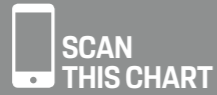


SCAN THIS CHART –
so nutzen Sie die Augmented-
Reality-Optionen

Mit Augmented Reality erleben
Sie die Faszination Porsche
noch intensiver. Einfach die
Porsche Newsroom App im App
Store oder bei Google Play
herunterladen, die Augmented-
Reality-Funktion im Menü
auswählen und nach den
Hinweisen SCAN THIS CHART
und SCAN THIS PAGE
Ausschau halten. Betrachten
Sie die so gekennzeichneten
Tabellen bzw. Diagramme oder
Seiten durch den Screen Ihres
Smartphones oder Tablets –
und erwecken Sie die Inhalte
zum Leben.



Performance.

**Geschäfts- und
Nachhaltigkeitsbericht
der Porsche AG
2017**

PORSCHE

Performance.

Gelebte Nachhaltigkeit ist für Porsche ein übergeordnetes strategisches Ziel. Ökonomischer Erfolg, ökologisches Bewusstsein und soziale Verantwortung sind für Porsche keine Gegensätze. Im Gegenteil: Sie verbinden sich zu einem Ganzen, das die Haltung des Unternehmens bestimmt.

Wirtschaftlicher Erfolg zeichnet Porsche aus. Das gilt auch für soziale Verträglichkeit. Gerade als Hersteller exklusiver, leistungsstarker Sportwagen sieht sich Porsche in der Pflicht, die Akzeptanz des Unternehmens und seiner Produkte durch gesellschaftlich und ökologisch verantwortungsbewusstes Handeln weltweit zu steigern. Verantwortungsvolles Agieren, das sowohl dem Unternehmen als auch der Umwelt und der Gesellschaft zugutekommt, entspricht nicht nur den Erwartungen von Kunden, Geschäftspartnern oder Investoren. Es ist auch für die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit von großer Bedeutung.

Deshalb kombiniert Porsche den Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht. Dieser will bewusst ein Zeichen setzen. Die Themen gehören untrennbar zusammen.

Wirtschaftliche Kraft, innovative Fahrzeuge, Kundenorientierung, Umweltschutz und Mitarbeiterverantwortung – in allen Bereichen legt Porsche höchste Maßstäbe an und will sich stetig sowie langfristig verbessern.

Vor Ihnen liegen zwei Bände: „Perspective“ soll Sie inspirieren, anregen, anspornen – Sie konfrontieren, herausfordern, vertraut machen mit Themen und Thesen, denen sich ein Automobilunternehmen wie Porsche in Zeiten eines industriellen Systembruchs stellt.

Was bedeutet Identität in der Zukunft? Das ist die übergeordnete Frage, mit der sich Porsche schon heute beschäftigen muss. Zur Inspiration kommt Information – über die Porsche-Philosophie im Spannungsfeld von Digitalisierung, Vernetzung und Elektrifizierung.

Band zwei heißt „Performance“. Er hält alle Ereignisse des Geschäftsjahres 2017 bereit. Dort finden Sie Entwicklungen, Resümees, Erklärungen, Kennzahlen – und die Dokumentation des übergreifenden Nachhaltigkeits-Engagements von Porsche in all seinen Facetten.

So unterschiedlich beide Bände sind – sie haben eines gemeinsam: Kommunikation auf verschiedenen Ebenen. Einige Beiträge bieten deshalb die Möglichkeit der Augmented Reality, der erweiterten Realität. Hinweise finden Sie auf den entsprechenden Seiten – Überraschungen inklusive.

Brief des Vorstands der Porsche AG	6
Wesentliche Ereignisse	8
Geschäftsverlauf	18
Ausblick	26
Nachhaltigkeitsstrategie und -management	28
Strategie und Organisation	30
Stakeholder-Management	34
Unser Weg – Managementansätze	40
Mitarbeiter, Gesellschaft, Sport	50
Mitarbeiter	52
Gesellschaft	60
Sport	64
Forschung und Entwicklung	68
Vertrieb, Produktion, Beschaffung	76
Vertrieb	78
Produktion	82
Beschaffung	90
Finanzielle Analyse	92
Vermögenslage	94
Finanzlage	96
Ertragslage	98
Finanzielle Daten	102
Gewinn- und Verlustrechnung	104
Gesamtergebnisrechnung	106
Bilanz	108
Kapitalflussrechnung	110
Eigenkapitalveränderungsrechnung	112
Wertschöpfungsrechnung	114
Kennzahlen	116
Ökonomische Kennzahlen	118
Umwelt- und Energiekennzahlen	120
Personal- und Sozialkennzahlen	122
Weitere Informationen	124
Der Aufsichtsrat	126
Emissions- und Verbrauchsangaben	128
GRI-Inhaltsindex	130
Über diesen Bericht	133
Porsche AG Konzern – Kurzüberblick	134
Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers	136
Impressum	139



Michael Steiner
Michael Steiner
 Forschung und Entwicklung

Uwe-Karsten Städter
Uwe-Karsten Städter
 Beschaffung

Lutz Meschke
Lutz Meschke
 Stellvertretender
 Vorstandsvorsitzender
 Finanzen und IT

Oliver Blume
Oliver Blume
 Vorstandsvorsitzender

Albrecht Reimold
Albrecht Reimold
 Produktion und Logistik

Andreas Haffner
Andreas Haffner
 Personal- und Sozialwesen

Detlev von Platen
Detlev von Platen
 Vertrieb und Marketing

Sehr geehrte Damen und Herren,

Porsche hat im abgelaufenen Geschäftsjahr erneut Bestmarken gesetzt. Die Zahl der ausgelieferten Fahrzeuge überstieg den bisherigen Rekordwert des Jahres 2016 um vier Prozent. Gleichzeitig stieg das operative Ergebnis auf 4,14 Milliarden Euro. Trotz erheblicher Investitionen gehört unsere Rendite mit 17,6 Prozent weiter zum Besten, was die internationale Automobilindustrie zu bieten hat. Und nie waren mehr Menschen in unserem Unternehmen beschäftigt.

70 Jahre nach der Entstehung des ersten Sportwagens mit dem Namen Porsche, an der Schwelle einer neuen Ära der Automobilentwicklung, verbinden wir Tradition mit Innovationen. Wir bringen kompromisslose Sportlichkeit mit dem Nutzen neuer Technologien auf die Straße. Wir übertragen die Kraft unserer Geschichte auf die Anforderungen zukünftiger individueller Mobilität.

Im zurückliegenden Geschäftsjahr haben wir im Rahmen der Porsche Strategie 2025 unsere Basis für wertschaffendes Wachstum weiter gefestigt. Unsere Industrie erfindet sich neu. Zu einem gewissen Grad auch Porsche. Die Elektrifizierung des Antriebs ist nur eine Dimension. Der digitale Wandel geht viel tiefer. Er betrifft die Art und Weise, wie Autos künftig genutzt werden, wie wir unsere Entwicklung und Produktion steuern, mit Lieferanten zusammenarbeiten, mit Kunden interagieren sowie neue Geschäftsmöglichkeiten und Märkte erschließen.

Porsche entwickelt sich vom Hersteller exklusiver Sportwagen zum führenden Anbieter für digitale Mobilitätslösungen im Premium-Segment des Automobilbaus. Mit Porsche Digital, unserem Lab in Berlin oder der Innovationsplattform „Startup Autobahn“ bringen wir die Kreativität unserer Mitarbeiter zur Entfaltung oder erschließen uns neue Ideen frisch gegründeter Unternehmen aus aller Welt. Das Joint Venture IONITY, in dem Porsche und Audi als Partner den Volkswagen Konzern vertreten, arbeitet an einem Netz leistungsstarker Schnellladestationen entlang der europäischen Hauptverkehrsachsen bis 2020.

Ökonomischer Erfolg ist untrennbar mit ökologischer und sozialer Verantwortung verbunden. Auch wir müssen uns an den Auswirkungen unserer Aktivitäten auf die gesamte Wertschöpfungskette, auf Umwelt und Gesellschaft messen lassen. Wir wollen uns in Zukunft noch mehr als bisher durch Innovation, aber zunehmend auch durch Nachhaltigkeit unserer Produkte und Herstellungsprozesse von Wettbewerbern unterscheiden.

Zu den Höhepunkten des abgelaufenen Geschäftsjahres gehört der einmillionste 911, der im Mai vom Band lief. Der 911 ist Inbegriff des Seriensportwagens, Stil-Ikone, Gesicht und Herz der Marke Porsche. Neue 911 GTS-Varianten, die reinen Fahrmaschinen 911 GT2 RS oder 911 GT3, der 911 Turbo S Exclusive Series oder auch die GTS-Modelle 718 Boxster und Cayman sowie der 911 Carrera T sind

allesamt Leistungssportler ohne Zugeständnisse, der lebendige, ewig junge Ausdruck der Faszination Porsche. Während der neue Cayenne – in dritter Generation jetzt umfassend digitalisiert und vernetzt – Inbegriff für einen sportlichen wie alltagstauglichen SUV ist. Mit dem neuen Panamera Sport Turismo erweitern wir die erfolgreiche Baureihe um eine Karosserievariante. Und mit dem Panamera Turbo S E Hybrid positionieren wir erstmals einen Plug-in-Hybrid als Topmodell einer Baureihe und unterstreichen damit die Bedeutung der Elektromobilität.

Porsche und Elektromobilität passen perfekt zusammen. Wir arbeiten konsequent an der Hybridisierung unserer Fahrzeugflotte. Und wir bereiten die Produktion des ersten rein batteriebetriebenen Sportwagens der Marke in Zuffenhausen vor. Rund eine Milliarde Euro fließt bis 2019 in das Projekt Mission E. Am Stammsitz in Zuffenhausen entsteht dafür ein komplett neues Werk, eine Fabrik innerhalb der Fabrik. Unser Ziel ist eine CO₂-neutrale Fertigung. Derivate des Mission E sind schon heute denkbar, ebenso planen wir weitere rein elektrische Fahrzeuge.

Die Neuordnung des Motorsports leitet sich daraus ab. Porsche steigt ab 2019 mit einem eigenen Werksteam in die Formel E ein. Im Gegenzug haben wir unser LMP1-Engagement in der FIA-Langstrecken-Weltmeisterschaft nach dem dritten Gewinn des Hersteller- und Fahrertitels in Folge und dem 19. Gesamtsieg in Le Mans beendet. Die Formel E ist für uns das ultimative kompetitive Umfeld, um die Entwicklung von High-Performance-Fahrzeugen in puncto Umweltfreundlichkeit, Effizienz und Nachhaltigkeit voranzutreiben. Parallel stärken wir den Einsatz in der GT-Klasse.

Rennsport gehört zu unserer Identität. Sportlicher Ehrgeiz hat Porsche-Ingenieure von Anfang an beflügelt. Seit sieben Jahrzehnten ist die Rennstrecke die gnadenlose Erprobungsplattform für Sportwagentechnik auf der Straße. Elektrifizierung, Digitalisierung und Konnektivität bestimmen, wie, wann, wo und womit wir uns künftig bewegen. Eines bleibt: In jedem Porsche steckt ein Rennwagen.

Gestern. Heute. Morgen.

Der Vorstand der Porsche AG

Wesentliche Ereignisse

Geschäftsverlauf

Ausblick



WESENTLICHE EREIGNISSE

Vertrag mit Lutz Meschke verlängert

Zum Jahresende 2016 verlängert der Aufsichtsrat den Vertrag mit dem stellvertretenden Vorstandsvorsitzenden und Vorstand Finanzen und IT, Lutz Meschke, um weitere fünf Jahre. Meschke ist seit 2009 Mitglied des Porsche-Vorstands, seit 2015 ist er stellvertretender Vorsitzender. Dr. Wolfgang Porsche, der Vorsitzende des Aufsichtsrats, würdigt Meschkes Verdienste zur Sicherung der nachhaltig hohen Ertragskraft.



LUTZ MESCHKE

Verdienstkreuz für Uwe Hück

Der Vorsitzende des Gesamt- und Konzernbetriebsrats, Uwe Hück, erhält im Januar für sein herausragendes Engagement das Verdienstkreuz am Bande des Verdienstordens der Bundesrepublik Deutschland. Ministerpräsident Winfried Kretschmann gratuliert: „Ihre herausragenden Leistungen für das Gemeinwesen haben damit die verdiente öffentliche Anerkennung gefunden.“ Vorstandsvorsitzender Oliver Blume sagt: „Uwe Hück steht für Verlässlichkeit – hart in der Verhandlung, aber immer für das Wohl des Unternehmens und der Mitarbeiter im Einsatz.“



UWE HÜCK ERHÄLT DAS VERDIENSTKREUZ



PANAMERA TURBO S E-HYBRID

Weltpremieren in Genf

Auf dem Genfer Auto-Salon im März feiern der Panamera Sport Turismo, der Panamera Turbo S E-Hybrid und der neue 911 GT3 ihre Weltpremiere. Der Panamera Sport Turismo ist eine neue Karosserievariante der Baureihe. Mit großer Heckklappe, niedriger Ladekante, vergrößertem Gepäckraumvolumen und einem 4+1-Sitzkonzept wird der neue Viertürer hohen Ansprüchen an Alltagstauglichkeit und Variabilität gerecht. Ein weiteres Highlight setzt der neue Panamera Turbo S E-Hybrid. Porsche positioniert damit erstmals einen Plug-in-Hybrid als Topmodell einer Baureihe. Mit dem neuen 911 GT3 präsentiert Porsche in Genf einen rennsportnahen Zweisitzer in systematischer Leichtbauweise – ideal für den Alltagsgebrauch und die Rundstrecke.

Soziales Ausbildungsprojekt in Südafrika

Im März eröffnet Porsche in Kapstadt ein neues Trainings-Center. In drei Ausbildungsjahren werden dort 75 Frauen und Männer aus benachteiligten Verhältnissen zum Kfz-Service-Mechatroniker ausgebildet. Um möglichst vielen jungen Leuten eine Chance zu bieten, bildet Porsche bewusst über den eigenen Personalbedarf hinaus aus. Kooperationspartner sind Südafrikas Porsche-Importeur LSM Distributors sowie das Salesian Institute Youth Project (SIYP) von Don Bosco in Kapstadt. Porsche stellt Räume, Fahrzeuge sowie Lehrpläne zur Verfügung und übernimmt die Qualifizierung der Ausbilder.



TRAININGS-CENTER IN KAPSTADT

Porsche Design Group

Die Porsche Design Group wird im April 100-prozentige Tochtergesellschaft. Die Porsche AG übernimmt 35 Prozent der Anteile an der Porsche Lizenz- und Handelsgesellschaft mbH & Co. KG (Porsche Design Group) von einer Beteiligungsgesellschaft der Familie Porsche. 65 Prozent der Anteile hielt Porsche bereits. Porsche Design ist eine 1972 von Prof. Ferdinand Alexander Porsche gegründete Premium-Lifestylemarke.

Auf dem Genfer Auto-Salon im März feiern der neue 911 GT3, der Panamera Sport Turismo und der Panamera Turbo S E-Hybrid ihre Weltpremiere. Porsche positioniert damit erstmals einen Plug-in-Hybrid als Topmodell einer Baureihe.



NEUES AUSBILDUNGSZENTRUM IN LEIPZIG

Neues Ausbildungszentrum in Leipzig

Im April weiht Porsche in Leipzig ein neues Ausbildungszentrum ein. Auf 2.300 Quadratmetern Fläche bietet der Neubau moderne Werkstatt- und Seminarräume sowie innovative Lehrinstrumente und damit beste Infrastruktur für die berufliche Bildung. Am Standort Leipzig bildet Porsche 2017 mehr als 120 Auszubildende zu Industrie- und Werkzeugmechanikern sowie (Kfz-)Mechatronikern aus. Erstmals wird auch ein duales Studium in der Fachrichtung Maschinenbau angeboten.



PORSCHE AUF SYLT

Erster Porsche-Standort auf Sylt

Porsche eröffnet im April einen ersten Standort auf Sylt. Das Angebot ist Teil eines neuen Vertriebskonzepts und umfasst eine Ausstellung, das Mietangebot Porsche Drive, die Produkte von Porsche Design und Porsche Driver's Selection, eine Fahrzeugberatung sowie eine kleine Werkstatt. Ein Teil der 500 Quadratmeter großen Fläche ist für Wechselausstellungen vorgesehen.

Porsche und Microsoft am Gamepad

Auf der Internationalen Autoshow im April in New York schließt Porsche auf dem Feld der virtuellen Rennspiele und elektronischen Spielewettbewerbe eine auf sechs Jahre angelegte Partnerschaft mit Microsoft. In den Rennspielserien „Forza Motorsport“ und „Forza Horizon“ wird Porsche dadurch präsentiert. Zentrales Element der Partnerschaft ist das Wachstumsfeld „eSports“ – also Wettbewerbe, in denen Spieler virtuell gegeneinander antreten.

Laubwald für sauberes Trinkwasser

Mischwald statt Nadelwald-Monokultur: Zwischen Rutesheim und Weissach werden im April auf 1,5 Hektar Fläche 5.000 Traubeneichen gepflanzt. Die Bäumchen ersetzen einen vom Sturm geschädigten Fichtenwald. Laubwälder generieren im Schnitt 800.000 Liter mehr Grundwasser je Hektar als Nadelwald-Monokulturen – und das jedes Jahr neu und über Generationen hinweg. Porsche unterstützt damit das Projekt des Vereins „Trinkwasser e.V.“. Im Herbst wurde eine weitere Pflanzaktion in Ludwigsburg ermöglicht.



PORSCHE UNTERSTÜTZT „TRINKWASSER E.V.“

Siegemund gewinnt Porsche Tennis Grand Prix

Die Stuttgarterin Laura Siegemund gewinnt Ende April den 40. Porsche Tennis Grand Prix. In einem spannenden und dramatischen Finale besiegt sie nach zweieinhalb Stunden die Französin Kristina Mladenovic mit 6:1, 2:6, 7:6 – und steigt im goldenen Konfettiregen in das als Hauptpreis aufgebote Porsche 911 Carrera GTS Cabriolet. Im Jubiläumsjahr haben die Spielerinnen die Stuttgarter Traditionsveranstaltung zum vierten Mal in Folge zum beliebtesten Turnier seiner Kategorie gewählt.



LAURA SIEGEMUND

Porsche Digital im Silicon Valley

Mit einem neuen Standort in Santa Clara im kalifornischen Silicon Valley setzt Porsche Digital Inc. im Mai auf Partnerschaften mit Technologieführern, Innovatoren und Kooperationen mit Venture-Capital-Gesellschaften. Digitalisierungsstrategien und -trends im US-amerikanischen Markt sollen schneller erkannt werden, um Lösungen für Porsche zu entwickeln und zu testen. Die Porsche Digital Inc. in Santa Clara soll künftig rund 100 Mitarbeiter beschäftigen.

Produktionsjubiläum

Am 11. Mai läuft in Zuffenhausen das einmillionste Exemplar des Porsche 911 vom Band – ein Carrera S in der Individualfarbe Irischgrün – in Anlehnung an die ersten Ur-Elfer von 1963. Unverändert ist der 911 das strategisch wichtigste Modell in der Produktpalette. Er trägt maßgeblich dazu bei, dass Porsche einer der profitabelsten Automobilhersteller der Welt ist.



WOLFGANG PORSCHE MIT JUBILÄUMSMODELL

Dramatik beim 24-Stunden-Rennen von Le Mans im Juni: Nach einer Aufholjagd vom 56. Platz und einem Rückstand von 18 Runden belohnen sich Earl Bamber, Timo Bernhard und Brendon Hartley im Porsche 919 Hybrid am Ende mit dem 19. Gesamtsieg.

19. Gesamtsieg für Porsche in Le Mans

Dramatik beim 24-Stunden-Rennen von Le Mans im Juni: Nach einer Aufholjagd vom 56. Platz und einem Rückstand von 18 Runden belohnen sich Earl Bamber, Timo Bernhard und Brendon Hartley im Porsche 919 Hybrid am Ende mit dem Gesamtsieg. Es ist der insgesamt 19. für Le-Mans-Rekordhalter Porsche und der dritte in Folge. Wer das härteste Rennen der Welt dreimal hintereinander gewinnt, darf den Wanderpokal behalten.



EARL BAMBER, TIMO BERNHARD UND BRENDON HARTLEY IN LE MANS MIT DEM 919 HYBRID

GT2 RS: Weltpremiere in Goodwood

Mit dem 911 GT2 RS geht auf dem „Festival of Speed“ in Goodwood (Großbritannien) der schnellste und stärkste Elfer aller Zeiten an den Start. Der Biturbo-Boxermotor beschleunigt in 2,8 Sekunden aus dem Stand auf 100 km/h. Auf der 20,6 Kilometer langen Nürburgring-Nordschleife stellt der Höchstleistungssportwagen mit einer Bestzeit von 6.47,3 Minuten einen neuen Rekord für straßenzugelassene Sportwagen auf.

Gewandhaus Leipzig und Ballett Stuttgart

Im Juni verlängert Porsche den Vertrag mit dem Leipziger Gewandhaus und unterstützt für weitere drei Jahre die beliebte Rosenthalkonzert-Reihe „Klassik erleben“. Seit 2011 ist das Unternehmen als „Global Partner“ des Gewandhausorchesters aktiv. Und im September wird mit dem Stuttgarter Ballett der Vertrag um weitere drei Jahre verlängert. Seit 2012 ist Porsche Hauptsponsor des Stuttgarter Balletts.

Nardò Technical Center

Im Juni wird Fabio Barsotti Vorsitzender der Geschäftsführung des Nardò Technical Center in Apulien (Italien). Das Prüf- und Testgelände wird seit 2012 von der Porsche Engineering Group GmbH in Weissach, einer hundertprozentigen Tochtergesellschaft der Porsche AG, betrieben.

Innovationsoffensive in Israel

Porsche eröffnet im Juni in Tel Aviv ein „Innovation Office“, um den Zugang zu Technologietrends und Talenten zu sichern. Pro Kopf gibt es in Israel mehr Start-ups als in jedem anderen Land der Welt. Zugleich investiert Porsche einen zweistelligen Millionenbetrag in die Venture-Capital-Fonds „Magma“ und „Grove“. „Magma Ventures“ konzentriert sich auf künstliche Intelligenz und den Automobilbereich. Der Fonds gilt mit Investments in erfolgreiche Start-ups wie „Waze“ als einer der bedeutendsten in Israel und verwaltet ein Portfolio von 600 Millionen US-Dollar. Grove Ventures ist eine Fondsgesellschaft mit einem Volumen von 100 Millionen US-Dollar. Ihr primärer Investitionsfokus liegt vor allem auf Early-Stage-Technologien in den Bereichen Internet of Things (IoT), Cloud-Technologien und künstliche Intelligenz.

J.D. Power-Gold

Porsche erzielt bei der J.D. Power-Qualitätsstudie im Juni erneut Bestwerte. Der 911, der Macan und das Werk Leipzig werden ausgezeichnet. In der „Initial Quality Study“ des US-Marktforschungsinstituts J.D. Power belegt der 911 zum sechsten Mal in Folge den ersten Platz in seinem Segment. Der Macan kann ebenfalls an die Erfolge der Vorjahre anknüpfen und nimmt zum dritten Mal hintereinander die Spitzenposition ein. In der Fabrikwertung für Europa/Afrika belegt Porsche mit dem Werk Leipzig Rang eins und wird dafür mit dem Gold-Award ausgezeichnet.



WERK LEIPZIG

Porsche erzielt bei der J.D. Power-Qualitätsstudie im Juni erneut Bestwerte. Der 911, der Macan und das Werk Leipzig werden ausgezeichnet. In der „Initial Quality Study“ des US-Marktforschungsinstituts J.D. Power belegt der 911 zum sechsten Mal in Folge den ersten Platz in seinem Segment.



GERD RUPP

Gerd Rupp wird Leiter des Werkes Leipzig

Zum 1. Juli übernimmt Gerd Rupp den Vorsitz der Geschäftsführung im Porsche-Werk Leipzig. Rupp folgt Siegfried Bülow, der 17 Jahre als Werkleiter den Produktionsstandort aufgebaut und weiterentwickelt hat. Vor seinem Wechsel nach Leipzig war Rupp sieben Jahre Leiter des Werkzeugbaus der Marke Volkswagen in Wolfsburg und zuvor für die Audi AG in Ingolstadt und Barcelona tätig. Siegfried Bülow geht altersbedingt in den Ruhestand.

Ministerpräsident besucht Produktion

Der baden-württembergische Ministerpräsident Winfried Kretschmann besichtigt im Juli das neue Motorenwerk in Zuffenhausen und lobt: „Der Neubau des Motorenwerks ist unter vielen Gesichtspunkten vorbildlich: Der schonende und weitsichtige Umgang mit innerstädtischen Flächen zeugt von Nachhaltigkeit und die Einbeziehung der Anwohnerinnen und Anwohner vermittelt Transparenz. All dies sind wichtige Schritte hin zu einer Vorbildrolle in der klimaschonenden Mobilität.“ Außerdem erhält Kretschmann einen ersten Einblick in die Pilotfertigung für die Porsche-Elektroantriebe.

USA: Porsche höchst attraktiv

Zum 13. Mal in Folge belegt Porsche im Juli den ersten Platz in der Gesamtwertung der Studie „Automotive Performance, Execution and Layout Study (APEAL)“ des US-Meinungsforschungsinstituts J.D. Power. Damit bleibt Porsche die Automarke mit der höchsten Attraktivität für Autofahrer in den USA. Zusätzlich nehmen die Modelle Porsche 911, Cayenne und Macan in ihrer Kategorie die Spitzenposition ein. An der Umfrage beteiligten sich mehr als 69.000 Neuwagenbesitzer; sie bewerteten 243 Modelle von 33 Herstellern in zehn Kategorien. Neben Fahrdynamik und Design werden auch Aspekte wie Alltagstauglichkeit und Komfort berücksichtigt.



MACAN

Neue Motoren, neues Fahrwerk, innovatives Bedienkonzept und mehr Konnektivität: Im August präsentiert Porsche die dritte Generation des Cayenne in Zuffenhausen. Das seit 2002 mehr als 770.000-mal verkaufte Erfolgsmodell ist eine komplette Neuentwicklung.



WELTPREMIERE DES NEUEN CAYENNE

Rückruf für rund 21.500 Cayenne Diesel

Bei internen Untersuchungen hat Porsche Unregelmäßigkeiten in der Motorsteuerungssoftware von Fahrzeugen des Typs Cayenne 3,0-Liter-V6-Diesel der Emissionsklasse EU6 festgestellt und diese aktiv dem Kraftfahrt-Bundesamt (KBA) mitgeteilt. Die Behörde hat im Juli ein Software-Update angeordnet. Betroffen sind europaweit rund 21.500 Fahrzeuge der Baujahre 2014 bis 2017, davon 6.000 in Deutschland. Im Oktober hat die Behörde das von Porsche zur Prüfung vorgelegte Software-Update freigegeben. Seitdem werden die betroffenen Fahrzeuge zum kostenfreien Update in die Werkstätten geholt.

Porsche plant Einstieg in die Formel E

Im Juli gibt Porsche den Einstieg mit eigenem Werksteam in die Formel E im Jahr 2019 bekannt. Im Gegenzug beendet das Unternehmen sein LMP1-Engagement in der FIA-Langstrecken-Weltmeisterschaft (WEC) zum Saisonende 2017. Zugleich konzentriert Porsche seine Motorsport-Strategie auf den Einsatz des 911 RSR bei Langstrecken-Klassikern in der WEC oder der amerikanischen Rennserie IMSA WeatherTech SportsCar Championship. Diese Neuordnung des Motorsports leitet sich aus der Porsche Strategie 2025 ab: Porsche setzt unter anderem auf einen Mix aus puristischen GT-Fahrzeugen und voll elektrischen Sportwagen wie der rein batteriebetriebenen Serienversion der Konzeptstudie Mission E.

Weltpremiere des neuen Cayenne

Neue Motoren, neues Fahrwerk, innovatives Bedienkonzept und mehr Konnektivität: Im August präsentiert Porsche die dritte Generation des Cayenne in Zuffenhausen. Das seit 2002 mehr als 770.000-mal verkaufte Erfolgsmodell ist eine komplette Neuentwicklung. Das Fahrzeug vereint künftig noch mehr Porsche-typische Performance mit höchster Alltagstauglichkeit. Optisch hat sich der Wagen deutlich weiterentwickelt – der neue Cayenne ist noch präziser, noch eleganter, noch athletischer und ausdrucksstärker. Zur Weltpremiere im Porsche Museum konzipiert Jesse Milliner eine „Sinfonie des Lebens“, die das Prager Sinfonieorchester Bohemia und Leipzigs Gewandhausorchester vortragen. Tänzer, Livemusiker und eine aufwendige Lichtinszenierung ergänzen die Sinfonie.

Auf der IAA präsentiert Porsche den 911 GT3 mit Touring-Paket. Er richtet sich an Liebhaber hochkarätiger Sportwagen mit einem ausgeprägten Faible für Understatement und klassischen Fahrspaß.

