



## **Lamborghini: Herausforderungen für die Lieferkette, Zukunftsperspektiven und der ukrainische Zulieferer Leoni als Musterbeispiel**

### **Ein Interview mit Silvano Michieli, Chief Procurement Officer von Lamborghini**

*Sant'Agata Bolognese, 20. Mai 2022* -- Seit 2020 sind internationale Lieferketten aufgrund der Pandemie, der Halbleiterknappheit und des Russland-Ukraine-Kriegs mit einem ungewöhnlichen politischen, sozialen und wirtschaftlichen Umfeld konfrontiert. Die Belastbarkeit von Lamborghini stellte sicher, dass das Unternehmen grundsolide blieb. Es stellte sich nicht nur den Herausforderungen, sondern erzielte obendrein Rekordergebnisse bei den Verkaufszahlen sowie im finanziellen Bereich. Welche Strategie hat Lamborghini gewählt, um zu gewährleisten, dass die Produktion ununterbrochen fortgesetzt werden kann? Wie bereitet sich das Unternehmen auf die Zukunft vor? Zu diesen Themen und der fruchtbaren Zusammenarbeit mit dem ukrainischen Zulieferer Leoni äußert sich Silvano Michieli, Chief Procurement Officer von Automobili Lamborghini.

**Wie reagiert Lamborghini auf die Herausforderungen für die Lieferkette, die sich aus der aktuellen geopolitischen Lage ergeben?**

*„Zuerst COVID-19, dann die Halbleiter-Problematik und nicht zuletzt der Konflikt in der Ukraine sowie protektionistische Politik: Vor diesem Hintergrund hat Lamborghini Maßnahmen zur Risikobegrenzung und Sicherung der Lieferkette ergriffen. Eine unserer Hauptinitiativen besteht darin, eine noch engere Bindung mit einigen unserer strategischen Lieferanten einzugehen. Die traditionellen Lieferanten-Kunden-Verhältnisse haben sich in diesem Zug mehr zu einer Partnerschaft entwickelt. Gleichzeitig stellen wir unsere Prozesse auf einen proaktiven, analytischen Ansatz um. Das ermöglicht es uns, jedwede neuen Probleme in der Branche zu antizipieren. Wir sind heute mehr denn je davon überzeugt, dass in einem internationalen Kontext mit seinen zunehmenden Herausforderungen und Krisen eine problemlösungsorientierte Herangehensweise essenziell ist.“*

Im konkreten Fall des Kriegs in der Ukraine steht Lamborghini über eine vom Volkswagen-Konzern eingerichtete Notfall-Taskforce in engem Kontakt mit seinen Zulieferern vor Ort. Diese ist dafür verantwortlich, die Kontinuität der Lieferungen sicherzustellen. Eines der Themen, die sich in diesem Kontext entwickelt haben, betrifft die Kooperation mit der Firma Leoni, die im Westen des Landes Verkabelungen für den Huracán fertigt.

*„Die Belegschaft von Leoni hält die Produktion trotz der aktuellen Lage in Gang und ist entschlossen, das auch weiterhin zu tun. Sie gehen ihrer Tätigkeit derzeit unter deutlich erschwerten Bedingungen nach, aber wir können uns nichtsdestotrotz darauf verlassen, dass das Ergebnis ihrer Arbeit qualitativ wie quantitativ unsere hohen Ansprüchen erfüllt. Lamborghini ist für diese starke Partnerschaft und die exzellente Leistung der Belegschaft von Leoni zutiefst dankbar.“*



### **Wie wollen Sie vorgehen, wenn Leoni die Produktion unterbrechen muss?**

*„Unser Ansatz setzt auf Duplizierung statt auf Neuverteilung, wofür wir die Strategie der „dualen Produktion“ nutzen. Mit unserer Hilfe arbeiten unsere ukrainischen Zulieferer daran, dass einige ihrer anderen Werke in Europa auf die gleichen Produktionskapazitäten setzen können. Das bedeutet, dass die Beziehung mit unseren bewährten Zulieferern erhalten bleibt. Sie werden ihre Produktion in der Fabrik in der Ukraine fortsetzen, während wir den Prozess der Duplizierung des Werks außerhalb des Kriegsgebiets unterstützen. Auch wenn wir natürlich hoffen, dass es nicht dazu kommen wird, sind wir bereit für den Fall, dass der Krieg die Produktion in der Ukraine zum Erliegen bringt. Auf diese Weise bringen wir der Belegschaft unserer Lieferkette in der Ukraine ein Zeichen des Vertrauens und der Dankbarkeit entgegen. Sie setzen sich jeden Tag dafür ein, ihre und damit auch unsere Produktion zu sichern.“*

All das verdeutlicht, wie sehr die Lieferanten von Lamborghini als Geschäftspartner geschätzt und auch dementsprechend behandelt werden. Manchmal werden dabei sogar die Rollen getauscht: Lamborghini fungiert häufig als „Berater“ bei der Suche nach Rohstoffen wie zum Beispiel Kohlenstoff und Mikrochips. Jedoch müssen Unternehmen ein strenges Bewertungsverfahren durchlaufen, um überhaupt als offizielle Zulieferer ausgewählt und zugelassen zu werden.

