



Mehr Manpower für CUPRA

CUPRA verstärkt sein Team für europaweite Marktoffensive

- > Mitarbeiterstärke um 50 Prozent erhöht
- > Forcierung der stärksten Märkte: Deutschland, Spanien und England
- > Start ins Jahr 2019 mit Verdreifachung des Absatzes

Martorell/Schinznach-Bad, 09.04.2019 – CUPRA konnte auf dem Genfer Auto-Salon 2019 mit der Premiere des CUPRA Formentor – dem ersten eigens für die Marke entwickelten Concept Car – Autoliebhaber aus der ganzen Welt in seinen Bann ziehen. Nun präsentiert CUPRA das neues Managementteam, mit dem es europaweit voll durchstarten will.

Unter der Leitung des CUPRA Aufsichtsratsvorsitzenden Luca de Meo wird das CUPRA Team durch folgende Führungskräfte komplettiert: Wayne Griffiths ist CEO von CUPRA, Antonino Labate hat die Position als Direktor für Strategie, Geschäftsentwicklung und Operations inne, Jaime Puig ist Leiter von CUPRA Racing, Alejandro Mesonero-Romanos bekleidet die Position des Chefdesigners, Mauro Pierallini ist Leiter der Produktentwicklung, Khaled Soussi ist Leiter für Vertrieb und Marketing und Xavier Serra ist Entwicklungschef des Rennteams.

Mehr Manpower für europaweite Offensive

Ein Jahr nach dem Launch als eigenständige Marke hat CUPRA seine Struktur vervollständigt und seine Belegschaft um 50 Prozent auf rund 70 engagierte Mitarbeiter aufgestockt. Die Marke konnte 2018 alle Erwartungen übertreffen und beim Absatz ihrer Modelle im vergangenen Jahr mit dem Verkauf von 14'400 Einheiten ein Wachstum von 40 Prozent erzielen. Dabei führt Deutschland mit mehr als 6'000 verkauften Einheiten die Absatzrangliste an, während Spanien und Grossbritannien mit jeweils mehr als 1'500 verkauften Fahrzeugen den zweiten und dritten Platz belegen.

Zwar verfolgt CUPRA für 2019 in erster Linie das Ziel, mit der aktuellen Modellpalette seine Position im Markt zu stärken, weitere CUPRA Master auszubilden und den Ausbau seines Händlernetzes abzuschliessen. Dennoch avisiert CUPRA bereits jetzt eine europaweite Marktoffensive, um die im vergangenen Jahr erzielten Ergebnisse weiter zu verbessern: „Wir gehen zwar davon aus, dass Deutschland, Spanien und Grossbritannien auch 2019 unsere wichtigsten Märkte sein werden, möchten aber durch die Einführung des CUPRA Ateca und einen starken Marktstart des Leon CUPRA weitere Marktanteile in Europa gewinnen. Das gilt insbesondere für die Schweiz, Frankreich, und Österreich, wo wir ein deutliches Wachstum anstreben. Daneben möchten wir die Präsenz von CUPRA in unseren strategisch wichtigen Regionen ausserhalb Europas stärken, wie etwa in Nordafrika und Lateinamerika“, sagte CUPRA CEO Wayne Griffiths.



Ein Netzwerk aus Spezialisten

Um ihre Expansionsziele zu erreichen, baut die Marke derzeit ein Händlernetz mit ausgewählten Verkaufspunkten und CUPRA Spezialisten auf. CUPRA hat bereits bei 210 SEAT Händlern weltweit eine exklusiv der neuen Markenwelt vorbehaltene Verkaufsfläche reserviert und möchte bis Jahresende seine Reichweite noch weiter vergrössern. Die sogenannten CUPRA Corner zeichnen sich durch ihr charakteristisches Design aus, das der modernen Identität der Marke entspricht und der zeitgemässen und eleganten Neuinterpretation einer Auto-Werkstatt nachempfunden ist. Darüber hinaus wird CUPRA eigene Flagship-Stores an besonders symbolträchtigen Standorten auf der ganzen Welt eröffnen.

Über das CUPRA Netzwerk werden Spezialteile und Zubehör für CUPRA Kunden mit sorgfältig ausgewählten Optionen erhältlich sein, die speziell für jedes Modell entworfen wurden. Zur CUPRA Welt werden ausserdem eine exklusive Lifestyle-Kollektion, Fahrstrecken und besondere Veranstaltungen gehören. Das Unternehmen hat zudem mehr als 240 CUPRA Master ausgebildet, die dafür zuständig sein werden, den Kunden das CUPRA Erlebnis näherzubringen.

Auf dem richtigen Weg

CUPRA setzte in den ersten beiden Monaten des Jahres mit der Auslieferung von 3'600 Fahrzeugen seinen Aufwärtstrend fort: Das entspricht einem Wachstum von 101,4 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Gleichzeitig wurde mit dem CUPRA Formentor auch das erste eigens für die Marke entwickelte Modell angekündigt. Das Konzeptauto bietet 100 Prozent CUPRA DNA und soll 2020 als Manifest der Marke auf den Markt kommen.

Neben dem CUPRA Formentor stellte die Marke auf dem Genfer Auto-Salon 2019 auch die Special Edition des CUPRA Ateca vor, die noch mehr Performance und Eleganz bietet. Als Ergänzung zum CUPRA Ateca und zum CUPRA Formentor plant CUPRA die Einführung von insgesamt vier neuen Modellen bis 2020, um seinen Absatz in den nächsten drei bis fünf Jahren zu verdoppeln.

Weitere Informationen:

Karin Huber, PR-Manager

AMAG Import AG

Aarauerstrasse 20

5116 Schinznach-Bad

Telefon: +41 56 463 98 08

E-Mail: karin.huber@amag.ch

www.cupraofficial.ch / www.seatpress.ch



Über CUPRA

CUPRA ist die besondere Marke für besondere Menschen und wird genau die Kunden begeistern, die für dieselben Werte wie die neue Marke stehen: Einzigartigkeit, Eleganz und Leistung. Seit die Marke CUPRA als eigenständiges Unternehmen etabliert wurde, konnte sie bereits beeindruckende Erfolge verbuchen: Mit insgesamt 14'400 verkauften Fahrzeugen stiegen die Verkaufszahlen 2018 im Vergleich zum Vorjahr um 40 Prozent. CUPRA wird nicht nur neue Modelle einführen, sondern durch die Teilnahme an der TCR- und ETCR-Serie auch die Tradition des Motor- und Rennsports fortführen. Die CUPRA Welt sprüht vor Energie und wird bei mehr als 260 speziell ausgewählten Händlern in ganz Europa erlebbar sein, um von dort aus neue Fans zu erobern.