Weltpremieren auf der IAA: 911 GT3 mit Touring-Paket und Cayenne Turbo

Auf der Internationalen Automobil-Ausstellung (IAA) feiern gleich zwei Fahrzeuge ihre Weltpremiere: Mit dem 911 GT3 mit Touring-Paket gibt es Zuwachs für die puristischen Hochleistungssportwagen von Porsche. Er richtet sich an Liebhaber hochkarätiger Sportwagen mit einem ausgeprägten Faible für Understatement und klassischen Fahrspaß. Der neue Cayenne Turbo übernimmt den Platz an der Spitze der Baureihe. Das neu entwickelte Topmodell der dritten Cayenne-Generation legt die Messlatte für sportliche Performance in seinem Segment noch mal höher.



911 GT3 MIT TOURING-PAKET

Logistik der Zukunft: voll elektrisch

Bei Porsche Leipzig startet im August das Projekt eJIT: Bei dem auf drei Jahre angelegten Pilotversuch wird ein Lkw mit rein elektrischem Antrieb im Logistikverkehr auf der Route zwischen Logistikzentrum und dem Versorgungszentrum der Montage getestet. Porsche ist der erste Automobilhersteller in Europa, der schnellstraßentaugliche, voll elektrische 40-Tonner einsetzt.



PROJEKT EJIT

Porsche Financial Services

Holger Peters und Jörg Pape werden zum 1. September neben den langjährigen Firmenchefs Albert Moser und Konrad Riedl zu neuen Geschäftsführern der Porsche Financial Services GmbH berufen. Gründe sind das starke Wachstum und die strategischen Herausforderungen im Zuge der Digitalisierung und der weiteren Internationalisierung.

Mit dem Jobticket nach Weissach

Mit dem Verkehrsverbund Pforzheim-Enzkreis (VPE) hat Porsche für die Anfahrt zum Entwicklungszentrum Weissach ein Jobticket-Modell entwickelt, dessen Leistungen mit dem Angebot des Verkehrs- und Tarifverbunds Stuttgart (VVS) vergleichbar sind. Die Karte gibt es seit September, sie gilt uneingeschränkt für das gesamte VPE-Netz und kostet monatlich 46 Euro. Porsche übernimmt zehn Euro pro Monat und Mitarbeiter.

6-Stunden-Lauf für soziale Projekte

Das Porsche-Stammwerk in Zuffenhausen verwandelt sich am 17. September in ein Sportgelände. Auf einem Rundkurs von 911 Metern laufen mehr als 3.000 Mitarbeiter sechs Stunden lang für soziale Zwecke. Für jede zurückgelegte Runde spendet die Porsche AG fünf Euro an soziale Einrichtungen in der Region Stuttgart. Nach 26.033 Runden erhalten die Olgäle-Stiftung, das Kinder- und Jugendhospiz Stuttgart, die Mobile Jugendarbeit Stuttgart, die Stuttgarter Jugendhaus gGmbH sowie die Gustav-Werner-Schule Zuffenhausen insgesamt 185.000 Euro. Der Vorstand der Porsche AG rundet den Betrag großzügig auf.



DRITTER 6-STUNDEN-LAUF

Partnerschaft mit Start-up

Die Porsche-Tochter Porsche Digital beteiligt sich im September an dem Stuttgarter Technologie-Unternehmen Home-iX. Das auf Smart Living spezialisierte B2B-Start-up wurde 2016 von den zwei früheren Porsche-Mitarbeitern Mehmet Arziman und Heiko Scholtes gegründet. Es ermöglicht Unternehmen, der Automobilbranche individualisierte Smart-Living-Lösungen anzubieten, die Fahrzeuge und das Zuhause vernetzen.

Per Pilotprogramm testet Porsche Cars North America den Porsche-Passport. Über eine mobile App bietet er flexiblen Zugriff auf Porsche-Fahrzeuge. Mit zwei Mitgliedschaftspaketen stellt der Porsche-Passport erstklassige Fahrzeuge in der Metropole Atlanta bereit.

USA: Porsche-Modelle im Abo

Per Pilotprogramm testet Porsche Cars North America den Porsche-Passport. Über eine mobile App bietet er Mitgliedern flexiblen Zugriff auf Porsche-Fahrzeuge. Mit zwei Mitgliedschaftspaketen stellt der Porsche-Passport erstklassige Fahrzeuge in der Metropole Atlanta bereit. Zum Preis einer Monatspauschale von 2.000 US-Dollar beinhaltet das erste Paket den On-Demand-Zugriff auf acht Modellvarianten, beispielsweise den 718 Boxster, den Cayman S, den Macan S und den Cayenne.



718 BOXSTER

Nachhaltig: Porsche-Industriequartier

Das Porsche-Werk 4 erhält im Oktober von der Deutschen Gesellschaft für nachhaltiges Bauen (DGNB) den Nachhaltigkeitspreis in Platin. Mit dieser Auszeichnung wird die ökonomische, ökologische, soziokulturelle, funktionale sowie technische Prozessqualität bei der Neu- und Umgestaltung von Industriequartieren gewürdigt. Bereits bei der Vorzertifizierung 2015 wurde Werk 4 mit Gold bedacht.



PORSCHE-MOTORENBAU IM WERK 4

Software-Update für Cayenne Diesel

Ende Oktober genehmigen US-Behörden eine technische Lösung zur Emissionsanpassung für Fahrzeuge mit 3,0-Liter-V6-TDI-Motoren. Damit können mehr als 38.000 Fahrzeuge mit 3,0-Liter-V6-TDI-Motoren der sogenannten Generation 2.1 und 2.2 in Einklang mit den Emissionsstandards gebracht werden, gemäß derer sie ursprünglich zertifiziert wurden. Bei Porsche sind in den USA davon rund 11.500 Porsche Cayenne V6 Diesel betroffen.

Trauer um Peter W. Schutz

Der ehemalige Porsche-Vorstandsvorsitzende Peter W. Schutz stirbt am 29. Oktober im Alter von 87 Jahren. Porsche verdankt ihm nicht nur den Erhalt der Sportwagenikone 911, sondern auch die erfolgreiche Markteinführung des 911 Cabriolet auf dem amerikanischen Markt. Unter der Regie von Peter W. Schutz wird die Porsche-Modellpalette noch attraktiver. Gleichzeitig richtet er das Unternehmen strategisch neu aus.

High-Power-Charging-Netzwerk IONITY

Mit der Gründung des Gemeinschaftsunternehmens IONITY stellen im November die BMW Group, die Daimler AG, die Ford Motor Company und der Volkswagen Konzern mit Audi und Porsche die Weichen für den Aufbau des leistungsstärksten Schnellladenetzes für Elektrofahrzeuge in Europa. Die Errichtung und der Betrieb von rund 400 Schnellladestationen bis 2020 sind wichtige Schritte, um Elektromobilität auch auf Langstrecken zu gewährleisten und sie im Markt zu etablieren. An solchen High-Charging-Stationen kann der Porsche Mission E in nur 15 Minuten für eine Reichweite von 400 Kilometer geladen werden. Der Mission E kommt 2019 auf den Markt.



HIGH-POWER-CHARGING-NETZWERK IONITY

Mit der Gründung des Gemeinschaftsunternehmens IONITY stellen im November die BMW Group, die Daimler AG, die Ford Motor Company und der Volkswagen Konzern mit Audi und Porsche die Weichen für den Aufbau des leistungsstärksten Schnellladenetzes für Elektrofahrzeuge in Europa.

Porsche holt dritten WM-Titel in Folge

Im November krönt Porsche die Karriere des 919 Hybrid mit dem dritten Weltmeistertitel für Hersteller in Folge. Die Plätze zwei und drei beim Sechsstundenrennen in Shanghai bringen die vorzeitige Titelentscheidung im achten von neun Läufen zur FIA Langstrecken-Weltmeisterschaft WEC. Die Le-Mans-Sieger haben zuvor auch auf dem Nürburgring, in Mexiko-Stadt und in Austin die volle Punktzahl geholt.

Start-up-Accelerator

Axel Springer Digital Ventures und Porsche Digital bauen im November am Standort Berlin gemeinsam einen neuen Start-up-Accelerator auf. Die Unternehmen unterzeichnen eine Vereinbarung zur Gründung eines Joint Ventures, an dem beide jeweils zur Hälfte beteiligt sind. In Zusammenarbeit sollen digitale Geschäftsideen mit hohem Marktpotenzial unterstützt werden, welche die Chance haben, Branchen zu verändern. Ziel ist es, in Start-ups in der Gründungsphase zu investieren.



ANDREAS HAFFNER



DETLEV VON PLATEN

Verträge verlängert

Der Porsche-Aufsichtsrat bestellt Anfang Dezember den Vorstand für Vertrieb und Marketing, Detlev von Platen, und den Vorstand für Personal- und Sozialwesen, Andreas Haffner, jeweils für fünf Jahre. Von Platen ist seit November 2015 Mitglied im Porsche-Vorstand, Haffner seit Oktober 2015. Aufsichtsratsvorsitzender Dr. Wolfgang Porsche würdigt deren Verdienste um die Einführung der neuen Panamera-Generation auf den internationalen Märkten sowie die Zukunftssicherung des Standorts Zuffenhausen durch den Aufbau der Produktion für den ersten rein elektrischen Porsche-Sportwagen.

Vierfache Weltpremiere in Los Angeles

Ende November feiert Porsche auf der Los Angeles Auto Show Weltpremiere von vier Sportwagen. Der Panamera Turbo S E-Hybrid Sport Turismo, der 718 Boxster GTS und der 718 Cayman GTS übernehmen jeweils die Spitzenposition ihrer Modellreihe, während sich der 911 Carrera T als puristisches Leichtgewicht empfiehlt. Außerdem feiert in Los Angeles die neue Cayenne-Generation ihren ersten Auftritt in den USA.

GESCHÄFTSVERLAUF

Dynamische Weltwirtschaft

Die Weltwirtschaft verzeichnete 2017 beim Bruttoinlandsprodukt (BIP) ein Wachstum von 3,2 Prozent (Vorjahr: 2,5 Prozent). Sowohl in den fortgeschrittenen Volkswirtschaften als auch in den Schwellenländern verstärkte sich die konjunkturelle Dynamik. In Westeuropa nahm das Wachstum des BIP im Jahresverlauf leicht zu und erreichte 2,1 Prozent (Vorjahr: 1,8 Prozent). Für Unsicherheit sorgten die begonnenen Austrittsverhandlungen Großbritanniens mit der Europäischen Union und die damit verbundene Frage nach der künftigen Ausgestaltung der Beziehungen. In Deutschland führten die nach wie vor optimistische Stimmung der Konsumenten und die gute Lage am Arbeitsmarkt dazu, dass das BIP 2017 mit 2,5 Prozent stärker zulegen konnte als im Vorjahr (1,9 Prozent).

Die Wachstumsrate der US-amerikanischen Wirtschaft fiel mit 2,2 Prozent höher aus als im Vorjahr (1,5 Prozent). Gestützt wurde die Konjunktur vor allem vom privaten Konsum. Der US-Dollar zeigte sich etwas schwächer als im Vorjahr. Brasilien konnte im Berichtsjahr die konjunkturelle Talsohle hinter sich lassen: Die Wirtschaftsleistung erhöhte sich um 0,9 Prozent (Vorjahr: minus 3,6 Prozent). Die Lage in Südamerikas größter Volkswirtschaft blieb unter anderem aufgrund politischer Unsicherheiten dennoch angespannt. Die chinesische Wirtschaft wuchs 2017 um 6,9 Prozent (Vorjahr: 6,7 Prozent).

Der Weltautomobilmarkt legte 2017 um 2,9 Prozent auf 83,5 Millionen Fahrzeuge zu. Während sich in den Regionen Asien-Pazifik, Südamerika sowie West- und Osteuropa die Nachfrage erhöhte, blieb Nordamerika insgesamt unter dem Vorjahresniveau. In Westeuropa stiegen die Neuzulassungen um 2,5 Prozent auf 14,3 Millionen Fahrzeuge und erreichten das höchste Niveau der vergangenen zehn Jahre. Deutschland erreichte ein Plus von 2,7 Prozent auf 3,4 Millionen Einheiten. Dies war neben der guten gesamtwirtschaftlichen Situation auch auf Preisnachlässe in Form einer Umstiegsprämie bei älteren Dieselmodellen und auf einen Umweltbonus für elektrisch betriebene Fahrzeuge zurückzuführen. In Italien (plus 8,1 Prozent) und Spanien (plus 7,7 Prozent) profitierte die Nachfrage vom Ersatzbedarf und von einer deutlichen Ausweitung der Verkäufe an gewerbliche Kunden. Frankreich legte um 4,8 Prozent zu, während Großbritannien das Vorjahresniveau um 5,7 Prozent verfehlte.

Mit 20,8 Millionen Fahrzeugen lagen die Verkäufe von Pkw und leichten Nutzfahrzeugen (bis 6,35 Tonnen) in Nordamerika um 1,4 Prozent unter dem Rekordwert des Vorjahres. Auf dem US-Markt sank die Nachfrage 2017 um 1,8 Prozent auf 17,2 Millionen Fahrzeuge. Die gute Beschäftigungslage und Kaufanreize von Herstellern hielten den Abwärtstrend nicht auf. Dabei waren SUV- und Pick-up-Modelle mit einem Zuwachs von 5,7 Prozent stark nachgefragt. Die Verkäufe klassischer Pkw gingen um 10,9 Prozent zurück. In Kanada wuchs der Automobilmarkt um 4,6 Prozent auf 2 Millionen Fahrzeuge. Südamerika verzeichnete im Berichtsjahr – ausgehend von einem geringen Niveau – einen deutlichen Anstieg der Nachfrage nach Pkw und leichten Nutzfahrzeugen um 12,6 Prozent auf 4,2 Millionen Einheiten. Dabei registrierte der brasilianische Automobilmarkt nach vier Jahren mit rückläufigen Neuzulassungen erstmals wieder einen Zuwachs um 9,4 Prozent auf 2,2 Millionen Fahrzeuge. In der Region Asien-Pazifik stieg das Marktvolumen 2017 um 4,7 Prozent auf 37 Millionen Einheiten. Wichtigster Wachstumsmarkt war China mit einem Anstieg um 4,5 Prozent auf 23,9 Millionen Fahrzeuge.

Rekordjahr

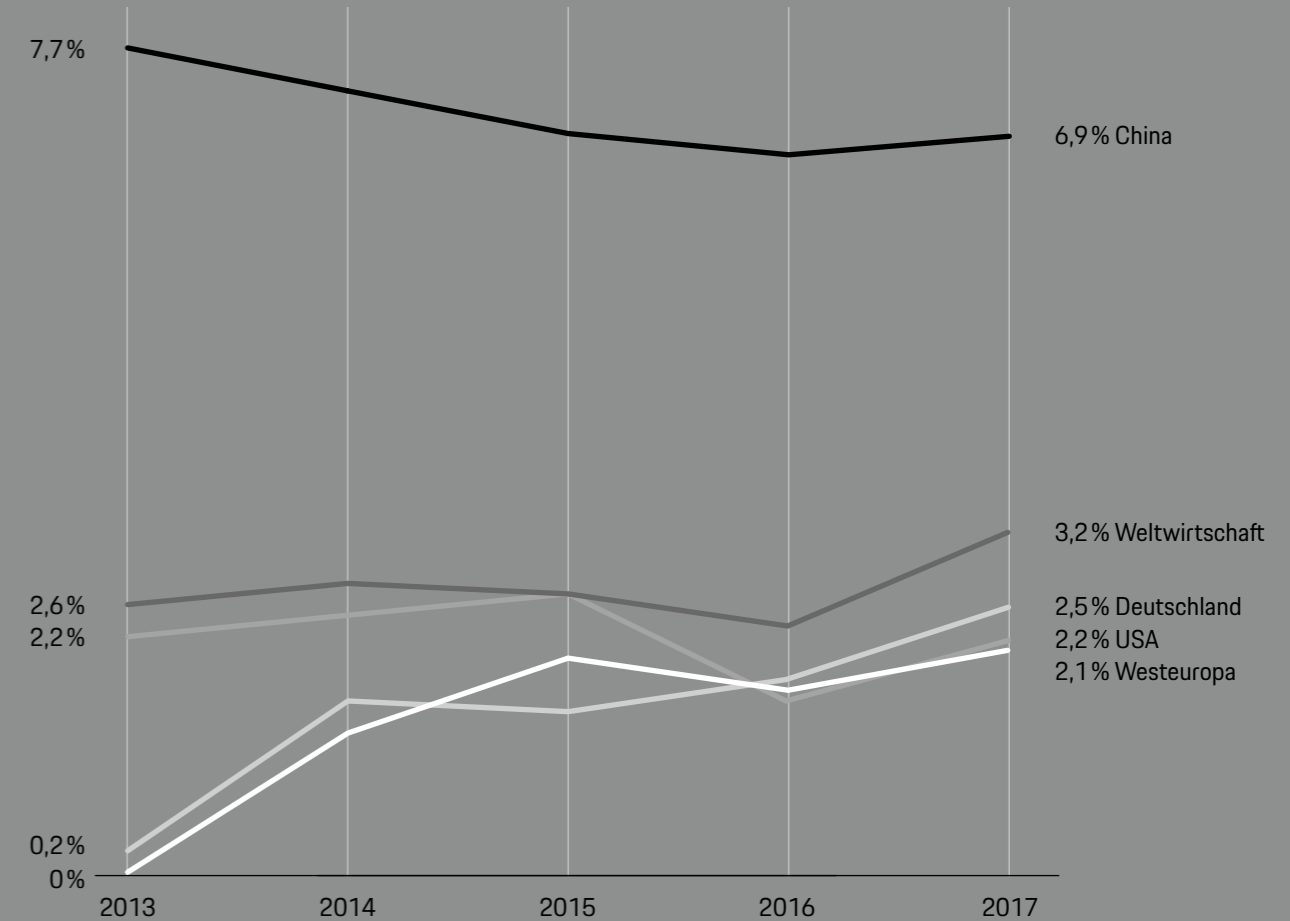
Für Porsche war 2017 erneut ein Rekordjahr. Der Erfolg beruht auf einer attraktiven Produktpalette und einer hervorragenden Kundenorientierung. Porsche bietet in jedem Segment, in dem die Marke vertreten ist, das sportlichste Angebot – und hat diesem Produktportfolio im vergangenen Jahr weitere Highlights hinzugefügt.

In Summe wurden 2017 mit 246.375 Einheiten mehr Neufahrzeuge an Kunden übergeben als je zuvor in der Geschichte von Porsche. Das Wachstum gegenüber 2016 belief sich auf vier Prozent. Wachstumsmotor war der neue Panamera, dessen Verkaufszahlen sich in 2017 nahezu verdoppelt haben. Erfolgreich behaupten konnten sich auch die neuen Mittelmotorsportwagen – die 718 Boxster- und Cayman-Modelle erreichten mit 25.114 Auslieferungen weltweit eine sehr gute Marktresonanz und übertrafen die Vorjahreszahlen souverän.

Die hohe Nachfrage nach den SUV-Modellen Macan und Cayenne, die auch im Geschäftsjahr 2017 die beliebtesten Modellreihen waren, steht einmal mehr für die starke Positionierung von Porsche als Sportwagenhersteller in diesen Segmenten. Der Cayenne kam auf 63.913 Auslieferungen. Trotz Modellwechsel konnte ein sehr hohes Niveau bei den Auslieferungen erreicht werden. Der Macan war mit 97.202 Einheiten in 2017 abermals die beliebteste Porsche-Modellreihe.

Die Weltwirtschaft verzeichnete 2017 beim Bruttoinlandsprodukt (BIP) ein Wachstum von 3,2 Prozent (Vorjahr: 2,5 Prozent). Sowohl in den fortgeschrittenen Volkswirtschaften als auch in den Schwellenländern verstärkte sich die konjunkturelle Dynamik.

Wirtschaftswachstum BIP-Veränderung in Prozent



Auch die Hybridmodelle waren sehr gefragt: Der weltweite Hybridanteil hat sich im Vergleich zum Vorjahr positiv entwickelt. Dieser Erfolg beruht maßgeblich auf einer starken Marktnachfrage nach den sportlichen E-Hybridmodellen des neuen Panamera, bei dem sich der Hybridanteil gegenüber dem Vorjahr auf 17 Prozent weltweit mehr als verdoppelt hat.

Stärkste Vertriebsregion ist zum zweiten Mal in Folge China mit 71.508 verkauften Fahrzeugen bei einer Steigerung von zehn Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Amerika

USA: ein neues Rekordergebnis

In den Vereinigten Staaten lieferte Porsche im Berichtsjahr 55.420 Fahrzeuge an Kunden aus. Zum achten Mal in Folge übertraf Porsche damit den jeweiligen Vorjahreswert. Im Geschäftsjahr 2017 bedeutete dies ein Plus von zwei Prozent gegenüber 2016. Spitzenreiter unter den Porsche-Modellen war auch in diesem Jahr der Macan mit 21.429 Einheiten. Die Verkaufszahlen des Panamera legten mit 6.731 Auslieferungen und einem Plus von 53 Prozent stark zu. Der 911 erreichte das hohe Vorjahresniveau von 8.970 Exemplaren (plus ein Prozent). Der Cayenne wurde 13.203-mal in Kundenhand übergeben. Von den Mittelmotorsportwagen 718 Boxster und Cayman wurden 5.087 Fahrzeuge ausgeliefert. Nicht nur Sportwagen waren auf dem amerikanischen Markt gefragt; auch die Porsche Experience Center in Atlanta und Los Angeles stießen mit mehr als 92.000 Besuchern auf eine hervorragende Resonanz in 2017.

Kanada: 17 Prozent Plus und 72 Monatsrekorde in Folge

Kanada übertraf im Dezember 2017 zum 72. Mal in Folge die Auslieferungen des jeweiligen Vorjahresmonats. Im Gesamtjahr 2017 erzielte Porsche einen Zuwachs von 17 Prozent gegenüber dem Vorjahr und damit ebenfalls einen neuen Jahresauslieferungssrekord mit 8.249 Fahrzeugen. Absatzstärkstes Modell bleibt der Macan (3.767 Einheiten), den stärksten Zuwachs mit einem Plus von 86 Prozent verzeichnen der Panamera mit 559 Auslieferungen und der 911 mit 1.234 Einheiten (plus 30 Prozent). Der Cayenne wurde 2.079-mal in Kundenhand übergeben, 718 Boxster und Cayman insgesamt 610-mal. Im Juli eröffnete Porsche mit dem Porsche Center North Toronto erfolgreich seine erste eigene Niederlassung in Nordamerika.

Südamerika: 911 und Panamera im Plus

In Mittel- und Südamerika (ohne Brasilien) und der Karibik wurden im Berichtsjahr 2.921 Neufahrzeuge ausgeliefert. Mexiko war dabei stärkster Markt mit 1.506 abgesetzten Neufahrzeugen und einer anhaltend starken Nachfrage in einer ansonsten volatilen Region. Das am häufigsten ausgelieferte Modell war auch in diesem Jahr der Macan mit 969 Einheiten. Rasant gestiegen ist die Nachfrage nach dem Panamera mit einem Plus von 156 Prozent auf 192 Einheiten. Der 911 legte mit 506 Exemplaren um zwei Prozent zu. Der Cayenne wurde 921-mal ausgeliefert, 718 Boxster und Cayman insgesamt 333-mal.

Brasilien: auf Erfolgskurs

Im dritten Jahr ihres Geschäftsbetriebs übertraf die Porsche Tochtergesellschaft in Brasilien erneut das Vorjahresergebnis. Die Auslieferungen stiegen um elf Prozent auf 1.124 Fahrzeuge. Das größte Volumen erreichte der Macan (407 Einheiten) vor dem Cayenne (294 Einheiten). Die stärksten Zuwächse verzeichnete der Panamera mit 72 ausgelieferten Fahrzeugen und der 911 mit einer Steigerung von 39 Prozent auf 198 Einheiten. 718 Boxster und Cayman erreichten mit 153 Auslieferungen in etwa das Vorjahresniveau.

Europa

Starke Nachfrage nach Hybridmodellen

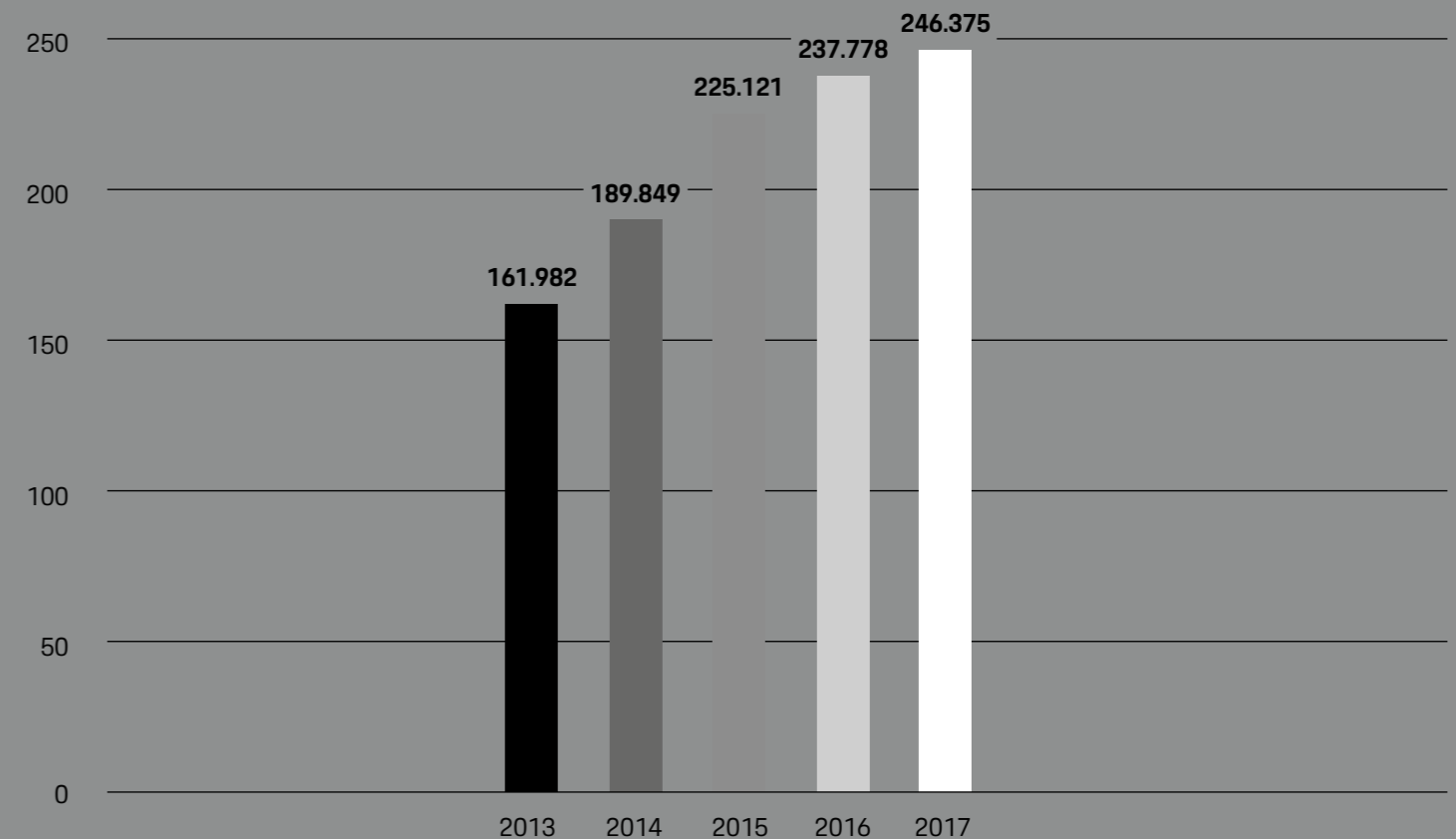
Auf dem europäischen Markt erzielte Porsche ein stabiles Ergebnis, die Auslieferungszahlen liegen mit einer Steigerung von zwei Prozent leicht im Plus. Wesentlich zu diesem Ergebnis beigetragen hat der Panamera: Die Zahl der ausgelieferten Neufahrzeuge stieg von 3.831 im Vorjahr auf 11.539 Einheiten in 2017. Seit der Einführung der neuen Modelle Panamera 4 PHEV und Panamera Turbo S E-Hybrid ab Juni 2017 wurde mehr als die Hälfte der Panamera-Fahrzeuge mit Hybridantrieb ausgeliefert. Die Modellreihe Macan behauptete auch im Berichtsjahr ihre Rolle als Bestseller: 29.575 ausgelieferte Fahrzeuge bedeuten ein Plus von sechs Prozent. Der 911 wurde 15.721-mal in Kundenhand übergeben, der Cayenne 14.547-mal, die Mittelmotorsportwagen 718 Boxster und Cayman insgesamt 8.880-mal.

