



Media Information

Automobili Lamborghini schließt das Jahr 2020 mit 7.430 ausgelieferten Fahrzeugen und sechs neuen Modellen

- **7.430 Fahrzeugauslieferungen weltweit im Jahr 2020**
- **Trotz Pandemie das beste zweite Halbjahr der Unternehmensgeschichte**
- **Solide Auftragslage mit einer Auslastung von mehr als der Hälfte der Produktionskapazität 2021**
- **Markteinführung sechs neuer Modelle: Lamborghini Huracán RWD coupé und Spyder, Sián Roadster, Essenza SCV12, Huracán STO und SC20**
- **Ernennung von Stephan Winkelmann zum Präsidenten und CEO im Dezember**
- **Soziale Initiativen von der Produktionsanpassung bis hin zum Kulturprojekt „With Italy, for Italy“**
- **Starkes Wachstum in den sozialen Medien und Startschuss auf TikTok**

Sant'Agata Bolognese, 12. Januar 2021 – In einem Jahr großer Herausforderungen wie 2020, das von der weltweiten Pandemie geprägt war, hat Automobili Lamborghini es geschafft, sich mit voller Energie und Entschlossenheit an die Gegebenheiten anzupassen. In der Tat konnte das **Unternehmen 7.430 Fahrzeugauslieferungen weltweit verzeichnen**, ein Rückgang von gerade einmal 9 % im Vergleich zum Vorjahr. Die geringfügigen Einbußen lassen sich eindeutig auf den 70-tägigen, von der italienischen Regierung angeordneten Produktionsstopp im Frühling zurückführen, der zum Schutz der Mitarbeiter in der ersten Phase der Pandemie erforderlich war. Dafür brachte das zweite Halbjahr absolute Rekordverkaufszahlen und somit das beste Ergebnis in der langen Geschichte des Unternehmens mit sich.

Konkret wurden die **USA** mit 2.224 Fahrzeugen als wichtigster Absatzmarkt bestätigt, gefolgt von **Deutschland (607), Festland-China, Hongkong und Macau (604), Japan (600)**, dem **Vereinigten Königreich (517)** und **Italien (347)**. Die beiden Länder mit dem stärksten Wachstum waren Südkorea (303 Fahrzeuge +75%) und Deutschland (607 Fahrzeuge +8%). Der SUV Urus der letztes Jahr den Produktionsrekord von 10.000 Stück knackte, war mit 4.391 ausgelieferten Fahrzeugen das erfolgreichste Modell. Beide Supersportwagen-Modellreihen haben maßgeblich zum globalen Absatzvolumen beigetragen: Das Huracán V10-Modell konnte mit 2.193 verkauften Fahrzeugen (+3%) weiter zulegen. Hinzu kommen 846 weltweit ausgelieferte Aventador V12-Modelle.

Die **solide Auftragslage**, die mehr als die Hälfte der für 2021 geplanten Produktionskapazität abdeckt, gibt einen positiven Ausblick auf das kommende Jahr.

Stephan Winkelmann, Präsident und CEO von Automobili Lamborghini, erklärt: *„Die Ergebnisse 2020 sind der Beleg für die großartige Arbeit, die das gesamte Lamborghini Team trotz der Schwierigkeiten eines Jahres globaler Herausforderungen mit großer Hingabe sowie Widerstands- und Anpassungsvermögen geleistet hat. Ich fühle mich geehrt, wieder Teil dieses Teams zu sein. Der Gemeinschaftssinn, der im Verlauf des soeben zu Ende gegangenen Jahres so hart auf die Probe gestellt wurde, wird gemeinsam mit der sozialen Verantwortung und dem Innovationsdrang, der Lamborghini seit jeher auszeichnet, das Fundament für ein herausforderndes Jahr 2021 bilden.*



Media Information

Ziel ist es, die Produktpalette zu konsolidieren, neue Geschäftschancen zu erschließen und die Marke noch mehr zu stärken.“

2020 im Überblick: von der Markteinführung sechs neuer Modelle zum neuen Vorsitz

Trotz der Covid-19-Notsituation, die bei Lamborghini von März bis Mai zu einer 70-tägigen Produktionsunterbrechung führte, realisierte das Unternehmen ein fortlaufendes Programm neuer Produkteinführungen: sechs in zwölf Monaten.

