

Orden für Stephan Winkelmann



Stephan Winkelmann, Vorsitzender und CEO von Automobili Lamborghini, wurde am Anfang der Woche mit dem namhaften Verdienstorden Großoffizier für besondere Verdienste an der Italienischen Republik (Grande Ufficiale dell'Ordine al Merito della Repubblica Italiana) ausgezeichnet. Der renommierte Verdienstorden wurde ihm am Montag bei einer Zeremonie im Palazzo Chigi verliehen, deren Vorsitz der Staatssekretär beim Ministerpräsidenten, Gianni Letta, innehatte. Die folgende Begründung für die Vergabe des Ordens wurde vom Staatspräsidenten der italienischen Republik Napolitano unterzeichnet und vom Präsidenten des Ministerrates Silvio Berlusconi gegengezeichnet: „Der Staatspräsident der Republik, Vorsitzender des Verdienstordens der italienischen Republik, hat Herrn Winkelmann in Erwägung besonderer Verdienste auf Vorschlag des Präsidenten des Ministerrates und nach Anhörung des Rates des Verdienstordens der italienischen Republik mit Erlass vom 27. Dezember 2009 den Verdienstorden als Großoffizier verliehen. Er ist befugt, die entsprechenden Ordenszeichen zu tragen.“

Diese Auszeichnung ist eine Anerkennung und ein Zeugnis für den starken Einsatz

Winkelmanns für das Wachstum der italienischen Marke, die heute eine Spitzenposition

auf dem weltweiten Automobilmarkt besetzt. Das Wachstum von Lamborghini geht auf eines der erfolgreichsten Management- Programme in der Automobil- und Luxusgüterbranche zurück. Seit seinem Amtsantritt im Januar 2005 verfolgt Winkelmann eine Businessstrategie,

die sich auf drei Säulen stützt. Dabei hatte er stets das Ziel vor Augen, aus Lamborghini den begehrtesten Hersteller von Supersportwagen unter den weltweit führenden Unternehmen der Branche zu machen.

Die erste Säule stellt das Produkt selbst dar, das durch die zwei Baureihen Gallardo und Murciélago vertreten wird. Teil der Strategie in diesem Bereich war seit jeher das Versprechen, wenigstens einmal jährlich ein neues Produkt auf den Markt zu bringen.

Die von Winkelmann vorangetriebenen hohen Investitionen in Forschung und Entwicklung stellen bis heute einen bedeutenden Teil der Gesamtumsätze des Unternehmens dar und haben Lamborghini an die Spitze im Leichtbau und in der Entwicklung fortschrittlicher Technologien auf Grundlage von Kohlefaser geführt.

Die zweite Säule betrifft den starken Ausbau des Händlernetzes für maximale Marktpräsenz, wodurch Lamborghini in wenigen Jahren die Zahl der Vertragshändler weltweit von 65 gegen Ende 2004 auf 127 gegen Ende 2010 verdoppeln konnte. Die dritte Säule der Strategie ist schließlich die Brand Extension, die von Winkelmann als Chance für die fortgesetzte Entwicklung des Markenwertes und Stärkung ihres Bekanntheitsgrades in den Märkten verstanden wird. Die Kategorien im Bereich der Brand Extension sind vielfältig und gehen von



Bekleidung und Accessoires über die Kollektion Automobili Lamborghini, den Markenpokal Lamborghini Blancpain Super Trofeo, Museumstätigkeiten und die Produktionsstätte, bis hin zu Driving Experience und Beratungstätigkeiten mit Lamborghini Consulting.

“Ich nehme die hohe Auszeichnung mit Freude entgegen und möchte sie mit all jenen teilen, die für Lamborghini arbeiten und die mit ihrem Einsatz und Engagement dazu beigetragen haben, dass dieses Unternehmen zu einem nationalen und internationalen Beispiel für hervorragende Qualität im Bereich der Supersportwagen geworden ist”.