Deutschland: Macan legt weiter zu

Auf dem Heimatmarkt lieferte Porsche im Berichtsjahr 28.317 Neufahrzeuge aus. Mit 8.414 Einheiten und einem Plus von vier Prozent war der Macan erneut das beliebteste Modell, gefolgt vom 911 mit 7.581 Fahrzeugen und dem Cayenne (5.000 Einheiten). Die

Im Berichtsjahr hat die Porsche AG weltweit 246.375 Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert und damit den Rekordwert von 2016 nochmals um vier Prozent übertroffen. Deutlichen Schub gibt der neue Panamera mit rund 28.000 Auslieferungen und einem Zuwachs von 83 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Auslieferungen von Neufahrzeugen



Auslieferungen 2017		Vergleich zum Vorjahr ↑ +4 %
Europa	80.262	
Amerika	67.714	
Asien-Pazifik, Afrika und Nahost	98.399	

Mittelmotorsportwagen 718 Boxster und Cayman lagen bei 3.364 Einheiten. Die Auslieferungszahlen des Panamera haben sich auf 3.958 Einheiten mehr als verdoppelt, davon 1.002 Hybridfahrzeuge. Im April 2017 eröffnete Porsche auf der Nordseeinsel Sylt ein neues Showroom-Format, welches ein besonderes Markenerlebnis bietet. Ziel des Konzepts ist es, bestehende und neue Zielgruppen noch besser zu erreichen und ihnen in ihren Lebenswelten zu begegnen. Das Angebot bei „Porsche auf Sylt“ umfasst eine Wechsellausstellung, das Mietangebot Porsche Drive, die Produkte von Porsche Design und Porsche Driver’s Selection, eine Fahrzeugberatung sowie eine kleine Werkstatt. Darüber hinaus werden dort neue Konzepte im Bereich Digitalisierung und zukünftiger Mobilität pilotiert. Mit dem neuen Porsche-Zentrum Berlin Adlershof wurde außerdem eines der weltweit modernsten Porsche-Zentren in Deutschland eröffnet.

Großbritannien: Briten lieben Heck- und Mittelmotorsportwagen

Trotz der anhaltenden Diskussion um den Austritt Großbritanniens aus der Europäischen Union endete auch 2017 für die Porsche Cars Great Britain Ltd. als Rekordjahr: 14.267 ausgelieferte Fahrzeuge bedeuten ein Plus von sieben Prozent. Die beliebteste Modellreihe war erneut der Macan mit 5.854 Fahrzeugen (plus 27 Prozent). Einmal mehr unterstrichen die Briten ihre Vorliebe für Heck- und Mittelmotorsportwagen von Porsche: Die zweitürigen Sportwagen 911 mit insgesamt 2.245 ausgelieferten Fahrzeugen sowie der 718 Boxster und Cayman mit insgesamt 2.626 Einheiten übertrafen in diesem Jahr sogar die Auslieferungszahlen des Cayenne (2.140). Vom Panamera wurden 1.402 Fahrzeuge ausgeliefert.

Frankreich: wieder ein Rekordjahr

Auf dem französischen Markt legten die Auslieferungen in 2017 um vier Prozent auf 5.822 Fahrzeuge zu. Das ist, wie im Vorjahr, ein neuer Rekord. Im Trend liegt dabei der Macan als volumenstärkste Modellreihe: 2.536 Einheiten bedeuten ebenfalls ein Plus von vier Prozent. Stärker noch zog der Verkauf des 911 an – um neun Prozent auf 1.105 Neufahrzeuge. Die Verkaufszahlen von 718 Boxster und Cayman liegen mit 572 Einheiten in etwa auf Vorjahresniveau. Mit 702 Fahrzeugen ist der Panamera in Frankreich fast gleichauf mit dem Cayenne (907 Einheiten). Seit der Markteinführung von Panamera 4 PHEV und Turbo S E-Hybrid im Juni und Juli 2017 wurden mehr als zwei Drittel der Panamera-Modelle mit Hybridantrieb ausgeliefert.

Belgien/Niederlande/Luxemburg:

Panamera stark

Mit 5.458 Einheiten in den Beneluxstaaten übertraf Porsche 2017 erneut den hohen Vorjahreswert. Der Zuwachs macht zwei Prozent aus. Rasant zogen die Verkaufszahlen des Panamera an – sie stiegen von 199 Einheiten auf 1.259. Besonders beliebt waren hier die neuen Hybridmodelle des Panamera: Seit der Markteinführung von Panamera 4 PHEV und Turbo S E-Hybrid im Juni und Juli 2017 besaßen drei Viertel der ausgelieferten Fahrzeuge der Modellreihe einen Hybridantrieb. Nach dem Macan mit 1.786 Auslieferungen ist der Panamera das am zweitstärksten nachgefragte Modell, gefolgt vom 911 mit 1.034 Einheiten. Der Cayenne wurde 850-mal in Kundenhand übergeben, 718 Boxster und Cayman insgesamt 529-mal.

Italien: starke Zuwächse

Die politischen und wirtschaftlichen Unsicherheiten hielten auch 2017 in Italien an. Davon unbeeindruckt steigerte Porsche sein Jahresergebnis erneut: Der Zuwachs um sieben Prozent bedeutet eine Auslieferung von 5.534 Neufahrzeugen. Der Macan als volumenstärkstes Modell nahm um drei Prozent auf 2.640 Auslieferungen zu. Dahinter folgen der 911 mit 938 Auslieferungen (plus drei Prozent). Der Cayenne verkaufte sich 848-mal. Starke Zuwächse fuhren die Mittelmotorsportwagen 718 Boxster und Cayman ein: Ein Plus um 59 Prozent steht für 557 ausgelieferte Neufahrzeuge. Die Nachfrage nach dem Panamera stieg auf 551 Einheiten.

Spanien/Portugal: Panamera auf Rang zwei

Auf dem spanischen und portugiesischen Markt übertraf Porsche die Steigerung aus dem Vorjahr noch einmal und legte bei den Auslieferungen um neun Prozent auf 3.054 Fahrzeuge zu. Den stärksten Zuwachs erzielte der Panamera: Mit 585 ausgelieferten Neufahrzeugen schob er sich in der Rangliste der beliebtesten Modelle hinter den Macan (1.214 Einheiten) auf Platz zwei. Stark zugelegt haben auch der 718 Boxster und Cayman (plus 49 Prozent, auf 287 Einheiten) und der 911 mit einem Plus von 16 Prozent auf 432 Exemplare. Der Cayenne wurde 536-mal in Kundenhand übergeben.

Schweiz: Cayenne und Panamera gleichauf

In der Schweiz lieferte Porsche 3.621 Neufahrzeuge an Kunden aus. Beliebtestes Modell bleibt der Macan mit 1.516 Exemplaren, gefolgt vom 911 mit 876 Einheiten. Nach Auslieferungszahlen nahezu gleichauf liegen der Cayenne (493 Einheiten) und der Panamera, der 487-mal ausgeliefert wurde. 718 Boxster und Cayman kamen mit einer Stückzahl von 249 Exemplaren auf den Schweizer Markt.

Auf dem französischen

Markt legten die Auslie-

ferungen in 2017 um

vier Prozent auf 5.822

Fahrzeuge zu. Das ist,

wie im Vorjahr, ein neuer

Rekord. Im Trend liegt

dabei der Macan als

volumenstärkste

Modellreihe: 2.536

Einheiten bedeuten

ebenfalls ein Plus von

vier Prozent.

Österreich: Panamera legt mit

E-Hybridmodellen deutlich zu

1.312 Neufahrzeuge lieferte Porsche im Berichtsjahr in Österreich aus. Der Panamera wuchs am stärksten und kam auf 236 Fahrzeuge. Seit Einführung der neuen Panamera 4 PHEV und Turbo S E-Hybrid ab Juni 2017 wurden mehr als drei Viertel der Panamera-Modelle mit Hybridmotor ausgeliefert. Die meisten Einheiten wurden von der Modellreihe Macan ausgeliefert (470 Einheiten), es folgt der 911 mit 300 Einheiten. Der Cayenne wurde 187-mal in Kundenhand übergeben, der 718 Boxster und Cayman 119-mal.

Zentral- und Osteuropa: elf Prozent Plus

In einem heterogenen Marktumfeld mit geopolitischen Risiken übertraf Porsche mit 6.185 Kundenauslieferungen das Vorjahresergebnis bei einer Steigerung von elf Prozent, das achte Rekordjahr in Folge. Polen (1.535 Auslieferungen) und die Türkei (676 Auslieferungen) sind nach wie vor die größten Märkte. Bestseller Macan legte um drei Prozent auf 2.617 Einheiten zu. Zweitstärkstes Modell bleibt der Cayenne mit 1.603 Exemplaren. Dahinter rangiert der Panamera mit einem deutlichen Plus auf 1.048 ausgelieferte Fahrzeugen. Stark zugenommen hat die Nachfrage nach den 718 Boxster- und Cayman-Modellen (plus 18 Prozent auf 350 Fahrzeuge). Der 911 kommt auf 567 Einheiten (plus drei Prozent).

Russland: Macan unverändert beliebt

Auf dem russischen Markt lieferte Porsche in 2017 4.578 Neufahrzeuge aus. Die Modellreihe Macan legte um elf Prozent auf 1.923 Exemplare zu. Der Cayenne kam auf 1.703 ausgelieferte Einheiten. Den stärksten Zuwachs erzielte auch hier der Panamera mit 633 Auslieferungen. Der 911 lag mit 195 Exemplaren vor dem 718 Boxster und Cayman (124 Fahrzeuge; plus fünf Prozent).

Nordeuropa: neuer Panamera mit Rekordergebnis

In Skandinavien konnte die positive Entwicklung der letzten Jahre mit einem Wachstum um zwölf Prozent auch in 2017 fortgesetzt werden. Maßgeblicher Treiber des Wachstums war der neue Panamera, welcher mit dreistelligem Wachstum ein Rekordergebnis von 747 Auslieferungen verzeichnete. Beliebtestes Modell bleibt jedoch der Macan mit 1.062 Einheiten. Bei der Sportwagenikone 911 konnte mit 488 Fahrzeugen ebenfalls ein Rekordergebnis erzielt werden. Der Cayenne wurde 455-mal in Kundenhand übergeben, der 718 Boxster und Cayman 203-mal.

Asien

China: plus zehn Prozent

Zum zweiten Mal in Folge ist China die weltweit größte Vertriebsregion von Porsche. Porsche steigerte 2017 die Auslieferungen um zehn Prozent von 65.246 Fahrzeugen im Vorjahr auf aktuell 71.508 Einheiten. Die Mittelmotorsportwagen 718 Boxster und Cayman legten um 148 Prozent auf 5.998 Fahrzeuge zu. Der Panamera lag mit 6.258 Exemplaren 22 Prozent im Plus. Der Cayenne steigerte sich um 19 Prozent auf 26.398 Einheiten. Der 911 (inkl. 918 Spyder) nahm um 12 Prozent auf 1.674 Neufahrzeuge zu. Erfolgreichstes Modell auf dem chinesischen Markt bleibt der Macan mit 31.180 Einheiten. Im November wurde in Guangzhou das erste Porsche Studio und damit gleichzeitig der 100. Verkaufsstandort in der Volksrepublik China eröffnet. Dabei handelt es sich um ein digitalisiertes Showroom-Konzept, das in Zukunft v. a. in den zentralen Innenstädten verstärkt zum Einsatz kommen wird.

Japan: stabiles Niveau

Porsche stabilisierte 2017 mit 6.808 Auslieferungen den Rekordzuwachs aus dem Vorjahr (2016: 6.745 Fahrzeuge). Dafür sorgten der Panamera mit einem Zuwachs von 120 Prozent auf 868 Fahrzeuge und der 911 mit einem Plus von neun Prozent auf 1.543 Einheiten. Unverändert beliebt sind auch 718 Boxster und Cayman mit insgesamt 1.374 verkauften Exemplaren. Bestseller bleibt der Macan mit 2.378 Einheiten. Der Cayenne wurde 868-mal in Kundenhand übergeben.

Südkorea: hohe Nachfrage nach dem 718 Boxster und Cayman

2017 lieferte Porsche in Südkorea 2.600 Fahrzeuge aus. Die Auslieferungszahlen des 718 Boxster und Cayman verdoppelten sich dabei nahezu auf 780 Einheiten (plus 91 Prozent). Auch der 911 legte um 35 Prozent auf 482 Auslieferungen zu. Beliebtestes Modell in Südkorea war jedoch der Cayenne mit 928 Exemplaren. Der Macan wurde 219-mal in Kundenhand übergeben, der Panamera 191-mal.

Asien-Pazifik: 718 plus 90 Prozent

In der von Singapur aus betreuten Region Asien-Pazifik (inklusive des ab 01.01.2018 eigenständigen Marktes Taiwan) verkaufte Porsche im Berichtsjahr 5.390 Fahrzeuge. Erfolgreichstes Modell mit 2.375 Einheiten bleibt der Macan. Auf Platz zwei rangiert der Cayenne mit 1.377 Einheiten. Der 718 Boxster und Cayman kam bei einem Zuwachs von 90 Prozent auf 678 Einheiten, knapp gefolgt vom Panamera, dessen Absatz 593 Auslieferungen erreichte. Der 911 wurde 367-mal ausgeliefert.

Mittlerer Osten, Afrika und Indien:

Cayenne vorn, Macan mit starker Nachfrage

Im Berichtsjahr lieferte Porsche 6.381 Fahrzeuge aus und war damit trotz schwieriger Lage erfolgreich. Beliebtestes Modell mit 2.122 ausgelieferten Einheiten bleibt der Cayenne vor dem Macan (1.786), dessen Wert um 50 Prozent zulegte. Den deutlichsten Zuwachs verzeichnete der Panamera mit einem Plus von 116 Prozent auf 742 Einheiten. Der 911 wurde 992-mal in Kundenhand übergeben, die Mittelsportwagen 718 Boxster und Cayman 739-mal.

**Australien/Neuseeland:
stabil im achten Rekordjahr**

Im achten Rekordjahr stabilisierten sich die Auslieferungen in Australien und Neuseeland auf Vorjahresniveau. Von den 4.871 Fahrzeugen war der Macan mit 2.660 Einheiten und einem Plus von 13 Prozent das nachfragestärkste Modell. Der Cayenne erreichte 1.224 Auslieferungen, der 911 lag mit 477 Fahrzeugen in etwa auf dem Niveau des Vorjahres. Die Mittelmotorsportwagen 718 Boxster und Cayman kamen auf 382 Einheiten. Den prozentual größten Sprung machte der Panamera mit einem Zuwachs von 161 Prozent auf 128 Einheiten.

Die gesunde Kostenstruktur und die nachhaltig hohe Ertragskraft des Konzerns spiegeln sich auch in den wesentlichen Renditekenngrößen wider. So erzielte der Porsche AG Konzern im abgelaufenen Geschäftsjahr eine Operative Umsatzrendite von 17,6 Prozent (Vorjahr: 17,4 Prozent).

**Porsche
Geschäftsjahr 2017
in Zahlen**

Zahlen beziehen sich auf den Porsche AG Konzern

17,6 %

Operative Umsatzrendite

Im Vergleich zum Vorjahr ist die Rendite von 17,4 auf 17,6 Prozent gestiegen.

29.777

Mitarbeiter

Weltweit ist die Mitarbeiterzahl um rund 8 Prozent gestiegen.

4,14 Mrd. €

Operatives Ergebnis

Das Operative Ergebnis ist um 7 Prozent gestiegen.

23,49 Mrd. €

Konzernumsatz

Um 5 Prozent ist der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr gestiegen.

1,68 Mrd. €

Sachinvestitionen (TK Auto)

Die Sachinvestitionen (Fahrzeuggeschäft) stiegen um 19 Prozent.

246.375

Auslieferungen Neufahrzeuge

Insgesamt wurden 4 Prozent mehr Porsche-Fahrzeuge ausgeliefert als im Vorjahr.

97.202

Auslieferungen Macan

Mit einem Plus von rund 2 Prozent war der Macan das meistverkaufte Porsche-Modell.

27.942

Auslieferungen Panamera

Gegenüber dem Vorjahr wurden rund 83 Prozent mehr Panamera-Modelle ausgeliefert.

2,32 Mrd. €

Forschungs- und Entwicklungskosten

Die Kosten für Forschung und Entwicklung stiegen um 5 Prozent.

AUSBLICK

Geringeres Wachstum der Weltwirtschaft möglich

In unseren Planungen gehen wir davon aus, dass sich das Wachstum der Weltwirtschaft 2018 leicht abschwächen wird. Risiken sehen wir in protektionistischen Tendenzen, Turbulenzen auf den Finanzmärkten und strukturellen Defiziten in einzelnen Ländern. Zudem werden geopolitische Spannungen und Konflikte die Wachstumsaussichten weiterhin belasten. Wir rechnen deshalb sowohl für die fortgeschrittenen Volkswirtschaften als auch für die Schwellenländer mit einer etwas schwächeren Dynamik als 2017. Die höchsten Zuwachsraten erwarten wir in den aufstrebenden Wirtschaftsnationen Asiens.

In Westeuropa wird sich nach unseren Prognosen das Wirtschaftswachstum 2018 im Vergleich zum Berichtsjahr verlangsamen. Große Herausforderungen stellen die Lösung struktureller Probleme sowie die ungewissen Ergebnisse und Auswirkungen der Austrittsverhandlungen zwischen der Europäischen Union und Großbritannien dar. In Deutschland erwarten wir 2018 einen geringeren Anstieg des Bruttoinlandsprodukts als im Berichtsjahr. Die stabile Lage auf dem Arbeitsmarkt verspricht anzuhalten und den privaten Konsum wie bisher zu unterstützen. In den USA gehen wir für das Jahr 2018 von einer weiteren Verbesserung der wirtschaftlichen Lage aus. Die US-Notenbank wird im Lauf des Jahres nach unseren Annahmen zusätzliche Zinsanhebungen durchführen. In Brasilien wird sich die Wirtschaft unseren Prognosen zufolge 2018 weiter stabilisieren und ein etwas höheres Wachstum als im Berichtsjahr verzeichnen. Die chinesische Wirtschaft wird 2018 nach unseren Planungen auf relativ hohem Niveau weiterhin wachsen, jedoch im Vergleich zu den Vorjahren weniger dynamisch.

Uneinheitliche Automobilmärkte

Für die weltweiten Pkw-Märkte erwarten wir 2018 in den einzelnen Regionen eine uneinheitliche Entwicklung. In unseren Planungen gehen wir für Westeuropa davon aus, dass das Marktvolumen 2018 leicht unter dem des Berichtsjahres liegen wird. Nach der positiven Entwicklung der vergangenen Jahre erwarten wir für den deutschen Pkw-Markt 2018 eine Stabilisierung auf dem Vorjahresniveau. Die Nachfrage nach Pkw und leichten Nutzfahrzeugen (bis 6,35 Tonnen) wird in Nordamerika insgesamt und in den USA unseren Prognosen zufolge 2018 leicht sinken. Dabei dürften weiterhin überwiegend Modelle aus den SUV- und Pick-up-Segmenten gefragt sein. In Brasilien, dem größten Markt Südamerikas, wird

das Volumen nach dem kräftigen Anstieg im abgelaufenen Geschäftsjahr auch 2018 aller Voraussicht nach merklich zunehmen. Die Pkw-Märkte der Region Asien-Pazifik werden ihr Wachstum im Jahr 2018 nach unseren Vorhersagen abgeschwächt fortsetzen. In China wird sich die Nachfrage wegen des steigenden Bedarfs an individueller Mobilität weiter erhöhen. Die Wachstumsrate wird sich aber im Vergleich zum Vorjahr nach unseren Erwartungen leicht abschwächen. Vor allem günstige Einstiegsmodelle im SUV-Segment dürften nach wie vor sehr gefragt sein.

Voraussichtliche Entwicklung

Die Porsche AG erwartet im Geschäftsjahr 2018, verglichen mit dem Berichtsjahr 2017, eine Stabilisierung des hohen Niveaus bei Auslieferungen und Umsatz. Basis dafür ist die attraktive Produktpalette von Porsche – vor allem die neue Generation des Cayenne, der 2018 weltweit in allen Märkten eingeführt wird, und der Panamera. Trotz sehr hoher Investitionen in Fahrzeugprojekte und Zukunftstechnologien sowie in den Ausbau und die Erneuerung der Standorte soll sichergestellt werden, dass der hohe Ertragsanspruch der Porsche AG weiterhin erfüllt wird. Dafür sorgen kontinuierliche Produktivitätsverbesserungen, ein stringentes Kostenmanagement und neue Ertragsquellen aus innovativen Zukunftstechnologien.

In China wird sich die Nachfrage wegen des steigenden Bedarfs an individueller Mobilität weiter erhöhen. Die Wachstumsrate wird sich aber im Vergleich zum Vorjahr nach unseren Erwartungen leicht abschwächen. Vor allem günstige Einstiegsmodelle im SUV-Segment dürften nach wie vor sehr gefragt sein.

Entwicklung Automobilmarkt Prognosen 2018 der Porsche AG

Nordamerika

Die Nachfrage nach Pkw und leichten Nutzfahrzeugen wird in Nordamerika etwas sinken. Modelle aus dem SUV-Segment dürften weiterhin gefragt sein.

Deutschland

Nach der positiven Entwicklung der vergangenen Jahre wird sich der Pkw-Markt in Deutschland auf dem Vorjahresniveau stabilisieren.

China

In China wird sich die Wachstumsrate im Vergleich zum Vorjahr leicht abgeschwächt fortsetzen. Einstiegsmodelle im SUV-Segment dürften nach wie vor sehr gefragt sein.



Westeuropa

Für Westeuropa wird das Marktvolumen leicht unter dem des Vorjahres liegen.

Brasilien

In Brasilien wird das Volumen nach dem kräftigen Anstieg im Berichtsjahr voraussichtlich auch 2018 merklich zunehmen.

Asien-Pazifik

Die Pkw-Märkte der Region Asien-Pazifik werden ihr Wachstum in 2018 abgeschwächt fortsetzen.

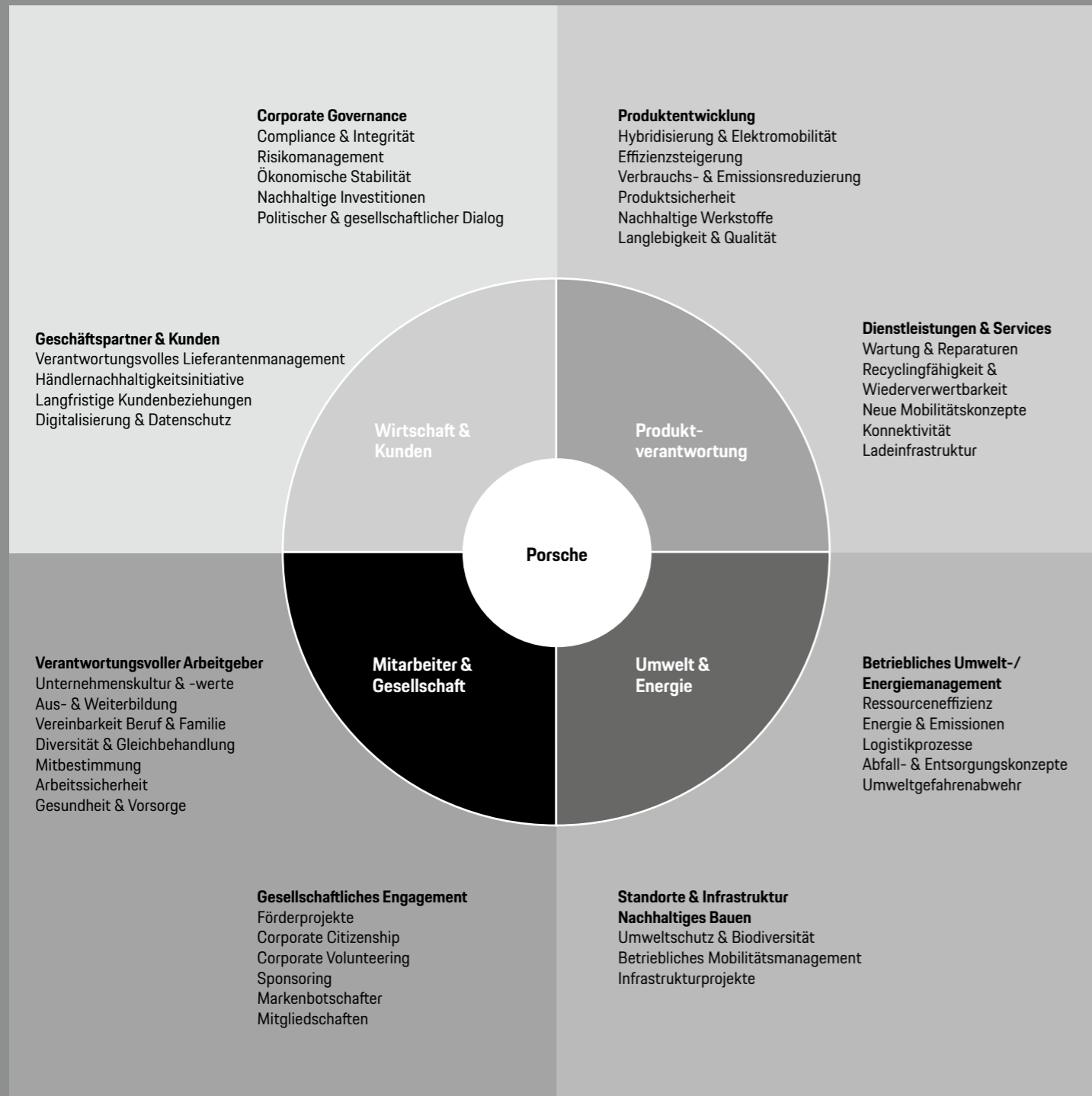
Nachhaltigkeitsstrategie und -management

Strategie und Organisation

Stakeholder-Management

Unser Weg – Managementansätze





Nachhaltigkeit ist unternehmerische Pflicht. Verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln, das sowohl der Umwelt als auch der Gesellschaft zugutekommt, entspricht nicht nur den Erwartungen von Gesellschaft, Kunden, Investoren, Medien und Politik. Es ist in wachsendem Maße auch für die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit von Bedeutung. Soziale Verantwortung, ökonomischer Erfolg und Effizienz sind in sich keine Widersprüche, sondern Grundbestandteile einer erfolgreichen, zukunftsweisen- den Unternehmensführung.

Unter strategischen Gesichtspunkten hat Nachhaltigkeit für Porsche hohe Priorität. Ausdruck dafür ist unter anderem die unmittelbare Verantwortung im Ressort des Vorstandsvorsitzenden. Seit 2016 ist nachhaltiges Handeln in Kombination mit der Stärkung der Innovationskraft des Unternehmens ein zentrales Ziel der Porsche Strategie 2025. Porsche hat den Anspruch, in allen Unternehmensbereichen nachhaltig und verantwortungsvoll zu handeln. Als Querschnittsthema ist Nachhaltigkeit in allen Ressorts kontinuierlich in Prozessen und Projekten verankert, gegliedert in die vier zentralen Handlungsfelder „Wirtschaft & Kunden“, „Produktverantwortung“, „Umwelt & Energie“ sowie „Mitarbeiter & Gesellschaft“.

Im Berichtsjahr 2017 hat Porsche die in der Strategie verankerten Nachhaltigkeitsmaßnahmen verstärkt. Porsche-eigene Audits etwa verbessern die Umsetzungskontrolle der gestellten Nachhaltigkeitsanforderungen bei Lieferanten. Seit Jahresbeginn 2017 verwenden die Porsche AG und ihre Tochtergesellschaften Porsche Logistik GmbH sowie Porsche Leipzig GmbH 100 Prozent Naturstrom. Im Rahmen der Finanzstrategie erarbeitet Porsche Kriterien, die Nachhaltigkeitsaspekte bei Investitionsentscheidungen langfristig berücksichtigen. Ein strategischer Schwerpunkt war 2017 die Identifikation von Verbesserungspotenzialen aus dem Abgleich mit externen Nachhaltigkeitsratings. In Zusammenarbeit mit Fachbereichen aller Unternehmensressorts analysierte und erarbeitete das Kernteam Nachhaltigkeit zusätzlich zahlreiche kurz-, mittel- und langfristige Verbesserungsschritte entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Sie unterstreichen nicht nur die Bedeutung von Nachhaltigkeit für das Unternehmen insgesamt, sie ermuntern auch einzelne Mitarbeiter zur Eigeninitiative. Der Bereich Aftersales etwa entwickelte selbstständig einen Maßnahmenkatalog für umwelt- und sozialverträgliches Arbeiten in zwölf Aktionsfeldern.

Porsche veränderte im Berichtsjahr 2017 seine Gremien- und Richtlinienstruktur. Das „Porsche Umwelt- und Energiecockpit“ wurde zum Steuerkreis umgestaltet. Der ressortübergreifend organisierte „Expertenkreis Nachhaltigkeit“ soll auf relevante deutsche Tochtergesellschaften ausgeweitet werden; erste Schritte sind eingeleitet. Die Konzernrichtlinie Nachhaltigkeit wird bis zum Frühjahr 2018 erarbeitet und grundlegende Prozesse für die Organisation, das Themenmanagement, die Projektumsetzung sowie die Kommunikation und Berichterstattung aller Nachhaltigkeitsthemen verbindlich und konzernweit regeln. Porsche will so eine noch breitere und stringendere Umsetzung im Unternehmen erreichen.

Details zur Organisation und zur inhaltlichen Struktur von Nachhaltigkeit bei Porsche sowie zu Grundsätzen und Richtlinien sind online unter der Rubrik „Nachhaltigkeit“ im Porsche Newsroom abrufbar: newsroom.porsche.de.

