



Vollelektrisches SUV-Coupé

CUPRA Tavascan verschiebt die Grenzen

- > **Neues Modell ist wegweisend für die künftige Designsprache der Marke**
- > **Designchef Jorge Díez spricht im Interview über den Entstehungsprozess**
- > **Dreieckige Lichtsignatur, beleuchtetes Logo und Mittelkonsole sind revolutionär**

Martorell/Cham, 20. Juni 2023 – Jedes neue Modell beginnt mit einer kreativen Übung. Dabei sind den Designer*innen keine Grenzen gesetzt. Das Modell muss auffallen, überraschen und wegweisend für das künftige Design der Marke sein. Manche Entwürfe sind zwar solche Wegweiser, bleiben aber dennoch Konzepte. Und andere werden mehr. So wie der CUPRA Tavascan. 2019 überraschte er auf der Internationalen Automobil-Ausstellung in Frankfurt am Main als Konzeptfahrzeug mit seinen mutigen Linien und seinem radikalen Design. Vier Jahre später verblüffte er bei seiner Weltpremiere in Berlin erneut die Welt. Das Serienmodell hat nichts von seiner Essenz verloren und behält gleichzeitig das Leitmotiv von CUPRA bei: Wenn wir davon träumen können, können wir es schaffen.

Ein Stück Zukunft

Als CUPRA Designchef Jorge Díez und sein Team begannen, die Umrisse eines neuen vollelektrischen SUV-Coupés zu skizzieren, war ihnen klar, dass einige es zu gewagt finden würden. **„Wenn man etwas Einzigartiges schaffen will, wenn man eine starke Persönlichkeit schaffen will, kann man es nicht allen recht machen. Das würde bedeuten, dass man seine Identität verliert. Und das wollen wir bei CUPRA nicht“**, sagt Díez und fügt hinzu: **„Als Designerinnen und Designer sind wir verpflichtet, die Grenzen zu verschieben, um unseren eigenen Weg zu gehen – und ohne darüber nachzudenken, was andere sagen könnten. Genau das haben wir beim CUPRA Tavascan gemacht. Er ist keine Antwort auf den Wandel, sondern das Fahrzeug, das ihn hervorbringt.“**



Höchst emotional

Der CUPRA Tavascan ist das zweite vollelektrische Elektroauto der Marke. Ein Modell mit einer starken Persönlichkeit, das eine neue Herangehensweise zum Ausdruck bringt. **„Die dunkle Frontmaske verleiht ihm eine sportliche, einzigartige Identität, gepaart mit dem progressiven, fast skulpturalen V-förmigen Design der Motorhaube. Zusammen erzeugen sie ein starkes Gefühl von Spannung“**, sagt Díez. Ergänzt wird das Konzept des Aussendesigns durch den neuen Gesichtsausdruck, der durch die dreieckige Lichtsignatur der Scheinwerfer entsteht. **„Sie sind das neue Markensymbol, das zusammen mit dem erstmals beleuchteten Logo die starke Identität des CUPRA Tavascan zeigt.“**

Skulptural und futuristisch

Mit seinem Äusseren wird der CUPRA Tavascan das Markendesign in die Zukunft leiten. Noch revolutionärer ist der Innenraum. Die starke Identität, von der Díez spricht, findet sich auch dort wieder – und zwar in einem weiteren, repräsentativen Symbol des Modells: der Mittelkonsole. **„Für uns ist sie ein noch nie dagewesenes Kunstwerk, das ikonischste Stück des Interieurs. Sie bildet das Gerüst, das das gesamte Armaturenbrett trägt, und schafft dadurch ein skulpturales, futuristisches Interieur“**, sagt der Chefdesigner. **„Diese Elemente maximieren das Raumgefühl und schaffen in Kombination mit dem progressiven Umgebungslicht eine einzigartige und charaktvolle Designsprache.“**

Highlight in Berlin

Die Weltpremiere des CUPRA Tavascan im April in Berlin war das Ergebnis jahrelanger Arbeit einer Marke, die in der kurzen Zeit ihres Bestehens immer wieder für Überraschungen gesorgt hat. Für das Designteam war die Premiere ein Highlight in der Entwicklung des vollelektrischen SUV-Coupés. **„Jedes Mal, wenn wir ein neues Modell der Öffentlichkeit vorstellen, ist das für uns ein ganz besonderer Moment. Es ist ein Traum, der nach so viel harter Arbeit wahr wird. Einfach unglaublich“**, schliesst Jorge Díez.



CUPRA ist die unkonventionelle Challenger-Brand, die Emotion, Elektrifizierung und Performance verbindet und die Welt von Barcelona aus inspiriert. Die Marke stellt traditionelle Denkweisen infrage und steht somit für den Zeitgeist einer neuen Generation. CUPRA wurde 2018 gegründet. Der Hauptsitz sowie eine Rennsportabteilung der Marke sind in Martorell (Barcelona) angesiedelt. Zudem verfügt CUPRA inzwischen über ein weltweites Netz spezialisierter Verkaufspunkte.

Im Jahr 2022 wurde der Aufwärtstrend der spanischen Challenger-Brand fortgesetzt: Weltweit lieferte CUPRA mehr als 150.000 Fahrzeuge aus und beweist, dass Elektrifizierung und Sportlichkeit perfekt zusammenpassen. Bislang war jede Markteinführung eines neuen Modells ein Meilenstein bei der Definition des Charakters der Marke durch ein mutiges und unverwechselbares Design: der CUPRA Ateca, ein einzigartiges Modell in seinem Segment, der CUPRA Leon, das erste Elektromodell dank der Plug-in-Hybrid-Antriebe, der CUPRA Formentor, das erste exklusiv entwickelte und bislang am meisten verkaufte Modell, und der CUPRA Born, das erste vollelektrische Fahrzeug der Challenger-Brand.

CUPRA ist offizieller Premiumsponsor der World Padel Tour und Partner der Formel E, der DTM, der Rennsimulation Forza Horizon sowie der Musikfestivals Parookaville und Rolling Loud. CUPRA nimmt als einzige Automobilmarke gleichzeitig an den vollelektrischen Rennserien Extreme E und Formel E teil. Der CUPRA Tribe besteht aus Markenbotschafter*innen, die die treibende Kraft des Wandels sein wollen. Dazu zählen unter anderem der Torhüter der deutschen Fussballnationalmannschaft der Männer, Marc ter Stegen, sowie die zweimalige Ballon-d'Or-Gewinnerin und FIFA-Weltfussballerin des Jahres, Alexia Putellas. In Deutschland sind unter anderem der Influencer Daniel Abt, die Schauspieler Ken Duken, Vladimir Burlakov und Tom Beck sowie die Schauspielerin und Moderatorin Nikeata Thompson als Markenbotschafter*innen für CUPRA aktiv.

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
www.cupraofficial.ch
www.seatpress.ch