

## **Teampplay in der Markengruppe: Audi, Lamborghini, Bentley und Ducati mit ambitionierten Zielen**

- **Synergiepotenziale im hohen dreistelligen Millionen-Euro-Bereich und langfristige Umsatzrendite von über 11 Prozent**
- **Marken profitieren vom Transfer von Schlüsseltechnologien und einem gemeinsamen Weg in die E-Mobilität**
- **Markus Duesmann: „Wir wollen gemeinsame Stärken nutzen und den Fokus auf die Individualität der Marken legen“**

**Ingolstadt, 17. März 2022 – Die Transformation hin zur E-Mobilität erfordert hohe Investitionen: Audi, Bentley, Ducati und Lamborghini werden mit einer intensivierten Zusammenarbeit in ihrer Markengruppe auf diesem Weg in Zukunft noch stärker von Synergien profitieren. Die Zusammenarbeit in der Gruppe gibt den Marken die Freiheit, sich auf individuelle Stärken zu fokussieren.**

Die britische Luxusmarke Bentley ist seit Anfang dieses Jahres vollständig bei Audi integriert. „Das haben wir zum Anlass genommen, auch unsere Zusammenarbeit mit Lamborghini und Ducati zu intensivieren und das Teampplay in unserer Markengruppe von Grund auf neu aufzustellen“, sagt Markus Duesmann, Vorsitzender des Vorstands der AUDI AG.

Die Steuerungsfunktion für Bentley innerhalb der Markengruppe Premium hatte Audi bereits Anfang 2021 übernommen. Seither haben gemeinsame Teams von Audi und Bentley zahlreiche Synergieprojekte angestoßen und beispielsweise die Forschungs- und Entwicklungsstrukturen angeglichen. Bentley CEO Adrian Hallmark sieht die Luxusmarke in der Gruppe angekommen: „Wir profitieren schon jetzt von der teamorientierten Zusammenarbeit auf allen Ebenen. Unsere Pläne in Richtung Elektromobilität sind sicherlich ambitioniert, aber mit dem Know-how aller Marken im Verbund wird es uns gelingen.“

### **Synergien heben und Individualität festigen**

Von der Elektrifizierung bis zum Aufbau von Softwarekompetenzen: Das Synergiepotenzial der Markengruppe ist groß. Durch die Zusammenarbeit in der Gruppe verspricht sich Audi in den nächsten Jahren Vorteile im hohen dreistelligen Millionen-Euro-Bereich.

Ambitionierte Ziele verfolgt die Markengruppe auch bei der Umsatzrendite: „Unser Plan ist, ab 2030 langfristig mehr als 11 Prozent Umsatzrendite zu erreichen. Bis dahin gilt weiterhin unser strategischer Zielkorridor von 9 bis 11 Prozent. Das sind ehrgeizige Ziele, an denen wir uns messen lassen. Alle Marken der Gruppe sind hochprofitabel und haben enormes Potenzial“, betont Markus Duesmann.

Um dies zu erreichen, setzt Audi auf die charakteristischen Stärken der Marken. Das individuelle Know-how der Marken spiegelt sich in den Modellen wider. Von der Entwicklung der Supersportwagen bei Lamborghini über die Verarbeitungsqualität bei Bentley bis hin zur Vorreiterrolle von Ducati beim MotoE Worldcup, der elektrischen Motorradweltmeisterschaft – die Markengruppe spricht eine breite und hochattraktive Kundengruppe an.

### **Technologietransfer stärkt Marken auf dem Weg in die Elektromobilität**

Der Technologietransfer innerhalb der Markengruppe reduziert die Komplexität für alle Marken. Gemeinsame Portfolioplanungen und eine klare Technologie-Roadmap geben den Weg vor. Mit unterschiedlicher Geschwindigkeit, aber dem gleichen Ziel, einer klimaneutralen Zukunft, gehen Audi, Bentley, Lamborghini und Ducati in Richtung Elektromobilität. Sowohl Lamborghini als auch Bentley haben im vergangenen Jahr mit Milliardeninvestitionen in die Transformation der Produktpalette ein klares Zeichen gesetzt. Auch Ducati arbeitet an elektrischen Antrieben und wird ab der Saison 2023 alleiniger Lieferant der Motorräder für den FIM Enel MotoE World Cup sein.

Dass die Zusammenarbeit zwischen den Marken funktioniert und Synergien freisetzt, beweisen gemeinsame Entwicklungsprojekte bei den Modellen Bentley Bentayga und Audi Q8, aber auch beim Lamborghini Huracán und dem Audi R8. Zukünftig wird weiterhin ein Großteil der Synergien im Bereich der Produktentwicklung liegen. Durch die frühe Einbindung von Bentley und Lamborghini in die Entwicklung ihrer ersten rein elektrischen Modelle werden Synergien innerhalb der Markengruppe bereits im Produktentwicklungsprozess genutzt, und spezifische Kundenanforderungen fließen in dieser frühen Phase mit ein.

### **Markengruppe: Top-Employer unter sich**

Die gute Zusammenarbeit innerhalb der Marken und auch im Markenverbund spiegelt sich auch in der jährlichen Auszeichnung als attraktivste Arbeitgeber weltweit wider. Neben Audi wurden auch die Marken Bentley, Ducati und Lamborghini im Land des jeweiligen Unternehmenssitzes vom Top Employer Institute zu Top-Arbeitgebern gekürt. „Starke Marken mit hochemotionalen Produkten und hoher Wirtschaftlichkeit können nur entstehen, wenn die Mitarbeiter\_innen ihr volles Potenzial entfalten können und Wertschätzung für ihre Leistung erfahren. Diese Awards zeigen das sehr eindrucksvoll“, so Markus Duesmann.

#### **Kommunikation Unternehmen**

Agnes Schwägerl  
Leiterin Kommunikation Internationale  
Standorte / Markengruppe Premium  
Telefon: +49 841 89-46138  
E-Mail: [agnes.schwaegerl@audi.de](mailto:agnes.schwaegerl@audi.de)  
[www.audi-mediacycenter.com](http://www.audi-mediacycenter.com)

#### **Kommunikation Unternehmen**

David Helm  
Pressesprecher Internationale Standorte /  
Markengruppe Premium  
Telefon: +49 841 89-987646  
E-Mail: [david-johannes.helm@audi.de](mailto:david-johannes.helm@audi.de)



---

Der Audi Konzern ist einer der erfolgreichsten Hersteller von Automobilen und Motorrädern im Premium- und Luxussegment. Mit seinen Marken Audi, Ducati, Lamborghini und seit dem 1. Januar 2022 Bentley bildet er die Markengruppe Premium innerhalb des Volkswagen Konzerns. Die Marken sind weltweit in mehr als 100 Märkten präsent. Audi und seine Partner produzieren Automobile und Motorräder an 21 Standorten in 13 Ländern.

2021 hat der Audi Konzern rund 1,681 Millionen Automobile der Marke Audi, 8.405 Sportwagen der Marke Lamborghini und 59.447 Motorräder der Marke Ducati an Kund\_innen ausgeliefert. Im Geschäftsjahr 2021 erzielte die AUDI AG bei einem Umsatz von €53,1 Mrd. ein Operatives Ergebnis vor Sondereinflüssen von €5,5 Mrd. Weltweit arbeiten mehr als 85.000 Menschen für den Audi Konzern, davon ca. 58.000 in Deutschland. Mit ihren attraktiven Marken sowie neuen Modellen, innovativen Mobilitätsangeboten und wegweisenden Services setzt die Markengruppe Premium den Weg zum Anbieter nachhaltiger, individueller Premiummobilität konsequent fort.

---