Im Berichtsjahr 2017 hat Porsche die in der Strategie verankerten Nachhaltigkeitsmaßnahmen verstärkt. Porsche-eigene Audits etwa verbessern die Umsetzungskontrolle der gestellten Nachhaltigkeitsanforderungen bei Lieferanten. Seit Jahresbeginn 2017 verwenden die Porsche AG und ihre Tochtergesellschaften Porsche Logistik GmbH sowie Porsche Leipzig GmbH 100 Prozent Naturstrom.

Nachhaltigkeit in der Porsche Strategie 2025

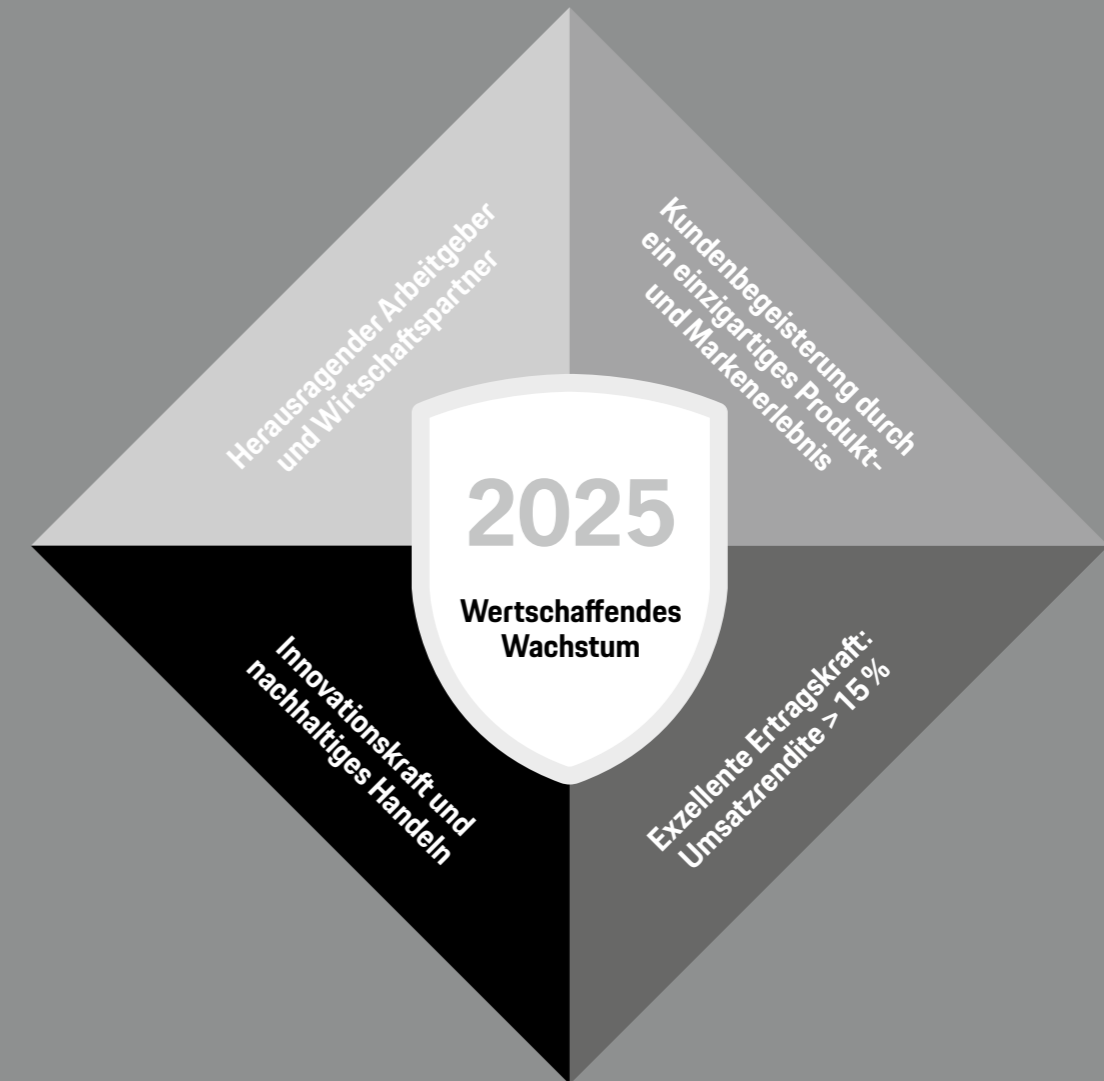
Die Zukunft des Sportwagens gestalten – das ist das Motto der Porsche Strategie 2025. Im Jahr 2016 haben Belegschaft und Management gemeinsam die neue Unternehmensstrategie für das kommende Jahrzehnt entwickelt. Im Mittelpunkt steht das künftige Produktportfolio. Der Sportwagen der Zukunft verbindet die Tradition und die Werte der Marke Porsche mit innovativen Technologien und Nachhaltigkeit. Dabei spielen Themen wie Elektromobilität, Digitalisierung und Konnektivität eine wesentliche Rolle. Das Unternehmen macht es sich zur Aufgabe, die exklusive und sportliche Mobilität von morgen zu prägen. Wertschaffendes Wachstum ist das zentrale Unternehmensziel. Nur so kann Porsche nachhaltig in innovative Technologien, neue Produkte und neue Mitarbeiter investieren.

Porsche begeistert seine Kunden mit einzigartigen Produkten und Services. Den guten Ruf als exzellenter Arbeitgeber und Wirtschaftspartner, der Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt trägt, will das Unternehmen weiter festigen. Profitabilität, Effizienz sowie soziale Verantwortung sind für Porsche keine Gegensätze.

Nachhaltigkeitsaspekte sollen in allen Unternehmensressorts – von der Entwicklung bis zum Vertrieb – umfassende Berücksichtigung finden und vorangetrieben werden. Entsprechend finden sich in allen Teilstrategien der Ressorts Ziele und Projekte mit Nachhaltigkeitsbezug. Beispiele dafür sind konkrete Maßnahmen zur Steigerung der Nachhaltigkeit in der Lieferkette, zur Verbesserung der Umweltverträglichkeit der Produkte über den Lebenszyklus hinweg sowie zur weiteren Integration von Nachhaltigkeit in wichtige Unternehmensprozesse, wie beispielsweise das Risikomanagement. Strukturiert sind alle entsprechenden Themen nach den vier zentralen Handlungsfeldern der Nachhaltigkeit bei Porsche und den zusätzlichen Arbeitspaketen „Integration in Prozesse“ sowie „Kommunikation und Stakeholder-Dialog“. Verantwortlich für das weitere Definieren und die Messbarkeit von Inhalten sowie die kontinuierliche Umsetzung des Querschnittsthemas ist das Nachhaltigkeitsteam der Abteilung „Politik und Außenbeziehungen“ in Zusammenarbeit mit einzelnen Themenverantwortlichen in den Fachbereichen.

Den guten Ruf als exzellenter Arbeitgeber und Wirtschaftspartner, der Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt trägt, will das Unternehmen weiter festigen. Profitabilität, Effizienz sowie soziale Verantwortung sind für Porsche keine Gegensätze.

Porsche Strategie 2025 Die Ziele



STAKEHOLDER-MANAGEMENT

(GRI 102-40, 102-42, 102-43, 102-44, 102-46)

Porsche pflegt den Austausch mit relevanten Anspruchsgruppen und stärkt diesen Dialog kontinuierlich. Zudem hat das Unternehmen 2017 das eigene Stakeholder-Management zu Nachhaltigkeitsthemen weiter internationalisiert und ausgebaut. So wurde unter anderem die regelmäßig stattfindende Befragung der Stakeholder auf die Märkte China und Großbritannien ausgeweitet sowie der direkte Dialog zu Nachhaltigkeitsthemen mit den wichtigsten Lieferanten in entsprechenden Workshops gestärkt.

Externer Stakeholder-Dialog

(GRI 102-40, 102-43, 102-44, 102-47, 102-48)

Vielfältige Kommunikationskanäle und Veranstaltungsformate stützen den Austausch mit externen Stakeholdern. Das Porsche-Magazin „Christophorus“ erscheint weltweit in elf Sprachen. Die Umfeldzeitung „targa – Nachrichten für die Nachbarn“ richtet sich direkt an Anwohner der jeweiligen Porsche-Standorte. Der Online-Newsroom mit seinen Twitter- und Instagram-Kanälen, das Web-TV-Format „9:11 Magazin“ wie auch die Porsche-Webseite zählen zu den wichtigen Informationsquellen von Meinungsbildnern, Entscheidungsträgern und Kunden. Darüber hinaus sucht Porsche den persönlichen Kontakt. Drei Veranstaltungen informierten 2017 über den Fortgang von Bauarbeiten an den Porsche-Standorten, erstmals auch in den Gemeinden Weissach und Mönshheim in direkter Nachbarschaft des Porsche-Entwicklungszentrums. Mehr als 500 interessierte Bürger nahmen die Gelegenheit wahr, sich ein Bild über den Stand der Arbeiten zu machen, Fragen zu stellen, Anregungen zu geben und ihre Meinung zu vertreten.

Mitwirken in Netzwerken und Engagement in Nachhaltigkeitsinitiativen – auch das ist Teil des Stakeholder-Dialogs. Seit 2016 gehört Porsche dem „Bundesdeutschen Arbeitskreis für umweltbewusstes Management e.V.“ (B.A.U.M.) an. 2017 ist Porsche dem „Deutschen Netzwerk für Wirtschaftsethik“ beigetreten und bekennt sich als Unterzeichner der „Charta Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit“ (WIN) des Landes Baden-Württemberg zu seiner ökonomischen, ökologischen und sozialen Verantwortung. Im Rahmen einer „interkommunalen Arbeitsgruppe“ fördert das Unternehmen den Dialog mit lokaler Politik. Erstmals organisierte Porsche 2017 Nachhaltigkeitsworkshops für ausgewählte Lieferanten. Teilnehmer diskutierten dort neue Ansätze für eine Zusammenarbeit unter Nachhaltigkeitsaspekten.

Der 2016 ins Leben gerufene Porsche-Nachhaltigkeitsbeirat kam 2017 zweimal mit dem Vorstand der Porsche AG zusammen. Das Gremium aus international renommierten Vertretern von Wissenschaft und Gesellschaft (Prof. Dr. Sonja Peterson, Prof. Dr. Lucia Reisch, Prof. Dr. Maximilian Gege, Prof. Dr. Ortwin Renn sowie Prof. Dr. Dr. Klaus Töpfer) fungiert als Ideen- und Impulsgeber. Die Zusammenarbeit soll 2018 weiter gestärkt werden.

Interner Stakeholder-Dialog

(GRI 102-40, 102-43, 102-44, 102-47)

Transparenz, eine offene und direkte Kommunikation, ist wesentlicher Bestandteil der gelebten Porsche-Unternehmenskultur. Mitarbeitern steht eine Vielzahl von Möglichkeiten zur Verfügung, sich ständig über Aktivitäten und aktuelle Entwicklungen des Unternehmens zu informieren – etwa über Mitarbeitermagazine, die jeweilige Standortzeitung, das eigene TV-Format oder auch über das Intranet. Seit 2017 können Mitarbeiter das Porsche-Intranet via App auf allen privaten Endgeräten nutzen. Regelmäßige Betriebs- und Ressortversammlungen, Mitarbeiter-Informationsveranstaltungen sowie inhaltsspezifische Themen- und Innovationswochen sind ebenfalls Teil der vielfältigen internen Kommunikation. 2018 soll die Belegschaft mit einer Themenwoche für Nachhaltigkeit weiter sensibilisiert werden.

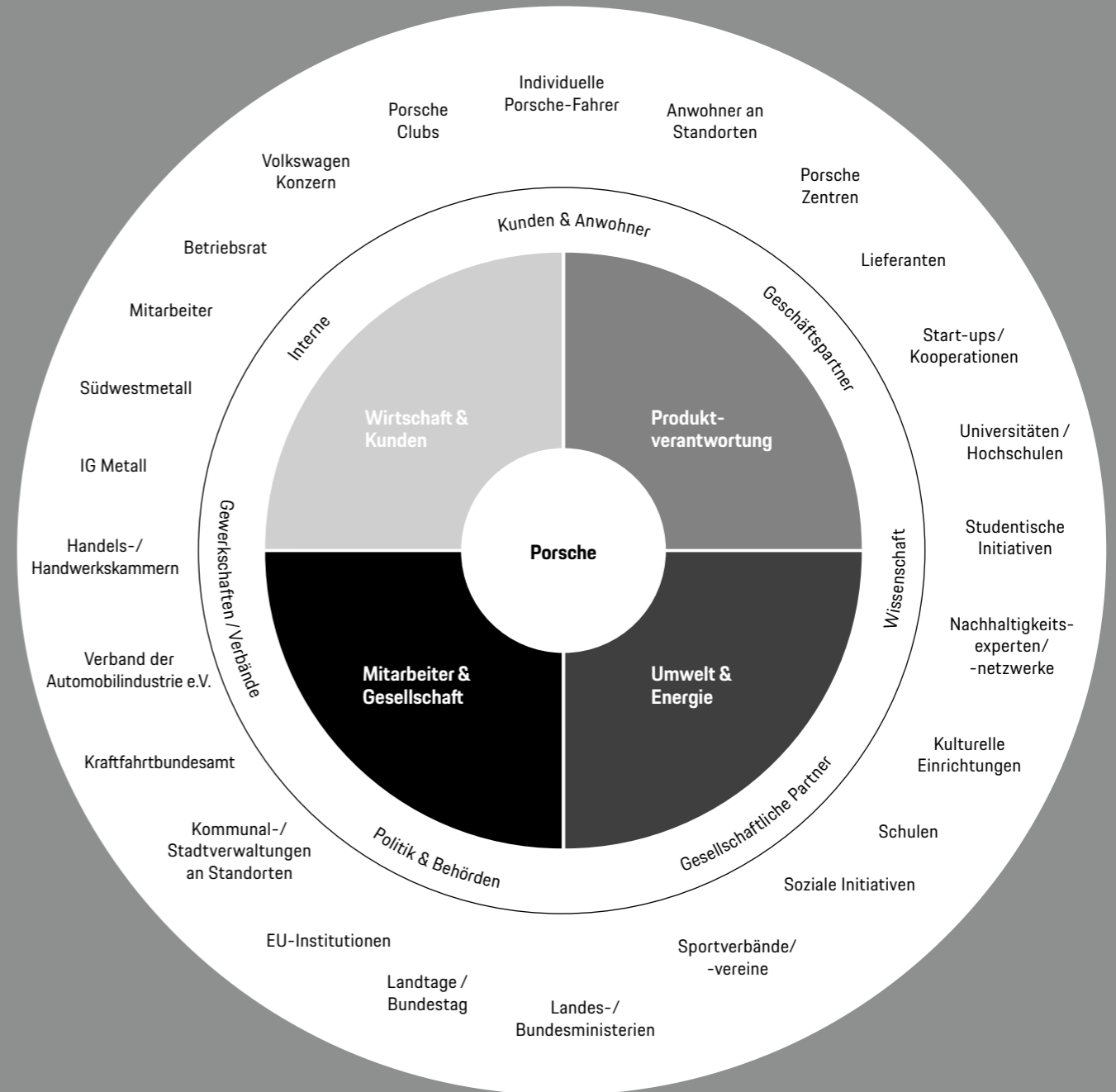
Porsche ermuntert seine Mitarbeiter, sich über das interne Ideen- und Innovationsmanagement einzubringen. Beschwerden und persönliche Anliegen werden auf Wunsch vertraulich behandelt. Das Porsche-Ombudsmann-System nimmt anonyme Beschwerden und Meldungen über etwaige Rechtsverstöße mit Bezug zum Unternehmen entgegen. Mehr als 18.000 Beschäftigte beteiligten sich 2017 am „Stimmungsbarometer“, einer Befragung der Mitarbeiter von Porsche und von den Tochtergesellschaften.

Porsche pflegt den Austausch mit relevanten Anspruchsgruppen und stärkt diesen Dialog kontinuierlich. Zudem hat das Unternehmen 2017 das eigene Stakeholder-Management zu Nachhaltigkeitsthemen weiter internationalisiert und ausgebaut. So wurde unter anderem die regelmäßig stattfindende Befragung der Stakeholder auf die Märkte China und Großbritannien ausgeweitet sowie der direkte Dialog zu Nachhaltigkeitsthemen mit den wichtigsten Lieferanten in entsprechenden Workshops gestärkt.

Unsere Stakeholder

(GRI 102-40, 102-42, 102-43, 102-44)

Die wichtigsten internen und externen Anspruchsgruppen des Unternehmens, die auf der Basis von internen Analysen festgestellt wurden.



Nachhaltigkeitsorganisation

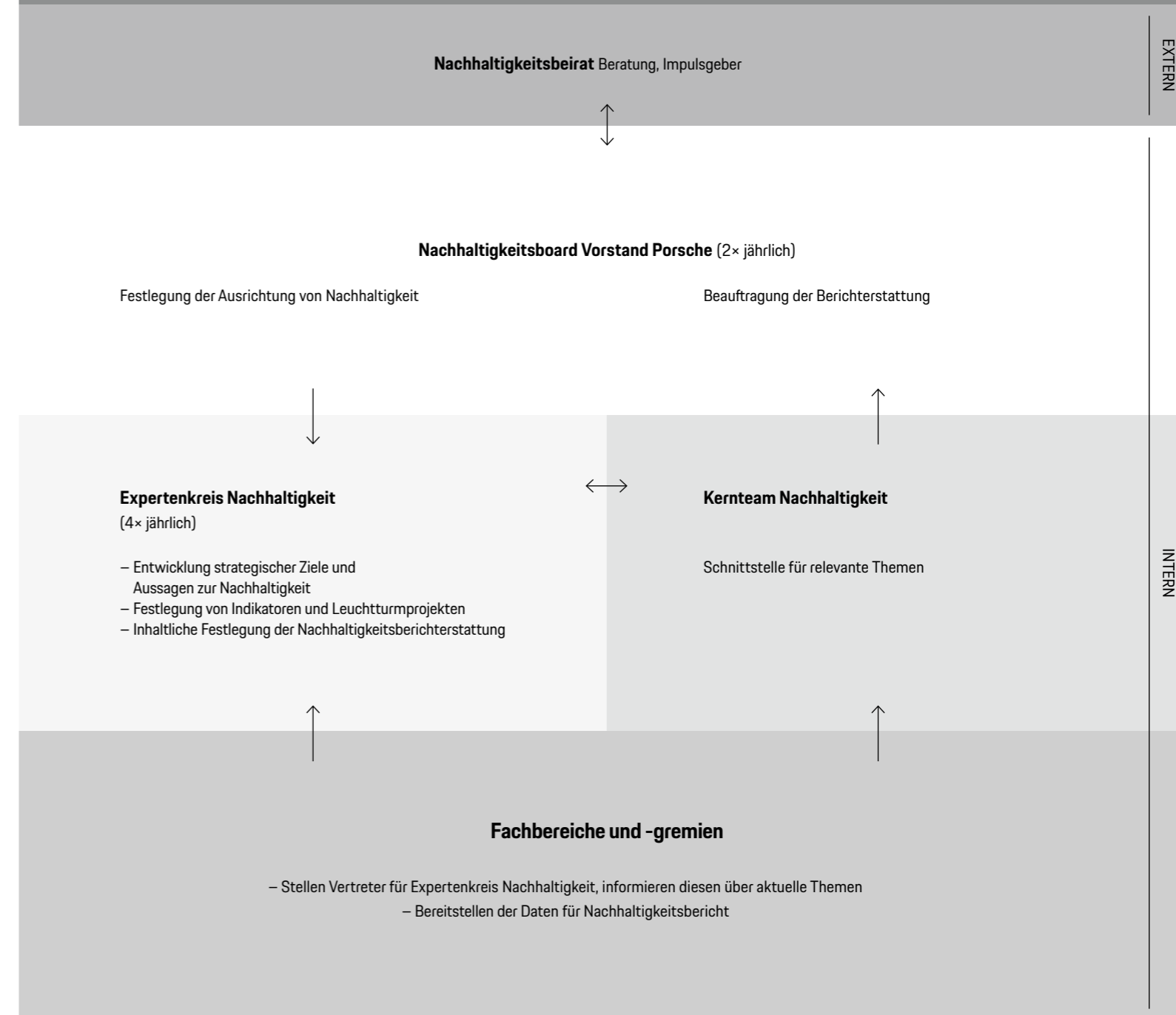
(GRI 102-46, 103-1)

Eine klare interne Struktur mit definierten Zuständigkeiten und Aufgaben ermöglicht eine stringente und effektive Bearbeitung von Nachhaltigkeitsthemen im Unternehmen. Als höchstes Nachhaltigkeitsgremium fungiert der Vorstand der Porsche AG, der mindestens zweimal jährlich als „Nachhaltigkeitsboard“ zusammentritt. Dabei wird neben der grundsätzlichen strategischen Ausrichtung auch über die Umsetzung von Leuchtturmprojekten sowie weitreichenden Nachhaltigkeitsmaßnahmen entschieden. Das Nachhaltigkeitsteam der Abteilung „Politik und Außenbeziehungen“ agiert als Schnittstelle für alle nachhaltigkeitsrelevanten Themen im Unternehmen. Es ist mit der Koordination sämtlicher Nachhaltigkeitsaktivitäten, der Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie, der Berichterstattung sowie der Einbindung in die konzernweiten Nachhaltigkeitsaktivitäten des Volkswagen Konzerns betraut. Darüber hinaus stellt es die interne und externe Kommunikation sowie den kontinuierlichen Ausbau des Stakeholder-Dialogs sicher. Für die Erarbeitung der inhaltlichen Ausrichtung der Nachhaltigkeitsaktivitäten und entsprechender Vorschläge für den Vorstand ist der „Expertenkreis Nachhaltigkeit“ zuständig. Er ist ressortübergreifend organisiert und tritt viermal jährlich zusammen. Die ständigen Mitglieder des Expertenkreises vertreten nachhaltigkeitsrelevante Fachbereiche aller Unternehmensressorts und wirken in diesen wiederum als Multiplikatoren für Nachhaltigkeitsthemen.

Der 2016 ins Leben gerufene Porsche-Nachhaltigkeitsbeirat kam 2017 zweimal mit dem Vorstand der Porsche AG zusammen. Das Gremium aus international renommierten Vertretern von Wissenschaft und Gesellschaft (Prof. Dr. Sonja Peterson, Prof. Dr. Lucia Reisch, Prof. Dr. Maximilian Gege, Prof. Dr. Ortwin Renn sowie Prof. Dr. Dr. Klaus Töpfer) fungiert als Ideen- und Impulsgeber. Die Zusammenarbeit soll 2018 weiter gestärkt werden.

Eine klare interne Struktur mit definierten Zuständigkeiten und Aufgaben ermöglicht eine stringente und effektive Bearbeitung von Nachhaltigkeitsthemen im Unternehmen. Als höchstes Nachhaltigkeitsgremium fungiert der Vorstand der Porsche AG, der mindestens zweimal jährlich als „Nachhaltigkeitsboard“ zusammentritt.

Porsche Strategie 2025 Nachhaltigkeitsmanagement



WESENTLICHKEITSANALYSE 2017 ✓

(GRI 102-40, 102-42, 102-43, 102-44, 102-46, 102-47, 102-48, 103-1)

Eine anonyme, internationale Online-Stakeholder-Befragung im Herbst 2017 forderte 7.200 Repräsentanten relevanter Anspruchsgruppen dazu auf, Einschätzungen und Erwartungen zum Thema „Nachhaltigkeit“ bei Porsche abzugeben – dreimal so viele wie bei der Befragung im Jahr 2015. Rund 950 Personen – darunter Kunden (67,3 Prozent), Geschäftspartner und Analysten/Investoren (7,5 Prozent), Politiker und Behördenvertreter (4,8 Prozent), Nichtregierungsorganisationen (3,0 Prozent), Mitarbeiter von Porsche (2,7 Prozent) sowie Vertreter aus der Wissenschaft (2,4 Prozent) und andere Befragte (12,3 Prozent) – gaben ihr Votum ab, unter ihnen erstmals auch Teilnehmer aus China und Großbritannien.

Mehr als zwei Drittel der Befragten zeigen sich mit den Nachhaltigkeitsleistungen von Porsche „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“. Dies entspricht einer Verbesserung um zwölf Prozentpunkte im Vergleich zur vorangegangenen Befragung. Prinzipiell sehen die Befragten keinen Konflikt zwischen Nachhaltigkeit und der Herstellung von Premium-Sportwagen; für 89 Prozent besteht kein genereller Widerspruch. Mehr als die Hälfte der Befragten (58 Prozent) lässt sich in ihrem Eindruck von Porsche durch die Dieseldematik „kaum“ bis „gar nicht“ beeinflussen, knapp ein Drittel dagegen (29 Prozent) aber schon. Alle Anspruchsgruppen erwarten in diesem Punkt eine offene, ehrliche und transparente Kommunikation sowie das klare Bekenntnis zu emissionsarmer und zukunftsfähiger Mobilität. Übergreifend betrachten die Befragten die Themen „Fahrzeugsicherheit“, „Kraftstoffverbrauch und Emissionen der Fahrzeuge“ sowie „langfristige Kundenbeziehungen“ als vorrangig.

Auch die Mitglieder des Nachhaltigkeitsbeirats äußerten sich in individuellen Experteninterviews detailliert zur Nachhaltigkeit bei Porsche sowie zu Chancen und Risiken. Dabei gaben sie auch konkrete Handlungsempfehlungen zur weiteren Gestaltung des Porsche-Engagements. In den Fokus stellten sie unter anderem Themen wie „alternative Antriebe“, „Reduktion der unternehmerischen CO₂-Emissionen“ oder „Ausbau der Ladeinfrastruktur“. Die Impulse der Mitglieder des Nachhaltigkeitsbeirats werden zukünftig weiter durch dessen stärkere Einbindung in das Nachhaltigkeitsmanagement sowie eine Ausweitung des externen Stakeholder-Dialogs berücksichtigt.

WESENTLICHKEITSMATRIX UND BERICHT-ERSTATTUNG 2017 ✓

(GRI 102-44, 102-46, 102-47, 103-1)

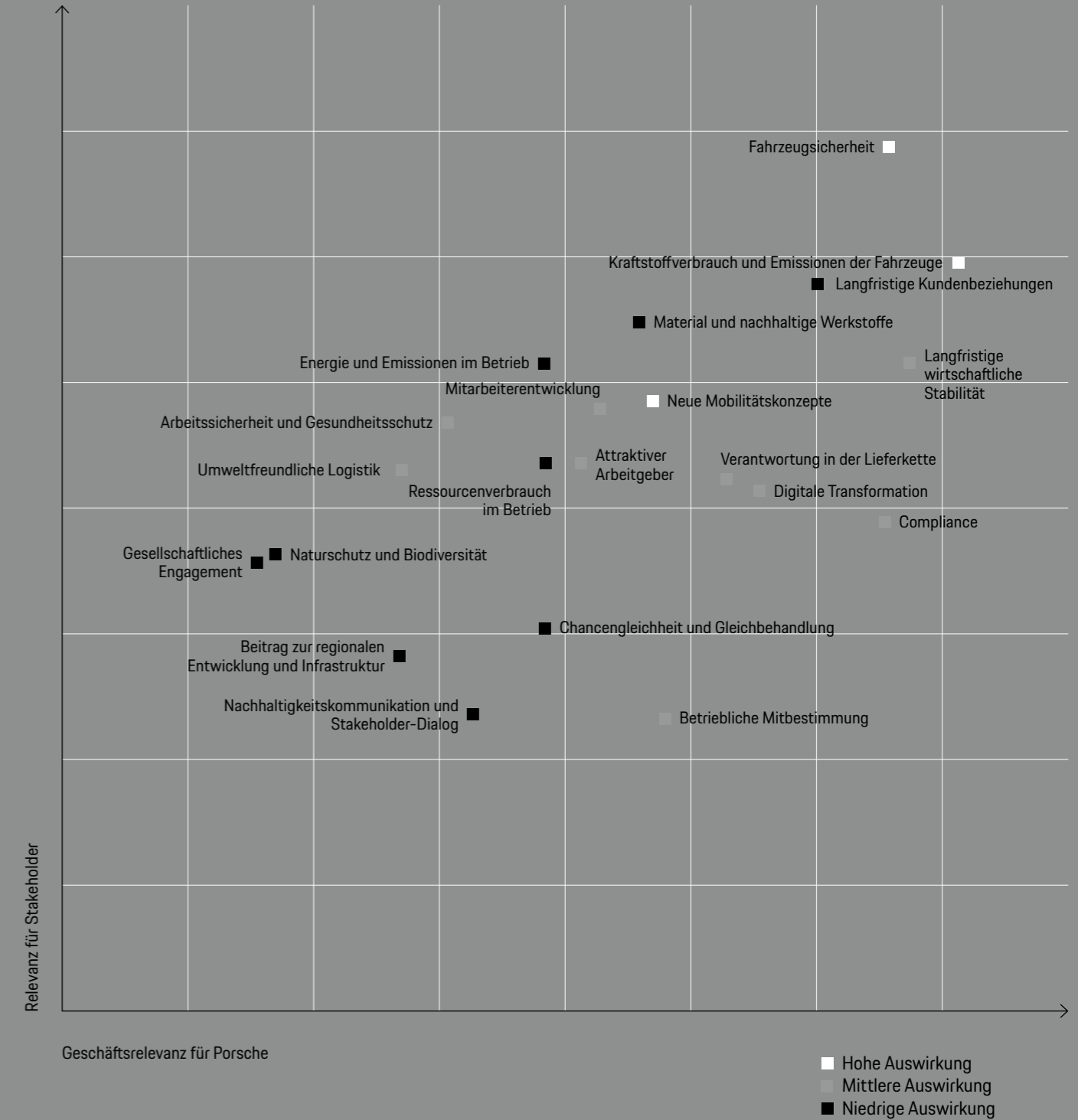
Welche Auswirkungen das Unternehmen auf Umwelt, Mitarbeiter und Gesellschaft hat, untersuchten die Mitglieder des Expertenkreises Nachhaltigkeit mit Vertretern relevanter Porsche-Fachbereiche in einem internen Workshop.

