



CUPRA Terramar

Wenn ehrgeizige Pläne Wirklichkeit werden

- > Interview mit Jorge Díez zum neuesten Modell der Challenger-Brand
- > CUPRA Designchef erläutert die Entstehung der sportlichen Proportionen
- > So treffen starker Charakter und Entschlossenheit auf emotionalen Spirit

Martorell/Weiterstadt, 13. September 2024 – Im Februar 2018 wurde eine mutige neue Marke geboren, deren Prinzipien von Beginn an Emotion, Design und Sportlichkeit hießen. Es war der Beginn der Geschichte von CUPRA, der Challenger-Brand, die sich der Welt auf dem Autódromo de Sitges-Terramar, in der Nähe von Barcelona, erstmals präsentierte. Heute, mehr als sechs Jahre später, verleiht die symbolträchtige Rennstrecke ihren Namen dem neuesten Helden der Marke für die neue Ära, dem CUPRA Terramar. Der neue sportliche SUV von CUPRA ist endlich da. Der Weg hierher gestaltete sich als eine Reise, bei der aus Ehrgeiz und Ambitionen schlussendlich Wirklichkeit geworden ist. CUPRA Designchef Jorge Díez beschreibt die Entstehung eines Modells, das die Möglichkeiten von SUVs in Bezug auf Emotionen, Leistung und Design neu definiert.

Woher nehmen Sie als Designer Ihre Inspiration für ein Auto wie den CUPRA Terramar?

Jorge Díez: Für manche Menschen folgt das Design den Funktionen, für uns folgt es den Emotionen. In diesem Sinne haben wir uns bei CUPRA schon immer dafür eingesetzt, die Welt von Barcelona aus zu inspirieren. Aber mit diesem Modell, das „terra“ (Land) und „mar“ (Meer) im Namen trägt, sind wir noch weitergegangen. Es sind nicht nur die beeindruckende Architektur und der Designspirit Barcelonas, die uns im Designteam inspirieren, sondern auch die lebensfrohe mediterrane Kultur und der starke Charakter der Menschen. Durch die Kombination all dessen mit unserer Designphilosophie haben wir eine authentischere Form des Ausdrucks erreicht. Unser



Ziel war es, den Punkt zu betonen, an dem das Land auf die rohe, elementare Kraft des Meeres trifft.

Beim CUPRA Terramar stechen die Dimensionen hervor, ohne dass jedoch auf sportliche Proportionen verzichtet wird. Wie haben Sie das erreicht?

Jorge Díez: Wir lieben Herausforderungen. Wettbewerb liegt in unserer DNA, und wie beim America's Cup gibt es für uns keinen zweiten Platz, auch nicht für unser Design. Deshalb haben wir ein Fahrzeug für eines der gefragtesten Segmente entwickelt: einen 4,5 Meter langen SUV mit einem mutigen und selbstbewussten Design. Wir wollten die Höhe und die größeren Abmessungen, die für SUVs typisch sind, mit einem muskulösen Ansatz mit kontrastreichen Linien kombinieren, der für unsere sportlichen Designs charakteristisch ist.

Wie ist das gelungen?

Jorge Díez: Die Frontpartie zum Beispiel hat eine lange, hohe, geradezu stolze und entschlossene Motorhaube, die im unteren Bereich des Kühlergrills v-förmig verläuft, um die Dynamik zu betonen. Das Heck des Fahrzeugs erweckt den Eindruck von breiten Schultern, die ihm einen starken und mutigen Charakter verleihen. Letztendlich geht es vor allem um die Linien und Oberflächen.

Was vermitteln diese Linien und Flächen?

Jorge Díez: Die Linien des CUPRA Terramar sprechen für sich selbst und zeigen einen starken Charakter, der Entschlossenheit und Fokus vermittelt. Diese werden mit nahezu sinnlichen Oberflächen kombiniert, die unseren emotionalen Spirit und unsere menschliche Inspiration im Design widerspiegeln. Entlang der unteren Seitenpartie des Fahrzeugs haben wir die sogenannte „Rocker Wave“ geschaffen, eine sinnlich ansteigende Linie, die einer Welle ähnelt. Sie hebt das Fahrzeug an und verleiht ihm eine einzigartige Persönlichkeit. Die starke Definition der Front mit der markanten



Sharknose und des Hecks mit seinen scharfen und geneigten Flächen erzeugt ein starkes Gefühl von Spannung.

Was wird der CUPRA Terramar zum Design von CUPRA beitragen?

Jorge Díez: Der CUPRA Terramar zielt darauf ab, mit einem mutigen Design, sportlichen Proportionen und seinem charakteristischen, entschlossenen Auftreten die Emotionen auf die Spitze zu treiben und CUPRA in eines der am schnellsten wachsenden Segmente in Europa zu bringen. Indem wir die neue Designsprache der Marke übernommen haben, haben wir die CUPRA DNA in vollem Umfang umgesetzt. Dies zeigt sich in der Verwendung unserer kupferfarbenen Details oder der Lichtsignatur der Marke mit den drei Dreiecken, die dem Look Selbstbewusstsein verleiht. Das Ergebnis ist ein hochemotionaler, sportlicher, elektrifizierter SUV mit einem markanten, von Barcelona inspirierten Design.

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.



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

PRENSA PREMSA NEWS PRESSE STAMPA

CUPRA