
„Der Formentor verkörpert die Essenz der Marke Cupra“

Von Björn-Lars Blank

Antonino Labate, Direktor für Strategie, Geschäftsentwicklung und Operations bei Cupra, spricht mit unserem Autor über den Cupra Formentor und die Schlüsselmärkte der spanischen Performance-Marke.

Frage: Die Produktion des Cupra Formentor ist angelaufen. Wie wichtig ist dieses Modell für die junge Marke?

Antonino Labate: Der Formentor ist sehr wichtig für uns: Zum einen ist er das erste vollends eigenständige Cupra Modell und verkörpert die Essenz der Marke Cupra. Zum anderen erlaubt er uns, in das wachsende CUV-Segment (Crossover Utility Vehicle, Anmerkung der Redaktion) einzusteigen.

Ein Plug-in-Hybrid ist für den Formentor angekündigt, sie nennen es „Performance Hybrid“. Warum ist zum Marktstart allein der Benziner erhältlich?

„Wir haben uns dazu entschieden mit der 310 PS Version zu starten, um das Performance-Potential eines modernen Benziners zu zeigen. Schon bald, im ersten Quartal 2021, werden wir auch unsere beiden Hybrid-Varianten auf den Markt bringen, eine mit 150 Kilowatt, die andere mit 180 Kilowatt. Damit beschreiten wir den Pfad der Elektrifizierung und können zeigen, dass E-Autos keinesfalls langweilig sind, sondern auch emotional. Insgesamt wird es neun verschiedene Antriebe für den Formentor geben: Fünf Benziner, zwei Hybride und zwei Diesel-Varianten. Dadurch erhöhen wir auch die Präsenz von Cupra in einigen unserer Schlüsselmärkte wie Deutschland, Frankreich, Italien und Spanien. Die Hybride ermöglichen es uns, in den nordeuropäischen Ländern präsent zu sein, so wie etwa Schweden und Norwegen und im Westen auch die Niederlande. Insgesamt steht der Formentor für die globale Expansion der Marke. Wir denken da auch an Märkte wie Südamerika und Mexiko. Er ist also von enormer Bedeutung.“

Im Jahr 2020 ist durch die Corona-Pandemie vieles anders. Indes schreitet derzeit der Digitalisierungsprozess enorm voran. Wie digital ist denn Cupra?

„Die Digitalisierung schreitet rasch voran. Die Online-Pressepräsentation zum Produktionsstart des Formentor ist dafür ja ein gutes Beispiel. Die Fortbildung zu unserem Cupra Master, für den wir 600 Mitarbeiter aus dem Handel auswählen, geschieht komplett über eine digitale Plattform. So kann sowohl online gelernt als auch online ein Abschlusstest absolviert werden. Wir starten mit dieser digitalen Plattform in der zweiten Oktoberhälfte.“

Seat hat in den vergangenen Jahren gute Ergebnisse eingefahren. Ist Cupra ein Teil des Erfolgsrezeptes?

„Seat hat in der Tat eine starke Performance gezeigt. Dieses Jahr, vor Corona, lagen die Verkaufszahlen rund 40 Prozent über dem Vorjahresniveau. Ein Teil des Erfolgs ist auch Cupra. Die Etablierung von Cupra war ja erst durch das Wachstum von Seat möglich. Das hat die Entscheidung, in den Aufbau einer weiteren Marke zu investieren, um der Medaille eine zweite Seite zu geben, natürlich begünstigt.“

Cupra engagiert sich im Motorsport in der TCR-Serie, aber zukünftig auch in den elektrischen Formaten Pure ETCR und Extreme E. Was ist die wesentliche Motivation für das Engagement: Technologietransfer auf Straßenautos oder Imagetransfer nach dem

Motto „Seht her, E-Autos sind sehr wohl sportlich“?

„Nun, unsere beiden Rennfahrer Matthias Ekström und Jordi Gené sind auch Testfahrer für uns. Bei der Fahrzeug-Entwicklung helfen ihre Einschätzungen dabei, die Autos richtig abzustimmen und sicher zu stellen, dass sich die DNA der Marke auch wirklich voll und ganz beim Fahren widerspiegelt.“ (ampnet/blb)

Bilder zum Artikel



Antonino Labate.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Seat



Antonino Labate.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Seat



Antonino Labate.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Seat



Antonino Labate.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Seat
