

# BUGATTI ERWEITERT SEINEN DIGITALEN NEWSROOM



## Mit neuen Funktionen schafft Bugatti eine verbesserte Kommunikationsplattform

Mehr Informationen aus erster Hand. Dazu schneller, übersichtlicher und crossmedialer. Bugatti erweitert passend zu den Feierlichkeiten des 110-jährigen Firmenjubiläums seinen digitalen Newsroom mit weiteren Angeboten.

Um Zugriff auf personalisierte digitale Zusatzangebote zu erhalten, brauchen bereits registrierte Nutzer auf [newsroom.bugatti](https://newsroom.bugatti) lediglich ihr Passwort zu erneuern:

<https://newsroom.bugatti/account/lost-password>

Auch neuen Nutzern steht der digitale Newsroom zur Verfügung. Sie brauchen lediglich eine kurze Registrierung auf [newsroom.bugatti](https://newsroom.bugatti/account/register) vorzunehmen:  
<https://newsroom.bugatti/account/register>

„Durch die permanente Optimierung des Newsrooms verbessern wir unsere Kommunikation und bündeln noch mehr Informationen rund um Bugatti in einem Multi-Channel“, sagt Tim Bravo, Head of Communications bei Bugatti. „Damit verbessern wir unseren Informationsfluss und gleichzeitig unsere Transparenz. Bugatti wird erlebbarer, schneller und effizienter in der Kommunikation.“ Ziel des modernisierten Newsrooms ist eine Unterstützung und Arbeitsplattform für Journalisten, Medienvertreter und Interessierte an der Marke. Der Newsroom bietet ein umfassendes digitales Angebot zu Neuheiten, Modellen, Technik, Porträts und Historie.

Auf [newsroom.bugatti](https://newsroom.bugatti) finden Nutzer digitale Informationen und Pressemappen in drei Sprachen zu Marke, Modellen, Unternehmen, Historie und Technik. Darin enthalten: Stories, Fotos, Videos, Nachrichten, Porträts und Hintergrundwissen. Die Inhalte sind zum Arbeiten, Nachlesen und Downloaden passend aufbereitet.

Wie die Hypersportwagen Chiron und Divo ist der Newsroom von zeitloser Eleganz. Er setzt Multiplikatoren in den Fokus und ist technisch seiner Zeit voraus: Zukunftsweisende Multi-Channel-Kommunikations-Tools und Content Delivery Network (CDN) sorgen für einen weltweit schnellen Versand. Neben aktuellen Pressemitteilungen zählen dazu die Social-Media-Auftritte bei Facebook, Instagram, YouTube und Twitter.

„Wie unsere exklusiven Hypersportwagen Chiron<sup>1</sup> und Divo<sup>2</sup> entwickeln wir auch den Newsroom ständig weiter. Ganz nach dem Motto des Gründers Ettore Bugatti ‚Perfektion wird nie erreicht‘ streben wir auch in der digitalen Kommunikation nach größtmöglicher Perfektion. Der digitale Newsroom wird uns bei unserer Kommunikation maßgeblich unterstützen und die Marke umfassend begleiten“, sagt Tim Bravo.

Außerdem ist der Bugatti Newsroom ab sofort mit einem eigenen Kanal auf Instagram vertreten:  
[https://www.instagram.com/bugatti\\_newsroom/](https://www.instagram.com/bugatti_newsroom/)

## **Pressekontakt**

Nicole Auger  
Head of Communications  
[nicole.auger@bugatti.com](mailto:nicole.auger@bugatti.com)