



Ducati meldet Umsatz, Betriebsgewinn und Verkaufszahlen für 2021

- 59.447 ausgelieferte Motorräder, ein Umsatz von 878 Mio. € und ein Betriebsgewinn von 61 Mio. € - dies entspricht einer operativen Marge von 7%, die mit dem Niveau von vor der Pandemie übereinstimmt
- Der bisher umfangreichste Investitionsplan in die Entwicklung neuer Produkte und Prozessinnovationen wird komplett aus eigenen Mitteln finanziert
- Die Kernwerte Style, Sophistication, Performance und Trust geben die Richtung für den zukünftigen Wachstumskurs vor, um die Marke Ducati und ihre Produkte noch attraktiver zu machen

Borgo Panigale (Bologna, Italien), 17. März 2022 – Ducati schließt das Jahr 2021 mit dem besten Umsatz und dem besten Betriebsgewinn aller Zeiten ab und setzt damit die hervorragende Umsatzentwicklung fort.

Der in Bologna ansässige Hersteller lieferte die Rekordzahl von 59.447 Motorrädern an passionierte Kunden in der ganzen Welt aus und erzielte damit einen Umsatzzuwachs von 24 % gegenüber 2020 (48.042) bzw. 12 % gegenüber 2019 (53.183).

Ein Rekord lässt sich auch bei den Einnahmen und dem Betriebsgewinn verbuchen. Mit einem Wachstum von + 30 % gegenüber 2020 (676 Mio. €) und + 23 % gegenüber 2019 (716 Mio. €) belaufen sich die Einnahmen auf 878 Mio. €. Der Betriebsgewinn beträgt 61 Mio. € und verzeichnet damit einen Zuwachs von + 154 % gegenüber 2020 (24 Mio. €) und + 18 % gegenüber 2019 (52 Mio. €). Die operative Marge von 7% (2020: 4%; 2019:7%) liegt auf dem Niveau von vor der Pandemie.

Darüber hinaus konnte Ducati sicherstellen, dass alle künftigen Investitionen in die technologische Entwicklung sowie in Produkt- und Prozessinnovationen aus eigener Kraft finanziert werden.

Diese Ergebnisse wurden trotz der Schwierigkeiten im Zusammenhang mit der Lieferkrise und dem Komponentenmangel erzielt, an denen Ducati mit Unterstützung des VW-Konzerns kontinuierlich arbeitet.

Claudio Domenicali, CEO von Ducati: *„Ein Kommentar zu den wirtschaftlichen Ergebnissen ist ohne Berücksichtigung des aktuellen Konflikts in der Ukraine kaum möglich. Ich hoffe sehr, dass die Kämpfe so schnell wie möglich beendet werden, dass die Gewalt aufhört und dass die Streitigkeiten auf diplomatischem Wege beigelegt werden. Wir blicken auf ein besonders komplexes Jahr zurück, in dem wir - wie alle Akteure der verarbeitenden Industrie - mit der anhaltenden Lieferkrise zu kämpfen hatten. Dank der großen Flexibilität und des ständigen Dialogs mit unseren Partnern und der Gewerkschaft konnten wir bei Ducati jedoch eine Rekordzahl von begeisterten Kunden bedienen und gleichzeitig hervorragende finanzielle Ergebnisse erzielen. Diese Erfolge sind das Ergebnis einer Teamleistung, an der jeder einzelne Mitarbeiter von Ducati in Borgo Panigale, in den einzelnen Niederlassungen und bei Händlern auf der ganzen Welt beteiligt war. Ich möchte mich bei ihnen allen für ihre Leidenschaft und ihr Engagement bedanken, ebenso wie bei allen Ducatisti, die uns ihr Vertrauen schenken, indem sie sich für unsere Motorräder entscheiden.“*

Henning Jens, CFO von Ducati: *„In diesen Tagen ist es nahezu unmöglich, sich zu den Ergebnissen des Jahres 2021 zu äußern, ohne auf den derzeitigen Krieg in der Ukraine einzugehen. Dieser Krieg könnte nicht nur auf die europäische Wirtschaft erhebliche Auswirkungen haben, darunter alle möglichen Unterbrechungen der Lieferketten und der Märkte. Jenseits aller wirtschaftlichen Überlegungen ist dieser Konflikt eine unfassbare*



humanitäre Katastrophe direkt vor unserer Haustür. Und wir unterstützen alle internationalen Bemühungen, um den Frieden in dieser Region wiederherzustellen.

