MOLSHEIM
31.8.2023

DER ALLERERSTE „LUXURY SUMMIT HOSTED BY BUGATTI“



Seit über 110 Jahren kreiert Bugatti unvergleichliche Automobile, die durch ihre Eleganz, ihre Genialität und ihre Einzigartigkeit weit über die Grenzen des Automobils hinausreichen und die sich in den Bereich des puren Luxus erhoben haben. In diesem Jahr hat Bugatti zum ersten Mal führende Medien, namhafte Marken und renommierte Experten zu seinem ersten „Luxury Summit“ zusammengebracht, um die Zukunft des Luxus in einer sich wandelnden Welt zu erörtern.

Der „Luxury Summit“ fand am Sitz von Bugatti, dem Château Saint Jean in Molsheim, statt und war als Forum konzipiert, um aktuelle Entwicklungen zu diskutieren, aber auch um gemeinsam

2026 BUGATTI AUTOMOBILES S.A.S.

die Zukunft des Luxus zu gestalten. Im Château — das einst von Ettore Bugatti gekauft wurde, um seine Kunden und VIPs zu beherbergen — versammelten sich besondere Gäste, darunter ausgewiesene Luxusexperten und CEOs führender Luxusmarken, die in Keynotes, Podiumsdiskussionen und Workshops einem Saal mit globalen Lifestyle-Medien die Zukunft des Luxus aufzeigten. Moderatorin und Gastgeberin des Tages war die Autorin und führende Expertin für Marken, Luxus und Kultur, Rebecca Robins, die seit langem mit den bekanntesten Luxusunternehmen der Welt zusammenarbeitet.
Die Eröffnungsrede von Professor Ashok Som mit dem Titel Structural changes in luxury zeigte auf, wie die COVID-19-Pandemie die Mentalität der Verbraucher verändert hat und wie sich Luxusmarken daran anpassen müssen. Die Art und Weise, wie Kunden heute mit Marken in Kontakt treten — nachdem viele von ihnen anfangs in komplexe, verwirrende und oft zeitraubende digitale Interaktionen gezwungen wurden — ändert sich schneller als je zuvor und Unternehmen müssen die Customer Journey neu erfinden, damit sie sich zu einem überzeugenden und einzigartigen Multi-Channel-Erlebnis für Kunden entwickelt.

Im Anschluss fand eine Podiumsdiskussion zum Thema Retail and hospitality 3.0: redefining customer experience statt. Nathalie Remy, Partnerin bei Bain & Company, Vincent Billiard, Geschäftsführer des Hôtel de Crillon, A Rosewood Hotel, und Henri Foucaud, Mitbegründer von Hapticmedia, vertieften die Ausführungen von Professor Som und diskutierten, was ein Einkaufs- oder Aufenthaltserlebnis zu „Luxus" macht. Ein Gefühl der Nahtlosigkeit ist der Schlüssel: fließende und harmonische Übergänge zwischen verschiedenen Kanälen, verschiedenen Ländern und Berührungspunkten für die Kunden, aber jedes Mal mit einer einzigartigen Interaktion.

Die folgende Podiumsdiskussion, Tech as an ultimate customer relationship enabler, untersuchte mit Hilfe von Stefano Rosso, Vorsitzender von Maison Margiela und CEO von BVX (OTB Group), Daniela Ott, Generalsekretärin des Aura Blockchain Consortium, Tony Pinville, PhD in Künstlicher Intelligenz, und Ali Walker, Chief Creative Officer von Asprey Studio, wie neue Technologien und digitale Hilfsmittel das Luxuserlebnis bereichern. Sie setzten sich mit der Frage auseinander, wie digitale Schnittstellen „luxuriöse" Erlebnisse schaffen können, die Rarität und das Gefühl eines exklusiven Mitgliederclubs vermitteln und zu physischen Erfahrungen führen. Besitzer von Asprey NFTs werden beispielsweise zu exklusiven Veranstaltungen eingeladen oder erhalten einzigartige Geschenke. So entsteht ein umfassendes Luxus-Erlebnis, das nahtlos zwischen der digitalen und der physischen Welt verläuft.

In der letzten Podiumsdiskussion des Tages diskutierten Mate Rimac, CEO von Bugatti Rimac, Daniela Ott und Manuel Mallen, CEO von Courbet, über Sustainability: the circular economy of luxury. Dabei ging es unter anderem darum, wie Marken mit der Tatsache umgehen, dass Nachhaltigkeit zu einem Kernbestandteil der modernen Luxuswelt geworden ist, von umweltfreundlichen Materialien bis hin zur vollständigen Rückverfolgbarkeit von Produkten, und wie moderne Technologien Marken dabei helfen können, nachhaltige Verhaltensweisen zu etablieren.

Vor der abschließenden Keynote, die alle Themen des Tages zusammenfassen sollte, leitete Prof. Dr. Dr. Dominik Duscher, Spezialist für regenerative Medizin, einen Workshop mit den Gästen zum Thema Longevity: Health is the real luxury. Seine bahnbrechenden und zum Nachdenken anregenden Forschungen zur Epigenetik und den größeren Auswirkungen der Zellgesundheit haben gezeigt, dass die Genetik nicht so vorgegeben ist, wie man früher glaubte, und dass Veränderungen im Lebensstil die Zellalterung drastisch verlangsamen können.