Wesentlich für die Berichterstattung 2017 sind gemäß den Standards der „Global Reporting Initiative“ (GRI) alle Themen mit einer hohen Relevanz für die Stakeholder sowie Themen mit mittlerer oder hoher Auswirkung: Fahrzeugsicherheit, Kraftstoffverbrauch und Emissionen der Fahrzeuge, langfristige Kundenbeziehungen, Material und nachhaltige Werkstoffe, Energie und Emissionen im Betrieb, langfristige wirtschaftliche Stabilität, neue Mobilitätskonzepte, Mitarbeiterentwicklung, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, umweltfreundliche Logistik, Ressourcenverbrauch im Betrieb, attraktiver Arbeitgeber, Verantwortung in der Lieferkette, digitale Transformation, Compliance sowie betriebliche Mitbestimmung.

Prinzipiell sehen die Befragten keinen Konflikt zwischen Nachhaltigkeit und der Herstellung von Premium-Sportwagen; für 89 Prozent besteht kein genereller Widerspruch.

Wesentlichkeitsmatrix ✓

(GRI 102-44, 102-46, 102-47, 103-1)



UNSER WEG – MANAGEMENTANSÄTZE UNSERER HANDLUNGSFELDER

WIRTSCHAFT & KUNDEN

Nachhaltigkeitsgrundsatz

Zufriedene Kunden, wirtschaftliche Stabilität, wertschaffendes Wachstum und gesellschaftliche Akzeptanz stehen im Mittelpunkt aller Unternehmensaktivitäten von Porsche. Unternehmerische Verantwortung beginnt mit dem Selbstverständnis, einen aktiven Beitrag zum Schutz der natürlichen Lebensbedingungen auf der Erde sowie zu unserem gesellschaftlichen Umfeld zu leisten. Ökonomische Effizienz, ökologisches Bewusstsein und soziale Verantwortung schließen sich nicht aus. Im Gegenteil: Gemeinsam schaffen sie Mehrwert für die Stakeholder von Porsche. Als Unternehmen ist Porsche integraler Bestandteil der Gesellschaft. Ethisches Verhalten ist deshalb essenziell. Porsche lebt den fairen Wettbewerb und handelt nicht nur legal, sondern auch legitim. Das Unternehmen geht systematisch gegen Korruption vor, respektiert die Einhaltung international anerkannter Menschenrechte und lehnt jedwede Form von Zwangs- und Kinderarbeit kategorisch ab.

Mit dem Handlungsfeld „Wirtschaft & Kunden“ deckt Porsche die in der Wesentlichkeitsanalyse 2017 identifizierten Themen „Langfristige wirtschaftliche Stabilität“, „Langfristige Kundenbeziehungen“, „Compliance“, „Verantwortung in der Lieferkette“ sowie „Digitale Transformation“ ab. Klar definierte Prozesse und Zuständigkeiten sowie festgeschriebene Evaluierungsverfahren prägen alle genannten Themen.

Wirtschaftliche Stabilität und digitale Transformation

Die Automobilbranche steht vor einem Systembruch. Elektrifizierung, Digitalisierung und Konnektivität sind die Eckpunkte einer neuen Ära individueller Mobilität. Auch die Porsche-Stakeholder sehen das so: Sie haben in der Wesentlichkeitsanalyse 2017 die Aspekte „Wirtschaftliche Stabilität“ und „Digitale Transformation“ mit einer entsprechend hohen Relevanz bewertet. Auch aus Sicht des Unternehmens sind diese Themen eine Grundvoraussetzung für den langfristigen wirtschaftlichen Erfolg und wurden beide mit einer mittleren Auswirkung auf Gesellschaft und Umwelt eingeschätzt.

Exzellente Ertragskraft mit einer operativen Umsatzrendite von mindestens 15 Prozent ist ein herausragendes Merkmal der Porsche-Unternehmensphilosophie. Gleichzeitig

investiert Porsche massiv in den digitalen Wandel und in seine eigene Innovationskraft. Die digitale Transformation erfasst alle Bereiche des Unternehmens – interne Prozesse ebenso wie die Interaktion mit Kunden oder die Entwicklung von Produkten und Services. Ein ressortübergreifendes Innovationsmanagement unterstützt neue Ideen, es forciert die prototypische Erprobung von Technologien und Trends und motiviert Porsche-Mitarbeiter zur Eigeninitiative, um Mobilität nachhaltig zu gestalten.

Gemäß den Standards der „Global Reporting Initiative“ (GRI) ist das Thema „Langfristige wirtschaftliche Stabilität“ durch die Angabe *GRI 201: Wirtschaftliche Leistung* abgedeckt. Gemessen und berichtet wird diese anhand der finanziellen Analyse, der finanziellen Daten sowie der Wertschöpfungsrechnung des Porsche AG Konzerns.

Langfristige Kundenbeziehungen

Porsche stellt hohe Ansprüche an die Kundenpflege und strebt danach, die Begeisterung der Kunden für die Produktwelten exklusiver Sportwagen und Smart Mobility zu erhalten und zu fördern. „Kundenbegeisterung durch ein einzigartiges Produkt- und Markenerlebnis“ stellt eines der vier zentralen Ziele der Porsche Strategie 2025 dar. Auch die Wesentlichkeitsanalyse nach einer Stakeholder-Befragung unterstreicht die Bedeutung des Themas „Langfristige Kundenbeziehung“ für das Unternehmen. Nach interner Einschätzung hat der Aspekt zwar nur eine geringe Auswirkung auf Gesellschaft und Umwelt. Trotzdem setzen Vertrieb und Marketing mit ihrer Ressortstrategie auf vielfältige Maßnahmen zur weiteren Optimierung der Customer Journey bei Porsche.

Interaktion und Dialog kennzeichnen unsere Beziehungen zu allen Stakeholdern. Neben der klassischen Kommunikation öffnet Porsche neue Kanäle für den Dialog mit Kunden. Apps, Social Media, Chats, aber auch das übergreifende personalisierte Kundenportal „My Porsche“ dienen sowohl der unkomplizierten, schnellen Information als auch der individuellen Interaktion mit dem Unternehmen. Für die langfristige Kundenbindung ist der persönliche Kontakt unverzichtbar. Konstruktive Kritik ist für Porsche eine Chance, Produkte und Prozesse immer weiter zu verbessern. Die weltweite Porsche-Kundenmarktforschung zielt darauf ab, Erwartungen von Kunden besonders mit Blick auf neue Technologien im Automobilbau und die Nutzung individueller Mobilität rechtzeitig zu verstehen, gesamtheitlich zu interpretieren und damit frühzeitig in die Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen

Ökonomische Effizienz, ökologisches Bewusstsein und soziale Verantwortung schließen sich nicht aus. Im Gegenteil: Gemeinsam schaffen sie Mehrwert für die Stakeholder von Porsche.

einfließen zu lassen. Jährlich werden mithilfe von mehr als 200.000 Befragungen die Daten und Stimmungen von Kunden in aller Welt gesammelt. Im „Forum Produktqualität und Kundenzufriedenheit“ stimmt sich der Vorstand der Porsche AG eng mit Technikern und Vertretern des Qualitätswesens sowie den Bereichen Customer Relations und Aftersales über Lehren und Konsequenzen ab.

Nach den Standards der „Global Reporting Initiative“ deckt Porsche das Thema „Langfristige Kundenbeziehungen“ durch die Angabe *GRI 418: Schutz der Kundendaten* ab. Porsche nimmt den Schutz personenbezogener Daten sehr ernst und achtet das Recht auf informationelle Selbstbestimmung. Der Datenschutz ist – unabhängig und weisungsfrei – in relevante Unternehmensprozesse eingebunden, um die Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen zu gewährleisten. Im Rahmen eigener Richtlinien hat sich Porsche auf Datenschutzprinzipien wie Datensparsamkeit, Zweckbindung und Vertraulichkeit verpflichtet. Aufgrund interner Vertraulichkeitsvorgaben können jedoch eingegangene Beschwerden über Fälle von Datenschutzverletzungen nicht veröffentlicht werden.

Verantwortung in der Lieferkette

Mit wirtschaftlichem Erfolg und dem Einsatz neuer Technologien gewinnt die Lieferkette eines Unternehmens an Bedeutung. Steigende Absatzzahlen erhöhen die Anzahl der Lieferteile signifikant. Auch unter ethischen Gesichtspunkten ist das Thema virulent, was Porsche-Stakeholder in der Wesentlichkeitsanalyse 2017 eindrucksvoll unterstreichen. Nach unternehmensinterner Einschätzung hat die Porsche-Lieferkette mittlere Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft. Porsche setzt alles daran, die Lieferkette im Rahmen eigener Möglichkeiten sowie gemeinsam mit Lieferanten und Sublieferanten so positiv und wertschöpfend wie möglich zu gestalten.

Der Einkaufsbereich der Porsche AG wurde im Zuge der Eingliederung des Unternehmens in den Volkswagen Konzern zu weiten Teilen in die konzernweite Beschaffungsorganisation integriert. Im Rahmen eines Kooperationsvertrags zur gemeinsamen Beschaffung sind bereits 2011 entsprechende Strukturen, Prozesse und Systeme etabliert worden. Die von Porsche getroffenen Vergabeentscheidungen werden daher weitreichend mit dem Volkswagen Konzern koordiniert und abgestimmt. Außerdem wurde die Zusammenarbeit zwischen der Porsche AG und dem Konzern stetig vorangetrieben und Strukturen ausgebaut sowie gefestigt.

Grundlage sind eine vertrauensvolle Zusammenarbeit, gemeinsame Werte sowie die strikte Einhaltung der im Volkswagen Konzern definierten Nachhaltigkeitsanforderungen. Das Konzept „Nachhaltigkeit in den Lieferantenbeziehungen“ mit dem Code of Conduct zwingt alle Beteiligten, die hohen Umwelt-, Sozial- und Menschenrechtsstandards gemäß der Charta der Internationalen Handelskammer und den OECD-Richtlinien für eine langfristige und tragfähige Entwicklung umzusetzen. Das Fundament der Nachhaltigkeitsanforderungen, an deren Überarbeitung und Aktualisierung sich Porsche im Berichtsjahr 2017 beteiligt hat, bilden die einschlägigen Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation ILO. Auch wird erwartet, dass alle Lieferanten der OECD-Leitlinie zur Sorgfaltpflicht zur Förderung verantwortungsvoller Lieferketten für Minerale aus Konflikt- und Hochrisikogebieten nachkommen. Zu diesem Thema engagiert sich Porsche im Rahmen der Konzernaktivitäten zur „Responsible Minerals Initiative“ (RMI). Die Nachhaltigkeitsanforderungen sind Bestandteil des Liefervertrags, dessen Nichteinhaltung Überprüfungen, Stellungnahmen und schlimmstenfalls die Kündigung der Geschäftsbeziehung nach sich ziehen können. Im Berichtsjahr 2017 gab es im Rahmen von Nachhaltigkeitsaudits fünf Fälle, bei denen eine Nichteinhaltung spezifischer Anforderungen festgestellt wurde. Mit drei Lieferanten sind entsprechende Maßnahmenpläne abgestimmt und die Einleitung der Maßnahmen überwacht worden. Zwei Fälle sind zum Abschluss des Berichtsjahres noch offen und werden weiterhin geprüft.

Neue Lieferanten durchlaufen bei Porsche vor Aufnahme einer Geschäftsbeziehung grundsätzlich einen Integritätscheck. Während der Kooperation finden zusätzlich ein stetiges Monitoring und eine Lieferantenentwicklung statt, unterstützt von Fragebogen-Aktionen, Lieferantenländer-Risikoanalysen sowie E-Learning-Modulen und Schulungen. Seit 2016 unternimmt Porsche eigene Nachhaltigkeitsaudits bei ausgewählten Lieferanten. Detaillierte Auditberichte und Aktionspläne dienen der Nachbereitung von Überprüfungen. Damit setzt Porsche – neben vielfältigen weiteren Aktivitäten wie regelmäßigen Mitarbeiterschulungen zu Nachhaltigkeitsvorgaben in der Lieferkette oder Lieferantenworkshops – eine Maßnahme der Strategie 2025 um. Nachhaltigkeit in der Lieferkette ist außerdem ein eigenes Feld der Beschaffungsstrategie. Schließlich regelt eine neue Richtlinie des Volkswagen Konzerns zur Nachhaltigkeit im Lieferantenmanagement seit 2017 zudem alle internen Prozesse und Zuständigkeiten. Porsche überführt die enthaltenen Anforderungen im

Frühjahr 2018 in eigene markenspezifische Richtlinien.

Nach den Standards der „Global Reporting Initiative“ deckt Porsche das Thema „Verantwortung in der Lieferkette“ durch folgende inhaltsspezifische Angaben ab: *GRI 204: Beschaffungspraktiken*, *GRI 308/414: Umwelt-/soziale Bewertung der Lieferanten*, *GRI 408/409: Kinder-/Zwangs- oder Pflichtarbeit* sowie *GRI 412: Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte*.

Compliance

Die Einhaltung von Recht und Gesetz bildet die Basis von verantwortungsvollem Handeln. Das sehen auch die Stakeholder von Porsche so und schreiben dem Thema „Compliance“ in der Wesentlichkeitsanalyse 2017 eine entsprechend hohe Bedeutung zu.

Sichergestellt werden ein konformes Verhalten durch eine am Geschäftsmodell orientierte Compliance-Organisation und rechtssichere Prozesse sowie Maßnahmen der Prävention und Reaktion. Derzeit betrachtet Porsche in seinem Compliance Management System sieben sogenannte Compliance-Themenfelder. Um Rechtsverstöße zu verhindern und die Mitarbeiter bei der Einhaltung von Recht und Gesetz zu unterstützen, hat Porsche eine Compliance-Organisation eingerichtet. Sie besteht unter anderem aus dem Chief Compliance Officer, Compliance-Themenverantwortlichen bei der Porsche AG sowie den Geschäftsführern als lokale Compliance Officer in den Konzerngesellschaften. Das Compliance-Programm von Porsche umfasst verschiedene Maßnahmen zur Prävention und Reaktion. Auf Basis von Risikoanalysen werden regelmäßig Handlungsbedarfe und Maßnahmen zur Prävention unter Berücksichtigung des jeweiligen Geschäftsmodells, relevanter Umfeldbedingungen sowie der Art von Geschäftspartner-Beziehungen definiert. Dabei zählen zu den wesentlichen Maßnahmen der Prävention die Verabschiedung und Kommunikation klarer Richtlinien, das Angebot einer vertraulichen Compliance-Beratung sowie die regelmäßige Schulung und Information der Führungskräfte und Mitarbeiter zu relevanten Compliance-Themen. Die Porsche-Verhaltensgrundsätze fassen die wichtigsten Grundsätze und Erwartungen an rechtmäßiges, integriertes und nachhaltiges Handeln im Porsche Konzern in einer verbindlichen Leitlinie für alle Führungskräfte und Mitarbeiter zusammen. Dazu gehören unter anderem der Umgang mit Interessenkonflikten, die Bekämpfung von Korruption in jeglicher Form, ein angemessenes Verhalten innerhalb des Konzerns gegenüber Kunden, Geschäftspartnern und Amtsträgern sowie die Übernahme von Verantwortung für Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft. Darüber hinaus gibt es zu jedem Compliance-Thema eine Richtlinie – beispielsweise zur Bekämpfung von Korruption und zum Umgang mit Interessenkonflikten – zur Vermeidung von Kartellrechtsverstößen oder zur Prävention von Geldwäsche.

Das zentrale Compliance Help Desk von Porsche dient als Anlauf- und Beratungsstelle für die Beantwortung von Fragen zur Compliance und die Entgegennahme von Hinweisen

der Führungskräfte und Mitarbeiter. Um regelkonformes Verhalten sicherzustellen und zu fördern, werden Führungskräfte und Mitarbeiter regelmäßig sowie aufgabenbezogen informiert und geschult. Als wesentliche Maßnahme der Reaktion ist die Einrichtung einer internen und externen Anlaufstelle zur Entgegennahme von Hinweisen auf potenzielle Rechtsverstöße in Bezug zu Porsche etabliert. Intern können Führungskräfte oder Mitarbeiter den Verdacht einer Straftat oder schweren Unregelmäßigkeit vertraulich an das Compliance Help Desk mitteilen. Extern können Führungskräfte, Mitarbeiter, Kunden oder Geschäftspartner von Porsche, Amtsträger oder sonstige Außenstehende Hinweise auf Rechtsverstöße mit Bezug zu Porsche anonym an das Ombudsmann-System melden. In beiden Fällen wird Hinweisen sorgfältig nachgegangen und auf festgestellte Verstöße angemessen unter Einhaltung arbeits- und mitbestimmungsrechtlicher Vorgaben reagiert. Dies umfasst auch die Einleitung geeigneter Gegenmaßnahmen und die Sanktionierung individuellen Fehlverhaltens. Dem Vorstand der Porsche AG wird regelmäßig zum Umsetzungsstand der Compliance-Organisation und der präventiven sowie reaktiven Maßnahmen im Porsche Konzern berichtet.

Compliance-Schulungen ✓

Compliance-Schulungen unterliegen der Verantwortung der Compliance-Themenverantwortlichen in Zusammenarbeit mit dem Personalressort. Zum Zeitpunkt der Berichterstattung werden überwiegend Präsenzschulungen durchgeführt. Hervorzuheben ist ein Pilotprojekt des Entwicklungsressorts, Hauptabteilung „Technische Konformität“, bei dem ein E-Learning-Training zu regulatorischen Vorgaben, Umweltschutzthemen, allgemeinen Compliance-Vorgaben und dem Porsche-Hinweisgebersystem erarbeitet wurde. Künftig sollen flächendeckend E-Learning-Trainings zu Compliance-Themen das Angebot an Präsenzveranstaltungen ergänzen.

Grundlage ist ein Schulungskonzept, in dem der Compliance-Themenverantwortliche nach risikoorientierten Erwägungen abgeleitete Zielgruppen beschreibt, inhaltliche Schwerpunkte festlegt sowie organisatorische Aspekte wie Anzahl der Veranstaltungen, Frequenz und Kapazitätsbedarfe regelt. Feststehende Schulungsveranstaltungen richten sich regelmäßig an die Führungskräfte sowie neue Mitarbeiter und werden durch Schwerpunkt-Schulungen in ausgewählten Themen und Zielgruppen ergänzt.

Ein Beispiel: Compliance ist in den Workshops zum Thema „Unternehmenskultur“ für

Führungskräfte der ersten und zweiten Führungsebene sowie alle sonstigen Führungskräfte mit fachlicher oder disziplinarischer Führungsverantwortung vertreten. Im Mittelpunkt stehen die Porsche-Verhaltensgrundsätze, die Compliance-Kultur von Porsche sowie grundlegende Vorgaben zur Vermeidung von Anti-Korruption und Eckpunkte des Kartellrechts. Zur Theorie kommen praktische Übungen – die Bearbeitung und Lösung potenzieller Compliance-Fälle in Gruppenarbeit. Porsche-Führungskräfte sind dazu aufgefordert, Mitarbeitern mit Hinweisen auf mögliche Compliance-Fälle in ihren jeweiligen Verantwortungsbereichen jederzeit als Ansprechpartner zur Verfügung zu stehen.

Neue Mitarbeiter werden im „Porsche Warm Up“ mit der unternehmenseigenen Compliance-Kultur vertraut gemacht. Schon beim Start beschäftigen sie sich mit den Porsche-Verhaltensgrundsätzen sowie grundlegenden Vorgaben zur Vermeidung von Korruption. Auch bearbeiten sie in Gruppen potenzielle Compliance-Fälle und entwickeln eigene Lösungsansätze. Das „Porsche Warm Up“ findet derzeit in Abhängigkeit von Neueinstellungen monatlich statt.

Compliance-Schulungen sind bei Porsche verbindlich. Auswertungen und Ergebnisse werden intern geteilt. Seit Anfang des Jahres 2018 hält das Personalressort die Teilnahme an Compliance-Schulungen in den jeweiligen Personalakten fest, ebenso die individuelle Schulungshistorie.

Mitarbeiterinformation

Weitergehende Informationen zum Schulungsangebot der Compliance-Abteilung finden Porsche-Mitarbeiter im Intranet. Neben den relevanten Konzern- und Gesellschaftsrichtlinien sind Informationen zu Ansprechpartnern, Möglichkeiten zur internen und externen Hinweisabgabe sowie zahlreiche Kommunikationsmedien wie Compliance-Filme, Flyer, Handkarten und Checklisten hinterlegt.

Porsche-Verhaltensgrundsätze

Seit dem 14. Dezember 2017 gelten die Verhaltensgrundsätze des Volkswagen Konzerns auch für Porsche. Die neuen Porsche-Verhaltensgrundsätze regeln umfassend die Verantwortung der Mitarbeiter für Compliance – als Mitglied der Gesellschaft: Menschenrechte; Chancengleichheit und Gleichbehandlung; Produktkonformität und -sicherheit; Umweltschutz; Spenden, Sponsoring und Wohltätigkeit; Kommunikation und Marketing; politische Interessenvertretung – als Geschäftspartner: Interessenkonflikte; Geschenke, Bewirtungen und Einladungen;

Korruptionsverbot; Umgang mit Amts- und Mandatsträgern; Verbot von Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung; Buchführung und Finanzberichterstattung; Steuern und Zölle; fairer und freier Wettbewerb; Beschaffung; Exportkontrolle; Verbot von Insidergeschäften
– am Arbeitsplatz: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz; Datenschutz; Sicherheit und Schutz von Informationen, Wissen und geistigem Eigentum; IT-Sicherheit; Umgang mit Unternehmensvermögen.

Beispiele aus dem Arbeitsalltag veranschaulichen jedes Thema. Hinzu kommt ein Selbsttest als Entscheidungshilfe in Zweifelsfragen. Die Implementierung der neuen Verhaltensgrundsätze bei Porsche umfasst die Veröffentlichung in Intra- und Internet, die Weiterleitung der digitalen Version der Verhaltensgrundsätze per E-Mail an die Mitarbeiter, die Übernahme in Schulungsunterlagen sowie die Verteilung der Compliance-Broschüre an neue Mitarbeiter in den Präsenz-Schulungsterminen.

Nach den Standards der „Global Reporting Initiative“ deckt Porsche das Thema „Compliance“ durch die folgenden Angaben ab: *GRI 205: Korruptionsbekämpfung*, *GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten*, *GRI 307: Umwelt-Compliance*, *GRI 419: Sozioökonomische Compliance*. Gemessen und berichtet werden diese unter anderem anhand der Anzahl geprüfter Geschäftsstandorte und Compliance-Schulungen.

PRODUKTVERANTWORTUNG

Nachhaltigkeitsgrundsatz

Porsche entwickelt hochwertige, innovative und langlebige Produkte. Mit jeder neuen Modellgeneration setzt Porsche bei Qualität, Umweltverträglichkeit und Sicherheit konsequent neue Maßstäbe über den gesamten Lebenszyklus aller Fahrzeuge hinweg.

Das Handlungsfeld „Produktverantwortung“ umfasst die in der Wesentlichkeitsanalyse 2017 identifizierten Themen „Fahrzeugsicherheit“, „Kraftstoffverbrauch und Emissionen der Fahrzeuge“, „Material und nachhaltige Werkstoffe“ sowie „Neue Mobilitätskonzepte“. Sie sind geprägt von klar definierten Prozessen und Kompetenzen sowie festgeschriebenen, transparenten Evaluierungsverfahren.

Fahrzeugsicherheit

Fahrzeugsicherheit hat für Porsche oberste Priorität. Dabei geht es nicht nur um die Sicherheit der eigenen Produkte, sondern generell auch um die Sicherheit aller Verkehrsteilnehmer. Porsche-Stakeholder – Personen, Gruppen und Institutionen, die von den Aktivitäten eines Unternehmens direkt oder indirekt betroffen sind und dessen Erfolg sie stark beeinflussen können – messen der Fahrzeugsicherheit eine überragende Bedeutung zu. Bei der Nachhaltigkeitsbefragung im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse 2017 nannten sie das Thema nicht zuletzt wegen seiner ökonomischen Relevanz und der sozialen Bedeutung an erster Stelle.

Fahrzeugsicherheit ist ein maßgebliches Kriterium bei der Entwicklung innovativer und moderner Fahrzeuge. Erste Elemente finden sich schon während der Konzeption und in frühen Phasen des Designs, etwa bei der Gestaltung der Außenkontur oder des Innenraums. Aktive und passive Fahrzeugsicherheit unterliegen einer strengen Gesetzgebung. Antiblockiersysteme, elektronische Stabilitätsprogramme oder Notbremssysteme tragen zur aktiven Sicherheit bei. Passive Maßnahmen – Airbags, Sicherheitsgurte oder Deformationszonen der Karosserie – mildern die Folgen eines Unfalls. Porsche erfüllt nicht nur zahlreiche internationale gesetzliche Vorgaben. Eigene Richtwerte gehen darüber hinaus – festgelegt in einem Anforderungskatalog, den die Abteilung „Entwicklung Aufbau Sicherheit und Front-/Heckendsysteme“ erstellt, ressortübergreifend abstimmt und pflegt. Fest umrissene Zuständigkeiten sowie ein umfangreiches Berichtswesen garantieren die Umsetzung der Vorgaben. Auch Planung, Abwicklung und Dokumentation von Crash-Versuchen obliegen der Abteilung

„Entwicklung Aufbau Sicherheit und Front-/Heckendsysteme“. Die Abnahme übernimmt die Hauptabteilung „Entwicklung Technische Konformität“.

Nach den Standards der „Global Reporting Initiative“ ist das Thema „Fahrzeugsicherheit“ im vorliegenden Bericht durch die Angabe *GRI 416: Kundengesundheit und Kundensicherheit* abgedeckt.

Kraftstoffverbrauch und Emissionen der Fahrzeuge

Elektrifizierung und Digitalisierung führen zu einem Systemumbruch im Automobilbau. Porsche nimmt diese Herausforderung entschlossen an. Das Unternehmen baut Sportwagen, die vermeintliche Gegensätze wie Tradition und Innovation, Performance und Alltagstauglichkeit, Funktionalität und Design sowie Exklusivität und soziale Akzeptanz zu einer Einheit verbinden. Eine Schlüsselrolle spielen Kraftstoffverbrauch und Fahrzeugemissionen – nach der Fahrzeugsicherheit das von den Stakeholdern in der Wesentlichkeitsanalyse 2017 zweitwichtigste genannte Thema. Auch unternehmensintern wird die Wesentlichkeit für Porsche bestätigt: Kraftstoffverbrauch und Fahrzeugemissionen stellen nicht nur das wichtigste Thema mit Blick auf die Geschäftsrelevanz dar, sie verfügen auch über hohe ökologische und soziale Auswirkungen. Kontinuierliche Effizienzsteigerung, Entwicklung alternativer Antriebstechnologien, weniger Kraftstoffverbrauch und weniger Emissionen – für Porsche ist ressourcenschonende und umweltverträgliche Mobilität ein übergeordnetes strategisches Ziel.

Neben vielfältigen Maßnahmen zur Effizienzsteigerung – von Leichtbau über Technologien zur weiteren Optimierung konventioneller Verbrennungsmotoren bis hin zum Einsatz intelligenter Assistenzsysteme – setzt Porsche verstärkt auf die Hybridisierung und volle Elektrifizierung der Modellpalette. „Elektromobilität“ und „Fahrzeugarchitektur der Zukunft“ sind Eckpunkte der Porsche Strategie 2025. Der Mission E als erster rein elektrisch betriebener Porsche in der 70-jährigen Firmengeschichte definiert in dieser Kategorie den Sportwagenbau in puncto Leistung, Fahrdynamik und Reichweite neu.

