



„There is no second“

## Neuer Held einer neuen Ära: Enthüllung des CUPRA Terramar beim 37. America's Cup

- > Selbstbewusster Look: Der sportliche SUV verkörpert die neue Designsprache
- > Kooperation: CUPRA Terramar America's Cup limitiert auf 1.337 Einheiten
- > Globale Kampagne entstand gemeinsam mit dem Filmregisseur J. A. Bayona
- > Wachstum: CUPRA hat weltweit bereits rund 700.000 Fahrzeuge ausgeliefert

Martorell/Weiterstadt, 3. September 2024 – Im Rahmen des America's Cup, eines der prestigeträchtigsten Sportereignisse der Welt, hat CUPRA seinen neuen Helden für eine neue Ära enthüllt: den CUPRA Terramar. Der sportliche SUV bringt die Challenger-Brand in den Hotspot des am schnellsten wachsenden Segments in Europa und ist Teil der größten Produktoffensive in der bisherigen Geschichte der jungen Marke. Die Weltpremiere in Barcelona folgte auf die jüngsten Launches des neuen CUPRA Leon, des neuen CUPRA Formentor, des CUPRA Born VZ<sup>1</sup> (Stromverbrauch kombiniert: 14,9–16,7 kWh/100 km; CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert: 0 g/km; CO<sub>2</sub>-Klasse kombiniert: A; elektrische Reichweite kombiniert: 530–539 km) und des CUPRA Tavascan.

„Mit dem CUPRA Terramar erweitern wir nicht nur unser Produktportfolio, sondern sorgen gleichzeitig dafür, dass unsere Marke ‚erwachsen‘ wird. Denn mit dem neuesten Modell bringen wir CUPRA auf ein höheres Niveau, erschließen neue Zielgruppen und ein wachsendes Segment, ohne dabei unseren rebellischen Challenger-Spirit zu verlieren“, sagt Wayne Griffiths, CEO von CUPRA. „Es ist ein Fahrzeug, das CUPRA heute als eine reifere, selbstbewusstere und identitätsstärkere Marke ausweist, ohne dabei jemals ihren rebellischen Ansatz und ihre Authentizität zu verlieren.“



CUPRA hat seit dem Launch der Marke im Jahr 2018 weltweit bereits rund 700.000 Fahrzeuge ausgeliefert. Aktuell setzt die Marke ihre Rekordfahrt fort: Mit 125.700 ausgelieferten Fahrzeugen konnte sie das beste erste Halbjahr ihrer Geschichte verzeichnen. Das Ergebnis entspricht einem Anstieg von 17,2 Prozent gegenüber dem gleichen Zeitraum im Jahr 2023 (107.300 Fahrzeuge).

### **CUPRA Terramar: der neue Held einer neuen Ära**

Der CUPRA Terramar verkörpert die neue Designsprache der Marke mit einem mutigen und selbstbewussten Auftritt. Der sportliche SUV trägt die neue ikonische Lichtsignatur der Marke mit den drei Dreiecken bestehend aus CUPRA Matrix-LEDs Ultra mit High-Definition-Technologie.

Das Außendesign der Frontpartie wird durch den Kühlergrill und die funktionale untere Öffnung, die an Sportwagen erinnert, aufgelockert. Die sportlichen Proportionen setzen sich nach hinten mit geschwungenen Linien fort, die sich von der Vorderseite über die Seite verlagern, um den Performance-Charakter des SUV zu verstärken.

### **Beleuchtetes Logo, neun Außenfarben**

Das breite Heck des CUPRA Terramar verleiht dem SUV eine starke Präsenz. Das integrierte und beleuchtete CUPRA Logo ist zentral zwischen den Rückleuchten positioniert, der Name Terramar ist ebenfalls beleuchtet. Der Heckdiffusor steht im Kontrast zu den anderen Designelementen und trägt dazu bei, die Proportionen des Fahrzeugs aufzulockern und ihm einen trotzig Charakter zu verleihen.

Der CUPRA Terramar wird in neun Außenfarben erhältlich sein, darunter zwei matte Optionen – Century Bronze Matt und Enceladus Grey Matt – sowie Dark Void, inspiriert von der Plasmafarbe des CUPRA DarkRebel Showcar.



### **Der Innenraum – digital, nachhaltig und fahrerorientiert**

Der Innenraum interpretiert die Sportlichkeit neu – mit einem fahrerorientierten Cockpit, das durch das Design der Mittelkonsole noch verstärkt wird. Auch Nachhaltigkeit steht im Fokus: Die Schalensitze sind in den mittleren Bereichen entweder mit Textilien aus 100 Prozent upgecyceltem SEAQUAL® YARN, mit Dinamica® mit mindestens 73 Prozent recycelten Textilien oder mit Leder aus pflanzlicher Gerbung bezogen.

