



## Automobili Lamborghini spielt mit der Farbpalette als Aprilscherz

### Eine ironische Kommunikationskampagne würdigt das Heimatland des Unternehmens aus Sant'Agata Bolognese

*Sant'Agata Bolognese, 1. April 2026* –Automobili Lamborghini hat einen ironischen und unterhaltsamen Aprilscherz lanciert, der für einige Stunden Fans auf der ganzen Welt überraschte. Das Unternehmen aus Sant'Agata Bolognese enthüllte nämlich – ganz im Stil der klassischen Aprilscherze – auf seinen Social-Media-Kanälen eine neue Farbpalette, die komplett von Italien inspiriert ist. Die Farben heißen Rosso Grappolo, Giallo Granita, Verde Campo d'Ulivo und Bianco Trullo: Den Lamborghini-Fans wurde eine Neuheit präsentiert, die ebenso unerwartet wie originell war.

Nichts davon ist real: Es handelt sich lediglich um eine verspielte Aktion anlässlich des 1. Aprils, die zunächst überraschte und anschließend weltweit den Fans ein Lächeln ins Gesicht zauberte. Die erfundene Farbpalette griff einige der bekanntesten Symbole Italiens auf und hob dabei zwei Themen hervor, die für das Unternehmen von besonderer Bedeutung sind. Die Entscheidung hinter der Kampagne war daher alles andere als zufällig, sondern vielmehr eine bewusste Hommage an Farben und die Herkunft.

Einerseits bezog sich die Kampagne auf die Symbole des Heimatlandes von Automobili Lamborghini als Ausdruck italienischer Fertigungsexzellenz und als weltweiter Botschafter des Made in Italy. Lamborghini ist eine zu 100 Prozent italienische Marke mit einer globalen Community, getragen von Leidenschaft, Handwerkskunst und Menschen. Andererseits feierte der Aprilscherz die Farbpalette selbst als einen der Aspekte, die von den Kunden des Unternehmens aus Sant'Agata Bolognese besonders geschätzt werden. Dank des Personalisierungsprogramm von Lamborghini – das für 94 Prozent der verkauften Fahrzeuge genutzt wird – haben Kunden die Wahl aus 400 verschiedenen Farbtönen. Über das Ad-Personam-Programm können Lamborghini-Besitzer zahlreiche Elemente ihres Fahrzeugs individualisieren, wobei die Farbe eine der am häufigsten genutzten Personalisierungsmöglichkeiten ist.

Auch wenn die Farbpalette nur imaginär war, feierte die Initiative auf spielerische Weise die Verbundenheit von Lamborghini mit der eigenen Heimat und die Kreativität, die mit Originalität sowie Eleganz die Individualisierung der Fahrzeuge prägt.

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

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





# Pressemitteilung

## 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  
**Liliya Dovbenchuk**  
T +39 349 756 2077  
[liliya.dovbenchuk@lamborghini.com](mailto:liliya.dovbenchuk@lamborghini.com)

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