



Making of CUPRA UrbanRebel Concept

## ***So entstand eines der Highlights der IAA MOBILITY***

- > ***CUPRA Designchef Jorge Diez über den bisher rebellischsten CUPRA***
- > ***Gezielte Ansprache der Generation Z stand im Vordergrund***
- > ***Maximale emotionale Anziehungskraft auf knapp über vier Metern Länge***

***Martorell/Cham, 15. September 2021*** – Die CUPRA Vision einer elektrischen Zukunft zu erschaffen: So lautete die Herausforderung für das CUPRA Designteam, das mit dem Entwurf eines neuartigen Konzeptfahrzeugs betraut wurde. Den Designer\*innen wurden alle Freiheiten eingeräumt, und so entstand das von der Welt des Motorsports inspirierte CUPRA UrbanRebel Concept – die radikalste Interpretation eines urbanen Elektrofahrzeugs. Wie ging das Designteam diese Herausforderung an? CUPRA Designchef Jorge Diez erzählt hier die Entstehungsgeschichte des bislang rebellischsten Fahrzeugmodells des Elektrozeitalters.

### ***Wie ist die Idee für das CUPRA UrbanRebel Concept entstanden?***

Wir haben zunächst festgelegt, auf welchen Säulen unserer Markenphilosophie das Design dieses CUPRA basieren soll. Und dann haben wir diese Säulen auf unser Modell zugeschnitten, um eine noch progressivere und ausdrucksstärkere Version zu schaffen. Wir haben uns einer Vision verpflichtet, auf deren Grundgedanke unser zukünftiges urbanes Elektrofahrzeug aufbauen wird, dessen Markteinführung für 2025 geplant ist.

### ***Was diente Ihnen – ausser der Welt des Rennsports – noch als Inspiration?***

Unser Designteam hat sich auch von der Generation Z inspirieren lassen. Diese ist in überdurchschnittlichem Masse vom Gaming geprägt. Wenn man ein solch visionäres



Projekt plant, muss man die Denkweise der Menschen berücksichtigen, die man ansprechen möchte. Dementsprechend war unser Entwurf von Anfang an sehr digital geprägt. Parallel zu diesem grenzüberschreitenden Design hat sich unser Color&Trim Team von der Welt der Videospiele beeinflussen lassen, und die Ästhetik der Marke auf revolutionäre Weise neugestaltet. Die Farben dieses Modells sind leuchtender und lebendiger. Nach Hunderten von Tests fiel die Wahl auf Violett und fluoreszierende Gelbtöne, gepaart mit grafischen Elementen, die stark an die Pixel von Videospiele erinnern.

***Welche Elemente zeichnen dieses Concept am stärksten aus?***

Die Evolution der CUPRA Designsprache wird in jedem Detail deutlich. Doch es gibt ein Element, bei dem es uns gelungen ist, mit der Schlichtheit des Designs bis an die Grenzen zu gehen: Das einfache Dreieck, das die Basis für unser CUPRA Logo bildet, wird in verschiedenen Bereichen des Fahrzeugs immer wieder aufgegriffen. Die neue dreieckige Signatur in den Scheinwerfern, das Design der Rückleuchten, die Seitenlinien, die keilförmig in einem Punkt zusammenlaufen: Überall finden sich solche dekonstruierten Dreiecke. Diese Entscheidung fiel schon bei unseren anfänglichen Skizzen auf Papier, denn wir Menschen können uns die Grundformen viel leichter merken. Schon in früher Kindheit lernen wir, Quadrate, Kreise und so weiter zu erkennen. In diesem Fall haben wir uns für das Dreieck entschieden, weil es die dynamischste aller Grundformen ist.

***Welche Eigenschaften des CUPRA UrbanRebel Concept stechen für Sie heraus?***

Für mich gibt es nicht die eine Eigenschaft, die ich herausstellen würde. Vielmehr gefällt mir, wofür das Fahrzeug als Ganzes steht, seine Einstellung. Ein Fahrzeug zeichnet sich durch seine Rolle aus, durch seine Haltung. Dieses hier ist attraktiv, sein Wesen steht für Transformation: Man verliebt sich in seine Entschlossenheit und seinen Hang zur Veränderung. Und das ist unsere Aufgabe hier bei CUPRA.



