BUGATTI ÖFFNET SHOWROOM UND LIFESTYLE-BOUTIQUE IN TOKIO

Unter dem Motto "The Blue of Tokyo" feierte Bugatti am Dienstagabend die Eröffnung seiner neuen Repräsentanz in der japanischen Hauptstadt.
Partner der französischen Luxusmarke in Japan ist die AOIGruppe. Bugatti Tokio ist weltweit der erste Standort des Supersportwagenbauers mit einem Fahrzeug-Showroom und eigenständiger Lifestyle-Boutique unter einem Dach. Gleichzeitig ist der im eleganten Stadtteil Aoyama ansässige Händler der erste Standort im neuen Bugatti-Markendesign in Asien und nach New York und Miami der dritte weltweit. Weitere Standorte mit Boutique sind in Monaco und München geplant und werden in den nächsten Monaten folgen. Insgesamt ist Bugatti derzeit mit 28 Händlern in 14 Ländern präsent.

2025 BUGATTI AUTOMOBILES S.A.S.

„Japan ist der bedeutendste Markt für Bugatti im Fernen Osten", sagte Dr. Stefan Brungs, Mitglied der Geschäftsführung von Bugatti Automobiles S.A.S. für Vertrieb, Marketing, Customer Service und Brand Lifestyle. „Mit der AOI Gruppe haben wir einen höchst engagierten und erfahrenen Partner, der mit der Investition in Showroom und Boutique ein wunderbares Zuhause für unsere Marke in Japan geschaffen hat. Damit herrschen die besten Startbedingungen, den nächsten Bugatti-Supersportwagen auch hier erfolgreich auf die Straße zu bringen. "

Bugatti Tokio ist im eleganten Stadtteil Aoyama zu Hause. Dort sind alle japanischen und internationalen Luxusmarken mit ihren Flagship-Stores ansässig — die perfekte Umgebung für die französische Luxusmarke. Dass hier sowohl Supersportwagen als auch Bugatti Brand Lifestyle zu Hause sind, ist schon an der Fassade des Gebäudes zu erkennen: Besucher passieren bei Ankunft am Eingang einen großen Bogen aus Aluminium mit Bugatti-Logo, der in Anlehnung an den markanten hufeisenförmigen Kühlergrill der Bugatti-Supersportwagen gestaltet wurde. Oberhalb der zweiten Etage des Gebäudes weist die Signatur Ettore Bugattis, die gleichzeitig das Logo der Ettore Bugatti Kollektion ist, auf die Boutique hin. Das ist die zweite eigenständige Boutique seit der Eröffnung der Bugatti Flagship Boutique in London, Knightsbridge vor einem Jahr.

Bugatti Tokio erstreckt sich auf drei Etagen mit einer Fläche von insgesamt 300 qm. Im Untergeschoss können Bugatti-Kunden in einer 40 qm großen privaten Lounge ihr neues Fahrzeug konfigurieren. Im Erdgeschoss befindet sich der Fahrzeug-Showroom. Wie die Kunden-Lounge ist er im eleganten neuen Showroom-Design der Marke gestaltet, das von der charakteristischen Farbe Bugattis, Blau, bestimmt wird. In direkter Nähe zum Ausstellungsfahrzeug wird hier die Bugatti Performance Collection präsentiert. Das Erdgeschoss ist mit einem weißen Marmor-Fußboden ausgestattet, die Wände sind mit Glas und hellgrauem Leder verkleidet.

Eine Treppe mit Bugatti-blauem Teppich führt in das Obergeschoss und damit in die Welt der EB Ettore Bugatti Collection. Eleganz, Handwerkskunst und exquisites Design sind die Merkmale dieser Linie, die am EB-Monogramm zu erkennen ist. Die Teile der Kollektion mit markant eleganten Schnitten und raffinierten Details sind allesamt individuelle Kreationen, die ausnahmslos in Italien unter Verwendung edelster Materialen gefertigt werden.

Als Kontrast zum eher sportlich-eleganten Design des Erdgeschosses vermitteln im Obergeschoss ein edler Parkettfußboden und von Bugatti Brand Lifestyle entworfenes Lounge-Mobiliar Wärme und Eleganz und setzen die Kollektion perfekt in Szene.

In allen Bereichen kommen Aluminium, Glas und Carbon zum Einsatz — Materialien, wie sie auch in einem Bugatti-Supersportwagen verwendet werden. Bei der Gestaltung der Inneneinrichtung sind typische Elemente der Design-DNA berücksichtigt und interpretiert worden.

„Der Einsatz edelster Materialien und deren Verarbeitung mit dem Anspruch an die allerhöchste Qualität waren für uns maßgebend bei der Entwicklung unseres BoutiqueKonzepts", erläutert Massimiliano Ferrari, bei Bugatti geschäftsführend für den Bereich Brand Lifestyle zuständig.

„Zum ersten Mal kommen die technologische Alleinstellung eines Bugatti-Supersportwagens sowie die Identität und der luxuriöse Lifestyle der Marke in einem gemeinsamen Auftritt authentisch zum Ausdruck", führt Ferrari fort. „Tokio steht wie Bugatti für großartige Tradition und absolute Modernität. Wir danken unserem Partner für die äußerst gelungene Umsetzung dieses Showroom-Boutique-Konzepts."

Die AOI Gruppe, seit 2014 offizieller Händler- und Servicepartner von Bugatti in Japan, ist seit über 50 Jahren im Automobilgeschäft und verfügt über große Erfahrung im Vertrieb europäischer Premium- und Luxusfahrzeuge. Zusätzlich zum Showroom wird es ein eigenes Service-Center geben, das die Kunden und Fahrzeuge in der Region auf höchstem Niveau betreuen wird.