Verbrauchsoptimierung ist die eine Seite ressourcenschonender Mobilität, die Verringerung von Schadstoffen die andere. Moderne Abgasnachbehandlungssysteme reduzieren Emissionen. Dies gilt ungeachtet der aktuellen Diskussionen rund um den Dieselmotor. Porsche hat im Berichtsjahr 2017 Fahrzeuge des Typs Cayenne Diesel mit dem Dreiliter-V6-Motor

Elektrifizierung und Digitalisierung führen zu einem Systemumbruch im Automobilbau. Porsche nimmt diese Herausforderung entschlossen an. Das Unternehmen baut Sportwagen, die vermeintliche Gegensätze wie Innovation und Tradition, Performance und Alltagstauglichkeit, Funktionalität und Design sowie Exklusivität und soziale Akzeptanz zu einer Einheit verbinden.

der Emissionsklasse EU6 zurückgerufen. Zuvor waren bei internen Untersuchungen Unregelmäßigkeiten in der Motorsteuerungssoftware festgestellt worden; sie wurden dem Kraftfahrt-Bundesamt aktiv dargelegt. Betroffen sind europaweit rund 21.500 Fahrzeuge der Baujahre 2014 bis 2017, davon 6.000 in Deutschland. Am 18. Oktober 2017 gab die Behörde das von Porsche zur Prüfung vorgelegte Software-Update frei. Seit Kalenderwoche 45 des vergangenen Jahres holt Porsche die betroffenen Fahrzeuge zum kostenfreien Update in die Werkstätten. Porsche selbst entwickelt und produziert keine Dieselmotoren, übernimmt jedoch als Fahrzeughersteller die volle Verantwortung gegenüber den Kunden. Es ist dem Unternehmen ein großes Anliegen, die Kundenerwartungen hinsichtlich Qualität, Integrität und Service in vollem Umfang zu erfüllen.

Nach den Standards der „Global Reporting Initiative“ ist das Thema „Kraftstoffverbrauch und Emissionen der Fahrzeuge“ grundsätzlich durch die Angabe *GRI 305: Emissionen* abgedeckt. Die für diesen Indikator notwendigen Zahlen beziehen sich im vorliegenden Bericht jedoch ausschließlich auf Emissionen, die im Produktions- und Verwaltungsbetrieb entstehen. Daher werden stattdessen die Verbrauchs- und Emissionsangaben für alle Fahrzeugmodelle berichtet. Die Berücksichtigung der produktspezifischen Emissionen im Rahmen einer gesamthaften Erfassung der Scope-3-Emissionen des Unternehmens ist aktuell in Erarbeitung; die Berichterstattung ist für die kommenden Jahre geplant.

Materialien und nachhaltige Werkstoffe

Materialien und nachhaltige Werkstoffe sind Bausteine moderner, zukunftsfähiger Fahrzeugarchitektur. Auch die im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse 2017 befragten Porsche-Stakeholder stufen das Thema als relevant ein (vierter Platz unter allen Bewertungen) – trotz der nach Erkenntnissen des Unternehmens relativ geringen Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft. Hintergrund ist die vergleichsweise niedrige Anzahl produzierter Porsche-Fahrzeuge.

Die Langlebigkeit der Porsche-Sportwagen, ihre hochwertige Verarbeitung und der Einsatz verschleißarmer Materialien sind Teil des Porsche-Prinzips. Das Unternehmen berücksichtigt zunehmend alle Umweltauswirkungen eines Fahrzeugs über seinen Lebenszyklus hinweg – von der Rohstoffgewinnung über die Herstellung und Nutzung bis hin zur Verwertung. Ziel ist ein ökologisches Gesamtoptimum. Elektrofahrzeuge etwa schonen im Fahrbetrieb die Umwelt. Dafür steigen die Belastungen in

der Herstellung durch die eingesetzten Rohstoffe und Fertigungsverfahren, zum Beispiel für Traktionsbatterien. Auch wenn unter dem Strich alles für das elektrische Fahren spricht: Die optimale umweltgerechte Fahrzeugherstellung bleibt für Porsche eine permanente Aufgabe. Dies gilt selbstverständlich auch für die Werkstoffauswahl. Dafür spricht, dass die Förderung nachhaltiger Werkstoffe und die Lebenszyklusbetrachtung ausdrücklich in der Porsche Strategie 2025 verankert sind. Der Arbeitskreis „Nachhaltige Werkstoffe“ forciert den ressortübergreifenden Austausch. Auch das Thema „Recycling der aufwendig gewonnenen und verarbeiteten Rohstoffe“ treibt das Unternehmen voran.

Im vorliegenden Bericht ist das Thema „Material und nachhaltige Werkstoffe“ nach den Standards der „Global Reporting Initiative“ durch die Angabe *GRI 301: Materialien* abgedeckt. Gemessen und berichtet wird diese anhand des jährlichen Materialverbrauchs in Tonnen.

Neue Mobilitätskonzepte

Urbanisierung, zunehmender Wohlstand, eine weltweit steigende Mobilität und – damit einhergehend – größere Umweltbelastungen lösen eine Innovations- und Marktdynamik zur Anpassung des Automobils und seiner Nutzung aus. Sie führen zu einer Diversifizierung der Antriebskonzepte hin zu sowohl hocheffizienten als auch alternativen Antrieben, aber auch zu neuen, attraktiven Mobilitätskonzepten. Digitalisierung und Konnektivität wie auch der Wunsch der Kunden nach mehr Flexibilität und Nachhaltigkeit beschleunigen den Wandel. In der Wesentlichkeitsanalyse 2017 unterstreichen die Porsche-Stakeholder die große Bedeutung dieses Umbruchs, ebenso unternehmensinterne Analysen möglicher Auswirkungen auf Umwelt, Mitarbeiter, Gesellschaft sowie der ökonomischen Konsequenzen für das Unternehmen.

Porsche entwickelt innovative Produkte und Dienstleistungen für die Gestaltung einer flexiblen sowie komfortablen Mobilität. Dabei geht es unter anderem um innovative Lösungen für das Parken, bedarfsgerechte Fahrzeugnutzung, die nahtlose Anbindung an andere Verkehrsmittel und die bestmögliche Nutzung von Elektrofahrzeugen durch optimierte Ladeangebote. Agile und interdisziplinäre Teams entwickeln Modelle, die sich vor allem an neuen Kundenanforderungen ausrichten. Dies wird durch eine enge Kooperation der Unternehmensressorts, eine offene Informationspolitik sowie die frühe Pilotierung und Einbindung der Anspruchsgruppen sichergestellt.

Einen weiteren Schwerpunkt bilden die Mobilitätsangebote für Mitarbeiter. Ein ressortübergreifendes Projekt zielt darauf ab, die Verkehrssituation sowie die Mobilität der Belegschaft an den Porsche-Standorten anhand vielfältiger Maßnahmen und Initiativen langfristig zu verbessern. Dies gilt besonders für das im städtischen Umfeld gelegene Stammwerk Zuffenhausen. So erhalten Mitarbeiter einen monatlichen Zuschuss für das Firmenticket des öffentlichen Nahverkehrs. Darüber hinaus wurden die Parksituation am Standort und die Mobilität auf dem Werksgelände verbessert. Auch den täglichen Lieferverkehr steuert Porsche so effizient wie möglich: In der Logistik kommen deshalb schon heute jeweils zwei Gas-Diesel-Hybrid- sowie reine Erdgas-Lkw zum Einsatz.

UMWELT & ENERGIE ✓

Nachhaltigkeitsgrundsatz

Der schonende Umgang mit natürlichen Ressourcen ist für Porsche unternehmerische Pflicht. Ob bei der Entwicklung oder in der Produktion: Das Ziel sind eine möglichst geringe Belastung der Umwelt sowie der effiziente Einsatz von Energie. Alle Maßnahmen werden kontinuierlich und entlang der gesamten Wertschöpfungskette überprüft und bei Bedarf verbessert.

Das Handlungsfeld „Umwelt und Energie“ stellt die in der Wesentlichkeitsanalyse 2017 identifizierten Themen „Energie und Emissionen im Betrieb“, „Umweltfreundliche Logistik“ sowie „Ressourcenverbrauch im Betrieb“ permanent auf den Prüfstand. Porsche verfügt in sämtlichen Bereichen über klar definierte Prozesse und Zuständigkeiten. Möglichkeiten für Rückmeldungen und zur Evaluierung von Prozessen sind festgeschrieben.

Energie, Emissionen und Ressourcenverbrauch im Betrieb

Globaler Klimawandel, Ressourcenknappheit und eine fortschreitende Urbanisierung stellen Wirtschaft und Gesellschaft vor enorme Herausforderungen. In der Porsche-Wesentlichkeitsanalyse 2017 messen auch die Porsche-Stakeholder, die von den Aktivitäten des Unternehmens direkt oder indirekt betroffen sind, den Themen „Energie und Emissionen im Betrieb“ sowie „Ressourcenverbrauch im Betrieb“ eine große Bedeutung bei. Die Aktivitäten von Porsche in diesem Bereich haben nach interner Einschätzung eher niedrige direkte Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft: Dennoch bleibt Porsche dem Grundsatz einer nachhaltigen Unternehmenspolitik ohne Abstriche verbunden.

Umweltorientiertes und energieeffizientes Handeln an allen Standorten und über sämtliche Ebenen hinweg ist ein wichtiges Element täglicher Praxis. Ein konzernweit aufgestelltes Umwelt- und Energiemanagement überprüft kontinuierlich sämtliche Arbeitsprozesse entlang der Wertschöpfungskette auf ökologische Auswirkungen und Unregelmäßigkeiten. Interne Regelwerke und strategische Leitplanken sind der Orientierungsrahmen für das Umwelt- und Energiemanagement. Eine eigene Konzernrichtlinie definiert standardisiertes Vorgehen und die Zuständigkeiten im Porsche Konzern. Sie unterstützt die Konzerngesellschaften bei der systematischen Ermittlung, Einhaltung und Überprüfung umwelt- und energierechtlicher Anforderungen. Zum Umfang des Energie- und Umweltmanagements

gehören die Themen Immissionsschutz (Luft/Lärm) und Bodenschutz, Umgang mit Altlasten, Gefahrgut und Abfall sowie Notfallvorsorge, Gewässer- und Naturschutz und die systematische Umsetzung erforderlicher Maßnahmen liegen beim Vorstand für Produktion und Logistik, unterstützt von der Abteilung Umwelt- und Energiemanagement. Grundsätzliches Ziel ist es, dass jeder Porsche-Beschäftigte über die Auswirkungen seiner eigenen Arbeit auf die Umwelt informiert ist. Jeder Mitarbeiter ist aufgefordert, die Konzernrichtlinie einzuhalten, Einflüsse auf die Umwelt zu vermindern oder sie bestenfalls ganz zu vermeiden.

Das Strategiefeld „Nachhaltigkeit in der Produktion“ definiert kurz-, mittel- und langfristige Maßnahmen. Die „Umwelt- und Energieeffizienz-Strategie“ sowie eine unternehmenseigene „Umweltpolitik“ sind weitere strategische Leitplanken. Das Unternehmen setzt damit eine Anforderung der internationalen Normen für Umwelt- und Energiemanagement ISO 14001 und ISO 50001 um, an denen sich die internen Vorgaben und Prozesse von Porsche orientieren. Der Sportwagenhersteller richtet sich ebenso nach den Normen des EMAS (Eco-Management and Audit Scheme), eines freiwilligen Gemeinschaftssystems für Umweltmanagement und Umweltbetriebsprüfungen der Europäischen Union. Seit mehr als 20 Jahren ist der Porsche-Standort Stuttgart-Zuffenhausen nach EMAS validiert und erfüllte auch als weltweit erstes Werk der Automobilindustrie die Norm ISO 50001. Mittlerweile sind nach dieser Norm auch die Porsche Leipzig GmbH, das Entwicklungszentrum in Weissach inklusive der Außenstandorte, das zentrale Ersatzteillager in Sachsenheim sowie die Porsche Werkzeugbau GmbH zertifiziert. Diese Standorte verfügen zudem über ein Umweltmanagementsystem nach ISO 14001.

Neben den offiziellen Zertifizierungen überprüft Porsche auch intern die Einhaltung von Umwelt- und Energiegesetzen im Rahmen jährlicher System- und Prozessaudits (Compliance Audits). Kennzeichen sind hohe Maßstäbe und der Einsatz externer Umwelt- und Energieauditorinnen. Die Standortbilanz-Methode erfasst ihren Einfluss auf die Umwelt: Daten und Kennzahlen bewerten wesentliche Umweltaspekte in einem Raster aus hoher, mittlerer und geringer Relevanz. Daraus leitet Porsche alle notwendigen Maßnahmen ab, mögliche Beeinträchtigungen der Umwelt zu reduzieren oder abzustellen. Der Steuerkreis „Umwelt und Energie“ agiert ressortübergreifend. Das Gremium evaluiert regelmäßig die gesetzten Ziele und leitet entsprechende Schritte ein.

Ein konzernweit aufgestelltes Umwelt- und Energiemanagement überprüft kontinuierlich sämtliche Arbeitsprozesse entlang der Wertschöpfungskette auf ökologische Auswirkungen und Unregelmäßigkeiten. Interne Regelwerke und strategische Leitplanken sind der Orientierungsrahmen für das Umwelt- und Energiemanagement.

Porsche strebt eine ausgewogenere Umweltbilanz an. So spielt etwa die bewusste und möglichst sparsame Nutzung von Wasser durch Kreislaufsysteme sowie Mehrfachverwendung eine wichtige Rolle – und auch der sorgfältige Umgang mit belasteten Abwässern aus der Produktion. Abfallvermeidung, abfallarme Technologien und nachhaltige Entsorgungslösungen sind Kernpunkte des Porsche-Abfallwirtschaftskonzepts. Die Betriebsmittelvorschrift „Umweltschutz“ dient hier unter anderem gleichermaßen als interne Richtlinie wie auch als Regelwerk für Lieferanten.

Grundsätzlich steht für alle Anspruchsgruppen des Unternehmens – intern wie extern – mit Fragen oder Vorschlägen zum Thema „Umwelt und Energie“ das Umwelt- und Energiemanagement zur Verfügung. Ziel ist ein offener und transparenter Stakeholder-Dialog. Ein Beispiel hierfür stellt das zentrale Beschwerdemanagement im Umwelt- und Baumanagement dar.

MITARBEITER & GESELLSCHAFT

Nachhaltigkeitsgrundsatz

Der Mensch steht bei Porsche im Mittelpunkt. Das Unternehmen übernimmt Verantwortung für die Mitarbeiter und investiert in ihre Zukunft. Weiterentwicklung und Qualifizierung sind Kennzeichen der Porsche-Kultur. Gleichzeitig spielen Chancengleichheit, Diversität und Mitbestimmung, die permanente Verbesserung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie sowie eine faire und leistungsgerechte Vergütung eine wichtige Rolle. Im Rahmen des lokalen und internationalen gesellschaftlichen Engagements in den Bereichen „Soziales“, „Bildung und Wissenschaft“, „Kultur“ sowie „Sport“ initiiert Porsche eigene Projekte und unterstützt externe Partner bei der Ausübung ihrer wichtigen gesellschaftlichen Aktivitäten.

Mit dem Handlungsfeld „Mitarbeiter & Gesellschaft“ deckt Porsche unter anderem die in der Wesentlichkeitsanalyse 2017 identifizierten bedeutenden Themen „Attraktiver Arbeitgeber“, „Mitarbeiterentwicklung“, „Betriebliche Mitbestimmung“ sowie „Arbeitsicherheit und Gesundheitsschutz“ ab. In allen vier Bereichen verfügt Porsche über klar definierte Prozesse und Zuständigkeiten sowie festgeschriebene Evaluierungs- und Feedback-Möglichkeiten.

Attraktiver Arbeitgeber

Basis für eine erfolgreiche Personalarbeit ist die nachhaltige Positionierung von Porsche als attraktivem Arbeitgeber. Stakeholder – also Personen, Gruppen und Institutionen, die von den Aktivitäten eines Unternehmens direkt oder indirekt betroffen sind und dessen Erfolg sie stark beeinflussen können – messen diesem Aspekt im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse 2017 eine hohe Relevanz zu. Zusätzlich verfügt das Thema nach unternehmensinterner Einschätzung über mittlere Auswirkungen auf Mitarbeiter und Gesellschaft. Besonders positiv für Porsche schlagen exzellente Rahmenbedingungen, eine starke Unternehmenskultur und Mitbestimmung oder vielfältige Angebote zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie durch. Fest verankert in der Personalstrategie der Porsche AG, bildet die Arbeitgeberattraktivität in der übergeordneten Porsche Strategie 2025 einen von vier zentralen Schwerpunkten. Richtgrößen sind darüber hinaus der „Compliance Kodex“ oder die „Porsche Business Rules“.

Die Weiterentwicklung der Unternehmenskultur hat für Porsche einen außerordentlichen Stellenwert. Hintergrund ist einerseits der starke Personalaufbau der vergangenen Jahre, andererseits sind es der Umbau der Automo-

bilindustrie und die Neuausrichtung des Unternehmens in Richtung Elektrisierung, Digitalisierung und Konnektivität. Prozesspaten sind der Porsche-Vorstandsvorsitzende Oliver Blume, Porsche-Personalvorstand Andreas Haffner sowie Uwe Hück, Vorsitzender des Gesamtbetriebsrats. In Anlehnung an das neue Kulturleitbild besteht der künftige „Porsche-Code“ aus den vier Elementen Herzblut, Pioniergeist, Sportlichkeit und Familie. Dieser Code löst bisherige Führungsleitlinien ab.

Porsche legt großen Wert auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Mitarbeiter werden mit einer Vielzahl von Maßnahmen unterstützt. Sechs Kooperationspartner sorgen für ausreichend Betreuungsplätze in Kindertagesstätten nahe den Standorten. Mit dem Familienservice bietet Porsche eine kostenlose individuelle Rundumberatung und Unterstützung in allen familiären Lebenslagen. Porsche setzt sich zudem für die flexible Gestaltung von Arbeitsort und Arbeitszeiten ein. Die mit dem Betriebsrat vereinbarten Angebote reichen vom Homeoffice über eine lebensphasenorientierte Wahlarbeitszeit bis hin zu einer Pflegezeit sowie einer freiwilligen persönlichen Auszeit (Sabbatical). Auch Jobsharing in Führungsfunktionen bewährt sich infolge eines Pilotprojekts erfolgreich und findet weitere Verbreitung im Unternehmen.

Im vorliegenden Bericht ist das Thema „Arbeitgeber-Attraktivität“ nach den Standards der „Global Reporting Initiative“ durch die Angabe *GRI 401: Beschäftigung* abgedeckt. Gemessen und berichtet wird diese anhand der folgenden Kennzahlen: Gesamtbelegschaft, Mitarbeiterstruktur, Neueinstellungen und Mitarbeiterfluktuation sowie Inanspruchnahme von Elternzeit.

Mitarbeiterentwicklung ✓

Zu den Eckpfeilern der Personalarbeit bei Porsche gehören eine bedarfs- und zukunftsorientierte Ausbildung, die stetige Qualifizierung sowie Möglichkeiten zur internen Weiterentwicklung. Porsche sucht und bindet qualifizierte wie auch begeisterte Fach- und Führungskräfte, um für die Herausforderungen der Automobilbranche bestens vorbereitet zu sein. Stakeholder bewerten den Aspekt der Mitarbeiterentwicklung im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse 2017 mit einer hohen Relevanz. Zusätzlich verfügt das Thema nach unternehmensinterner Einschätzung über mittlere Auswirkungen auf Mitarbeiter und Gesellschaft. Porsche ist dabei an den positiven Auswirkungen direkt beteiligt und strebt auch in Zukunft eine stetige Weiterentwicklung und Verbesserung in diesem Bereich an.

Mitarbeiterförderung und -qualifizierung ist nicht nur zentraler Bestandteil der Porsche-Kultur und des Führungsleitbilds, sondern auch in der Porsche Strategie 2025 fest verankert.

Das Fundament bilden die Berufsausbildung sowie die Förderung und Qualifizierung des akademischen Nachwuchses, beispielsweise durch Ausbildungsmöglichkeiten für dual Studierende oder das „Porsche Trainee Programm“. Wichtiger Baustein ist darüber hinaus die unbefristete Übernahme aller Auszubildenden nach bestandener Abschlussprüfung. Darauf aufbauend stehen den Beschäftigten auch im Verlauf ihres Berufslebens vielfältige Programme und Qualifizierungsmaßnahmen zur systematischen und zukunftsorientierten Weiterentwicklung auf allen Ebenen offen. Dazu zählen beispielsweise das Einführungsprogramm „Porsche Warm Up“ für alle neuen Beschäftigten, das Porsche-Entwicklungsprogramm zur Qualifizierung und Vorbereitung auf die mögliche Übernahme einer Managementaufgabe oder die zielgruppenspezifische Qualifizierung und Talentförderung im Produktionsbereich. Zwei modular aufgebaute und international ausgerichtete Qualifizierungsangebote für die Führungsebene – das „Porsche Management-Programm International“ für Führungskräfte der zweiten Ebene sowie das „Porsche Advanced Management Programm“ für das Topmanagement – ergänzen das Weiterbildungsspektrum.

Mitarbeiterförderung und -qualifizierung ist nicht nur zentraler Bestandteil der Porsche-Kultur und des Führungsleitbilds, sondern auch in der Porsche Strategie 2025 fest verankert. Besonders der digitale Wandel stellt neue und deutlich veränderte Anforderungen an die Belegschaft. Um vor dem Hintergrund der Digitalisierung ein gemeinsames Verständnis sowie Wissen auf- und auszubauen, wurde 2017 die Initiative „Fit für Digit@l“ gestartet. Darüber hinaus ist die Mitarbeiterförderung und -qualifizierung ein Instrument der strategischen

Führungs- und Planungsprozesse. Jährliche Mitarbeitergespräche stellen den individuellen Weiterbildungsbedarf fest und definieren entsprechende Entwicklungsmöglichkeiten. Das umfassende Weiterbildungsangebot sowie maßgeschneiderte Personalentwicklungs-Programme werden in Kooperation mit dem Betriebsrat kontinuierlich ausgebaut und optimiert. Im Berichtsjahr konnte so mit der neu eingeführten Porsche Lernplattform ein digitales Portal zur zielgerichteten Mitarbeiterförderung geschaffen werden.

Ziel der Mitarbeiterentwicklung ist der nachhaltige und strukturierte Auf- und Ausbau der erfolgskritischen Kompetenzen bei allen Mitarbeitern. Ein Pilotprojekt war im Berichtsjahr 2017 ein Verfahren zum strategischen Kompetenzmanagement. Kernaufgaben und verbundene Kompetenzen werden dabei analysiert und über eine Fit-Gap-Analyse mit künftigen Aufgaben und noch zu erlangenden Kompetenzen verglichen. Identifizierte Kompetenzlücken können so frühzeitig durch gezielte Um- und Weiterqualifizierung, Recruiting und neue Schwerpunkte in der Ausbildung geschlossen werden.

Im vorliegenden Bericht ist das Thema „Mitarbeiterentwicklung“ nach den Standards der „Global Reporting Initiative“ durch die Angabe *GRI 404: Schulungen und Aus-/Weiterbildung* abgedeckt. Gemessen und berichtet wird diese anhand der folgenden Kennzahlen: Anzahl der Teilnehmer an Schulungsmaßnahmen sowie durchschnittliche Weiterbildungsstunden pro Mitarbeiter. Aktuell gibt es eine Erhebung für die Porsche AG und die Porsche Leipzig GmbH, eine kontinuierliche Ausweitung auf den Porsche AG Konzern ist für die Zukunft geplant.

Betriebliche Mitbestimmung

Eine Stütze der Porsche-Unternehmenskultur ist die Betriebliche Mitbestimmung. Die Relevanz des Themas wird auch durch die Wesentlichkeitsanalyse 2017 hervorgehoben. Für Porsche sprechen ein kontinuierlicher Dialog sowie eine offene, direkte Kommunikation über alle Ebenen hinweg. Bei allen Themen, die Arbeitnehmer und das Unternehmen betreffen, kooperieren Arbeitgeber und Betriebsrat traditionell eng miteinander. Interne Medien informieren die Mitarbeiter der Porsche AG über die Vielfalt des Angebots. Darüber hinaus bietet der Betriebsrat mit seinen Betriebsversammlungen, die an den einzelnen Porsche-Standorten in Deutschland stattfinden, eine umfassende Informations- und Diskussionsplattform. In zusätzlichen Informations- und spezifischen Ressortveranstaltungen berichten die Vorstände und der Betriebsrat

transparent über aktuelle Themen und Entwicklungen. Innerhalb des Unternehmens ist es grundsätzlich gelebte Praxis, alle Mitarbeiter und ihre gewählten Vertreter rechtzeitig und umfassend über wesentliche Änderungen hinsichtlich des Betriebsablaufs und der Betriebsorganisation zu unterrichten. Dies geschieht unter Berücksichtigung der nationalen Gesetze, der geltenden Tarifverträge und Betriebsvereinbarungen. Die Einhaltung dieser Unternehmenspraxis ist neben den genannten Veranstaltungen auf vielfältige Weise sichergestellt – unter anderem durch einen paritätisch besetzten Aufsichtsrat, die Betriebsratsgremien oder die Betriebsvereinbarungsdatenbank im Intranet.

Im Gegenzug gibt es auch für die Mitarbeiter zahlreiche Wege, um sich – offen oder vertrauensvoll über gesonderte Kanäle – mit Vorschlägen, Problemen oder Beschwerden an Gremien und Entscheidungsorgane zu wenden. Das Stimmungsbarometer ist ein Instrument, über das die Mitarbeiter unternehmensweit anonym zu Themen der Zusammenarbeit mit Kollegen und Vorgesetzten, der Arbeitsqualität oder der Informationsbereitstellung befragt werden. Der detaillierten Auswertung folgt unter Einbindung des Betriebsrats eine Ergebnisdurchsprache in allen Unternehmensbereichen, bei der gemeinsam Verbesserungspotenziale identifiziert und entsprechende Maßnahmen zur Optimierung der Arbeitsabläufe und -bedingungen festgelegt werden.

Im vorliegenden Bericht ist das Thema „Betriebliche Mitbestimmung“ nach den Standards der „Global Reporting Initiative“ durch die Angaben *GRI 402: Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Beziehungen* sowie *GRI 407: Versammlungs-freiheit und Tarifverhandlungen* abgedeckt.

Arbeitsicherheit und Gesundheitsschutz ✓

Gesunde und leistungsfähige Mitarbeiter sind unabdingbar für den Erfolg des Unternehmens. Stakeholder messen auch diesem Aspekt im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse 2017 eine hohe Bedeutung zu.

Das Porsche-Gesundheitsmanagement beteiligt sich proaktiv an der ressortübergreifenden Weiterentwicklung betrieblicher Rahmenbedingungen. Vorrangiges Ziel ist die Förderung von Gesundheit und Fitness, um die Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiter langfristig zu sichern. Wesentliche Elemente der Produktivitätssicherung sind die frühzeitige Reintegration von Langzeiterkrankten sowie der fähigkeitgerechte Einsatz von gesundheitlich beeinträchtigten Mitarbeitern mit Leistungs-

systematische Ergonomiebewertungen der Arbeitsplätze in der Produktion hohe und einseitige Arbeitsbelastungen erkannt und durch geeignete technische oder organisatorische Maßnahmen verringert. Die Arbeitsplätze bei Porsche sind im Sinne der Humanergonomie gestaltet und basieren auf aktuellen arbeitsmedizinischen Erkenntnissen. Das Unternehmen richtet sich dabei konsequent nach den gesetzlichen sowie berufsgenossenschaftlichen Vorgaben und Empfehlungen. Darüber hinaus bietet es allen Mitarbeitern individuelle, arbeitsplatzbezogene physiotherapeutische Beratungen und Behandlungen an.

Sichere Arbeitsplätze haben für Porsche und seine Mitarbeiter höchste Priorität. Eine organisierte und strukturierte Systematik des Arbeits- und Gesundheitsschutzes gewährleistet eine zielgerichtete sowie einheitliche Vorgehensweise und sorgt für die Umsetzung rechtlicher Vorgaben. So sollen Arbeitsunfälle verhindert sowie Berufskrankheiten und arbeitsbedingte Gesundheitsgefahren vermieden werden. Eine signifikante Anhäufung von Erkrankungen gibt es bei Porsche in keinem Arbeitsbereich. Dies gilt auch für betriebliche Tätigkeiten mit einem besonders hohen Erkrankungsrisiko. Die zentralen Prozesse sind standardisiert und durch die „Konzernrichtlinie Arbeitsschutz“ geregelt. Diese Richtlinie zum Arbeitsschutz stellt ein wesentliches Element des Compliance-Managementsystems des Unternehmens dar und ist für alle Beschäftigten gültig. Die Vorgesetzten achten darauf, dass ihre Mitarbeiter die Vorgaben der Richtlinie kennen und deren Bestimmungen einhalten. Fachkräfte für Arbeitssicherheit, Betriebsräte und Betriebsärzte stehen beratend zur Seite. Grundsätzlich sind alle Mitarbeiter des Unternehmens zudem über die gesetzlich festgelegten Vertreter in den Arbeitsschutzausschüssen gemäß Arbeitssicherheitsgesetz repräsentiert.

Alle gemeinsamen Anstrengungen haben dafür gesorgt, dass bei Porsche die Verletzungsrate in den vergangenen Jahren deutlich gesenkt werden konnte.

Im vorliegenden Bericht ist das Thema „Arbeitsicherheit und Gesundheitsschutz“ nach den Standards der „Global Reporting Initiative“ durch die Angabe *GRI 403: Arbeits- und Gesundheitsschutz* abgedeckt. Gemessen und berichtet wird diese anhand der folgenden Kennzahlen: Anzahl der Unfälle, Ausfalltage und Todesfälle sowie Verletzungsrate. Aktuell erfolgt die Erhebung für die Porsche AG und die Porsche Leipzig GmbH, eine Ausweitung auf den Porsche AG Konzern ist grundsätzlich für die Zukunft geplant.

