MOLSHEIM
4.2.2022

BUGATTI LIFESTYLE ERREICHT DRITTES JAHR IN FOLGE SIGNIFIKANTES WACHSTUM



Die Magie der Marke Bugatti und ihre Lifestyle Produkte finden immer mehr Fans. In der Folge wuchs die Bugatti Lifestyle-Sparte 2021 zweistellig. Dank Partnerschaften mit verborgenen Champions und Innovatoren entsteht ein breit gefächertes Markenuniversum, das zu den außergewöhnlichen Modellen von Bugatti passt.

Innovation, Individualisierung und modernste Technologie sind die Grundpfeiler vom Bugatti Markenerlebnis. Sie sind auch das Herzstück jedes einzelnen handgefertigten Automobils von

2026 BUGATTI AUTOMOBILES S.A.S.

Bugatti. Werte, die Ettore Bugatti bereits vor mehr als 110 Jahren wichtig waren, leben in Partnerschaften von Bugatti Lifestyle weiter und sorgen für Erfolg: 2021 stieg das Wachstum um 30 Prozent. Mit der vor kurzem verkündeten Aufnahme von Asprey — dem Inbegriff einer Luxusmarke — in das Partneruniversum von Bugatti zeichnet sich jetzt bereits ab, dass 2022 ebenso erfolgreich sein wird.
Die wachsende Präsenz der Marke Bugatti beruht unter anderem auf der strategischen Erweiterung der Markenwerte durch ein diversifiziertes Portfolio an Produkten. So können auch Kunden, die nicht im Besitz eines Bugatti Modells sind, in den Genuss der „La vie en bleu"-Erfahrung kommen. Unabdingbar: Jedes Produkt muss die Handschrift von Bugatti tragen. Der Unternehmensgründer strebte in all seinen Kreationen nach Perfektion — er entwarf nicht nur seine eigenen Fahrzeuge, sondern z.B. auch Fahrräder, Rasierer und Sicherheitsschlösser. Alles, was heute das berühmte „Macaron" von Bugatti trägt, muss daher innovativ sein und höchsten Ansprüchen genügen.

Der Markenwert von Bugatti wird in entscheidendem Maße dadurch gestärkt, dass die charakteristischen Eigenschaften von Bugatti in neuen Formen zum Ausdruck gebracht werden. Daher hält Bugatti Brand Lifestyle nicht nur Ausschau nach den größten und erfolgreichsten Partnern, sondern sucht auch Akteure, die agil sind, neue Lösungen entwickeln und alles dafür tun, Vorreiter für neuartige Designs, Techniken und Materialien zu sein.

KREATIVES JAHR 2021

2021 wählt Bugatti Partner aus, die das Portfolio im Bereich luxuriöser Lifestyle-Produkten zu erweitern. Auf diese Weise entstehen nun unterschiedliche Arten von Produkten, die ultimativen Luxus verkörpern.

Bugatti's langjährige Partner hatten einen großen Anteil am Erfolg des vergangenen Jahres. In Jacob & Co., dem Innovator und Schöpfer hochkomplexer Zeitmesser, hat Bugatti einen Partner, der nicht nur Bugattis Überzeugungen teilt, sondern auch mit seinen Kreationen immer wieder alle Erwartungen übertrifft. Das Unternehmen und vor allem sein Gründer Jacob Arabov setzen in der Uhrenbranche neue Maßstäbe, ebenso wie Bugatti bei den Hypersportwagen. Besitzer von Bugatti-Uhren sind speziell von der Materialität und den Individualisierungsmöglichkeiten des Chiron Tourbillion sowie des Twin Turbo Minute Repeater begeistert. Besonders eindrucksvoll: die Uhrengehäuse aus Titan und mit Diamantenbesatz sowie das Saphirglasmodell. Bugatti Lifestyle freut sich darauf, in diesem Jahr weitere Produkte von Jacob & Co. vorstellen zu können.

Der große Erfolg des vergangenen Jahres ist noch einem zweiten langjährigen Partner zu verdanken: Lego Technic. Bugatti und Lego sehen nach wie vor bei Jung und Alt ein hohes Interesse, in die Welt der Lego Technic-Steine einzutauchen. Mit dem fahrbaren Nachbau eines Bugatti Chiron aus Lego Technic-Elementen in Originalgröße, gelang es, ein eindrucksvolles Vorzeigemodell zu schaffen. Das Modell wird demnächst die Eingangshalle des neuen Bürogebäudes von Lego im dänischen Billund schmücken. Das Modell im Maßstab 1:8 ist seit seiner Einführung auf der Nürnberger Spielwarenmesse 2018 nun schon das vierte Jahr auf dem Markt erfolgreich. Bugatti und Lego Technic freuen sich auf ein weiteres gewinnbringendes Jahr 2022 mit diesem Produkt. Unter den neuen Produkten aus dem vergangenen Jahr ist Bugatti Billardtisch, konzipiert und gebaut in Zusammenarbeit mit dem spanischen Unternehmen IXO Carbon — einem der weltweit führenden Hersteller für Produkte aus Kohlenstofffasern - hervorzuheben. Das erste von nur 30 Exemplaren einer streng limitierten Edition ist mit exquisiten Kohlefaser-, Aluminium-, Titan- und Lederelementen

ausgestattet und entspricht somit dem gleichen Qualitätsstandard der Hypersportwagen von Bugatti. Kunden können individuell gestaltete Bugatti Billardtische in Auftrag geben und die Farben der Kohlefaser- und Lederelemente nach eigenem Belieben auswählen, um auf diese Weise ihr ganz persönliches Kunstwerk zu kreieren — ähnlich wie beim Bugatti Chiron[1]. Jeder Bugatti Billardtisch ist mit modernster Technologie ausgestattet, wie beispielsweise einem automatischen Nivelliersystem, das dafür sorgt, dass der Tisch sogar auf einer Yacht bei Seegang stets perfekt horizontal ausgerichtet ist. Mithilfe einer Kamera mit Artificial Vision können die Billardkugeln individuell nach Farbe ausgesucht werden, und die Queue-Wandhalterung mit Carbon-Finish verfügt über ein hochauflösendes Bedienfeld zur Anzeige des Punktestands. Der erste Tisch wurde 2021 vorgestellt und an seinen neuen Besitzer ausgeliefert.

