



CUPRA x Elaine's

Holy Circle: CUPRA startet mit eigenem Club durch

- > Challenger-Brand eröffnet Music Venue in Frankfurter City
- > Wichtiger Baustein für die Musikstrategie der Marke
- > Zusammenarbeit mit erfolgreichem Frankfurter Gastropartner

Frankfurt am Main/Weiterstadt, 17. Mai 2024 – Als Challenger-Brand hat sich CUPRA das Ziel gesetzt, gegebene Strukturen aufzubrechen und Dinge anders zu machen als andere. Mit dem Grand Opening des Holy Circle inmitten von Frankfurt am Main wurde die Marke einmal mehr ihrer selbst auferlegten Maxime gerecht. Eine Automarke mit einem eigenen Club – so ungewöhnlich die Kombination zunächst wirken mag, so schlüssig fügt sich der Holy Circle in die Musikstrategie der Challenger-Brand ein.

Mit dem Holy Circle eröffnete die Marke am Donnerstag neben der CUPRA City Garage in Berlin und München einen neuen physischen Kommunikationsraum, in dem der CUPRA Tribe zusammenkommen und sich austauschen kann. „Wir verstehen uns als Challenger-Brand und tun das, was niemand anderer tut. Während andere Hersteller Showrooms in Frankfurt am Main in Betrieb nehmen, eröffnen wir einen Club. Einen Ort voller Inspiration mit Zugang zu unserer Brand Experience, um unsere Zielgruppe auf einem eher unkonventionellen Weg zu erreichen.“, erklärt Giuseppe Fiordispina, Leiter Marketing bei CUPRA in Deutschland.

Elaine's World und CUPRA

Das Gastrokonzept übernimmt das Team von Elaine's World. Holy Circle steht für die Vision beider Partner, ihre Communities zusammenzubringen: Be One of Us. Be Part Of The Circle. Elaine's World hat die Frankfurter Gastrobranche in den vergangenen Jahren revolutioniert und spricht die Zielgruppe von CUPRA direkt an. Musik ist ebenfalls Teil der jungen Gastronomie- und Lifestyle-Marke. Somit ist es ein perfektes Match zweier Marken aus verschiedenen Welten mit dem gleichen Spirit.



From Bar to Club, from Club to Bar

Holy Circle
Mainzer Landstraße 1
60325 Frankfurt am Main

Der Club ist donnerstags bis samstags von 21 bis 3 Uhr geöffnet. Der Fokus des Musikkonzepts liegt auf elektronischer Musik. Da Musik keine Grenzen kennt, werden bei besonderen Veranstaltungen auch Afro Beats oder Hip Hop gespielt. Bereits beim Grand Opening zeigte der weltbekannte DJ und Tribe Member Hugel, welche Potenziale der Holy Circle birgt und sorgte – unter anderem mit der Premiere neuer, noch nicht veröffentlichter Songs – bei den Gästen für eine ausgelassene Stimmung im einzigartigen Ambiente des Clubs.

Optisch ist der Holy Circle in der Farbwelt der CUPRA CI gehalten. Besonders prägnant sind Chrom-Akzente und ein Fluid-Look – beispielsweise an der Bar oder an der DJ-Area. Letztere ist an den Wochenenden sehr präsent im Innenraum des Clubs platziert und mit klarem CUPRA Branding an Boxen und Pult versehen. Die individualisierte Musikanlage bietet ein Alleinstellungsmerkmal der Location und signalisiert klar, dass Musik im Club im absoluten Mittelpunkt steht.

Teil der Musikstrategie

Der Holy Circle ist Teil der Musikstrategie von CUPRA und soll die Challenger-Brand noch authentischer im Musikbereich platzieren. CUPRA ist bereits regelmäßig als Marke bei Festivals aktiv. Mit den CUPRA Music Labs bietet die Challenger-Brand außerdem in Kooperation mit dem Musikmanager und Produzenten Stefan Dabruck einen Playground, in dem junge Talente zusammenkommen und sich kreativ ausleben können.

Die CUPRA Music Labs und der Holy Circle sind nur wenige Gehminuten voneinander entfernt und sollen nicht nur räumlich eng verknüpft sein. Künstler*innen, die im Studio ihre Sets aufnehmen, können künftig auch im Holy Circle auflegen. Damit fügt sich der Club nahtlos in die musikalische Welt von CUPRA ein.



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 Cravotto, 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

Sabine Stromberger

Sprecherin Produkt, Events und Lifestyle
T/ +49 151 14 72 66 05
sabine.stromberger@seat.de