



2021: Bestes Jahr aller Zeiten für Lamborghini in Sachen Absatz, Umsatz und Gewinn

UNHCR-Spende für die ukrainische Bevölkerung

Sant'Agata Bolognese, 17. März 2022 – Automobili Lamborghini hat das Geschäftsjahr 2021 mit absoluten Rekordwerten bei Absatz, Umsatz und Rentabilität abgeschlossen. Die Zahlen bestätigen die solide und erfolgreiche Unternehmensstrategie.

Stephan Winkelmann, Vorsitzender und CEO von Automobili Lamborghini, erklärt: *„Lamborghini hat hervorragende kommerzielle und finanzielle Ergebnisse erzielt – die besten seiner Geschichte. Sie geben der Marke die erforderliche Solidität, um eine neue Periode der Ungewissheit wie die jetzige zu durchleben. Wir sind tief betrübt über die Ereignisse in der Ukraine und erhoffen uns ein rasches Ende der Feindseligkeiten im Namen demokratischer Werte.“*

Der Umsatz belief sich auf 1,95 Milliarden Euro, eine Steigerung von 19 Prozent gegenüber 2020. Dank effizienten Managements und der Einführung neuer Modelle wurde ein operativer Gewinn in bislang ungeahnter Höhe erzielt.

Die Umsatzrendite hat sich im Vergleich zu 2018 mehr als verdoppelt und einen Wert von 20,2 Prozent erreicht – eine Profitabilität im Einklang mit der Luxusindustrie. Diese exzellente Leistung schlägt sich in einem operativen Ergebnis von 393 Millionen Euro nieder, was einer Steigerung um ganze 49 Prozent gegenüber 2020 (264 Millionen Euro) entspricht. Im Rahmen eines ambitionierten Strategieplans sieht das Unternehmen die größte Investition in seiner Geschichte vor. In den nächsten fünf Jahren sollen 1,8 Milliarden Euro, die ausschließlich aus Eigenmitteln finanziert werden, in die Umsetzung dieses Plans fließen. Mittelfristig peilt Lamborghini für die kommenden Jahre ein noch ambitioniertes Ziel an: eine Steigerung der Rentabilität auf 22 bis 25 Prozent.

2021 war mit 8405 weltweit ausgelieferten Fahrzeugen (+13 % gegenüber 2020) auch in kommerzieller Hinsicht das beste Jahr in der Firmengeschichte. Alle drei Makroregionen, in denen Lamborghini tätig ist, konnten zweistellige Wachstumsraten verzeichnen: Amerika (+14 %), Asien-Pazifik (+14 %) und EMEA (Europa, Naher Osten und Afrika, +12 %), auf die sich die Verkaufsvolumina mit jeweils 34, 27 und 39 Prozent ausgewogen verteilen.

Im Rahmen dieser positiven Ergebnisse wollte das Unternehmen ein konkretes Zeichen der Unterstützung für die ukrainische Bevölkerung setzen, die von den jüngsten tragischen Ereignissen erschüttert wurde. Lamborghini hat eine Spende von 500.000 Euro an UNHCR veranlasst – das Flüchtlingskommissariat der Vereinten Nationen, welches bereits seit 2014 in der Ukraine tätig ist. Zusätzlich zu dieser Geste der Solidarität hat Lamborghini seine Geschäftstätigkeit in Russland ausgesetzt.

Paolo Poma, Managing Director und CFO von Automobili Lamborghini, fügt hinzu: *„In den letzten Jahren haben wir bewiesen, dass wir das Potenzial und die Fähigkeit haben, hervorragende Finanzergebnisse zu erzielen, selbst wenn wir mit einer externen Variablen von enormer Tragweite*



Media Information

wie der Pandemie konfrontiert sind. Die aktuelle geopolitische Situation erfordert eine konstante Beobachtung der Auswirkungen auf die Weltwirtschaft. Wir werden jedoch alle gebotenen Maßnahmen ergreifen, um unsere Strategie zu schützen. Sie basiert auf der Entwicklung der nächsten Produktgeneration und wird von einem umfangreichen Investitionsplan unterstützt. Dieser Plan wird uns auf unserem Wachstumspfad leiten und unsere finanzielle Leistung, den Wert unserer Marke und unseres Unternehmens weiter steigern.“

Innerhalb der einzelnen Absatzmärkte verteidigten die USA ihre Spitzenposition (2472 Fahrzeuge, +11 %). Ihnen folgen China (935, +55 %), das damit auf den zweiten Platz vorrückt, Deutschland (706, +16 %) und das Vereinigte Königreich (564, +9 %). Auch Italien, der Heimatmarkt von Lamborghini, konnte mit insgesamt 359 ausgelieferten Fahrzeugen ein Plus von vier Prozent verzeichnen.

Bei den Modellen setzt der Super-SUV Urus mit 5021 ausgelieferten Fahrzeugen seinen Erfolgskurs fort. Auf ihn folgt der von einem V10 angetriebene Huracán mit 2586 verkauften Fahrzeugen. Er verzeichnete dank des starken Impulses, den der Huracán STO gesetzt hat, einen enormen Anstieg der Verkaufszahlen. Darüber hinaus hat die Marke weltweit 798 Exemplare des V12-Modells Aventador ausgeliefert.

In den nächsten Monaten wird Lamborghini jeweils zwei Innovationen für den Huracán und den Urus präsentieren. Mit der Ankunft des Modells, das den Aventador 2023 ablösen soll, wird die Marke dann das Zeitalter des Verbrennungsmotors abschließen und zur Hybridisierung übergehen.

Im vergangenen Jahr hat Lamborghini seine ambitionierte Strategie „Direzione Cor Tauri“ angekündigt, die nach dem hellsten Stern im Sternbild Stier benannt wurde. Dabei handelt es sich um einen Pfad in eine elektrische Zukunft, der sich in zwei Phasen gliedert und der DNA der Marke treu bleibt. In der ersten Phase, dem Übergang zu Hybridantrieben, wird die Marke 2023 ihr erstes mit Hybridtechnologie ausgerüstetes Modell einführen. Bis 2024 wird Lamborghini die Hybridisierung der gesamten Modellpalette abschließen und so eine Senkung der CO₂-Emissionen um 50 Prozent erreichen. In der zweiten Hälfte des Jahrzehnts beginnt die abschließende Phase von Direzione Cor Tauri - vollständige Elektrifizierung. Für sie ist die Einführung eines vierten, vollelektrischen Modells zusätzlich zur Hybrid-Modellpalette geplant.

Bilder und Videos: media.lamborghini.com

Informationen zu Automobili Lamborghini: www.lamborghini.com





Media Information

Automobili Lamborghini S.p.A. Headquarters

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

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

Product & Brand Extension Communication
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 Delbo
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, Chinese Mainland, Hong Kong & Macau
Ma Weichao (Ms.) 马唯超
T +86 138 1009 5399
weichao.ma@lamborghini.com

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

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

Japan
Yasuki Yamagishi
T +81 801 1343 7756
yasuki.yamagishi@lamborghini.com

Eastern Europe & CIS
Tamara Vasilyeva
T +7 925 503 6706
tamara.vasilyeva@lamborghini.com

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