiede in Martorell (Barcelona) errichtet und verfügt inzwischen über ein weltweites Netz spezialisierter Verkaufspunkte.

Im Jahr 2021 konnte CUPRA seinen Aufwärtstrend fortsetzen: Weltweit verkaufte die Marke 80.000 Fahrzeuge, was eine Verdreifachung im Vergleich zum Vorjahr darstellt – vor allem dank des großen Erfolgs des CUPRA Formentor. Die spanische Challenger-Brand beweist, dass Elektrifizierung und Sportlichkeit perfekt zusammenpassen und erweiterte in diesem Jahr die Modellvarianten des CUPRA Born, des ersten vollelektrischen CUPRA, um weitere Versionen mit unterschiedlichen Batteriekapazitäten sowie einer leistungsstärkeren e-Boost-Version. Außerdem erschien eine exklusive, limitierte Ausführung des CUPRA Formentor VZ5. Der CUPRA Tavascan, das zweite vollelektrische Modell der Marke, sowie der elektrifizierte Sport-SUV CUPRA Terramar – eine Hommage an die Terramar-Rennstrecke, auf der für CUPRA alles begann – werden 2024 auf den Markt kommen. Ein weiteres Jahr später folgt das erste urbane Elektroauto, das vom Konzept des CUPRA UrbanRebel inspiriert ist.

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