

BUGATTI STARTET EIGENE „SITES“ IN FACEBOOK, TWITTER, YOUTUBE UND FLICKR



Bugatti ist ab sofort in den wichtigsten sozialen Netzwerken vertreten

Ab sofort können Bugatti Fans direkt mit der Marke in Kontakt treten. Aufgrund stetig wachsender unabhängiger Bugatti Fanpages in verschiedensten digitalen Kanälen (Zählungen ergaben über 500.000 Fans auf Facebook, 130.000 Bilder auf Flickr und über 700.000 Videos auf YouTube) hat Bugatti beschlossen, seinen Anhängern den Zugang zur Marke mit eigenen Online-Präsenzen in den wichtigsten Netzwerken zu erleichtern.

Dr. Stefan Brungs, Geschäftsführer Marketing, Vertrieb und Kundenservice, erklärte: „Das sind wir unseren Fans, Kunden und Mitarbeitern schuldig. Die Kommunikation über soziale

Netzwerke ist heutzutage so alltäglich geworden wie das Telefonieren mit dem Handy. Daher wollen auch wir über alle wichtigen Medienkanäle erreichbar sein.“

www.facebook.com/Bugatti

Die Facebook-Seite von Bugatti gibt Aufschluss über die Geschichte der Marke, informiert über neueste Aktivitäten und an welchen Automobilveranstaltungen Bugatti rund um den Globus teilnimmt. Selbstverständlich wird Bugatti seine Fans mit regelmäßigen Updates von den verschiedenen Veranstaltungsorten – wie Rom, Cannes, das Napa Valley, Los Angeles, Katar oder Dubai - versorgen. Als besondere Highlights dürften das automobiler Kunstwerk der Grand Sport L'Or Blanc aus der Zusammenarbeit mit der Königlichen Porzellanmanufaktur in Berlin gesehen werden, sowie der 1.200 PS starke Super Sport, mit dem Bugattis Pilote Officiel Pierre-Henri Raphanel im Juni 2010 mit 431,072 km/h einen neuen Geschwindigkeitsweltrekord aufstellte. Seit dem Frühjahr bietet Bugatti auch eine 1.200 PS Roadster Version an: den Grand Sport Vitesse. Er wurde auf dem Genfer Autosalon 2012 der Öffentlichkeit vorgestellt; im Anschluss daran erprobten ihn Bugattis Kunden und dann zahlreiche Medienvertreter. Bugatti veröffentlicht erstmals Bilder von beiden Veranstaltungen. Viel Aufmerksamkeit hat auch der meerblau-weiße Vitesse generiert, der im August auf dem Concours d'Elegance im kalifornischen Pebble Beach präsentiert wurde und dessen Farbgebung einen erfolgreichen Grand Prix Wagen Type 37A aus dem Besitz des US Talkmasters Jay Leno zum Vorbild hat. Das Fahrzeug ist bereits verkauft, wurde aber aufgrund des großen Interesses vergangene Woche noch einmal auf dem Volkswagen Konzernabend in Paris gezeigt.

www.twitter.com/Bugatti

Über Twitter wird Bugatti seine Fans und „Follower“ regelmäßig über die wichtigsten Veranstaltungen, Aktivitäten, Neuigkeiten, aber auch Reminiszenzen auf dem Laufenden halten.

www.youtube.com/Bugatti

Auf dem offiziellen YouTube-Kanal werden Videos von Modellen, Pressekonferenzen, Fahrerberichten und anderen Aktivitäten eingestellt.

www.flickr.com/Bugatti

Auf Flickr hat Bugatti Fotoalben und -galerien von historischen und modernen Fahrzeugen zusammengestellt, die einen eindrucksvollen Überblick über die Produktpalette von der Geburtsstunde der Marke bis zur Gegenwart bieten. Flickr-Besucher und Bugatti-Fans werden sich leicht zurechtfinden und bequem durch die verschiedenen Themen, Fotoalben und Veranstaltungen navigieren können. Der Service ermöglicht auch eine Geolokalisierung der Fotos, d. h. man kann sich anzeigen lassen, wo auf der Welt der jeweilige Bugatti fotografiert wurde.

Bugatti Auto-Quartett App

<http://itunes.apple.com/us/app/bugatti-auto-quartett/id516502688?mt=8>

Das Bugatti Auto-Quartett enthält 32 Legenden der Automobilgeschichte und ist vergleichbar mit dem englischen Kartenspiel Top Trumps. In diesem klassischen Quartett, das sowohl auf dem iPad als auch dem iPhone gespielt werden kann, treten die erfolgreichsten historischen

Modelle gegen aktuelle Veyron Versionen an. Das Quartett ist kostenlos im Apple App Store erhältlich und kann auch ohne Netzverbindung gespielt werden.