



Virtuelles Showcar

Der DarkRebel ist bereit für den Schritt in die echte Welt

- > Der CUPRA Tribe konnte den Sportwagen im Metahype individuell gestalten
- > Mehr als 270.000 Konfigurationen wurden eingereicht
- > Sie alle beeinflussen das endgültige Design des realen Showcars

Martorell/Weiterstadt, 26. Juli 2023 – Mit dem DarkRebel hat CUPRA in den vergangenen Monaten für jede Menge Aufsehen gesorgt. Der virtuelle Sportwagen verkörpert den Geist der unkonventionellen Challenger-Brand in Bezug auf Leistung und Emotion und ist das erste Showcar, das im Metahype – dem CUPRA Raum im Metaversum – präsentiert wurde. Das Fahrzeug verschiebt die Grenzen von Design und Leistung und stellt sogar die Art und Weise infrage, wie Autos in Zukunft für die neuen Generationen entworfen und hergestellt werden.

Konfiguration im Metahype geht zu Ende

Nun rückt der CUPRA DarkRebel einen Schritt näher an die echte Welt heran, denn die Möglichkeit, die zukünftige reale Version des Fahrzeugs über den Hyperkonfigurator zu beeinflussen, endet. Im Rahmen des Exponential Impulse Events in Berlin hatte CUPRA im April dazu aufgerufen, das Modell individuell zu konfigurieren, ein Video des Fahrzeugs zu teilen und damit Einfluss auf den potenziellen DarkRebel der Zukunft zu nehmen.

Konfigurationsdaten fließen in das zukünftige Design ein

Mehr als 270.000 User*innen aus dem CUPRA Tribe folgten dem Aufruf – darunter Markenbotschafter*innen wie Alexia Putellas, Marc ter Stegen, Ansu Fati und Daniel Brühl. Sie alle nutzten das immersive virtuelle Tool, um die markantesten Merkmale des CUPRA DarkRebel individuell zu gestalten. Die Tausenden von Konfigurationsdaten werden in das endgültige physische Design des CUPRA DarkRebel einfließen.



„Der CUPRA DarkRebel ist die neueste Provokation der Marke, geschaffen ohne die Grenzen der realen Welt. Dieses Showcar ist für die nächste Generation, entworfen von einem Tribe, nicht von einem Individuum. Es ist ein Rebell mit einem Ziel und zeigt, dass Elektroautos sexy, emotional und auch ein Stück weit schockierend sein können“, sagt Wayne Griffiths, CEO von CUPRA. „Ich glaube, dass CUPRA pure Besessenheit ist. Es ist eine Marke, die von Menschen geschaffen wurde, die von dem, was sie tun, fasziniert sind. Der DarkRebel ist der Beweis für diese Leidenschaft, die bis an die Grenzen geht.“

User*innen aus der ganzen Welt haben ihrer Kreativität freien Lauf gelassen und das endgültige Design des CUPRA DarkRebel in der virtuellen Welt beeinflusst. Die beiden Länder mit den meisten Konfigurationen sind Spanien und Deutschland, auch Mexiko und die Türkei gehören zu den Top Ten.

74 Prozent der User*innen verwendeten mobile Geräte

Im Hyperkonfigurator konnten die User*innen zwischen drei Umgebungen wählen – dem Exponential Square, dem Exponential Cube und dem Exponential Infinite –, in denen sie ihren ganz persönlichen CUPRA DarkRebel gestalten konnten. Der CUPRA Tribe fühlte sich vor allem vom Exponential Square angezogen, der von natürlichen Elementen wie Mineralien und Steinen, den rauen Texturen und erdigen Farben von CUPRA inspiriert ist. Der Hyperkonfigurator hat die Menschen in das Erlebnis hineingezogen. 74 Prozent der User*innen verwendeten mobile Geräte – ein klares Zeichen dafür, dass der CUPRA DarkRebel ein Fahrzeug ist, das von und für die neue Generation entwickelt wurde.



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