Die Digitalisierung steht für die Person am Steuer im Mittelpunkt. Ein neu gestaltetes und verbessertes HMI wird im digitalen Cockpit hinter dem Lenkrad sowie im zentral positionierten 12,9-Zoll-Infotainmentsystem mit einem retrobeleuchteten Touchslider eingesetzt. Darüber hinaus setzt CUPRA die Zusammenarbeit mit den Audioexpert\*innen von Sennheiser Mobility fort und integriert ein HiFi-Audiosystem mit zwölf Lautsprechern.

### **Fünf verschiedene Antriebsstränge**

Der CUPRA Terramar verbindet die Möglichkeiten von Verbrennung und Elektrifizierung – mit fünf verschiedenen Antriebssträngen mit drei unterschiedlichen Technologien: TSI (Benzin) (Kraftstoffverbrauch kombiniert: 8,4–8,8 l/100 km; CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert: 191–199 g/km; CO<sub>2</sub>-Klasse kombiniert: G), eTSI (Mildhybrid) (Kraftstoffverbrauch kombiniert: 6,1–6,6 l/100 km; CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert: 139–152 g/km; CO<sub>2</sub>-Klasse kombiniert: E) und die neue Generation des Plug-in-Hybrids (e-HYBRID) (Kraftstoffverbrauch gewichtet kombiniert: 0,4–0,5 l/100 km; Stromverbrauch gewichtet kombiniert: 17,6–19,0 kWh/100 km; Kraftstoffverbrauch bei entladener Batterie: 5,7–6,1 l/100 km; CO<sub>2</sub>-Emissionen gewichtet kombiniert: 10–12 g/km; CO<sub>2</sub>-Klasse gewichtet kombiniert: B; elektrische Reichweite kombiniert: 110–120 km). Die Leistungsspanne reicht von 110 kW (150 PS) bis 200 kW (272 PS). Die Fahrdynamik wird durch das serienmäßige Sportfahrwerk und die Progressivlenkung sowie durch die neue adaptive Fahrwerksregelung und die Akebono-Bremsen gesteigert.



Der in Barcelona entworfene und entwickelte CUPRA Terramar wird im ungarischen Audi-Werk Győr produziert. Die Auslieferungen werden im letzten Quartal dieses Jahres beginnen.

Zum Aufrufen der Pressemappe, bitte hier klicken:

<https://www.cupra-media.de/modelle/cupra-terramar/pressemappe>

### Ein unvergessliches Erlebnis

Unter dem Motto „There is no second“ wurde der CUPRA Terramar im Rahmen des 37. America’s Cup vorgestellt, dem prestigeträchtigsten Segelwettbewerb der Welt und dem größten Sportereignis in Barcelona seit den Olympischen Sommerspielen 1992. Denn der America’s Cup ist die Regatta, bei der es keinen zweiten Platz gibt – entweder man gewinnt oder man verliert, und das ist schon seit mehr als 170 Jahren so.

Die Präsentation fand im America’s Cup Experience statt, dem ersten und einzigen offiziellen Ausstellungszentrum des Wettbewerbs, das sich im historischen IMAX-Gebäude im Hafen von Barcelona befindet. In diesem innovativen Raum können die Besucher\*innen die Geheimnisse des ältesten Sportwettbewerbs der Welt entdecken, in dem sich Tradition und Geschichte mit Spitzentechnologie und Leidenschaft verbinden. An diesem symbolträchtigen Ort ist es auch möglich, alle Emotionen, die diesen Wettbewerb einzigartig machen, dank eines Simulators und immersiver Erfahrungen hautnah zu erleben.

Als offizielles Fahrzeug des Wettbewerbs fand die Weltpremiere des CUPRA Terramar auch in Anwesenheit von Grant Dalton statt. Der CEO des America’s Cup unterstrich mit CUPRA CEO Wayne Griffiths ihr gemeinsames Engagement, die Welt von Barcelona aus weiter zu inspirieren. Die strategische Allianz, die im Dezember 2023 geschmiedet wurde, basiert auf der Siegermentalität beider Marken, auf Innovation, Leistung und dem Bestreben, sich mit den Menschen in Barcelona zu verbinden.