### **Welche Botschaft wollen Sie mit diesem Prototyp vermitteln?**

Unsere Botschaft lautet, dass Elektroautos sehr emotional sein können, dass das Leben aus Emotionen besteht und dass wir jeden Tag geniessen sollten. Deshalb war es uns wichtig, den Geist von CUPRA vollständig in einem kompakten Modell einzufangen und auf einer Länge von knapp vier Metern das Wesen und die Eckpfeiler der Marke in einem einzigen Objekt zu vereinen. Das ist unser Manifest. Es ist das erste Mal, dass ein Kompaktfahrzeug auf so sportliche Weise entwickelt wurde, denn wir glauben, dass das Fahren in der Stadt Spass machen sollte. Bei CUPRA sind wir überzeugt, dass emotionale Anziehungskraft selbst auf vier Metern Länge möglich ist. Die Emotion, die dieses Fahrzeug vermittelt, ist das, was uns am meisten gefällt. Wir konstruieren Fahrzeuge, die bei den Menschen einen Eindruck hinterlassen; wir wollen Grenzen überschreiten, selbst wenn das bedeutet, dass es nicht jedem gefällt. Wir haben hier versucht, die Emotionen so lautstark wie möglich zu transportieren.

CUPRA ist eine unkonventionelle Challenger-Marke, die sich durch Stilbewusstsein und zeitgenössische Performance definiert und die Welt von Barcelona aus mit progressiven Fahrzeugen inspiriert. Nach ihrer Etablierung als eigenständige Marke im Jahr 2018 hat CUPRA einen eigenen Firmensitz sowie eine Rennwagenschmiede in Martorell (Barcelona) errichtet und unterhält inzwischen ein weltweites Netz spezialisierter Verkaufspunkte.

2020 konnte CUPRA den Aufwärtstrend mit einem Wachstum von 11 Prozent bei weltweit 27.400 verkauften Fahrzeugen weiter steigern. Das verdankt die Marke dem grossen Erfolg des CUPRA Ateca und des CUPRA Leon sowie der Markteinführung des CUPRA Formentor – des ersten eigenständig konzipierten und entwickelten Modells der Marke. 2021 sollen die Einführung der Plug-in-Hybridversionen des CUPRA Formentor und der CUPRA Born als erstes vollelektrisches Modell der Marke beweisen, dass sich Elektrifizierung und Sportlichkeit perfekt ergänzen können. Der CUPRA Tavascan wird das zweite vollelektrische Modell der Marke sein und 2024 erscheinen.

Dieses Jahr nimmt CUPRA an der vollelektrischen SUV-Offroad-Rennserie Extreme E teil. Zudem ist CUPRA offizieller und exklusiver Mobilitätspartner des FC Barcelona und Hauptsponsor der World Padel Tour. Die CUPRA Markenbotschafter gehören zur sportlichen Elite und identifizieren sich mit den Werten der Marke – darunter etwa der deutsche Torwart Marc ter Stegen, FussballNachwuchstalent Ansu Fati, Hollywood-Schauspieler Daniel Brühl, der schwedische Rennfahrer Mattias Ekström und vier der weltweit besten Padel-Tennis-Spieler.



## **CUPRA Pressekontakt**

Karin Huber  
PR-Manager  
AMAG Import AG  
Alte Steinhauserstrasse 12 + 16  
6360 Cham  
Telefon: +41 56 463 98 08  
E-mail: [karin.huber@amag.ch](mailto:karin.huber@amag.ch)  
[www.cupraofficial.ch](http://www.cupraofficial.ch)  
[www.seatpress.ch](http://www.seatpress.ch)

PRENSA PREMSA NEWS PRESSE STAMPA

**CUPRA**