MOLSHEIM
18.8.2026

DIE WELT VON BUGATTI BEI DER MONTEREY CAR WEEK



Seit mehr als einem Jahrhundert lässt sich Bugatti von einer Philosophie leiten, die über die von der Marke geschaffenen Automobile hinausgeht. Diese Werte — geprägt von handwerklichem Können, technischer Exzellenz und Individualität — prägen auch heute noch jeden Aspekt der Marke. Bei der diesjährigen Monterey Car Week wurde diese Philosophie durch ein vielfältiges Programm zum Leben erweckt, das sich von maßgeschneiderter Karosseriekunst über Innovationen der nächsten Generation bis hin zu dem gefeierten Erbe und exklusiven Kundenerlebnissen erstreckte.

Bugatti begrüßte Sammler und Liebhaber der Marke auf der Monterey-Halbinsel in einer Welt, in der jedes Element der Marke — von den automobilen Kreationen bis hin zu immersiven

2026 BUGATTI AUTOMOBILES S.A.S.

Erlebnissen — von demselben anhaltenden Engagement geprägt war, Ikonen zu schaffen, die ihre Zeit überdauern.
Im Mittelpunkt der Präsenz von Bugatti stand die Premiere des neuesten Meisterwerks aus dem „Programme Solitaire“: der Destrier[1]. Diese einzigartige Kreation, die ihrem Besitzer bereits vor der öffentlichen Enthüllung bei „The Quail, A Motorsports Gathering“ präsentiert wurde, verwandelt die technische Basis des Bolide in eine Skulptur aus Geschwindigkeit und Eleganz.

Inspiriert von den von Karosseriebauern geschaffenen Meisterwerken, die die frühe Geschichte von Bugatti geprägt haben, stellt das heutige „Programme Solitaire“ die Zusammenarbeit in den Mittelpunkt des kreativen Prozesses. Jedes Projekt beginnt mit der Vision eines Kunden, die dann von den Designern und Handwerkern in Molsheim zum Leben erweckt wird. Das Ergebnis ist ein Automobil, das ohne Kompromisse gebaut wurde — einzigartig in seinem Design und seiner Geschichte.

Während das „Programme Solitaire“ die Individualität jedes einzelnen Kunden zelebriert, steht der Bugatti Tourbillon[2] für die Zukunft der Marke. Während der Monterey Car Week absolvierte ein Prototyp des Tourbillon mit Mate Rimac am Steuer seine ersten offiziellen Testfahrten auf US-amerikanischen Straßen und bot Kunden und Liebhabern einen ersten dynamischen Einblick in das nächste Kapitel der Marke, das sich auf amerikanischem Boden entfaltet.

Entwickelt nach dem Bugatti-Ethos, ein Automobil „Pour l’Éternité“, also für die Ewigkeit zu schaffen, vereint der Tourbillon einen 8,3-Liter-V16-Saugmotor mit einem fortschrittlichen Hybridantrieb und definiert damit eine völlig neue Generation von Hypercars. Sein Auftritt in Monterey spiegelte das kontinuierliche Bekenntnis der Marke zu technischen Lösungen wider, die eine dauerhafte Relevanz gewährleisten.

> „Die Monterey Car Week bietet eine einzigartige Gelegenheit, die gesamte Bandbreite von Bugatti zu präsentieren. Sie bringt Kunden, Sammler, Partner und Liebhaber aus aller Welt zusammen und ermöglicht es uns, nicht nur unsere neuesten automobilen Errungenschaften zu präsentieren, sondern auch die Philosophie, die all unser Handeln verbindet. Vom Karosseriebau bis zum Tourbillon — jedes Erlebnis dieser Woche spiegelt unser Engagement wider, Automobile und Erlebnisse zu schaffen, die den Test der Zeit bestehen.“
>
> HENDRIK MALINOWSKI
> MANAGING DIRECTOR VON BUGATTI

Als Mittelpunkt des Bugatti-Erlebnisses während der gesamten Woche empfing die Maison BUGATTI die Gäste zu einem sorgfältig zusammengestellten Programm aus Veranstaltungen und Präsentationen.

Die traditionelle Bugatti Petit Tour, angeführt vom Tourbillon-Validierungsprototyp, brachte eine Reihe ausgewählter Bugatti-Fahrzeuge aus Vergangenheit und Gegenwart zu einer Fahrt über die Monterey-Halbinsel zusammen, bevor es zurück zur Maison BUGATTI zu einem exklusiven Cocktailempfang ging. Die Gäste feierten zudem die Übergabe des kürzlich fertiggestellten „La

Maison Pur Sang Veyron 20 Years'', während der neue Veyron-Konfigurator einen genaueren Einblick in das Konzept der Marke hinsichtlich Individualisierung und Handwerkskunst bot.

Das ganze Wochenende über waren die Kunden eingeladen, Bugattis Zukunftsvision im Rahmen privater Präsentationen und Gespräche mit Mitgliedern der Führungs-, Design- und Entwicklungsteams der Marke kennenzulernen. Der traditionelle Empfang am Samstagabend brachte erneut Besitzer und Freunde der Marke in einer Atmosphäre zusammen, die den engen Zusammenhalt der Bugatti-Gemeinschaft widerspiegelte.

