

First Mover: CUPRA Deutschland und PHD Germany setzen mit 3D-Spots neue Maßstäbe in der Bewegtbild-Werbung

Die innovativen Spots für den neuen CUPRA Formentor sind während der gesamten Fußball-Bundesliga-Saison 2025 auf DAZN zu sehen – ohne 3D-Brille

Düsseldorf, 2.10.2025 – Neues Seherlebnis für mehr Emotionen: CUPRA Deutschland, PHD Germany und die auf innovative und digitale Inszenierungen spezialisierte OMG Outcomes eröffnen ein neues Kapitel für aufmerksamkeitsstarke Bewegtbildwerbung und bringen als First Mover erstmals 3D-optimierte Spots ins Live-Sport-Streaming sowie gleichzeitig auch auf die linearen DAZN-Sender. Dazu werden in der Bewegtbild-Kampagne herkömmliche 2D-Spots durch innovative 3D-Umsetzungen ersetzt. Die Spots für den CUPRA Formentor laufen im Rahmen des Fußball-Bundesliga-Sponsorings von CUPRA auf DAZN und sind in der Saison 2025/2026 vor, während und nach der Samstags-Bundesliga-Konferenz sowie den Einzelspielen am Sonntag zu sehen. Mit der Premiere im Live-Sportumfeld unterstreichen CUPRA Deutschland, PHD Germany und OMG Outcomes einmal mehr, wie innovative Bewegtbildwerbung ohne 3D-Brille auch in großen Streaming-Umgebungen neue Maßstäbe für Aufmerksamkeit und Markenwirkung setzt.

„CUPRA Deutschland stärkt mit dem ersten 3D-Spot für den CUPRA Formentor erneut seine Position als Challenger-Marke. Die innovative Anpassung in 3D, ist Ausdruck des unkonventionellen und disruptiven Spirits von CUPRA und unterstreicht unsere Rolle als First Mover im Presenting der Männer- und Frauen-Bundesliga auf DAZN.“, so Giuseppe Fiordispina, Marketing Director SEAT/CUPRA.

Haruka Gruber, Senior Vice President Media Central Europe bei DAZN, fügt hinzu: „CUPRA beweist mit dem Formentor 3D-Spot disruptiven Innovationsgeist beim Werbemittel. In Kombination mit dem erstmaligen Broadcast Co-Sponsoring der Männer- und Frauen-Bundesliga bekräftigt die Marke zudem ihr Engagement für Gender Equality. Wir freuen uns auf eine spektakuläre Saison mit CUPRA auf DAZN.“

„Die Umsetzung zeigt einmal mehr, wie die Omnicom Media Group Germany mit ihren Agenturen PHD Germany und OMG Outcomes ihre Strategie der Innovationsführerschaft im Media- und Bewegtbildbereich konsequent vorantreibt. Dank 3D-Content-Kompetenz, datengetriebener Wirkungsanalyse und kreativer Exzellenz entstehen neue Maßstäbe für messbare und wirkungsvolle Werbung.“ so Tobias Lange, PHD Germany.

Bastian Preuß, OMG Outcomes: „Bisher haben wir 3D-Umsetzungen – ganz ohne 3D-Brille – via DOOH, ATV, CTV, Online-Video, Cinema, Desktop & Mobile bereits erfolgreich eingesetzt und konnten damit die Werbewirkung der 3D -Spots im Vergleich zu Standard-Spots nochmal erhöhen. Mit dem CUPRA Formentor gehen wir einen Schritt weiter und bringen erstmals 3D-optimierte Spots ins Live-Sport-Streaming sowie gleichzeitig auch auf die linearen DAZN-Sender.“

Über CUPRA Deutschland:

Change needs drivers – und CUPRA glaubt, dass echter Fortschritt durch radikales Umdenken entsteht, indem Erwartungen gebrochen und Konventionen infrage gestellt werden. Seit ihrem Launch im Jahr 2018 hat die Marke die Automobilbranche als kreativer Impulsgeber und als Vorreiter in ihrer Transformation verändert.

