



Automobili Lamborghini im Mittelpunkt der DreamHack in Atlanta

Von urbanen Aktivitäten bis zu immersiven Erlebnissen – Lamborghini stärkt die Präsenz in der globalen Gaming- und digitalen Entertainmentszene

Sant'Agata Bolognese, 18. Mai 2026 – Automobili Lamborghini nimmt bei dem weltweit führenden Gaming-Lifestyle-Festival in den Vereinigten Staaten teil. Nach dem US-Debüt in Dallas 2025 und dem darauffolgenden Europa-Stopp in Stockholm ist das Event in Atlanta die dritte Teilnahme für Lamborghini, mit dem Ziel die Präsenz der Marke in der digitalen Entertainmentwelt weiter zu stärken. In diesem Jahr trat Lamborghini als Main Automotive Partner auf und setzte damit einen weiteren strategischen Meilenstein an der Schnittstelle von Performance, Innovation und neuen kulturellen Erlebniswelten.

Bereits in den zwei Tagen vor dem Festival wurde Atlanta zum Schauplatz für ein urbanes Event: Zwei Lamborghini Temerario¹, der neue Maßstab im Bereich der High-Performance Hybrid-Supersportwagen, wurden an besonderen Orten der Stadt platziert. Die spezielle Lackierung der beiden Autos orientierte sich an Fortnite und Fast ForWorld, dem offiziellen virtuellen Universum der Marke für Gaming, interaktive Unterhaltung sowie digitale Kultur. Neben den beiden Temerario-Modellen konnte das Publikum die Fortnite-Insel von Automobili Lamborghini live über Tablets spielen und dadurch Tickets für das DreamHack-Festival gewinnen. Die Initiative kombinierte auf innovative Weise physische Präsenz, Gaming mit direkter Interaktion und verwandelte den Temerario in einen Erlebnisraum. So entstand ein erster authentischer Touchpoint zwischen der Marke, der Gaming-Community und dem breiten städtischen Publikum.

Anschließend stellte Lamborghini die beiden Fahrzeuge auf dem Festivalgelände der DreamHack aus, wodurch eine nahtlose Verbindung zwischen der Aktivierung in der Stadt und dem Erlebnis vor Ort entstand. Das Areal von Automobili Lamborghini im Herzen des Festivals begrüßte zahlreiche Besucher mit einem immersiven Angebot: von den beiden ausgestellten Temerario-Modellen, die im Mittelpunkt mehrerer Fotomotive standen, über professionelle Fahrsimulatoren, darunter der exklusive Vesaro x Automobili Lamborghini, bis hin zu einer eigenen Zone zur Erkundung von Fast ForWorld.

„Gaming, digitale Kultur und Web3 stellen für Lamborghini strategische Bereiche dar, um eine zukunftsorientierte Vision zum Ausdruck zu bringen und neue Generationen anzusprechen“, sagt Christian Mastro, Marketing Director von Automobili Lamborghini. *„Durch Plattformen wie die DreamHack überschreiten wir die traditionellen Grenzen der Automobilbranche und bringen unsere unverwechselbare DNA in digitale und immersive Umgebungen. Als einziger Automobilpartner dieses internationalen renommierten Events geht Lamborghini damit einen weiteren wichtigen Schritt auf dem Weg in die digitale Welt.“*

Der Markenbereich ermöglichte es den Besuchern nicht nur, die Design- und Performance-DNA der Marke zu erleben, sondern auch zu entdecken, wie Lamborghini die Vision in digitale

¹ Temerario (WLTP): Energieverbrauch (gewichtet kombiniert): 6,4-4,3 kWh/100 km plus 11,2-10,3 l/100 km; CO₂-Emissionen (gewichtet kombiniert): 272-252 g/km; CO₂-Klasse (gewichtet kombiniert): G; CO₂-Klasse bei entladener Batterie: G; Kraftstoffverbrauch bei entladener Batterie (kombiniert): 14 l/100 km



und plattformübergreifende Welten übersetzt. Lamborghini setzt auf diese vertrauten Plattformen, um gezielt eine Verbindung zur jüngeren Zielgruppe aufzubauen.

DreamHack erweist sich einmal mehr als strategische Veranstaltung, um die Positionierung von Lamborghini als Pionier in der digitalen Gaming-Welt zu präsentieren. Durch E-Sport, Web3-Technologien und innovative Erlebnisse erkundet das Unternehmen weiterhin neue Formen der Interaktion und bleibt dabei seiner Kernidentität treu: Lamborghini ist für viele ein Traum und für wenige Realität. Mit Initiativen wie dieser wird der Traum greifbarer, inspirierender und zugänglicher – insbesondere für die jüngere Generation.

Durch die Kombination von physischer Präsenz, digitaler Innovation und gemeinschaftsorientierten Erlebnissen unterstreicht die Teilnahme von Automobili Lamborghini bei der DreamHack Atlanta 2026 den Anspruch der Marke, traditionelle Branchengrenzen zu überschreiten. Dabei nutzt Lamborghini Gaming und Technologie als strategische Instrumente, um die Zukunft des Markenengagements zu verbinden, zu inspirieren und neu zu definieren.

Bilder und Videos: media.lamborghini.com

Informationen zu Automobili Lamborghini: www.lamborghini.com



Automobili Lamborghini S.p.A.

Headquarters

Director of Communication
Tim Bravo
T +39 051 9597611
tim.bravo@lamborghini.com

Brand & Corporate Communication
Camilla Manzotti
T +39 360 1077907
camilla.manzotti@lamborghini.com

Product & Motorsport Communication
Francesco Colla
T +39 348 8629861
francesco.colla@lamborghini.com

Social Media & Digital Communication
Chiara Busolo
T +39 340 0791871
chiara.busolo@lamborghini.com

Motorsport Communication
Giovanni Zini
T +39 342 1318474
giovanni.zini@lamborghini.com

Heritage Communication
Enrico Pavesi
T +39 345 6749362
extern.enrico.pavesi@lamborghini.com

Regional Offices

North & South America
Jory Wood Syed
T +1 332 220 5217
jory.syed@lamborghini.us

Europe, Middle East & Africa
Liliya Dovbenchuk
T +39 349 756 2077
liliya.dovbenchuk@lamborghini.com

Asia Pacific
Tricia Tan
T +65 9073 3031
tricia.tan@lamborghini.com