Im Januar wurde die Coupé-Version des neuen **Huracán EVO- Rear-Wheel Drive (RWD)** vorgestellt. Im Mai setzte Lamborghini als erster Automobilhersteller Augmented Reality für das Debüt des **Huracán EVO RWD Spyder** ein, der Cabrio-Version seines V10-Modells mit Hinterradantrieb. Im Juli schlug die Stunde eines weiteren Cabrios, jedoch in limitierter Auflage mit gerade einmal 19 Exemplaren: der **Sián Roadster**, das erste Cabrio von Lamborghini mit Hybrid-Technologie auf Grundlage des legendären V12. Es folgten der **Essenza SCV12**, ein von Lamborghini Squadra Corse entwickeltes und vom Lamborghini Centro Stile designtes Renn-Hypercar in limitierter Auflage von 40 Exemplaren; der **Huracán STO** (Super Trofeo Omologata), ein für den Straßeneinsatz zugelassener und von den Rennboliden Huracán Super Trofeo EVO und GT3 EVO inspirierter Supersportwagen; und schließlich zu Jahresende der **SC20**, ein einzigartiger für den Straßeneinsatz zugelassener offener Rennwagen, das erste von der Motorsportabteilung konzipierte und vom Centro Stile in Sant'Agata Bolognese designte One-Off-Cabrio – maßgeblich waren hierbei die Wünsche des Kunden, der von den ersten Skizzen der Lamborghini-Designer an in das Projekt einbezogen wurde.

Hinzu kommen weitere bedeutende Ereignisse, darunter wichtige Produktionsmeilensteine (10. 000 Urus und 10.000 Aventador), neue Personalisierungen mit der Einführung neuer Ad Personam Farben für den Urus und Huracán, bis zur Präsentation einer Sonderausgabe des Aventador S mit Signatur des japanischen Modeschöpfers Yohji Yamamoto anlässlich der Eröffnung der neuen Lamborghini Lounge in Tokio.

Der Monat Dezember war schließlich vom Vorsitzwechsel bei Lamborghini geprägt: Seit 1. Dezember bekleidet **Stephan Winkelmann** zusätzlich zum Vorsitz bei Bugatti die Funktion als **Präsident und CEO** von Lamborghini und folgt damit Stefano Domenicali nach.

Ein Jahr sozialer Verantwortung

Die Marke mit dem Stier hat in der ersten Phase der Pandemie rasch reagiert und über das gesamte Jahr 2020 wichtige Initiativen im Zeichen der sozialen Verantwortung auf den Weg gebracht. Während der vorübergehenden Einstellung der Produktion adaptierte Lamborghini **bestimmte Abteilungen für die Herstellung von Masken und Gesichtsschutzvisieren für die Poliklinik S. Orsola von Bologna** und arbeitete mit der SIARE Engineering International Group beim Co-Engineering und bei der Fertigung von Lungensimulatoren zusammen.

Im September initiierte Lamborghini mit „**With Italy, for Italy**“ ein **bedeutendes Kunst- und Kulturprojekt**, das die Unterstützung des Landes in einer Zeit großer Herausforderungen zum Ziel hat und eine Liebeserklärung des Unternehmens an Italien darstellt. 21 italienische Meister der zeitgenössischen Fotografie wurden dazu aufgerufen, die Schönheit und Einmaligkeit der



Media Information

italienischen Regionen gepaart mit Lamborghini Modellen der Vergangenheit und Gegenwart gekonnt in Szene zu setzen. Das ursprünglich im Rahmen einer Social-Media-Kampagne ins Leben gerufene Projekt fand schließlich Einzug in einen von Skira herausgegebenen Fotografieband.

Im Dezember startete schließlich eine **Benefizaktion in Zusammenarbeit mit der US-amerikanischen Sängerin Lady Gaga** zur Unterstützung von Gesellschaftsgruppen, die besonders stark von pandemiebedingten Ungleichheiten betroffen sind. Ihnen kommt der Erlös eines von Omaze zwischen November und Dezember organisierten Gewinnspiels zu Gute, bei dem der Huracán EVO RWD, der im Videoclip zur neuesten Single der US-amerikanischen Sängerin „911“ zu sehen ist, als Preis winkt.

Rekordwachstum in den sozialen Medien

Angesichts der immer schnelleren pandemiebedingten Digitalisierung hat Lamborghini **sein Engagement in den sozialen Medien verstärkt** und konnte über das gesamte Jahr 2020 ein kontinuierliches Wachstum verzeichnen. Auf Instagram verbucht Lamborghini die größten Erfolge: Die Anzahl der Follower ist in nur einem Jahr von 23 auf 29 Millionen gestiegen und katapultiert die Marke auf Platz 1 der in den sozialen Medien beliebtesten Luxus-Supersportwagenhersteller. Auf Facebook sind es 12,9 Millionen und auf YouTube ist der Zahl der Fans von 1,1 auf 1,6 Millionen angewachsen. Darüber hinaus war Lamborghini im November das erste Unternehmen im Luxus-Supersportwagensektor mit einem offiziellen Profil – @lamborghiniofficial – auf TikTok, der Plattform der Generation Z und Millennials für das Erstellen und Teilen von Kurzvideos von Mobilgeräten. In knapp zwei Monaten erreichte Lamborghini damit über 131.000 Follower.