Was die Ertragslage im Jahr 2021 betrifft, so hat Ducati trotz der sehr schwierigen Situation ein Rekordergebnis bei Umsatz und Betriebsgewinn erzielt und das Rentabilitätsniveau von vor der Pandemie vollständig wiedererlangt. Angesichts der erheblichen externen Störungen in der Lieferkette und der Produktion ist dies eine bemerkenswerte Leistung der gesamten Ducati Gruppe. Außerdem konnte dank des verbesserten Finanzergebnisses und der Optimierung des Nettoumlaufvermögens weiterhin ein hoher Cashflow erzielt werden. Auf Basis dieser soliden Finanzlage werden wir verstärkt in unseren Wachstumsplan investieren, den wir komplett aus eigenen Mitteln finanzieren. Dazu gehört der weitere Ausbau unseres Produktportfolios zur Erschließung neuer Kundensegmente ebenso wie der kontinuierliche Ausbau unseres weltweiten Händlernetzes.“

Um die weltweite Präsenz weiter zu erhöhen, eröffnete Ducati im vergangenen Jahr 84 neue Verkaufsstellen an wichtigen Standorten und trug damit zum Ausbau des weltweiten Vertriebsnetzes bei, das nun 790 Händler in über 90 Ländern umfasst.

Im Jahr 2021 überstieg die Zahl der Beschäftigten im Unternehmen erstmals die Marke von 1.900. Die hervorragenden Arbeitsbedingungen, die Förderung eines zunehmend heterogenen und integrativen Umfelds sowie das effiziente Smart-Working-Organisationsmodell, das Ducati seiner Belegschaft bietet, haben dem Hersteller zum achten Mal in Folge die Auszeichnung „Top Employer Italy“ eingebracht.

Ducati nimmt erneut an der MotoGP-Weltmeisterschaft teil, die am 6. März in Katar begann, und baut damit auf dem zweiten Weltmeistertitel in Folge in der Kategorie „Konstrukteur“ auf, der sowohl 2020 als auch 2021 errungen wurde. Ducati wird auch an der Superbike-Weltmeisterschaft teilnehmen, die Ende März beginnt.

Ende 2021 kündigte Ducati den Beginn einer elektrischen Ära an. Beginnend mit der Elektroklasse der MotoGP-Weltmeisterschaft steigt das Unternehmen in die Welt der Elektromotorräder ein. Damit folgt das Unternehmen seiner Tradition, den Rennsport als Experimentierfeld für Technologien zu nutzen, die anschließend für alle Motorradfahrer nutzbar gemacht werden. Ab der Saison 2023 wird Ducati alleiniger Lieferant der Motorräder für den FIM Enel MotoE™ World Cup sein.

Wie das Modelljahr 2022 offenlegt, steigt Ducati mit der Einführung der DesertX in das neue Segment der Enduro-Motorräder der Mittelklasse ein. Gleichzeitig wird mit den Neuerungen im Jahr 2022 das Panigale 4 das Fahrzeug, das einem MotoGP-Motorrad am nächsten kommt. Dies beweist, dass Ducati seinen Aktionsradius erweitern kann, ohne die Wurzeln und die sportliche Identität seiner Marke zu verlieren.

In den kommenden Jahren investiert das Unternehmen in einen ambitionierten Wachstumskurs, mit dem es sein Angebot im Einklang mit seinen Kernwerten Style, Sophistication, Performance und Trust noch weiter ausbauen will. Ziel ist es, seinen passionierten Kunden Produkte und Erlebnisse zu bieten, die eine einzigartige Mischung aus Ästhetik, Technologie und Leistung in Verbindung mit einem unverwechselbaren italienischen Stil verkörpern.