

BUGATTI ERÖFFNET SHOWROOMS IN MANHATTAN UND MIAMI IN NEUEM MARKENDESIGN



Bugatti feierte am Donnerstagabend gleich zweimal Premiere: Sowohl in New York City als auch in Miami eröffneten die dort bereits ansässigen Vertriebspartner der französischen Supersportwagenmarke, Manhattan Motorcars bzw. Braman Motors, weltweit die ersten Showrooms im neuen CI-Auftritt, den Bugatti für seine Händler entwickelt hat. Der New Yorker Händler verband diesen Anlass gleichzeitig mit dem Umzug an eine neue attraktive Adresse in Mannhattans West Side nur wenige Straßen südlich des Central Parks. Weitere Händlerstandorte mit dem neuen Markendesign sind geplant und werden rasch folgen. Insgesamt ist Bugatti derzeit mit 27 Händlern in 13 Ländern präsent.

„Nordamerika ist ein sehr bedeutender Markt für Bugatti. Rund ein Viertel der ausverkauften Veyron-Flotte ist hier zu Hause, und das Interesse der hier ansässigen Kunden am nächsten Bugatti-Supersportwagen ist phänomenal. Die Entwicklung des Fahrzeugs läuft auf Hochtouren“, sagte Dr. Stefan Brungs, Mitglied der Geschäftsführung von Bugatti Automobiles S.A.S. für Vertrieb, Marketing, Customer Service und Brand Lifestyle, im Rahmen der Einweihung des neuen Standorts in Manhattan. „Mit dem neuen Showroom-Konzept kommt der Erfolg unserer Marke bei unseren Händlern eindrucksvoll zum Ausdruck. Das ist eine grundlegende Investition in die Zukunft der Marke.“

Maurizio Parlato, Chief Operating Officer (COO) Bugatti of The Americas, würdigte das Engagement der Händler seiner Region: „Bugatti ist die exklusivste Supersportwagenmarke der Welt. Unsere Partner sind stolz darauf, dass sie weltweit die Ersten sind, die unser neues Showroom-Konzept umsetzen. Damit zeigen sie ihre große Leidenschaft und Begeisterung für Bugatti sowie ihr starkes Vertrauen in die Marke.“ Bugatti Manhattan wird künftig auf einer Fläche von 92 m² in der Eleventh Avenue Nr. 711 zu Hause sein. Bugatti Miami hat nun einen 240 m² großen Showroom, der weiterhin an bekannter Adresse auf dem Biscayne Boulevard Nr. 2060 zu finden ist.

Das neue Showroom-Konzept wurde entwickelt, um das besondere Markenerlebnis, das die Kunden und Gäste bei ihrem Besuch am Hauptsitz Bugattis im französischen Molsheim erhalten, auch bei den Händlern weltweit erlebbar zu machen. Die neu gestalteten Bugatti-Dependancen sind klar zu erkennen: Blau, die Markenfarbe Bugattis, bestimmt den modernen Auftritt, der, wie die Bugatti-Supersportwagen, durch markante Linien und klare Flächen bestimmt wird.

„Mit unserem Showroom-Konzept wollen wir unsere Markenwerte Art, Forme, Technique erlebbar machen und das Flair Molsheims in die Welt hinaustragen“, erläuterte Stefan Brungs. „Wir haben eine exklusive und luxuriöse Atmosphäre für unsere Kunden geschaffen, die den Fokus auf die technische Faszination unserer Marke sowie auf deren lange und beeindruckende Geschichte legt.“

So gibt es einen Heritage-Bereich, der den Markenwerten Bugattis gewidmet ist. In Manhattan und in Miami verleihen drei Wand-Stelen jeweils einer dieser Facetten Ausdruck. In jede Stele ist ein Monitor eingelassen, auf dem Filme und Animationen näher auf den jeweiligen Markenwert eingehen. Eindrucksvolle Exponate auf einer Präsentationsfläche unterstreichen anschaulich die digitalen Inhalte. An einem horizontalen Kommunikationsband, das an der Wand entlang läuft, können Informationen und Präsentationen zu Produkten und Highlights der Markengeschichte abgerufen werden. Darüber hinaus können Kunden hier ihren neuen Bugatti konfigurieren. Gesteuert wird alles intuitiv per iPad oder Tablet, nachdem sie im komfortablen Lounge-Bereich Platz genommen haben. Dieser ist ausgestattet mit Möbeln von Bugatti Brand Lifestyle, die eigens für die neuen Showrooms der Marke entworfen wurden. Die organisch geformten Sessel sind aus feinstem Leder und blauem Sicht-Carbon gefertigt, hochwertige und aufwändig verarbeitete Materialien, wie sie auch bei der Herstellung eines Bugatti-Supersportwagens Verwendung finden. Die Seiten schmückt das EB-Logo.

Eine geschwungene weiße Markenwand mit adaptierbarer Ambiente-Hintergrundbeleuchtung, von dem das rote Perloval, das so genannte Bugatti Macaron, strahlt, bildet die Bühne für den Star eines jeden Showrooms — das Ausstellungsfahrzeug des leistungsstärksten Serien-Supersportwagens der Welt. In den nächsten Monaten werden weitere Showrooms in München, Monaco und Tokio eröffnen. Mit 27 Händlern in 13 Ländern ist Bugatti heute ein Global Player.

Händleradressen: Bugatti Manhattan – Manhattan Motorcars, 711 Eleventh Avenue, New York,
NY 10019 Bugatti Miami – Braman Miami, 2060 Biscayne Boulevard, Miami, FL 33137