



## Lamborghini Arena: Besondere Partner bereichern das Event-Wochenende

### Von Ausstellungen bis hin zu immersiven Erlebnissen – Partner und Lizenznehmer werden das Wochenende in Imola noch dynamischer und spannender gestalten

*Sant'Agata Bolognese, 30. April 2026* – Die Lamborghini Arena steht unmittelbar bevor und im Imola Village wird sich die Marke in all ihren Facetten präsentieren: Durch die Fahrzeuge, die Community sowie eine Auswahl von Partnern und Lizenznehmern. Jeder Partner bringt besondere Stärken ein und teilt zugleich die zentralen Werte von Lamborghini: Exzellenz, Kreativität und eine kompromisslose Liebe zum Detail. Mit ihren vielfältigen Aktivitäten bereichern sie das Village und schaffen für die Besucher außergewöhnliche Erlebnisse voller Unterhaltung, Inspiration und Freude.

**Bridgestone**, offizieller Partner der Lamborghini Arena 2026, wird vier speziell für Lamborghini entwickelte Reifen präsentieren: Potenza Sport, Potenza Race, Blizzak LM005 und Dueler All-Terrain AT002. Besucher haben die Möglichkeit, an den Fahrsimulatoren ihr Können unter Beweis zu stellen und mit den schnellsten Runden attraktive Preise zu gewinnen. Abgerundet wird das Erlebnis durch den Bridgestone Tyre Shop, in dem Kunden ihre Fahrzeuge mit speziell entwickelten Potenza Sport-Reifen ausstatten lassen können – konzipiert, um die Performance der gesamten Lamborghini-Modellpalette optimal zu unterstützen.

Die Lamborghini Arena erhält zudem einen sportlichen Charakter durch **Babolat**: Die Marke schafft mit einem Padel-Platz Raum für aktive Erlebnisse und gibt den ersten Einblick auf die Weiterentwicklung ihrer Produktkooperation mit Lamborghini. Gleichzeitig präsentiert **Macron** in einem eigenen Bereich die Bekleidungskollektionen, die gemeinsam mit dem Autohersteller aus Sant'Agata Bolognese entstanden ist.

Kreativität, Handwerkskunst und Liebe zum Detail beleben einen großen Teil des Village. Die Luxusmodemarke **Tod's** bringt italienische Exzellenz nach Imola: Vor Ort wird ein Meisterhandwerker die Herstellung des Mokkasins Gommino live demonstrieren, um damit den Wert handgefertigter Arbeit und Einzigartigkeit zu feiern. **24Bottles** präsentiert das Format 24Lab Live mit künstlerischen Aktivitäten sowie Personalisierungen für Erwachsene und Kinder. Zudem sorgt **Mattel** mit Hot Wheels für generationsübergreifende Unterhaltung im Village: Neben einer Rennstrecke für die jüngeren Besucher gibt Mattel eine Vorschau auf den neuen Lamborghini Temerario RC im Maßstab 1:64. Das für Sammler konzipierte Modell verfügt über eine exklusive Gestaltung von Mitja Borkert, Design Director von Automobili Lamborghini. Die besondere Optik wird auch in Originalgröße zu sehen. Das limitierte Modellauto ist ab dem 11. Mai erhältlich.

Das Village spricht alle Sinne an: **Sonus faber** wird in Imola einen immersiven Stand präsentieren, der dem Klang gewidmet ist. Dieser ist als Erlebnis-Lounge konzipiert, in der Besucher die Expertise und das handwerkliche Können der Klangmeister entdecken können. Darüber hinaus bietet die Lounge exklusive Sound-Erfahrungen, die speziell darauf ausgerichtet sind, das System II Cremonese Ex3me – Automobili Lamborghini Edition sowie



## Pressemitteilung

die für Revuelto und Temerario entwickelten Audiosysteme eindrucksvoll zur Geltung zu bringen. **Lavazza** wird das Wochenende rund um Gastfreundschaft und Geselligkeit maßgeblich bereichern. Die Marke ist sowohl in den öffentlichen Bereichen mit einem Airstream-Coffee-Truck als auch in den Hospitality-Zonen mit einem speziell entwickelten Angebot präsent. Dieses wird durch eine eigens kuratierte Kaffeearte sowie besondere Momente wie Taste the Fuel ergänzt – ideal geeignet für eine Pause während der Arena. Abgerundet und auf eine neue Ebene gehoben wird das Erlebnis durch eine fein abgestimmte Klangwelt, gestaltet mit der Musik von **Technics** und dem exklusiven Plattenspieler, der in Zusammenarbeit mit Lamborghini entwickelt wurde.