Gemeinsam mit dem Partner VIITA Watches hat Bugatti Grenzen „tragbarer" Technologien versetzt und eine neue Produktlinie eingeführt: drei Smartwatch-Modelle, die mit zahlreichen technischen Funktionen begeistern. Jedes Modell bietet eine Akkulaufzeit von zehn Tagen und ist mit einem Doppelsensor ausgestattet, der sowohl Herzfrequenz als auch Herzfrequenzvariabilität misst, um individuelle Gesundheitsdaten fest hält. Die Applikationen umfassen 90 verschiedene Sportarten, und auch den Blutsauerstoffwert. Die Bugatti Ceramique Edition One bietet ein ganz besonderes Ausstattungsmerkmal: sie misst Beschleunigungswerte. In der Smartwatch befindet sich ein hochauflösender GPS-Sensor mit einer Messgenauigkeit von 0,05 Sekunden. Vergleichsmessungen mit einem Referenzgerät für GPS-Beschleunigungsmessungen zeigten, dass die durchschnittliche Abweichung weniger als 0,1 Sekunden betrug. Ihre Besitzer können die Smartwatch also auch mit auf die Rennstrecke nehmen, wo der eingebaute GPS-Sensor ihre Streckenzeiten und Beschleunigungswerte automatisch erfasst. Jedes einzelne Exemplar wird mit großer Liebe zum Detail von Hand aus mehr als 1.000 Einzelteilen zusammengefügt. Dies spiegelt die einzigartige Präzision, Kunstfertigkeit und Technologie wider, wie sie auch für die in Molsheim handgefertigten Hypersportwagen von Bugatti typisch sind.

Nachbauten eines erfolgreichen Bugatti-Modells, einst von Ettore selbst entworfen, lieferte vergangenes Jahr The Little Car Company an Kunden auf der ganzen Welt aus. Der Bugatti Baby II ist eine Hommage an das Original: den im Jahr 1926 gebauten Baby Bugatti. Die Neuinterpretation des Modells hat seit ihrer Einführung international für Aufmerksamkeit gesorgt. Seine Bewunderer rühmen vor allem die Kombination aus moderner Technik und authentischen Referenzen an den originalen Type 35, auf dem die neuen Modelle basieren. Wie alles von Bugatti sind auch die von The Little Car Company gefertigten Exemplare individuell und maßgefertigt. Der Bugatti Baby II, der nur um ein Viertel kleiner ist als der ursprüngliche Typ 35, wird von einer 10-kW-Batterie angetrieben und kann je nach Spezifikation und Bedingungen eine Höchstgeschwindigkeit von 70 km/h (42 mph) erreichen.

2022 möchte Bugatti sein Marken-Portfolio weiter ausbauen und plant daher weitere attraktive Partnerschaften. Vor wenigen Tagen verkündete Bugatti bereits seine Zusammenarbeit mit Asprey — die Marke mit mehr als zweihundertjähriger Tradition steht für den Inbegriff britischen Luxus. Asprey wird eine besondere Skulptur eines berühmten Bugatti-Modells schaffen, die mit modernsten Verarbeitungstechniken in Aspreys neuem Design-Studio entworfen, entwickelt und gefertigt wird. Bugatti- und Asprey-Kunden werden künftig die Möglichkeit haben, ihre eigenen Skulpturen in Auftrag zu geben, jeweils mit eigenen NFTs.

EINE VIELVERSPRECHENDE UND REVOLUTIONÄRE ZUKUNFT

„Bugatti ist weit mehr als nur Hersteller exklusivster Luxus-Hypersportwagen. Bugatti ist vielmehr eine Ideologie, eine Vision mit einem kompletten Markenuniversum, das stetig erweitert wird", erklärt Mate Rimac, CEO von Bugatti Rimac Group. „Bugatti Brand Lifestyle zeigt das unerschöpfliche Potenzial, das eine Zusammenarbeit zwischen Vorreitern verschiedener Branchen bietet — dabei haben wir gerade erst an der Oberfläche gekratzt. Wir sind ständig dabei, nach neuen Bereichen Ausschau zu halten, um unser Lifestyle-Portfolio strategisch weiterzuentwickeln. Für die nächsten Jahre steht somit eine Reihe aufregender Ankündigungen an."

Wiebke Ståhl, Managing Director bei Bugatti International S.A., sagt dazu: „Wir arbeiten daran, die Marken-Identität strategisch um neue Facetten zu erweitern, um die Vielfältigkeit unserer Marke in unseren luxuriösen Lifestyle-Produkten noch besser zum Ausdruck zu bringen. Wir und unsere Kollegen in Molsheim repräsentieren die Bugatti-Philosophie und arbeiten daran den Markenkern weiter zu erweitern, um neue Markenerfahrungen anzubieten. Dabei steht auch das jüngere Publikum im Vordergrund, da wir ein 360-Grad-Erlebnis auf mehreren Ebenen als je zuvor schaffen wollen."

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