Lamborghini Brand Extension

2020 war auch das Jahr wichtiger Kooperationen, die Lamborghini mit starken Partnern knüpfen konnte, um mit exklusiven und einzigartigen Co-Branding-Produktneuheiten höchster Qualität neue Branchen zu erschließen. Unter den bedeutendsten Partnerschaften reiht sich die Kooperation mit **The LEGO Group** ein, die den Lamborghini Sián FKP 37 LEGO® Technic™ hervorgebracht hat, ein Modellauto im Maßstab 1:8 mit 3.696 Teilen, das die unverkennbare Leistung und das atemberaubende Design des Hybrid-Supersportwagens von Lamborghini in Perfektion nachbildet.

Im Fashion-Bereich verdient die Zusammenarbeit mit **Supreme** Erwähnung, der kultigen Street-Wear-Marke aus New York, die mit einer Capsule Collection von sich reden machte, die in nur 48 Stunden ausverkauft war, sowie die Capsule Collection in Zusammenarbeit mit dem japanischen Stilisten **Yohji Yamamoto**. Der Schifffahrtssektor horchte dank dem zwischen Lamborghini und The Italian Sea Group geschlossenen Abkommen und der Weltpremiere von „**Tecnomar for Lamborghini 63**“ auf, der neuen Motoryacht der Tecnomar-Flotte, die in limitierter Stückzahl zur Feier des Gründungsjahrs von Lamborghini herausgegeben wurde. Die Partnerschaft zwischen Lamborghini und Ducati, einem weiteren italienischen Top-Unternehmen in der Motorenbranche, läutete zu Jahresende schließlich die Geburtsstunde der **Ducati Diavel 1260 Lamborghini** ein, eines vom Lamborghini Sián inspirierten und in limitierter Auflage von 630 Stück produzierten Motorrads, das Motorradfahrer und Sammler auf der ganzen Welt in Begeisterung versetzt.



Media Information

2020: Das Jahr dreier geschichtsträchtiger Jubiläen

2020 begingen gleich drei legendäre Modelle der Marke historische Jahrestage. Der **Urraco**, der von Beginn an mit seinen für die damalige Zeit innovativen technischen Lösungen überzeugte, und der **Jarama GT**, die letzte Weiterentwicklung des 2+2-sitzigen GT-Coupé-Konzepts von Lamborghini, wurden 50 Jahre alt. Hinzu kommt der 30. Geburtstag des **Diablo**, eines der legendärsten Fahrzeuge in der Geschichte der Supersportwagenmodelle von Lamborghini, der im Januar 1990 auf den Markt kam.

Lamborghini Squadra Corse

Top-Resultate lieferte auch Squadra Corse, die Motorsportabteilung von Automobili Lamborghini. 2020 erreichte Squadra Corse die Referenzmarke von **490 seit 2009 produzierten Rennwagen**. Darüber hinaus wurden der Essenza SCV12, ein Supersportrennwagen in limitierter Auflage, und der SC20, der zweite One-Off von Squadra Corse, vorgestellt, die beide mit einem V12-Saugmotor aufwarten. Auch die Rennerfolge kamen für die Marke aus Sant'Agata Bolognese nicht zu kurz: Im Januar gewann Lamborghini zum dritten Mal in Folge das 24-Stunden-Rennen von Daytona, das berühmteste Langstreckenrennen Amerikas und gleichzeitig Auftaktveranstaltung der IMSA-Serie, und setzte damit seine rekordverdächtige Erfolgsgeschichte in der GTD-Klasse fort.

Bilder und Videos: media.lamborghini.com

Informationen zu Automobili Lamborghini: www.lamborghini.com



Automobili Lamborghini S.p.A. Headquarters

Chief Marketing & Communication Officer
Katia Bassi
T +39-051 9597611

Head of Communication
Gerald Kahlke
T +39 051 9597611
gerald.kahlke@lamborghini.com

Brand & Corporate Communication
Clara Magnanini
T +39 051 9597611
clara.magnanini@lamborghini.com

Product Media Events & Brand Extension
Rita Passerini
T +39 051 9597611
rita.passerini@lamborghini.com

Motorsport Communication
Francesco Colla
T +39 051 2156850
extern.francesco.colla@lamborghini.com

Polo Storico & Heritage
Massimo Delbò
T +39 3331619942
massimo@delbo.us

Regional Offices

Europe, Middle East & Africa
Emanuele Camerini
T +39 342 567 5842
emanuele.camerini@lamborghini.com

Asia Pacific
Silvia Saliti
T +65 9651 8955
silvia.saliti@lamborghini.com

South-East Asia & Pacific
Alethea Tan
T +658711 1329
alethea.tan@lamborghini.com

United Kingdom
Juliet Jarvis
T +44 (0) 7733 224774
juliet@jjc.uk.com

Japan
Kumiko Arisawa
T +81 804 606 0487
kumiko.arisawa@lamborghini.com

North & South America
Jiannina Castro
T +1 703 3647926
jiannina.castro@lamborghini.com

Eastern Europe & CIS
Tamara Vasilyeva

Chinese Mainland, Hong Kong & Macau
Nancy Rong 荣雪霏



Media Information

T +7 925 503 6706
tamara.vasilyeva@lamborghini.com

T +86 10 6531 4614
xuefei.rong@lamborghini.com