



Automobili Lamborghini setzt zum internationalen Frauentag ein Statement mit dem Video „Choose your own drive“

Eine visuelle Interpretation weiblicher Selbstbestimmung und einer wachsenden Gemeinschaft von Kundinnen und Mitarbeiterinnen

Sant'Agata Bolognese, 06. März 2026 – Anlässlich des internationalen Frauentags präsentiert Automobili Lamborghini das Video „Choose your own drive“ (auf Deutsch: Wählen Sie Ihr eigenes Laufwerk). Das Projekt setzt sich aus moderner Sicht mit den Themen Entscheidungsfreiheit und Selbstbestimmung von Frauen auseinander.

Das Video ist als symbolische Reise in drei Akten aufgebaut – Schönheit, Förmlichkeit und soziale Rollen. Es veranschaulicht, wie Stereotypen, kulturelle Erwartungen und vordefinierte Modelle zu unsichtbaren Fesseln werden können. Oftmals reicht es nicht aus, einfach „frei wählen zu wollen“: Was als Identität oder Erfolg erscheint, kann zu einer Struktur werden, die das Handeln einschränkt. In der ersten Szene wird Schönheit zu Unbeweglichkeit, in der zweiten verwandelt sich Eleganz in eine einschränkende Disziplin, in der dritten wird Schmuck zu einer Maske, die eine zugewiesene Rolle symbolisiert. Erst in der letzten Szene trifft die Protagonistin eine bewusste Entscheidung: Sie beschließt, sich ausschließlich an das zu binden, was sie selbst entschieden hat – den Sicherheitsgurt ihres Lamborghini. Die einzige Bindung, die sie sich ausgesucht hat.

Das kreative Projekt ist Teil einer umfassenderen Vision, mit der Lamborghini das Bild von Frauen als Protagonistinnen ihres eigenen Weges fördert – sowohl innerhalb als auch außerhalb des Unternehmens.

Eine wachsende weibliche Community

Die zunehmende Präsenz von Frauen in der Lamborghini-Community spiegelt eine strukturelle Entwicklung in der Welt der Luxus-Supersportwagen wider. In den vergangenen fünf Jahren ist die absolute Zahl an Kundinnen deutlich gestiegen und verzeichnet einen Zuwachs von rund 30 Prozent. Heute ist weltweit etwa jeder zehnte Lamborghini-Kunde eine Frau, mit höheren Anteilen in der Asien-Pazifik-Region und besonders starker Präsenz in Märkten wie China und Korea. Der Anteil neuer weiblicher Kundinnen liegt zwischen 10 und 13 Prozent; ihr Profil ist im Durchschnitt jünger als das männlicher Kunden: Fast die Hälfte von ihnen ist beim Kauf unter 40 Jahre alt.

Diese Entwicklung kam zeitgleich mit der Premiere des Urus, der dazu beitrug, die Kundenbasis der Marke zu erweitern und zu diversifizieren. Innerhalb der aktuellen Modellpalette ist der Urus¹ das beliebteste Modell bei Kundinnen. Er verzeichnet einen höheren Anteil an Käuferinnen als die übrigen Modelle und liegt in einigen Märkten deutlich über dem globalen Durchschnitt. Das Super-SUV bietet ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Leistung, unverwechselbarem Design und Vielseitigkeit. Damit entspricht er den Bedürfnissen einer zunehmend internationalen und dynamischen Kundschaft.

¹ Verbrauchs- und Emissionswerte aller Urus-Modelle; Kombierter Verbrauch: 14,1-12,7 l/100km (WLTP); Kombinierte CO₂-Emissionen: 325-320 g/km (WLTP)



Pressemitteilung

Vor diesem Hintergrund wurde die Eventreihe „She Drives a Lambo“ entwickelt. Seit der Premiere 2023 umfasste das internationale Projekt sechs globale Veranstaltungen in vier Ländern, an denen mehr als einhundert Frauen – mit einem Durchschnittsalter von 42 Jahren – teilnahmen, um die Marke kennenzulernen.

Frauen bei Lamborghini

Dieses Engagement für Inklusion spiegelt sich auch innerhalb des Unternehmens wider. Automobili Lamborghini beschäftigt rund 3.000 Mitarbeiter, von denen etwa 20 Prozent Frauen sind. In den vergangenen Jahren hat die Zahl der Frauen in Führungspositionen kontinuierlich und deutlich zugenommen und lag im Jahr 2025 ebenfalls bei rund 20 Prozent.

Dieser Weg wird durch ein strukturiertes System von Richtlinien und messbaren Instrumenten unterstützt, das auch durch die erneute Bestätigung der Zertifizierung UNI/PdR 125:2022 für die Gleichstellung der Geschlechter anerkannt wird, die erstmals im Jahr 2022 erlangt wurde. Die Zertifizierung basiert auf messbaren Indikatoren, die Bereiche wie Lohnungleichheit, Einstellungs- und Karriereentwicklungsprozesse, Unterstützung für Eltern, organisatorische Flexibilität und die Steuerung von Diversitäts- und Inklusionsfragen abdecken. Die Lohnlücke zwischen Frauen und Männern (Gender Pay Gap) ist nahezu ausgeglichen. Gleichzeitig beziehen Maßnahmen zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben zunehmend auch Väter ein, was zu einem deutlichen Anstieg der Inanspruchnahme von Elternzeit geführt hat. Darüber hinaus arbeitet das Unternehmen mit Organisationen wie Valore D, dem MUNER – Motorvalley University of Emilia-Romagna Gender & Diversity Empowerment Committee und der Rete CapoD zusammen und trägt damit aktiv zur Förderung einer Gleichberechtigungskultur im lokalen Umfeld bei.

Freiheit ist eine bewusste Entscheidung

Mit „Choose your own drive“ sendet Automobili Lamborghini keine bloße Feierbotschaft, sondern bezieht klar Stellung: Freiheit ist niemals selbstverständlich, sondern eine Errungenschaft, die jeden Tag Engagement erfordert, um einen echten kulturellen Wandel zu bewirken.

In einer Welt, in der Erwartungen noch immer zu Einschränkungen werden können, bekräftigt Automobili Lamborghini sein Engagement für eine gerechtere und zugänglichere Gesellschaft, die allen Menschen gleiche Rechte und Chancen garantiert – jenseits von Stereotypen.

Fotos und Videos: media.lamborghini.com

Informationen zu Automobili Lamborghini: www.lamborghini.com





Pressemitteilung

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