

# BUGATTI LAUNCHT DIGITALEN NEWSROOM



Schneller, übersichtlicher und moderner. Passend zu den Feierlichkeiten des 110-jährigen Firmenjubiläums von Bugatti modernisiert die französische Luxusmarke ihre Media Lounge und installiert erstmalig einen digitalen Newsroom. Auf dem Weg in eine neue digitale Ära war dieser Schritt notwendig.

Bugatti gibt sich aber nicht mit dem Status quo der Technik zufrieden, sondern setzt wie gewohnt eigene Trends. Wie die Hypersportwagen ist der Newsroom von zeitloser Eleganz, setzt Multiplikatoren in den Fokus und ist künftig technisch seiner Zeit voraus: Zukunftsweisende Multi-Channel-Kommunikations-Tools und Content Delivery Network (CDN) sorgen für einen weltweit ultraschnellen Versand. Progressives Design und eine hohe Usability rücken Medienvertreter in den Vordergrund. Sie erhalten somit Informationen schneller auf verschiedenen Kanälen aus erster Hand. Die Arbeitsplattform für Journalisten und Medienvertreter bietet ein umfassendes digitales Angebot zu Neuheiten, Modelle, Technik, Porträts und Historie.

Damit reizt Bugatti nun die die Kommunikationsmöglichkeiten im Luxusmarken-Segment aus und nähert sich seinen Markenwerten. „Mit Hilfe des neuen Newsrooms digitalisieren wir

unsere Kommunikation und bündeln alle Informationen rund um Bugatti“, sagt Tim Bravo, Head of Communications bei Bugatti. „Damit verbessern wir unseren Informationsfluss und gleichzeitig unsere Transparenz. Bugatti wird dadurch nahbarer und erlebbarer, gleichzeitig schneller und effizienter in der Kommunikation.“ Ziel des Newsrooms ist eine Unterstützung der Medien, er bietet darüber hinaus aber auch weiteren Zielgruppen eine komfortablere Schnittstelle zum Informationsangebot von Bugatti.

Übersichtlich auf einer Seite finden Medienvertreter und Interessierte verschiedene Kommunikationskanäle: Neben aktuellen Pressemitteilungen zählen dazu in Zukunft die Social-Media-Auftritte wie Facebook, Instagram, YouTube und Twitter.

Der neue Newsroom steht wie die Marke aus dem französischen Elsass für Klarheit, Design, Effizienz, Leistung und Glaubwürdigkeit. Er bietet digitale Pressemappen zu Marke, Modellen, Unternehmen, Historie und Technik. Darin enthalten: mehr Infos, Stories, Fotos, Videos, Nachrichten, Porträts und Hintergrundwissen. Die Inhalte sind zum Arbeiten, Nachlesen und Downloaden passend aufbereitet. Die Rubriken „Unternehmen“, „Produkte“, „Tradition“, „Technologie“ und „Lifestyle“ bündeln übersichtlich die verschiedenen Inhalte eines Themenschwerpunktes. Die Themeninhalte und Funktionen des Newsrooms werden fortlaufend aktualisiert und ausgebaut. Künftig lassen sie sich personalisieren, für eine verbesserte User Experience und ein bequemerer Arbeiten.

„Wie unsere exklusiven Hypersportwagen Chiron und Divo werden wir auch den Newsroom weiterentwickeln. Dieses Jahr sind noch zwei Ausbaustufen geplant, unter anderem eine für optimierte Multi-Channel-Kommunikation. Ganz nach dem Motto des Gründers Ettore Bugatti ‚Perfektion wird nie erreicht‘ streben wir auch in der digitalen Kommunikation nach größtmöglicher Perfektion. Sie wird eine Säule unserer Kommunikation werden und die Marke umfassend begleiten“, sagt Tim Bravo.

Der neue Newsroom von Bugatti ist ab sofort zu erreichen unter <https://newsroom.bugatti> oder <https://www.newsroom.bugatti>.

Die Bugatti Pressekonferenz auf dem Genfer Automobil-Salon 2019 wird am Dienstag, den 05. März, von 09:00 bis 09:15 MEZ (08:00-08:15 GMT) live im neuen Bugatti Newsroom übertragen.