Mitarbeiter, Gesellschaft, Sport

Mitarbeiter

Gesellschaft

Sport



MITARBEITER

Der Erfolg von Porsche beruht auf seinen Mitarbeitern – ihrem Können, ihrem Einsatz und ihrer Leidenschaft. Sie bekennen sich konsequent zu den Werten und Zielen des Unternehmens. Am Bilanzstichtag 31. Dezember 2017 beschäftigt die Porsche AG 29.777 Mitarbeiter. Das ist im Vergleich zum Vorjahr ein Plus von knapp acht Prozent. Das rasante Wachstum des Unternehmens stellt Porsche auch vor große Herausforderungen. Diese lassen sich nur bewältigen, wenn alle gemeinsam in dieselbe Richtung ziehen. Das macht eine konstruktive Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat, seinen unterschiedlichen Gremien und der IG Metall zu einem weiteren und wichtigen Erfolgsfaktor. Betriebsvereinbarungen und Tarifverträge bilden das stabile Fundament für den nachhaltigen Erfolg von Porsche, von dem Unternehmen, Beschäftigte und Anteilseigner gleichermaßen profitieren.

Personalstrategie

Die Personalstrategie bildet den inhaltlichen Rahmen für die Personalarbeit bei Porsche. Im Mittelpunkt stehen die Mitarbeiter – für sie möchte Porsche auch in Zukunft ein herausragender Arbeitgeber sein. Die Grundlage dafür bildet die einmalige Porsche-Kultur, die immer daran erinnert, wer Porsche ist und wo Porsche herkommt. Für seine hoch motivierten Mitarbeiter schafft das Unternehmen mit innovativen, leistungsfördernden Arbeitswelten ideale Rahmenbedingungen. Porsche investiert in zukunftsorientiertes Kompetenz- und Talentmanagement, um jedem Einzelnen eine individuell ausgerichtete, exzellente Qualifizierung und Weiterentwicklung zu ermöglichen. Dies ist gerade auch vor dem Hintergrund einer sich immer schneller verändernden, zunehmend digitalen Welt besonders wichtig. Dabei setzt das Unternehmen auf moderne Personalarbeit mit effizienten Prozessen und vernetzten IT-Systemen.

Digitalisierung

Die Digitalisierung der Unternehmensprozesse ist ein zentrales Element der Strategie 2025 und damit auch der Porsche-Personalstrategie. So werden durch zahlreiche Lean-Administration-Projekte und die konsequente Weiterentwicklung der IT-Systeme wichtige Erfolge bei der Optimierung von Prozessen und der Digitalisierung erzielt – stets in enger Abstimmung mit dem Betriebsrat und unter strenger Berücksichtigung höchster Anforderungen an Datenschutz und Datensicherheit. Mit dem System „Mein Porsche Cockpit“ stellt Porsche eine unternehmensweite Plattform für diverse Personal- und Unternehmensprozesse zur Verfügung.

Initiative „Fit für Digit@l“

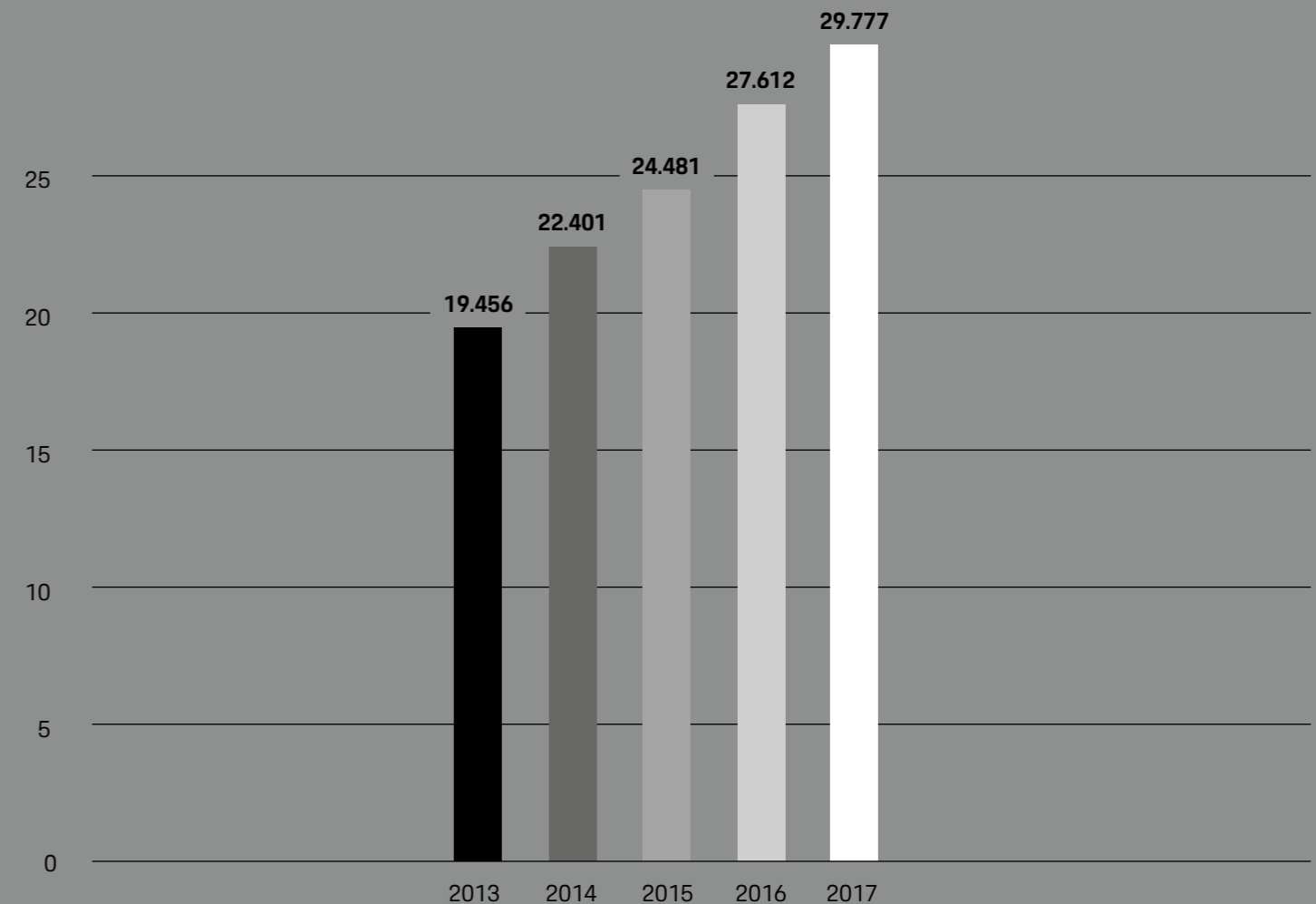
Das Ziel der 2017 gestarteten Wissensoffensive „Fit für Digit@l“ besteht darin, gemeinsames übergreifendes Verständnis und Wissen vor dem Hintergrund der Digitalisierung bei Porsche auf- und auszubauen. Es gilt, bei allen Mitarbeitern das Bewusstsein und die Motivation für den Wandel zu schaffen. Zudem geht es darum, Verständnis und Kenntnis über den Kern und die Treiber der Digitalisierung sowie die einzelnen Handlungsfelder bei Porsche zu erlangen. So soll der nachhaltige Aufbau eines Porsche-Digital-Mindsets unterstützt werden.

Porsche Lernplattform

Die 2017 neu eingeführte Porsche Lernplattform ist ein wesentliches Element der Digitalisierungsoffensive im Personalbereich und für die Mitarbeiter das zentrale Portal für alle Themen rund um die fachliche und überfachliche Qualifizierung. Sie zeigt alle verfügbaren Weiterbildungsmöglichkeiten und bietet direkten Zugriff auf attraktive, flexible und vielfältige Online-Angebote. Diese Angebote ergänzen in der neu geschaffenen Lernarchitektur die bewährten Präsenzmaßnahmen. Zum Beispiel ermöglichen sie zielgerichtete Qualifizierung durch den Einsatz von „Blended Learning“. Durch die größere Transparenz und Vernetzungsmöglichkeiten – auch mit den Tochtergesellschaften – nimmt kollaboratives Lernen einen neuen Stellenwert ein. Die Mitarbeiter verfügen über einen personalisierten Zugriff auf ihre Weiterbildungshistorie und haben die Möglichkeit, aktiv und individuell ihre bevorzugte Lernstrategie zu gestalten. Das Lernen bei Porsche wird somit selbstbestimmter und integrierter Bestandteil des Arbeitsalltags – eine wesentliche Voraussetzung für das strategische Ziel „lebenslanges Lernen“.

Der Erfolg von Porsche beruht auf seinen Mitarbeitern – ihrem Können, ihrem Einsatz und ihrer Leidenschaft. Sie bekennen sich konsequent zu den Werten und Zielen des Unternehmens. Am Bilanzstichtag 31. Dezember 2017 beschäftigt Porsche 29.777 Mitarbeiter. Das ist im Vergleich zum Vorjahr ein Plus von knapp acht Prozent.

Mitarbeiter ✓
Porsche



Arbeitgeber-Attraktivität und Nachwuchsarbeit

Basis für eine erfolgreiche Personalarbeit bleibt die nachhaltige Positionierung von Porsche als attraktivem Arbeitgeber. Porsche unterstützt zahlreiche Nachwuchsinitiativen und konzentriert sich im Berichtsjahr auf Digital-Talente und das Umwerben relevanter Zielgruppen. In renommierten Arbeitgeber-Rankings von Trendence und Universum belegt Porsche 2017 erneut Top-Platzierungen unter Studierenden. Besonders positiv entwickeln sich die Platzierungen im Bereich der Young Professionals: Beim „Universum Young Professional Survey“ beispielsweise verbessert Porsche in allen Kategorien seine Platzierungen und belegt bei den Ingenieuren sogar Platz eins. Ein Beleg für die Attraktivität als Arbeitgeber sind auch die Bewerberzahlen: Der Porsche Konzern erhält 2017 mehr als 150.000 Bewerbungen.

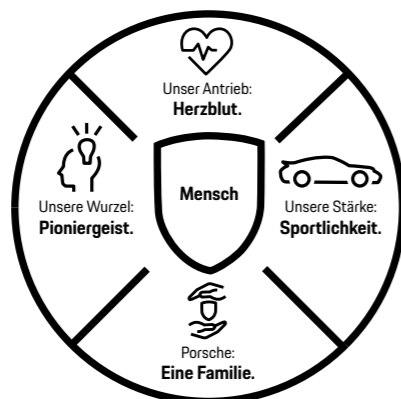
Auch in Sachen Nachwuchsförderung setzt Porsche im Berichtsjahr auf die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit wichtigen Organisationen und Hochschulen. Dazu gehören unter anderem die „Formula Student Germany“, ein internationaler Konstruktionswettbewerb unter der Schirmherrschaft des Vereins Deutscher Ingenieure, oder die „Femtec“. Mit dem Team „Sonnenwagen“ der RWTH Aachen unterstützt Porsche erstmals eine Studentemannschaft bei der „World Solar Challenge“, dem wichtigsten und härtesten emissionsfreien Rennen der Welt, 3.000 Kilometer quer durch Australien.

Die Kooperation mit renommierten Hochschulen wird speziell beim Schwerpunktthema Digitalisierung weiter ausgebaut. Als Partner der ersten Stunde engagiert sich Porsche an der neu gegründeten CODE University in Berlin. An der privaten, staatlich anerkannten Fachhochschule mit den Studiengängen Software Engineering, Interaction Design und Product Management arbeiten die Studierenden von Beginn an in internationalen und interdisziplinären Teams aus Software-Entwicklern, Interaktionsdesignern und Produktmanagern an eigenen Projekten – in enger Kooperation mit Unternehmen und Organisationen.

Verlängert und inhaltlich angepasst wird auch das Engagement am seit 2013 bestehenden Stiftungslehrstuhl der Porsche AG an der Handelshochschule Leipzig. Der Lehrstuhl beschäftigt sich von 2018 an mit dem Themenfeld „Strategisches Management und Entrepreneurship im digitalen Zeitalter“. Weiterhin wird die Initiative „Porsche Automotive Campus“ an der HfWU Nürtingen um zwei Jahre verlängert, hierbei handelt es sich

um ein Stipendienprogramm zur Förderung des Nachwuchses im automobilwirtschaftlichen Bereich. Auch die internationalen Hochschulkontakte werden gepflegt und stetig ausgebaut. Beispiele sind ein Praktikantenprogramm mit der Tongji-Universität (Shanghai) oder die Kooperation mit dem IT-Lehrstuhl an der Babes-Bolyai-Universität in Cluj (Rumänien). Im Silicon Valley arbeitet Porsche mit der Stanford University zusammen, auch diese Initiative soll im Jahr 2018 weiter ausgebaut werden.

Mit dem „Ferry-Porsche-Preis“ werden im Berichtsjahr zum 17. Mal die besten baden-württembergischen Abiturienten ihres Jahrgangs in den Leistungsfächern Mathematik, Physik und Technik prämiert. 212 junge Menschen erhalten die begehrte Auszeichnung. Sechs von ihnen bekommen zusätzlich ein Stipendium für ein Jahr. Sie werden bei der Preisverleihung im Forschungs- und Entwicklungszentrum in Weissach per Losentscheid bestimmt.



KOOPERATION MIT DER CODE UNIVERSITY

Porsche-Unternehmenskultur

Im Berichtsjahr liegt ein Schwerpunkt auf der Weiterentwicklung der Unternehmenskultur. Anlass ist einerseits der starke Mitarbeiterzuwachs in den vergangenen Jahren, andererseits die Neuausrichtung des Unternehmens auf das digitale Zeitalter und damit verbundene Veränderungen in der Zusammenarbeit. Patenschaften übernehmen von Beginn an die Vorstände Oliver Blume und Andreas Haffner sowie der Vorsitzende des Gesamtbetriebsrates Uwe Hück. In flächendeckenden Workshops wird „bottom-up“ der Ist-Zustand der Unternehmenskultur bei Porsche skizziert und einer Zukunftsversion gegenübergestellt. Es geht um die Frage, welche Werte die Mitarbeiter von Porsche verbindet und wie sich die Kultur des Unternehmens entwickeln muss, um auch künftig eine einzigartige Identität zu prägen, die passende Mitarbeiter anzieht und bindet.

Entstanden ist ein Kulturleitbild mit den vier Dimensionen „Herzblut“, „Sportlichkeit“, „Pioniergeist“ und „Familie“. Diese Begriffe beschreiben das Selbstverständnis der Zusammenarbeit innerhalb des Unternehmens. Sie zeigen aber auch, wie Porsche die großen Trends der Automobilindustrie gestalten will.

Auf Basis des Kulturleitbilds wurde anschließend der sogenannte „Porsche Code“ entwickelt. Der „Porsche Code“ löst die bisherigen Führungsleitlinien ab und enthält die wesentlichen Dimensionen eines gemeinsamen Führungsverständnisses.

Kulturleitbild und „Porsche Code“ werden 2018 fortentwickelt. Geplant sind außerdem Führungs-Labs, die Führungskräften ermöglichen sollen, sich auf zukünftige Herausforderungen vorzubereiten und durch kritische Reflexion und externe Inspiration die Porsche-Führungskultur nachhaltig zu verinnerlichen. Der gesamte Prozess wird vom Vorstand und der Arbeitnehmervertretung gemeinsam intensiv begleitet und gefördert.

Ausbildung

Zu den Eckpfeilern der Porsche-Personalpolitik gehören eine bedarfs- und zukunftsorientierte Ausbildung, die stetige Qualifizierung sowie das Ermöglichen interner Weiterentwicklung. Das Fundament bildet seit 75 Jahren die Porsche-Berufsausbildung. Lerninhalte und Ausbildungsplätze werden vorausschauend dem technischen Fortschritt und der gesellschaftlichen Entwicklung angepasst. Aktuell bietet das Unternehmen zehn technische und kaufmännische Ausbildungsberufe an sowie in Kooperation mit der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) sieben Studiengänge. Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben bei der Porsche AG 200 junge Menschen eine Ausbildung bei Porsche begonnen. Von den technischen Ausbildungsberufen sind 40 Prozent für Bewerber mit Hauptschulabschluss vorgesehen. Teil der zukunftsorientierten Ausbildung ist zudem die unbefristete Übernahme der Auszubildenden. Demzufolge sind nach bestandener Abschlussprüfung 142 Auszubildende und DHBW-Studierende im Berichtszeitraum in ein Arbeitsverhältnis bei Porsche übernommen worden.

Porsche erweitert sein Stammwerk in Zuffenhausen, bereitet sich auf die Fertigung des Mission E vor und erhöht die Anzahl technischer Ausbildungsplätze erneut – von derzeit 106 auf künftig 156. Neben den klassischen Ausbildungsberufen in der Automobilindustrie machen dabei Kfz-Mechatroniker sowie Elektroniker für Betriebstechnik rund die Hälfte der zusätzlichen Ausbildungsplätze aus. Zudem wurde mit dem dualen Studiengang „Informatik mit Fachrichtung IT-Automotive“ eine neue, zukunftsweisende Disziplin etabliert. Im kommenden Jahr wird das Angebot um den Studiengang Informatik erweitert und die Anzahl an Plätzen im Studiengang Elektrotechnik erhöht.

Konsequent hat Porsche das Auslandsprogramm in der Berufsausbildung ausgebaut: Bisher konnten die technischen Auszubildenden in Australien, Großbritannien und auf den Philippinen Auslandserfahrungen sammeln. Im Berichtsjahr kamen Taiwan, Italien, China und die USA als mögliche Ziele hinzu. Außerdem hat Porsche ein Austauschprogramm mit Bentley und mit VW Südafrika initiiert. 22 technische Auszubildende nahmen an dem Auslandsprogramm teil. Weitere 18 Dual-Studierende wurden nach Großbritannien, in die Schweiz, nach Spanien, Frankreich, Italien,



PORSCHE-BERUFSAUSBILDUNG

Tschechien, China, Korea, Japan, Australien, Brasilien, Kanada und in die USA entsandt. Sie lernten verschiedene Porsche-Standorte kennen oder sammelten Konzerferfahrung bei Bugatti und Bentley. Jeweils zehn kaufmännische Auszubildende waren in Großbritannien und Spanien.

Besonders erfreulich hat sich der Anteil der weiblichen Auszubildenden in den technischen Berufen entwickelt: Im Berichtsjahr liegt der Anteil im ersten Ausbildungsjahr bei 33 Prozent. Unter den DHBW-Studierenden im ersten Studienjahr waren 43 Prozent Frauen.

Die in hohem Tempo voranschreitende Digitalisierung in allen Bereichen des Automobilbaus und der Elektromobilität sowie Smart Mobility haben auch Auswirkungen auf die Berufsausbildung. Alle Auszubildenden sollen mit der technologischen Entwicklung Schritt halten können. Aus diesem Grund werden sie intensiv

auf die kommenden Neuerungen vorbereitet. Weil viele Bewerber nach allgemeinen Auswahlkriterien keine Aussicht auf einen Ausbildungsplatz haben, setzt Porsche auf eine Einstiegsqualifizierung, das sogenannte Förderjahr. Seit 2012 haben auf Basis des Tarifvertrags 62 junge Erwachsene ein Förderjahr absolviert, 58 von ihnen haben sich für eine anschließende Ausbildung bei Porsche qualifiziert. Aufgrund des großen Erfolgs wurde das Förderjahr 2017 fortgeführt und die ursprüngliche Anzahl der Teilnehmer von zwölf auf 20 erhöht. Auch das Integrationsjahr für Flüchtlinge hat Porsche mit Erfolg fortgesetzt: 15 junge Menschen nahmen an dem Projekt teil, nahezu alle wurden in Kooperation mit Handwerksbetrieben erfolgreich in den Ausbildungs- und Arbeitsmarkt integriert. In Zusammenarbeit mit mehreren Berufsbildungswerken ermöglicht das Unternehmen auch Schwerbehinderten eine Ausbildung bei oder in Kooperation mit Porsche.

Neues Ausbildungszentrum Leipzig

Mit der Eröffnung des neuen Ausbildungszentrums im Jahr 2017 investiert Porsche zukunftsweisend in den Fachkräftenachwuchs am Standort Leipzig. Auf einer Fläche von 2.300 Quadratmetern bietet der Neubau moderne Werkstatt- und Seminarräume sowie innovative Lehrinstrumente und damit beste Infrastruktur für die berufliche Bildung in einer sich stetig verändernden Automobilbranche. Das Zentrum steht für eine neue Ära in der Berufsausbildung: Die Themen E-Mobility, Hybrid und Connected Car, digitale Lernmedien und Mensch-Roboter-Kooperation finden Einzug in die Ausbildungspläne. Porsche beschäftigt am Standort Leipzig zum Ausbildungsjahr 2017 mehr als 120 Auszubildende in den Berufen Industriemechaniker, Werkzeugmechaniker, Mechatroniker und Kfz-Mechatroniker – insgesamt sind dies 30 zusätzliche Ausbildungsplätze zum neuen Schuljahr. Hinzu kommt erstmalig die Möglichkeit eines dualen Studiums der Fachrichtung Maschinenbau. Die Ausbildung ist seit jeher partnerschaftlich eng mit dem Technologiezentrum VDI-GaraGe in Leipzig Plagwitz verbunden, wo Schüler auf die spätere Berufsausbildung vorbereitet werden. Die Schülerwerkstatt soll Automobiltechnik erlebbar machen und für eine Ausbildung bei Porsche begeistern.

Mitarbeiterentwicklung

Der digitale Wandel stellt neue und deutlich veränderte Anforderungen an alle Mitarbeiter sowie an die Führungskräfte. Die Arbeit der Personal- und Führungskräfteentwicklung sowie des Betriebsrats hat sich im Berichtsjahr darauf konzentriert. Ziel ist der strukturierte und nachhaltige Auf- und Ausbau der erfolgskritischen digitalen Kompetenzen bei allen Mitarbeitern und Führungskräften. Das Weiterbildungsangebot wird um digitale Themen, Instrumente und Qualifizierungsformate erweitert, innovative maßgeschneiderte Module werden in die zielgruppenspezifischen Personalentwicklungsprogramme implementiert.



NEUES AUSBILDUNGSZENTRUM LEIPZIG

„Porsche Warm Up“

Qualifizierung beginnt bei Porsche vom ersten Tag an: Das „Porsche Warm Up“ ist das Einführungsprogramm für alle neuen Mitarbeiter und Führungskräfte. Die zweitägige Veranstaltung macht mit grundsätzlichen Themen vertraut – wie etwa Strategie 2025, Nachhaltigkeit, Gesundheitsmanagement oder Betriebsratsaktivitäten. Im Geschäftsjahr 2017 nahmen rund 2.000 Teilnehmer am Warm-Up-Programm teil.

Trainee-Programm

Nach dem erfolgreichen Abschluss der dritten Welle des Trainee-Programms startet im Oktober 2017 der vierte Durchlauf mit zehn Teilnehmern. Das auf zwölf Monate angelegte internationale Programm für den akademischen Nachwuchs bietet die Möglichkeit, Arbeitsprozesse über Ressort- und Hauptabteilungsgrenzen hinweg kennenzulernen. Projekt- und Praxiseinsätze im In- und Ausland zählen dazu.

Programme Talentförderung

Im Rahmen der Strategie 2025 ist die nachhaltige und zielgerichtete Talentförderung im Tarifbereich ein Kernelement der Personalentwicklung und der Talentstrategie. Das neue Porsche-Entwicklungsprogramm etwa hat das Ziel, Mitarbeiter fachlich und persönlich für die mögliche Übernahme einer Position im Management zu qualifizieren. Es richtet sich konsequent nach Inhalten und Rahmenbedingungen der Strategie 2025. Themen sind Digitalisierung, Innovationskraft, Internationalisierung oder lebenslanges Lernen. Das Porsche-Entwicklungsprogramm beginnt im November 2017 mit rund 250 Teilnehmern. Auch die zielgruppenspezifische Weiterentwicklung wird im Berichtsjahr ausgebaut. Das Pilotprojekt „Fit für die Planung“ ermöglicht Mitarbeitern aus der Produktion eine Qualifizierung zum Fertigungs-, Logistik- oder Prozessplaner. Die Ausweitung des Qualifizierungsangebots auf weitere Zielgruppen ist bedarfsorientiert vorgesehen. Auch die Entwicklungsprogramme für Talente und Young Professionals in allen Ressorts werden im Berichtsjahr fortgeführt.

Programme auf Managementebene

Das Qualifizierungsangebot für die Führungsebene im Porsche Konzern besteht unter anderem aus zwei qualitativ hochwertigen und modular aufgebauten Programmen. Beide werden mit international führenden Business Schools entwickelt und sind auf die speziellen Anforderungen zugeschnitten. Im Berichtsjahr hat Porsche das Management-Programm International initiiert. Unter dem Leitmotiv „A distinctive Agility Trip for Porsche Leaders“ verfolgt das maßgeschneiderte Programm das Ziel, Führungskräfte der zweiten Ebene im

Porsche Konzern zu unterstützen und den digitalen Transformationsprozess im Unternehmen aktiv mitzugestalten. Im Mittelpunkt stehen der systematische Ausbau der Leadership-Kompetenzen, die Stärkung des erforderlichen Mindsets und die Erweiterung des Methoden-Repertoires. Das neu gestaltete Management-Programm beginnt im Dezember 2017 mit 50 Teilnehmern.

Für das Topmanagement wird mit dem „Porsche-Advanced-Management-Programm“ ein Meilenstein gesetzt. Nach der erfolgreichen Einführung im April 2015 startet im März 2017 der zweite Programmdurchlauf mit 22 Teilnehmern von der Porsche AG, den weltweiten Konzern-Tochtergesellschaften sowie von Bentley. Der Fokus liegt auf dem Ausbau von Leadership-Kompetenzen. Die Teilnehmer sollen befähigt werden, in einem globalen und volatilen Umfeld erfolgreich zu agieren und die strategische Ausrichtung von Porsche aktiv zu steuern.

Strategisches Kompetenzmanagement

Die Verfügbarkeit und Qualität der passenden Qualifizierungseinheit zum richtigen Zeitpunkt wird künftig ein zentraler Wettbewerbsfaktor sein. Kompetenzen sind deshalb genauso professionell zu erfassen, auszurichten und zu managen wie andere Produktionsfaktoren. Darum wird ein systematisches Vorgehen entwickelt, das dem Unternehmen hilft, Kompetenzen der Mitarbeiter hinsichtlich der zukünftigen Herausforderungen zu entwickeln. So werden in einem standardisierten Verfahren frühzeitig Kompetenzlücken definiert, damit diese durch gezielte Um- und Weiterqualifizierung, vorausschauendes Recruiting oder neue Schwerpunktsetzung in der Ausbildung geschlossen werden können. Diese Verfahrensweise wird im Berichtsjahr erfolgreich pilotiert und nun sukzessive umgesetzt.

Porsche Stimmungsbarometer

2017 werden innerhalb der Porsche AG und bei den deutschen Tochtergesellschaften per Stimmungsbarometer erneut unternehmensweit alle Mitarbeiter befragt; mehr als 18.000 Personen nehmen daran teil. Abgefragt werden Themen wie Zusammenarbeit mit Kollegen und Vorgesetzten, Arbeitsqualität oder Versorgung mit Informationen zu aktuellen Entwicklungen bei Porsche. Neu sind Fragen zur Integrität und Zusammenarbeit im Konzern. Nach der Auswertung werden unter Einbindung des Betriebsrats in allen Unternehmensbereichen die Ergebnisse besprochen. Führungskräfte und Mitarbeiter benennen Verbesserungspotenziale und definieren konkrete Maßnahmen, um beispielsweise Abläufe oder Arbeitsbedingungen zu optimieren.



MITBESTIMMUNG BEI PORSCHE

Beruf und Familie

Porsche legt großen Wert auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Mitarbeiter werden mit einem vielfältigen Angebot unterstützt. Sechs Kooperationspartner sorgen etwa für ausreichend Betreuungsplätze in Kindertagesstätten in der Nähe der Standorte. Wie bereits im Vorjahr kommen Kinder von Mitarbeitern an allen Standorten rund um Stuttgart während der gesamten Sommerferien in den Genuss einer umfassenden Ferienbetreuung inklusive Shuttle-Service. Mit Ausnahme der Weihnachtssferien werden die Kinder auch während der übrigen Schulferienphasen betreut.

Mit dem Familienservice bietet Porsche eine kostenlose individuelle Rundumberatung und Unterstützung in allen familiären Lebenslagen. Das Angebot reicht von der Beratung für werdende Eltern über die Auswahl und Vermittlung von qualifizierten Betreuungspersonen für Kinder und Senioren bis hin zur qualifizierten Unterstützung bei der Suche und Auswahl von Pflegeeinrichtungen zur Elder-care.

Porsche setzt sich für die flexible Gestaltung von Arbeitsort und Arbeitszeiten ein. Homeoffice, lebensphasenorientierte Wahlarbeitszeit oder eine freiwillige persönliche Auszeit (Sabbatical) sind nur einige Beispiele dafür. Auch Jobsharing in Führungsfunktionen bewährt sich infolge eines Pilotprojekts erfolgreich und findet weitere Verbreitung im Unternehmen. Mit entsprechenden Betriebsvereinbarungen wird zusammen mit dem Betriebsrat der Rahmen für eine erfolgreiche Umsetzung dieser Themen gesetzt.