### **Wie werden die Zulieferer von Lamborghini ausgewählt? Welche Merkmale und Anforderungen müssen sie erfüllen?**

*„Wir legen ausgesprochenen Wert auf die finanzielle Zuverlässigkeit und die Nachhaltigkeit unserer Lieferanten und ihrer Lieferketten. Natürlich muss der wirtschaftliche Aspekt berücksichtigt werden. Allerdings lässt sich zugleich nicht bestreiten, dass wir aufgrund der Krisen, die sich in den letzten Jahren auf globaler Ebene ereignet haben, mit erheblichen finanziellen Belastungen konfrontiert werden. Neben der Gewinnspanne achten wir heute ebenfalls genau auf die Solidität unserer Lieferanten. Die zunehmend partnerschaftlichen Beziehungen, die wir mit ihnen aufbauen, ermöglichen es ihnen, von vornherein unsere Anforderungen zu verstehen. So können sie zukünftige Lieferungen in Bezug auf Zeiten und Kosten optimieren. Neben finanzieller Stabilität achten wir auch auf Entwicklungsleistung und Innovationen, Qualität und Logistik im Sinne der Liefersicherheit.“*

Einer der Erfolgs- und Qualitätsfaktoren der Beschaffungsstrategie von Lamborghini ist die Ausgewogenheit der Lieferantenstruktur: Zum einen sind gut organisierte Großlieferanten mit Verbindungen zum Volkswagen-Konzern in der Lage, bestimmte Technologien oder Komponenten anzubieten. Demgegenüber kann eine Reihe kleinerer, jedoch hochspezialisierter Lieferanten spezifische Produkte für die einzigartigen Fertigungssysteme von Lamborghini liefern.

### **Lamborghini gehört zum Volkswagen-Konzern. Was sind in Bezug auf Synergien die größten Vorteile dieser Beziehung für die Lieferkette?**

*„Teil eines Konzerns wie Volkswagen zu sein hat erhebliche Vorteile, was sich beispielsweise im Rahmen der Halbleiterkrise gezeigt hat. Lamborghini hat einen der höchsten Deckungsbeiträge innerhalb des Konzerns und wird deshalb bei der Belieferung priorisiert. Darüber hinaus verschafft*



*uns der Konzern Zugang zu zahlreichen Technologien, die eine entscheidende Rolle in unserer Entwicklung spielen. Wir sprechen hier von Technologien, die für ein kleineres Unternehmen wie unseres normalerweise nicht zugänglich sind. Sie ermöglichen uns den exklusiven Zugriff auf innovative Lösungen und damit einen klaren Vorteil gegenüber unseren Mitbewerbern.“*

Von den heutigen Herausforderungen zu den Zukunftsperspektiven: Lamborghini reorganisiert gegenwärtig die Lagerverwaltung in seiner Lieferkette. Das Unternehmen ist sich bewusst, dass in der Zukunft das größte Risiko in der unregelmäßigen Lieferung grundlegender Materialien und Komponenten liegen wird. Gleichzeitig spielen diese eine entscheidende Rolle im gesamten Produktionszyklus.

**Die Globalisierung, wie wir sie kennen, wird sich verändern. Viele Ökonomen und Historiker sprechen vom Niedergang der Globalisierung und dem Beginn eines Deglobalisierungstrends. Wie stehen Sie dazu?**

*„Ich glaube, dass Phänomene wie die Globalisierung unumkehrbar sind. Viele verschiedene geographische Gebiete tragen zum Produktionszyklus von Gegenständen bei, die heute hergestellt werden. Meiner Meinung nach ist die Idee einer extremen Deglobalisierung utopisch und kurzsichtig. Ich glaube eher daran, dass die derzeitigen Lieferprozesse und -perspektiven neu gedacht werden. Sie befinden sich aufgrund der neuen Umstände in jedem Fall bereits in einem natürlichen Evolutionsprozess.“*

Photos and videos: [media.lamborghini.com](https://media.lamborghini.com)

Information on Automobili Lamborghini: [www.lamborghini.com](https://www.lamborghini.com)





**Automobili Lamborghini S.p.A.**  
Headquarters

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

Brand & Corporate Communication  
Clara Magnanini  
T +39 051 9597611  
[clara.magnanini@lamborghini.com](mailto:clara.magnanini@lamborghini.com)

Product & Brand Extension Communication  
Rita Passerini  
T +39 051 9597611  
[rita.passerini@lamborghini.com](mailto:rita.passerini@lamborghini.com)

Motorsport Communication  
Francesco Colla  
T +39 051 2156850  
[extern.francesco.colla@lamborghini.com](mailto:extern.francesco.colla@lamborghini.com)

Polo Storico & Heritage  
Massimo Delbo  
T +39 3331619942  
[massimo@delbo.us](mailto:massimo@delbo.us)

---

**Regional  
Offices**

Europe, Middle East & Africa  
Emanuele Camerini  
T +39 342 567 5842  
[emanuele.camerini@lamborghini.com](mailto:emanuele.camerini@lamborghini.com)

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

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

United Kingdom  
Juliet Jarvis  
T +44 (0) 7733 224774  
[juliet@jvc.uk.com](mailto:juliet@jvc.uk.com)

Chinese Mainland, Hong Kong & Macau  
Ma Weichao (Ms.) 马唯超  
T +86 138 1009 5399  
[weichao.ma@lamborghini.com](mailto:weichao.ma@lamborghini.com)

Japan  
Yasuki Yamagishi  
T +81 801 1343 7756  
[yasuki.yamagishi@lamborghini.com](mailto:yasuki.yamagishi@lamborghini.com)

South-East Asia & Pacific  
Alethea Tan  
T +65 8711 1329  
[alethea.tan@lamborghini.com](mailto:alethea.tan@lamborghini.com)