Cupra spielt Musik und Padel

Von Walther Wuttke, cen

Vor fünf Jahren begann in Barcelona die Karriere einer neuen Automobilmarke, die sich inzwischen zu einer Erfolgsgeschichte entwickelt hat. Mit Cupra, zunächst als sportlicher Ableger des spanischen Volkswagen-Tochter Seat missverstanden, fuhren die Spanier in das Segment der sportlichen Massenmodelle und etablierten sich dort schnell als eigenständige Marke für eine junge Kundschaft. „Cupra hat die zweitjüngste Kundschaft von allen Marken in Europa“, erklärt Deutschland-Chef Bernhard Bauer. „Und das wollen wir natürlich ändern. Wir wollen an die Spitze.“ In Deutschland hat Cupra seit seiner Gründung mehr als 150.000 Fahrzeuge abgesetzt.

Cupra ist dabei mehr als ein Hersteller von sportlich ausgelegten Modellen. Die Verantwortlichen hinter dem Erfolg haben sehr genaue Vorstellungen, wie sie die junge Kundschaft an die Marke binden wollen. Neben der „Hardware“ wie Cupra Leon, Ateca, Born und dem ersten eigenständigen Modell Formentor, das sich inzwischen zum Besteller entwickelt hat, zielen die Maßnahmen auf „eine eigenständige Zielgruppe, die entschieden hat, dass sie nicht das Auto ihrer Eltern fahren will“, beschreibt Sven Schuwirth, Chief Operating Officer bei Cupra die Zielsetzung.

Und dazu gehört das Sponsoring von Musik-Veranstaltungen, wo sich die anvisierte Zielgruppe trifft. Das Marketingkonzept geht allerdings noch einen Schritt weiter und fördert über das Frankfurter Studio Music Lab in Zusammenarbeit mit dem vielfach ausgezeichneten Produzenten Stefan Dabruck vielversprechende Nachwuchskünstler und geht auch beim Sport-Sponsoring neue Wege.

Cupra ist seit kurzem Partner beim Padel, einer vor allem in Spanien und Mexiko (einer der wichtigsten Märkte) beliebten Sportart – eine Art Mischung aus Tennis und Squash. Die Marke unterstützt als Mobilitätspartner auch den den Deutschen Padel-Verband. Hierzulande besteht aber noch Nachholbedarf, auch wenn die Zahl der Plätze von 177 im vergangenen Jahr auf aktuell 300 Anlagen gestiegen ist. „Wir begleiten die Sportart bei ihrer strategischen Entwicklung“, blickt ein Cupra-Sprecher in die Zukunft. Das beste deutsche Damendoppel Denise Höfer und Victoria Kurz reisen als Cupra-Botschafter zu den Turnieren und sind inzwischen auf der Weltrangliste unter die besten 120 Spieler aufgestiegen. Um Padel in Deutschland populärer zu machen, sollen sich auch die Händler an den Events beteiligen.

Cupra ist die Abkürzung für „Cup Racing" und deshalb gehört der Motorsport zur DNA der Marke. Seit diesem Jahr ist die Marke in der elektrischen Formel E unterwegs und fuhr in Berlin erstmals in die Punkte. Beim Rennen in Rom am 15. Juli erreichte der Schweizer Pilot Nico Müller einen sechsten Platz und sicherte sich einen Tag später einen weiteren Punkt. Partner bei der elektrischen Rennserie sind die Tuningexperten von Abt. Das Engagement ist ein Wechsel auf die Zukunft, denn im Jahr 2030 rechnen die Cupra-Verantwortlichen mit einem Anteil von 80 Prozent elektrischer Modelle bei den Cupra-Zulassungen. Auch in der Extreme E mischen Cupra und Abt mit.

Aktuell vertritt allein der kompakte Born die vollelektrische Fraktion. Bei der Internationalen Automobilausstellung im September in München wird das SUV Tavascan folgen und im Jahr 2025 rollt mit der Serienversion des Urban Rebel – sie wird Raval heißen – ein weiteres elektrisches Modell für die junge und leistungsbewusste Kundschaft auf den Markt. (cen/ww)

Bilder zum Artikel

Cupra.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Cupra

Cupra Formentor VZ, Sondermodell „Tribe Edition“.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Seat

Cupra Born.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Seat

Cupra Tavascan.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Cupra

Cupra Raval.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Cupra

Cupra Raval.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Cupra

Cupra-Chef Wayne Griffiths am Raval.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Cupra

Formel E: Der Abt Cupra von Nico Müller beim Rennen in Rom.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Cupra

Cupra Tavascan XE in der Extreme E.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Cupra

Cupra Tavascan XE in der Extreme E.

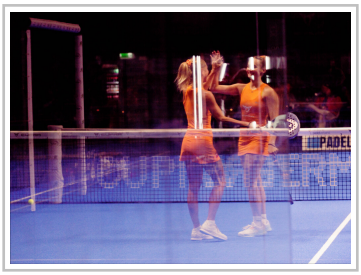
Foto: Autoren-Union Mobilität/Cupra

Cupra Tavascan XE in der Extreme E.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Cupra

Die Padel-Profis undn Cupra-Markenbotschafterinnen Victoria Kurz (l.) und Denise Höfer

Foto: Autoren-Union Mobilität/Cuprta

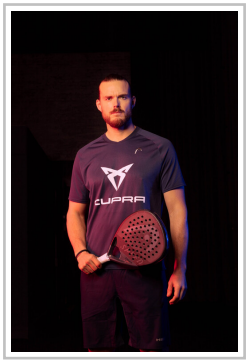


Schlagkräftiges Padel-Duo und Cupra-Markenbotschafterinnen: Denise Höfer (l.) und Victoria Kurz.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Seat

Padel-Schläger mit Cupra-Branding.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Seat



Cupra-Markenbotschafter Jonas Messerschmidt ist Kapitän der deutschen Padel-Nationalmannschaft.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Seat