In nur sieben Jahren hat CUPRA sieben Modelle auf den Markt gebracht und weltweit über 900.000 Fahrzeuge verkauft. Jedes CUPRA Modell ist ausdrucksstark, designorientiert und auf Performance ausgerichtet. Das Portfolio umfasst den CUPRA Ateca, das erste Fahrzeug der Marke; den CUPRA Leon, der als eigenständiges CUPRA Modell überarbeitet und weiterentwickelt wurde; den CUPRA Formentor, das erste exklusiv von der Marke entwickelte Fahrzeug und aktueller Bestseller des Unternehmens; den CUPRA Born, das erste vollelektrische Fahrzeug der Marke; den CUPRA Tavascan, ein vollelektrisches SUV-Coupé; und den CUPRA Terramar, den sportlichen SUV der Challenger-Brand. Im Jahr 2026 wird der CUPRA Raval, die radikale Interpretation eines vollelektrischen Stadtautos, die Modellpalette ergänzen.

CUPRA ist mehr als eine Automarke. Es ist eine Überzeugung. Der CUPRA Tribe besteht aus einem Team von Botschafter*innen, die mit Konventionen brechen und die Grenzen überschreiten, die andere zurückhalten. Zu den Mitgliedern gehören der Filmregisseur J. A. Bayona, der deutsche Fußballtorwart Marc ter Stegen sowie die zweifache Ballon-d'Or-Siegerin und FIFA-Weltfußballerin Alexia Putellas. In Deutschland sind unter anderem der Unternehmer Daniel Abt sowie die Schauspieler Ken Duken und Vladimir Burlakov Members of the CUPRA Tribe. CUPRA ist auch offizieller Automobil- und Mobilitätspartner des FC Barcelona und stolz darauf, mit Kiro Race Co am Formel-E-Rennwettbewerb teilzunehmen.

www.cupraofficial.de

Über PHD Germany:

PHD ist eine der am schnellsten wachsenden Mediaagenturen in Deutschland und verfolgt das Ziel, transformatives Wachstum für ihre Kunden zu erzielen. Die Agentur setzt dabei auf eine Innovationskultur, die kreatives und strategisches Denken jenseits der üblichen Kategorien fördert.

Mit dem Claim „Intelligence. Connected.“ positioniert sich PHD für das KI-Zeitalter und beschreibt mit „Outhink, Outpace und Outgrow“ den Anspruch, neue Perspektiven einzunehmen, den Zeitgeist mitzugestalten, um nach Wachstum und den besten Lösungen zu streben.

In Deutschland beschäftigt PHD über 500 Mitarbeitende an den Standorten Frankfurt, Düsseldorf und Hamburg. Die Agentur ist Teil des globalen Netzwerks PHD Worldwide, das über 8.000 Mitarbeitende in mehr als 100 Dependancen weltweit umfasst und regelmäßig zu den am meisten ausgezeichneten Mediaagenturen zählt.

PHD ist Teil der Omnicom Media Group, die 2024 beim Deutschen Mediapreis zur „Media Agentur des Jahres“ gewählt wurde. Zudem erhielt PHD 2024 bei den MMA Smarties DACH Awards die Auszeichnung „Media Agency of the Year“.

Über OMG Outcomes:

OMG Outcomes ist ein Unternehmen der Omnicom Media Group Germany und steht für nachhaltige, innovative und digitale Inszenierungen, die messbar performen. Von Branding bis Performance, programmatisch oder IO, CPM bis CPC – das Unternehmen bietet für jedes Kundenbriefing die passende

Lösung. Mit exklusiven, großflächigen Werbeformaten und aufmerksamkeitsstarken Inszenierungen in Premiumumfeldern verleiht OMG Outcomes jeder Mediabuchung „Media Plus X“. Flexible Abrechnungsmodelle und maßgeschneiderte Setups sorgen für maximale Effizienz. Über Produkte wie **Outcomes**, **CastX** und **Halo.TV** deckt OMG Outcomes die relevanten Medienkanäle Desktop & Mobile Display, ATV & CTV, Online Video, DOOH, Kino und Audio ab.

Für weitergehende Informationen kontaktieren Sie bitte:

Antje Burda

Director Corporate Communications

antje.burda@omnicommediagroup.com

Tel. +49 171 6244317