Ergänzt wird das Lamborghini Arena Village zudem durch Partner, die sich dem Wohlbefinden und der Körperpflege widmen. **O2H** bietet ein sofortiges Regenerationserlebnis mit einer Kostprobe seiner Kryokammer – ideal für eine energispendende Pause während der Veranstaltung. Gleichzeitig bietet **OWAY** einen speziellen Styling-Service an und ermöglicht es den Besuchern, die Agri-Kosmetik-Produktlinie zu entdecken.

Zu den Erlebnissen, die das Wochenende bereichern, gehört ebenso **Vesaro** mit Premium-Simulatoren, die in Zusammenarbeit mit Lamborghini entwickelt und mit Lenkrädern von **Moza Racing** ausgestattet wurden. Konzipiert für ein immersives und hochmodernes Fahrerlebnis, stehen sie im Hospitality-Bereich des Events für Testfahrten zur Verfügung. Ergänzend dazu werden weitere Stationen im Museum eingerichtet, die zusätzliche Gelegenheiten bieten, die Marke auf interaktive und eindrucksvolle Weise zu erleben.

Auch **Ducati** wird Teil des Events sein und mit Testfahrten der Modellpalette Geschwindigkeit, Adrenalin und Rennsport-DNA ins Village bringen. Damit setzt das Unternehmen einen weiteren Akzent der italienischen Motorkultur und unterstreicht die gemeinsame Leidenschaft beider Marken für Performance.

**Pirelli** wird hingegen mit einem von Urus SE und Essenza SCV12 inspirierten Setup vertreten sein. Ein Produktexperte wird dem Publikum zur Verfügung stehen, zusammen mit einer interaktiven Aktivität, bei der Besucher die Geschwindigkeit ihrer Reflexe testen können.

Abschließend rückt die Besuchererfahrung die Verbindung von Kreativität und Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt. In diesem Kontext wird **Hera** mit dem Scart-Projekt vertreten sein und das Village mit eindrucksvollen, großformatigen Robotern bereichern, die aus wiederverwerteten Materialien von Lamborghini-Supersportwagen gefertigt sind und ein klares Zeichen für Umweltbewusstsein setzen. Kreative Malaktionen für die jüngsten Besucher sowie interaktive Momente mit dem Publikum verleihen dem Village-Erlebnis zudem eine wertvolle pädagogische und kulturelle Dimension.

Verschiedene Partner, ein roter Faden: In Imola zeigt das Lamborghini Arena Village die ganze Vielfalt der Markenerweiterung.



# Pressemitteilung

Bilder und Videos: [media.lamborghini.com](https://media.lamborghini.com)

Informationen zu Automobili Lamborghini: [www.lamborghini.com](https://www.lamborghini.com)



## Automobili Lamborghini S.p.A.

### Headquarters

Director of Communication  
Tim Bravo  
T +39 051 9597611  
[tim.bravo@lamborghini.com](mailto:tim.bravo@lamborghini.com)

Brand & Corporate Communication  
Camilla Manzotti  
T +39 360 1077907  
[camilla.manzotti@lamborghini.com](mailto:camilla.manzotti@lamborghini.com)

Product & Motorsport Communication  
Francesco Colla  
T +39 348 8629861  
[francesco.colla@lamborghini.com](mailto:francesco.colla@lamborghini.com)

Social Media & Digital Communication  
Chiara Busolo  
T +39 340 0791871  
[chiara.busolo@lamborghini.com](mailto:chiara.busolo@lamborghini.com)

Motorsport Communication  
Giovanni Zini  
T +39 342 1318474  
[giovanni.zini@lamborghini.com](mailto:giovanni.zini@lamborghini.com)

Heritage Communication  
Enrico Pavesi  
T +39 345 6749362  
[extern.enrico.pavesi@lamborghini.com](mailto:extern.enrico.pavesi@lamborghini.com)

---

### Regional Offices

North & South America  
Jory Wood Syed  
T +1 332 220 5217  
[jory.syed@lamborghini.us](mailto:jory.syed@lamborghini.us)

Europe, Middle East & Africa  
Giulia Merra  
T +39 340 622 8569  
[aw.giulia.merra@lamborghini.com](mailto:aw.giulia.merra@lamborghini.com)

Asia Pacific  
Tricia Tan  
T +65 9073 3031  
[tricia.tan@lamborghini.com](mailto:tricia.tan@lamborghini.com)