### **Spektakuläre globale Kampagne**

Mit dem neuen CUPRA Terramar wurde auch die brandneue globale Kampagne für den sportlichen SUV vorgestellt. In Zusammenarbeit mit CUPRA Markenbotschafter J.A. Bayona ist ein einzigartiger Film entstanden. Der renommierte Regisseur erläuterte im Rahmen der Weltpremiere seinen inspirierenden Kreativprozess bei der Entstehung dieses Projekts über den Wettbewerbsgeist der Marke, die Selbstverbesserung und das Konzept „There is no second“. Darüber hinaus hob er die Werte hervor, die seine Arbeit mit der von CUPRA verbinden: sich über Erwartungen hinwegsetzen, Emotionen wecken und mit anspruchsvollen Geschichten Grenzen überschreiten. Mit dieser Zusammenarbeit bringen CUPRA und J.A. Bayona die Welten des Kinos und des Autos zusammen, um die nächste Generation von Storyteller\*innen und Autofahrer\*innen zu inspirieren.

Unter dem Dach des 37. America's Cup ging die Zusammenarbeit zwischen CUPRA und dem Segelwettbewerb mit der Einführung der limitierten Auflage des CUPRA Terramar America's Cup noch einen Schritt weiter. CUPRA wird nur 1.337 Exemplare des Fahrzeugs mit einem speziellen Design und besonderen Stilmerkmalen herstellen. Sie spiegeln die Partnerschaft wider – unter anderem mit exklusiven schwarzen Felgen und der einzigartigen Farbe Enceladus Grey Matt.

### **Zwei neue Kooperationen**

Darüber hinaus fordert CUPRA den Status quo mit zwei neuen Kooperationen heraus. Auch sie spiegeln den Spirit des prestigeträchtigen America's Cup wider und sind geprägt von dem mutigen und unkonventionellen Design von CUPRA, das vom neuen CUPRA Design House entworfen wurde. So haben CUPRA und De Antonio Yachts kürzlich die E23 Terramar vorgestellt. Dabei handelt es sich um eine vollelektrische Jacht, die von den ikonischen Elementen und Farben des CUPRA Terramar inspiriert ist.



Zudem hat CUPRA eine neue Capsule Collection herausgebracht, die den Spirit des 37. America's Cup repräsentiert. Die neue Kollektion ist während der gesamten Dauer des Wettbewerbs im Race Village sowie während der CUPRA Terramar Weltpremiere auch im IMAX erhältlich.

**CUPRA** ist die unkonventionelle Challenger-Brand, die Emotion, Elektrifizierung und Performance verbindet und die Welt von Barcelona aus inspiriert. Seit dem Launch im Jahr 2018 hat sich CUPRA zu einer der am schnellsten wachsenden Automarken in Europa entwickelt und verfügt über ein weltweites Netz spezialisierter Verkaufspunkte.

CUPRA beweist mit seinen Modellen, dass Elektrifizierung und Sportlichkeit perfekt zusammenpassen. Im Jahr 2023 erreichte die Marke mit weltweit mehr als 230.000 ausgelieferten Fahrzeugen einen neuen Höchstwert. Jede Markteinführung eines neuen Modells markiert einen weiteren Meilenstein in der Definition des Charakters der Marke, mit einem anspruchsvollen und originellen Design: der CUPRA Ateca, ein einzigartiges Modell in seinem Segment; der CUPRA Leon, das erste elektrifizierte Fahrzeug der Marke dank eines Plug-in-Hybridantriebs; der CUPRA Formentor, das erste Modell, das exklusiv von CUPRA entwickelt wurde und sich zum absoluten Topseller entwickelte; und der CUPRA Born, der erste vollelektrische CUPRA.

CUPRA ist offizieller Automobil- und Mobilitätspartner des FC Barcelona, Premiumsponsor der World Padel Tour und offizieller Sponsor des eSports Clubs Finetwork KOI. CUPRA ist auch stolz darauf, an der Formel-E-Meisterschaft teilzunehmen. Der CUPRA Tribe besteht aus einer Gruppe von Menschen, die die treibende Kraft des Wandels sein wollen. Zu den Mitgliedern gehören der oscar-nominierte Filmregisseur J.A. Bayona, der Formel-E-Fahrer Lucas di Grassi, der Street Artist TVBoy, die olympischen Goldmedaillengewinner Adam Peaty und Saul Craviotto, der deutsche Fußballtorwart Marc ter Stegen und die zweifache Ballon d'Or-Siegerin sowie FIFA Weltfußballerin Alexia Putellas. In Deutschland sind unter anderem der Unternehmer Daniel Abt sowie die Schauspieler Ken Duken und Vladimir Burlakov Members of the CUPRA Tribe.

PRENSA PREMSA NEWS PRESSE STAMPA

## CUPRA Pressekontakt

### **Melanie Stöckl**

Leiterin Kommunikation  
T/ +49 151 14 72 66 03  
[melanie.stoeckl@seat.de](mailto:melanie.stoeckl@seat.de)

### **Sabine Stromberger**

Sprecherin Produkt, Events und Lifestyle  
T/ +49 151 14 72 66 05  
[sabine.stromberger@seat.de](mailto:sabine.stromberger@seat.de)

**CUPRA**