Als Ergänzung zum Automobilprogramm präsentierte Maison BUGATTI zudem eine Auswahl an Markenpartnern, deren gemeinsamer Fokus auf Handwerkskunst, Innovation und Design das Erlebnis der Gäste während der gesamten Woche bereicherte. Von der Präzisionsuhrmacherkunst von Jacob & Co. über den Radsport von FACTOR bis hin zu Luxus-Technologie, edler Handwerkskunst und Lifestyle-Produkten — jede Zusammenarbeit spiegelte die Werte wider, die das gesamte Bugatti-Universum nach wie vor prägen.

Die Geschichte der Marke war auch bei ihrem Auftritt in Monterey wieder ein wesentlicher Bestandteil. Am Sonntag wurde die neueste Kreation aus dem ,,Programme Solitaire'' auf dem ,,Concept Lawn'' des Pebble Beach Concours d'Elegance präsentiert, während eine Auslese historischer Bugatti-Modelle in verschiedenen Klassen antrat. Bugatti-Designdirektor Frank Heyl und Jascha Straub, Leiter des Bereichs ,,Sur Mesure & Individualisierung'', gehörten zur Jury der Veranstaltung und brachten ihr Fachwissen in einen der renommiertesten Concours der Automobilwelt ein.

Unter den in Monterey versammelten historischen Bugattis befand sich eine Auswahl an Type 57, die die Bandbreite von Jean Bugattis Designvision und die Individualität verdeutlichten, die die goldene Ära des Karosseriebaus der Marke prägten. Das Type 57 James Young Drophead Coupé von 1935 ist einer von nur zwei bekannten Type 57, die von der britischen Firma mit einer Drophead-Coupé-Karosserie ausgestattet wurden, und vereint das ausgefeilte 3,3-Liter-Type-57-Chassis mit einer eleganten offenen Karosserie.

Der Type 57SC Atalante aus dem Jahr 1937 verkörpert mit seiner geschwungenen Dachlinie und den markanten, versenkten Kühler- und Scheinwerferöffnungen den Inbegriff von Jean Bugattis stromlinienförmigem Coupé-Design. Nur 17 Fahrgestelle des Typs 57S erhielten eine Atalante-Karosserie, während die SC-Ausführung mit Kompressoraufladung für noch mehr Leistung sorgte.

Daneben verdeutlicht das 1937er Type 57S Gangloff Coupé die Freiheit, die Bugatti seinen Kunden bot, unverwechselbare Karosserien bei führenden europäischen Karosseriebauern in Auftrag zu geben. Gangloff fertigte nur eine geringe Anzahl von Coupés auf dem Type 57S-Chassis an und schuf dabei Karosserien, die den sportlichen Charakter von Jean Bugattis Entwürfen teilten und gleichzeitig jedem Fahrzeug eine eigene Identität verliehen.

Außerhalb des Wettbewerbs schmückten das 1931er Type 41 Royale Weinberger Cabriolet und der 1936er Typ 57SC Atlantic, zwei der seltensten und bekanntesten Modelle der Marke, den Rasen. Ein frühes Kapitel in der Geschichte der Marke verkörperte das Type 41 Royale Weinberger Cabriolet von 1931, das Ettore Bugattis Bestreben zum Ausdruck brachte, das ultimative Luxusauto zu schaffen. Mit seinem 12,7-Liter-Reihenachtzylinder und der von Weinberger gefertigten offenen Karosserie verband der Royale imposante Ausmaße mit der Handwerkskunst, die man von einem Fahrzeug erwartete, das für die vornehmsten Kunden der Welt konzipiert war.

Der Type 57SC Atlantic aus dem Jahr 1936, eine der berühmtesten Kreationen von Jean Bugatti, zeichnet sich durch seine fließenden Proportionen und seine aerodynamische Form aus. Das in extrem geringer Stückzahl gebaute Fahrzeug verfügt über eine Aluminiumkarosserie, deren markantes Merkmal die dramatische, vernietete Längsnaht ist, die sich von der Windschutzscheibe bis zum Heck erstreckt — ein Merkmal, das heute ein unverwechselbares Markenzeichen des Bugatti-Designs ist.

„Jeder Aspekt von Bugatti wird von demselben Streben nach Exzellenz angetrieben — ganz gleich, ob wir die nächste Generation von Hypercars entwickeln, einen einzigartigen Karosseriebau im Auftrag realisieren oder Kunden in der Welt der Marke willkommen heißen. Die Monterey Car Week ermöglicht es uns, diese verschiedenen Elemente an einem Ort zusammenzuführen und zu zeigen, wie Tradition, Innovation und Handwerkskunst die Zukunft der Marke weiterhin prägen."

CHRISTOPHE PIOCHON
PRÄSIDENT VON BUGATTI AUTOMOBILES

Pressekontakt
Nicole Auger
Head of Marketing and Communications
communications@bugatti.com

---

[3] Destrier: Dieses Model fallt derzeit nicht unter die Richtlinie 1999/94/EG, da die Gesamtbetriebserlaubnis derzeit noch nicht vorliegt.

[3] Veyron:

[3] Tourbillon: Dieses Modell fällt derzeit nicht unter die Richtlinie 1999/94/EG, da die Gesamtbetriebserlaubnis derzeit noch nicht vorliegt.