

TA ON SAKSLANE, 44AASTANE ja Itaalia on ta adopteerinud. Tema aga on itaallane, 45aastane ning on juba kümme aastat sakslaste omanduses. Stephan Winkelmann ja Lamborghini Spa autod astuvad ühte sammu, ehkki teineteisele vastupidises suunas, see aga ongi võib-olla põhjus, miks just tema, Sant'Agata Bologneses asuva ettevõtte tegevjuht, olles sellel ametikohal töötanud veidi üle kahe aasta, on suutnud mõista keerulise automudeli hingeelu ja suutnud välja töötada uuendusliku ideedekontseptsiooni firma juhtimiseks. Lamborghini on kummaline, ainulaadne. See sündis mitte millestki 1963. aastal Ferruccio Lamborghini soovil ja selle ajal sündisid omakorda autoajaloo ikoonideks kujunenud Miura, Countach ja Diablo. "Lamborghini on aegade jooksul alati vähe autosid müünud, kuid masinal on

autofriikide jaoks ainulaadse müüdi aura. Majanduslikult pole ettevõtte kunagi olnud vankumatult tugev. 10 aastat tagasi Volkswagen Gruppi astumine tähendas ki vanade ideekontseptsioonide läbivaatamist ning uuendamist," selgitab Winkelmann.

Nime taasloomine, luksuskontorist tootmiseadeldise juurde astumine ja kindlate müügistruktuuride väljatöötamine – need olid uue omaniku esimesed sammud. 2005. aastal, kui Winkelmann võttis vastu Fiati tegevdirectori ja Volkswagen Grupi juhatuse pakkumise hakata Lamborghini tegevjuhiks, polnud ettevõtte muutumisprotsess veel lõpusirgel ja väljakutse tundus huvitav. "See oli ainus Itaalia automark, mis ei kuulunud Fiati Gruppi, ja mul polnud aimugi töö suurusest, mis mind ootab. Siiski oli väga liigutav haarata ühe firma ohjad, mil-

lel on nii eriline DNA," meenutab mees. Selleks, et selgitada kaubamärgi iseloomu ja defineerida selle unikaalsust, kasutab Winkelmann vähe sõnu: "Me ei lähe kompromissidele, oleme äärmuslikud ja oleme itaallased. Valmistame kõige laiemaid, kõige madalamaid ja kõige rabavamaid autosid, see on fakt. Loomulikult on siia juurde vaja ka midagi muud. Meil on turundusspetsialistid, entusiastlikud mootorimehaanikud, tublid disainerid – kogu töötajaskond on professionaalne, suutes luua suurepäraseid automudeleid.

Kuid tuleb ka numbreid vaadata ja firma teenima panna. Välisele võlule lisaks loevad kvaliteet, tehnoloogia, teenindus." Rääkides niisugusest kaubamärgist nagu Lamborghini, mis on aastakümneid instinktiivselt väärtustanud vaid masina puhast vormi, mõtlemata kunagi tulu- dele, on raske juurutada mõtet hindade

Stephan Winkelmann, 44, Lamborghini tegevjuht.
Mees on valmis võistlustulle paiskama uue Sant'Agata Bolognese vastsündinu – Reventóni: 650 hj, 12 silindrit ja 6,5-liitrine mootor, kiirus 340 km/h. Seda on toodetud 20 eksemplari ja hind on miljon eurot.