Die Herausforderung, die Erkenntnisse des Tages über die Welt des Luxus zusammenzufassen, fiel dem letzten Hauptredner, dem Luxusexperten und -forscher Dr. Hannes Gurzki, zu. Seine abschließende Keynote zeigte auf, was eine Luxusmarke immer ausmachen wird, unabhängig von den seismischen Verschiebungen, die in der Welt der Technologie bevorstehen — es sind Paradoxe: Eine Marke muss rar, aber wachsend, innovativ, aber traditionsreich, physisch, aber digital, global, aber lokal und datengesteuert, aber menschenbezogen sein. In einer Welt, in der KI viele Bereiche effizienter und vorhersehbarer machen kann, sind es die überraschenden menschlichen Aspekte, die außergewöhnliche Luxuserlebnisse und -produkte hervorheben werden.

Dieser erkenntnisreiche Tag wurde mit einer feierlichen Abendveranstaltung fortgesetzt, die mit einem Aperitif unter freiem Himmel begann. Gekrönt wurde dieser wunderbare Bugatti-Moment mit einer Live-Demonstration von Bugattis Lead Designer für Sur Mesure, Jascha Straub, gefolgt von der geheimen Enthüllung des Chiron Super Sport[1] 'Golden Era', einem Bugatti Haute Couture-Auftrag, der die höchste Handwerkskunst und maßgeschneiderte Personalisierung repräsentiert, die das Team in Molsheim zu bieten hat; eine Verkörperung des Luxus von heute, die Tradition mit modernen Techniken, Tausenden von Stunden an Detailarbeit, Kunstfertigkeit und Ingenieurskunst verbindet. Dieses zeitlose und unvergleichliche Einzelstück wurde am 10. August der Öffentlichkeit präsentiert.

Anschließend wurden die Gäste in das Atelier eingeladen, wo ein sorgfältig kuratiertes Dinner-Erlebnis stattfand, das den Geist des Anlasses verkörperte. Das Menü und die Weinbegleitung von Paul Stradner, dem Chefkoch des mit zwei Michelin-Sternen ausgezeichneten Restaurants von Lalique, der Villa René Lalique, boten einen Vorgeschmack auf die moderne französische Gastronomie mit lokalen und globalen Einflüssen, die den Tag perfekt abrundeten. Intim, außergewöhnlich, nachhaltig, rückverfolgbar und in einem ebenso exklusiven wie unvergesslichen Rahmen — ein Luxus-Erlebnis der Extraklasse, das die Gäste nie vergessen werden.

„Bei Bugatti geht es uns nicht nur darum, ein außergewöhnliches Automobil zu bauen, sondern wir möchten ein ganzheitliches Luxus-Erlebnis für unsere Kunden schaffen.
Unser Ziel bei dieser Veranstaltung war es, Experten aus der Luxusbranche zusammenzubringen, um gemeinsam neue Trends und neue Chancen für unsere Marken zu diskutieren. Die Welt verändert sich schneller als je zuvor und wir müssen gemeinsam Wege finden, um uns an dieses sich ständig wandelnde Luxus-Ökosystem anzupassen. Durch die angeregten Diskussionen mit einer Vielzahl von Vordenkern konnten wir verstehen, dass all diese neuen Trends großartige Möglichkeiten eröffnen, um die Beziehung zu unseren Kunden zu stärken und ihre Erwartungen zu übertreffen — nicht nur mit unseren Automobilen, sondern auch mit dem Lebensstil, den wir anbieten.“

CHRISTOPHE PIOCHON
PRÄSIDENT VON BUGATTI AUTOMOBILES

Während sich das Konzept, das hinter der Bedeutung von Luxus steht, in einer sich rasch wandelnden Branche weiterentwickelt, hat der ,,Luxury Summit hosted by Bugatti'' nicht nur kritische Debatten und Diskussionsbeiträge angeregt, sondern auch die Frage aufgeworfen, was das nächste Kapitel in der Exzellenz des Luxus bringen wird. Diese Trends werden auf dem nächsten ,,Luxury Summit hosted by Bugatti'' erörtert.

Das vollständige Programm des ''Luxury Summit hosted by Bugatti'':

Eröffnende Keynote Structural changes in luxury Prof. Ashok Som, Gründungsdekan des Global MBA Program an der ESSEC Business School

Panel Retail & Hospitality 3.0: redefining customer experience Nathalie Remy, Partnerin bei Bain & Company Vincent Billiard, Geschäftsführer des Hôtel de Crillon, A Rosewood Hotel Henri Foucaud, CEO und Mitbegründer, Hapticmedia

Panel Tech as an ultimate customer relationship enabler Stefano Rosso, Maison Margiela Vorsitzender und CEO von BVX (OTB Group) Daniela Ott, Generalsektetärin des Aura Blockchain Consortium Tony Pinville, PhDin Künstlicher Intelligenz Ali Walker, Kreativdirektor, Asprey Studio

Panel Sustainability: the circular luxury economy Mate Rimac, CEO, Bugatti Rimac Daniela Ott, Generalsekretärin des Aura Blockchain Consortium Manuel Mallen, CEO und Mitbegründer, Courbet

Workshop Longevity: health is the real luxury Prof. Dr. Dr. Dominik Duscher,Spezialist für Regenerative Medizin

Abschließende Keynote The future of luxury Dr. Hannes Gurzki, Experte und Forscher für Luxus

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

---

[1] Chiron Super Sport: WLTP Kraftstoffverbrauch, l/100 km: Niedrigphase 40,3 / Mittelphase 22,2 / Hochphase 17,9 / Höchstphase 17,1 / kombiniert 21,5; CO2-Emission kombiniert, g/km: 487; Effizienzklasse: G