Mitbestimmung

Über die vielfältigen Angebote werden die Mitarbeiter durch unterschiedliche interne Medien der Porsche AG informiert. Darüber hinaus bietet aber auch der Betriebsrat mit seinen Betriebsversammlungen an den einzelnen Porsche-Standorten in Deutschland eine umfassende Informations- und Diskussionsplattform. Überhaupt besitzt die Mitbestimmung bei Porsche einen hohen Stellenwert und ist eine wichtige Stütze für den unternehmerischen Erfolg. Dazu gehören auch die zahlreichen Tarifverträge und Betriebsvereinbarungen, die im Berichtsjahr zwischen den Betriebsparteien vereinbart werden. Auch bei der Organisation und Umsetzung der traditionellen Hocketse für Mitarbeiter und ihre Familien am Standort Zuffenhausen ist der Betriebsrat ein wichtiger Partner und Treiber. 2017 werden rund um das Stammwerk über 20.000 Gäste gezählt. Ebenso geht der 6-Stunden-Lauf auf die Initiative des Betriebsrats zurück. Im Berichtsjahr haben sich über 3.000 Mitarbeiter mit knapp 250 Teams daran beteiligt und insgesamt 185.000 Euro für wohltätige Zwecke erlaufen.

Chancengleichheit und Vielfalt

Die Porsche-Belegschaft lebt von ihrer Diversität: Mitarbeiter aus mehr als 80 Nationen mit unterschiedlichsten persönlichen Fähigkeiten sorgen dafür, dass Porsche in vielerlei Hinsicht vorneweg fährt. In den bisherigen Führungsleitlinien und auch im neu entwickelten „Porsche Code“ ist die aktive Förderung von Vielfalt durch die Führungskräfte verankert. Zusätzlich sind Chancengleichheit und Gleichbehandlung für alle Mitarbeiter im „Porsche Compliance Kodex“ festgeschrieben – unabhängig von Abstammung, ethnischer Herkunft, Nationalität, Religion, Weltanschauung, politischer oder gewerkschaftlicher Betätigung, Geschlecht, sexueller Orientierung, Alter, Behinderung oder Krankheit. Um die Aktivitäten für Chancengleichheit und Vielfalt zu bündeln und weiter auszubauen, wird im Januar 2017 die Abteilung Chancengleichheit gegründet. Ein wichtiges Ziel, an dem Porsche kontinuierlich arbeitet, bleibt die Erhöhung des Frauenanteils auf allen Unternehmensebenen.

Seit 2012 hat Porsche den Anteil von Frauen im Unternehmen kontinuierlich auf 15,3 Prozent gesteigert. Im gleichen Zeitraum wird die Anzahl der Managerinnen mehr als verdoppelt. Der Frauenanteil im Management beträgt inzwischen neun Prozent. Messbare und verbindliche Chancengleichheit ist bei Porsche Teil der Zielvereinbarungen mit allen Führungskräften. Über die gesetzlichen Anforderungen hinaus hat sich das Porsche-Management ressortspezifische Ziele für den Frauenanteil an Beförderungen im Management gesetzt. Diese Ziele orientieren sich am Geschlechterverhältnis in den oberen Tarifgruppen. Unterstützend stehen Qualifizierungs- und Weiterbildungsmaßnahmen wie Workshops und Seminare oder Mentoring-Angebote zur Verfügung.

Von besonderer Bedeutung bei der Erhöhung des Frauenanteils ist für Porsche die Nachwuchsförderung. So ist rund die Hälfte der Trainees weiblich, bei den Praktikanten und Abschlussarbeiten beträgt der Frauenanteil 29 Prozent. Um frühzeitig Schülerinnen und junge Frauen für technische Berufe und einen Berufseinstieg bei Porsche zu begeistern, wird im Berichtsjahr eine Kooperation mit der Universität Stuttgart geschlossen. Im Rahmen der Veranstaltungen „TryScience bei Porsche“ bietet das Unternehmen Schülerinnen wie auch Studentinnen und Doktorandinnen der Universität Stuttgart die Möglichkeit, Einblicke in Berufe zu erhalten, die auf den MINT-Fächern (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik) basieren. Wie in den Vorjahren beteiligt sich Porsche am „Girls' Day“: Mehr als 150 Schülerinnen aus umliegenden Gymnasien, Real- und Hauptschulen nutzen die

Gelegenheit, bei Porsche hinter die Kulissen zu schauen. Auch die seit über 15 Jahren bestehende Kooperation mit der „Femtec“, der internationalen Karriereplattform für Frauen in IT, Ingenieur- und Naturwissenschaften, wird erfolgreich weiterentwickelt. Höhepunkt 2017 ist die Femtec-Innovationswerkstatt, ein mehrmonatiges Praxisprojekt zum Thema „Wie sieht die Zukunft mit voll automatisiertem Fahren für Porsche aus?“

Ob bei „women&work“, „Panda“ oder dem „Ada Lovelace Festival“ – bei frauenspezifischen Messen und Formaten informiert Porsche Studentinnen und berufserfahrene Frauen regelmäßig über Einstiegsmöglichkeiten. Auf der IAA haben über 40 Young Professionals beim exklusiven Karrieretag für Frauen die Chance, Porsche als Arbeitgeber kennenzulernen.

Ende Mai beteiligt sich Porsche zum ersten Mal am deutschen Diversity-Tag. Unter dem Motto „Chancengleichheit fördern. Mit Vielfalt gewinnen.“ lassen Personalabteilung, Betriebsrat und Schwerbehindertenvertretung in Zuffenhausen die Diversität im Unternehmen sichtbar werden. Ziel ist es, den besonderen Wert von Chancengleichheit und Vielfalt darzustellen und im Gespräch mit Kollegen darüber zu reflektieren. Darüber hinaus wird das Seminarangebot zu Diversität und Wertschätzung weiter ausgebaut.

Frauenanteil in Führungspositionen

Im Zuge der Umsetzung des Gesetzes für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen in der Privatwirtschaft werden folgende Zielgrößen für den Frauenanteil im Aufsichtsrat und Vorstand sowie in den obersten Managementebenen mit Frist zum 31. Dezember 2021 für die Porsche AG festgelegt: Vor dem Hintergrund der langfristigen Verpflichtung der Mitglieder hat der Porsche-Aufsichtsrat den Status quo von zehn Prozent als Zielgröße bestätigt.

Zum Zeitpunkt des Beschlusses sind die Vorstände aller Ressorts ausschließlich mit Männern besetzt; die jeweiligen Vertragslaufzeiten erstrecken sich über mehrere Jahre. Vor diesem Hintergrund beschließt der Aufsichtsrat keine Anpassung der Zielgruppe bis zum 31. Dezember 2017. Der Status quo null wird bis zum 31. Dezember 2021 bestätigt. Der Aufsichtsrat von Porsche hat sich jedoch zum Ziel gesetzt, den Anteil von Frauen im Vorstand längerfristig zu erhöhen. Für die erste und zweite Führungsebene unterhalb des Vorstands legt die Porsche AG einen Frauenanteil von 15 Prozent fest. Damit strebt das Unternehmen nahezu eine Verdopplung zum Status quo an.

Gesundheit und Arbeitssicherheit

Gesunde und leistungsfähige Mitarbeiter sind Voraussetzung für den Erfolg eines Unternehmens. Im Rahmen des Integrationsmanagements gelingt es, dass durch strukturelle und gestufte Wiedereingliederung 250 Mitarbeiter mit Langzeiterkrankung frühzeitig und fähigkeitsgerecht an den Arbeitsplatz zurückkehren.

Porsche legt großen Wert auf Prävention. Die 23. Porsche Gesundheitstage im Juni und Juli 2017 stehen unter dem Motto „Eine Frage der Haltung – Tipps zur Ergonomie am Arbeitsplatz“. Über 2.000 interessierte Mitarbeiter an sieben Standorten besuchen die Gesundheitstage und nehmen an Elektromyographie-Messungen zur Untersuchung muskulärer Spannung teil.

Wie jeder konkret und effektiv am Arbeitsplatz seinen Bewegungsablauf trainieren kann, wird pilothaft in der Montage gezeigt: Die Physiotherapie im Team (Pit-Stopp) gibt Tipps für individuelle verhaltenspräventive Verbesserungen im Alltag.

Sichere Arbeitsplätze haben für Porsche höchste Priorität. Eine organisierte und strukturierte Systematik des Arbeits- und Gesundheitsschutzes gewährleistet eine zielgerichtete und einheitliche Vorgehensweise und sorgt für die Umsetzung rechtlicher Vorgaben. Das Ziel ist es, Arbeitsunfälle zu verhindern und Berufskrankheiten sowie arbeitsbedingte Gesundheitsgefahren zu vermeiden.

Die zentralen Prozesse sind standardisiert und durch die Konzernrichtlinie Arbeitsschutz geregelt. Diese Richtlinie stellt ein wesentliches Element des Compliance-Management-Systems des Unternehmens dar und ist für alle Mitarbeiter gültig. Die Vorgesetzten achten darauf, dass ihre Mitarbeiter die Vorgaben der Richtlinie kennen und deren Bestimmungen einhalten. Fachkräfte für Arbeitssicherheit, Betriebsräte und Betriebsärzte stehen beratend zur Seite. So kann die Verletzungsrate deutlich gesenkt werden. Von 2015 bis 2017 geht die Verletzungsrate beispielsweise um 12,7 Prozent zurück. Im Jahr 2017 erreichen die Porsche AG und die Porsche Leipzig GmbH mit 5,5 Unfällen pro eine Million geleistete Arbeitsstunden den bis dato niedrigsten Wert im Unfallgeschehen.

Porsche-Gastronomie

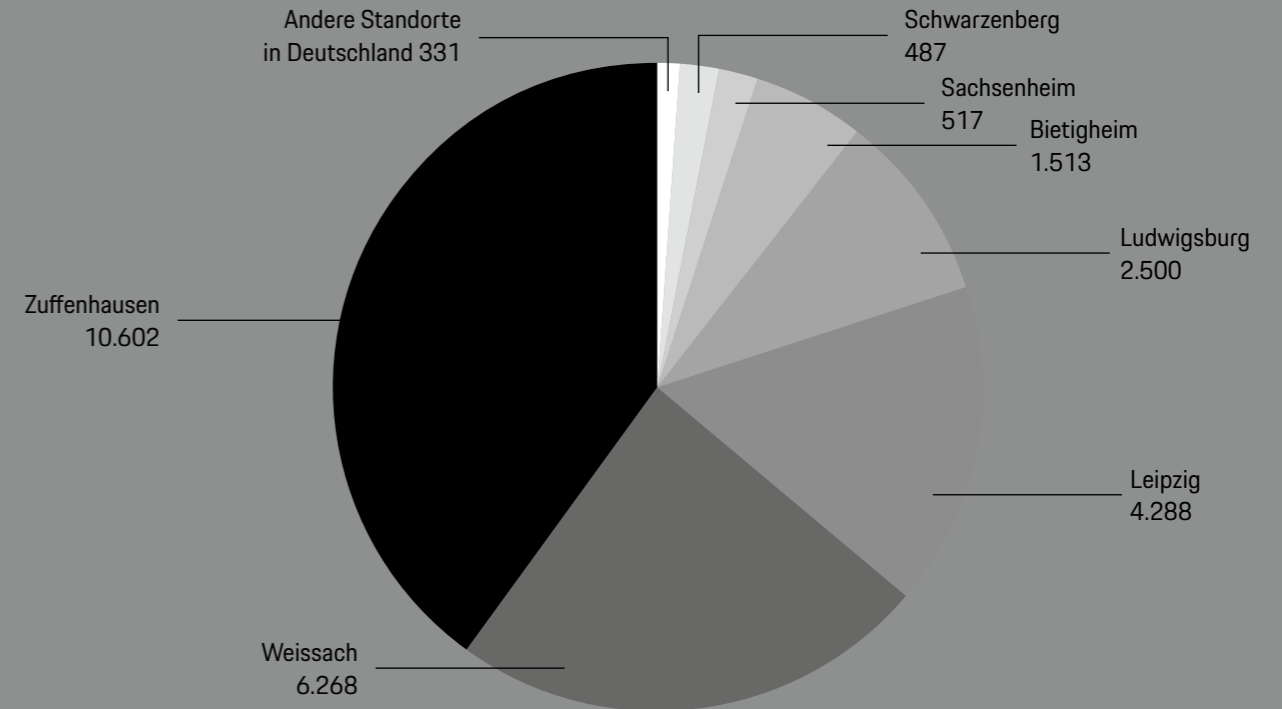
Das Wachstum des Unternehmens hat auch Auswirkungen auf die Organisation der Verpflegung für die Mitarbeiter. Deshalb werden Infrastruktur und Verpflegungsangebote weiter ausgebaut sowie neue Casino-Konzepte für Zuffenhausen und Weissach erarbeitet. Im Berichtsjahr werden an den Porsche-Standorten insgesamt 2,6 Millionen Essen ausgegeben.



CASINO-KONZEPT

26.506 Mitarbeiter beschäftigt Porsche am Bilanzstichtag 31.12.2017 in Deutschland. Im Vergleich zum Vorjahr ist das ein Plus von sieben Prozent. Das rasante Wachstum des Unternehmens stellt Porsche vor große Herausforderungen. Diese lassen sich nur bewältigen, wenn alle gemeinsam in eine Richtung ziehen und konstruktiv zusammenarbeiten.

Mitarbeiter an den Standorten in Deutschland



Gesamtbelegschaft in Deutschland ✓		Vergleich zum Vorjahr
2017	26.506	
2016	24.681	
2015	21.745	

+7%

GESELLSCHAFT

Im Berichtsjahr fördert Porsche im Bereich Spenden und CSR-Sponsoring mehr als 100 Projekte. Förderprojekte begreift Porsche als Teil der unternehmerischen Verantwortung im Sinne des bürgerschaftlichen und sozialen Engagements für die Gesellschaft. Dabei gibt es fünf Schwerpunkte: Bildung und Wissenschaft, Kultur, Soziales, Sport und Umwelt.

Bildung und Wissenschaft

Mit dem Porsche Integrationsjahr bereitet der Sportwagenhersteller auch 2017 wieder 15 junge Flüchtlinge auf eine Berufsausbildung in Partnerbetrieben und Branchen vor, die unter einem akuten Fachkräftemangel leiden. Darüber hinaus unterstützt Porsche eine Reihe von Initiativen, die ebenfalls das Ziel verfolgen, Flüchtlingen eine nachhaltige Perspektive auf dem Arbeitsmarkt in Deutschland zu bieten. So ist das Unternehmen einer der Hauptförderer der Joblinge gAG Stuttgart, die jungen Menschen mit schwierigen Startbedingungen hilft, einen Ausbildungsplatz zu finden. 2017 werden dabei auch 80 Flüchtlinge betreut. Zudem läuft im Berichtsjahr das Stipendienprogramm „Berufliche Anerkennung in Baden-Württemberg“ auf Hochtouren. Das Programm der Baden-Württemberg-Stiftung hilft Flüchtlingen auf unbürokratische Art und Weise, ihre im Ausland erworbenen Studienabschlüsse und Berufsausbildungen anerkennen zu lassen. Baden-Württemberg ist das einzige deutsche Flächenland mit einem Programm dieser Art und wird dabei von Porsche – über den Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft – unterstützt. Rund 500 Personen aus dem ganzen Bundesland haben bis Ende 2017 ein Stipendium erhalten.

Darüber hinaus engagiert sich Porsche beim Ausbildungscampus der Bürgerstiftung Stuttgart. Die Stiftung hat gemeinsam mit öffentlichen Trägern und Unternehmensvertretern ein Modell entwickelt, das Jugendliche mit Unterstützungsbedarf – insbesondere junge Flüchtlinge – in Ausbildung und Arbeit bringen soll. An einem Ort erhalten sie nun alle dazu notwendigen Informationen sowie Unterstützungs- und Beratungsangebote. Die Hilfe reicht von der Berufsfindung über die Bewerbung und Vermittlung bis hin zur Begleitung während der Ausbildung. Gleichzeitig bietet die Plattform auch Informationen und Beratungsangebote für Unternehmen. Auch im Berichtsjahr unterstützt Porsche die



INTEGRATIONSPROGRAMM

Erweiterung des Porsche Training and Recruitment Centers (PTRCA) in Manila. Seit neun Jahren bildet der Sportwagenhersteller in Zusammenarbeit mit dem Orden Salesianer Don Boscos benachteiligte junge Filipinos zu Kfz-Service-Mechanikern aus, um ihnen später eine berufliche Perspektive in der Porsche-Handelsorganisation zu ermöglichen. 2015 werden Volkswagen und Audi Partner des PTRCA, wodurch die jährliche Zahl der Teilnehmer von 36 auf 145 wächst. Mit der Erweiterung schafft das PTRCA die Voraussetzungen für eine optimale Vorbereitung auf die sich stark verändernden Herausforderungen im Bereich Aftersales.

Seit dem verheerenden Erdbeben im chinesischen Sichuan im Jahr 2008 fördert Porsche China ein langfristiges Bildungsprojekt für Kinder und Jugendliche. Das Programm „Empowering the Future“ startet 2009 mit dem Ziel, Bildung und integrierte Frühentwicklung für benachteiligte Kinder und Jugendliche in ländlichen Gebieten zu ermöglichen. Aktuell arbeitet Porsche China Hand in Hand mit dem Kinderhilfswerk UNICEF an drei Projekten: Das Projekt „Mobile Education Training and Resource Units“ (METRU) konzentriert sich auf die Entwicklung lokaler Standards für die Lehr- und Bildungsqualität. Das Pilotprogramm „METRU Plus & Effective Teaching and Learning“ (METRU Plus & ETL) erhöht die Bildungsqualität von Grundschulen in ärmeren Gegenden des Landes. Und das Projekt

„Integrated Early Childhood Development“ (IECD) ermöglicht schwangeren Frauen und Kleinkindern bis zu drei Jahren eine Basis-Gesundheitsversorgung, Frühförderung sowie Kinderschutz. Im Rahmen der Kooperation mit UNICEF stellt Porsche China bis Ende 2016 rund 60 Millionen chinesische Renminbi (RMB) an Spenden bereit – umgerechnet etwa 7,7 Millionen Euro. In sieben Provinzen, Kommunen und autonomen Gebieten profitieren 915 Projektschulen mit rund 310.000 Schülern, 13.300 Lehrern und 4.000 Kindern im Alter bis zu drei Jahren von der Unterstützung.

Kultur

Zusammen mit dem Stuttgarter Ballett präsentiert Porsche Anfang Juli das Freiluft-Event „Ballett im Park“. Porsche fördert das Event bereits zum sechsten Mal und ermöglicht so Tausenden von Ballettfans einen kostenlosen Kulturgenuss. Im September verlängert Porsche den Vertrag mit dem Stuttgarter Ballett als Hauptsponsor um weitere drei Jahre. Pünktlich zum Start der Spielzeit 2017/2018, die mit der Veranstaltungsreihe „Blick hinter die Kulissen XXL – John Cranko zum 90. Geburtstag“ im Stuttgarter Kammertheater beginnt, setzen Porsche und das Spitzenensemble ihre erfolgreiche Zusammenarbeit fort. Seit 2012 ist der Sportwagenhersteller Hauptsponsor des Stuttgarter Balletts. Außerdem finanziert Porsche den Neubau der John-Cranko-Schule für den Ballettnachwuchs mit zehn Millionen Euro.

Im Juni verlängert Porsche den Vertrag mit dem Leipziger Gewandhaus und unterstützt zudem für weitere drei Jahre die beliebten Rosentalkonzerte in der Konzertreihe „Klassik erleben“. Mit diesem Engagement ermöglicht das Unternehmen bis dato über 60.000 Leipziger Bürgern einen kostenfreien Zutritt zu einer erstklassigen Musikveranstaltung. Das Sponsoring beinhaltet darüber hinaus internationale Tourneen und große Konzerte. Seit 2011 ist Porsche als „Global Partner“ des Gewandhausorchesters aktiv.



LEIPZIGER OPERNBALL

Im November präsentiert Porsche zum fünften Mal den Leipziger Opernball und verlost einen 718 Cayman für einen guten Zweck. Insgesamt werden 8.000 Lose im Wert von je zehn Euro an die Gäste verkauft. Der Erlös der Tombola kommt in diesem Jahr der Stiftung „Leipzig hilft Kindern“ und unter anderem dem Projekt „Haus Leben e.V.“ in Leipzig zugute. Unter dem Leitsatz „Krebs vorbeugen, heilen, bewältigen“ unterstützt der Verein Krebspatienten und ihre Angehörigen bei der emotionalen und praktischen Bewältigung der Erkrankung und bei der Aktivierung ihrer Selbstheilungskräfte.

Ein Schwerpunkt des gesellschaftlichen Engagements von Porsche China bildet die Förderung talentierter junger Künstlerinnen und Künstler. Bereits 2010 startete Porsche China eine Kooperation mit dem Sichuan-Institut für bildende Künste. Bisher werden im Rahmen des Projekts „Empowering the Future“ sieben Porsche-Kunstwettbewerbe organisiert. Dabei reichen die Studierenden mehr als 2.000 Werke ein. Zur Weiterentwicklung des Programms initiiert Porsche im Mai 2017 erstmals gemeinsam mit der Shanghai-Messe für zeitgenössische Kunst, der „ART021“, den Wettbewerb „Porsche Chinese Artist of the Year“. Ziel des Projekts ist es, die innovativsten und zukunftsweisendsten jungen Künstlerinnen und Künstler in China in ihrer persönlichen und künstlerischen Entwicklung zu unterstützen.



STUTTGARTER BALLETT

Soziales

Zum dritten Mal findet 2017 der 6-Stunden-Lauf statt. 3.000 Porsche-Mitarbeiter sind auf einem Rundkurs von 911 Metern im Werk Zuffenhausen unterwegs. Für jede zurückgelegte Runde spendet das Unternehmen fünf Euro an soziale Einrichtungen in der Region Stuttgart. Das Ergebnis: 185.000 Euro. Das Geld geht an die Olgäle-Stiftung, die Mobile Jugendarbeit Stuttgart und die Stuttgarter Jugendhaus gGmbH, die Gustav-Werner-Schule Zuffenhausen sowie das Kinder- und Jugendhospiz Stuttgart. Das Hospiz, das bereits zum dritten Mal in Folge Mittel aus dem 6-Stunden-Lauf erhält, öffnet im Berichtsjahr seine Pforten. Es ist das erste stationäre Kinder- und Jugendhospiz in Baden-Württemberg. Bis zu acht schwer erkrankte Kinder und Jugendliche können dort mit ihren Eltern aufgenommen und begleitet werden. Die Olgäle-Stiftung setzt sich für eine optimale Betreuung der Kinder im Stuttgarter Olgahospital ein. Neben der medizinischen Versorgung spielt auch eine kindgerechte Atmosphäre eine große Rolle. Die Stiftung finanziert daher seit mehr als 15 Jahren Klinikclowns. Diese sind im Umgang mit kranken Kindern psychologisch geschult und lenken die kleinen Patienten von ihren Sorgen ab.

Zum dritten Mal findet 2017 der 6-Stunden-Lauf statt. 3.000 Porsche-Mitarbeiter sind auf einem Rundkurs von 911 Metern im Werk Zuffenhausen unterwegs. Für jede zurückgelegte Runde spendet das Unternehmen fünf Euro an soziale Einrichtungen in der Region Stuttgart. Das Ergebnis: 185.000 Euro



SPENDEN DURCH 6-STUNDEN-LAUF



BIENENVÖLKER BEI PORSCH LEIPZIG



STIFTUNG LESEN

Seiner Fantasie freien Lauf lassen und Abenteuer mit dem kleinen Prinzen oder Schneewittchen erleben: Mit Büchern können Kinder in die Welt ihrer Helden eintauchen. In Zusammenarbeit mit der Stiftung Lesen und einer Spende von Porsche können die Hohensteinschule und die Silcherschule in Zuffenhausen einen gemütlichen Leseclub mit Sitzkissen, Lümmelbänken und Kinderbüchern einrichten. Die Schüler sollen ohne Notendruck für das Lesen begeistert werden und so ihre Sprach- und Lesekompetenzen verbessern. Richy Müller ist als Gastleser bei der Eröffnung dabei.

Weihnachtsmann & Co. – helfen macht froh: Nach diesem Motto handelt und arbeitet der Verein seit über 40 Jahren. Weihnachtsmann & Co. fördert karitative Einrichtungen und Organisationen in Stuttgart und der Region. Wesentliche Einnahmequelle ist der Verkaufstand auf dem Stuttgarter Weihnachtsmarkt. Auch 2017 helfen Mitarbeiter, die am Porsche Förderjahr teilnehmen, einen Tag lang beim Verkauf. Zudem überreicht Porsche einen Scheck, um dieses einzigartige Modell in Deutschland zusätzlich zu fördern.

Integration durch Sport

Porsche unterstützt den Württembergischen Fußballverband, damit Menschen mit mentalen Beeinträchtigungen am regulären Trainingsbetrieb teilnehmen können. Um dieses Engagement in Sachen Inklusion zu bekräftigen, treffen sich 2017 in Zuffenhausen erneut Porsche-Auszubildende mit der Landesauswahl „Menschen mit mentaler Beeinträchtigung“ zu einem Fußballspiel. Dabei ist das Erlebnis wichtiger als das Ergebnis.

Porsche Leipzig kooperiert mit dem RB Leipzig bei einem Inklusionsspieltag. Das Fußballbundesliga-Spiel gegen den FC Ingolstadt steht im Zeichen von Menschen mit Behinderungen – eine Aktion der Bundesliga Stiftung, der Aktion Mensch und des Sächsischen Behinderten- und Rehabilitationssportverbands. Des Weiteren setzt sich Porsche Leipzig als Partner von RB Leipzig für geflüchtete Jugendliche ein und finanziert die Teilnahme an einem Integrationsprogramm. Unter dem Slogan „Willkommen im Fußball“ nutzen mehr als 30 Flüchtlingskinder das Angebot und nehmen am Sommercamp der RB Leipzig Fußballschule teil.

Umwelt

Mischwald statt Nadelwald-Monokultur: In Rutesheim, Weissach und Ludwigsburg werden auf 4,6 Hektar Fläche mehrere Tausend Traubeneichen gepflanzt. Die Bäumchen ersetzen vom Sturm zerstörte oder von Pilzen befallene Fichten- und Eschenwälder. Laubwälder generieren im Schnitt 800.000 Liter mehr Grundwasser je Hektar als reine Nadelwald-Monokulturen – und das jedes Jahr neu und über Generationen hinweg. Porsche fördert damit das Projekt des bundesweit agierenden Vereins „Trinkwasserwald e.V.“ mit Sitz in Hamburg. Mit den 4,6 Hektar Trinkwasserwald entstehen jährlich 3,68 Millionen Liter sauberes Grundwasser. Ein Mensch verbraucht pro Jahr etwa 1.000 Liter Trinkwasser; die Neubepflanzung sichert so lebenslang das Trinkwasser für bis zu 3.680 Menschen.

Im Zuge der Porsche-Nachhaltigkeitsstrategie initiiert Porsche Leipzig die Zusammenarbeit mit dem sächsischen Start-up „binee“. Das 2015 gegründete Unternehmen hat einen Recyclingkreislauf entwickelt, der die Entsorgung von alten Elektrogeräten belohnt und die Wiederverwertung gezielt steuert. So wird der Abbau von Rohstoffen – wie etwa Eisen-erz – gemindert. Mitarbeiter von Porsche Leipzig haben in einer dreimonatigen Pilotphase die Möglichkeit, ihre Mobiltelefone und Elektrokleingeräte einfach und unkompliziert auf dem Weg zur Arbeit zu entsorgen. Transparente Prozesse ermöglichen einen Einblick in die Recyclingkette. So lässt sich der Weg des Altgeräts mitverfolgen. Als Dankeschön erhalten Teilnehmer einen Rabattgutschein für einen Einkauf bei einem „binee“-Partner. Die Zusammenarbeit zwischen Porsche und dem Start-up „binee“ ist ein Beispiel für eine gelungene Symbiose aus Wirtschafts- und Innovationskraft in Leipzig.



START-UP BINEE

Anfang Mai werden bei Porsche Leipzig auf der Beweidungsfläche im Offroad-Gelände 25 Bienenvölker mit jeweils rund 60.000 Bienen angesiedelt. 1,5 Millionen Honigbienen finden so auf der naturbelassenen Ökofläche eine neue Heimat. Ziel ist es, mit der Ansiedlung einen Beitrag zur Sicherung des Honigbienen-Bestands und damit zum Umwelt- und Naturschutz zu leisten. Dank vielfältiger Flora im Offroad-Gelände sind optimale Bedingungen für die Bienen gegeben – hier wachsen, neben zahlreichen Wildpflanzen, vor allem Weißdorn, Robinien und Linden. Die insgesamt 132 Hektar große Fläche dient außerdem als natürlicher Lebensraum für rund 30 Exmoor-Ponys und 75 Auerochsen. Zahlreiche weitere Tierarten – wie Fasane, Schwarzmilane, Amphibien, Feldhasen, Rehe oder Fledermäuse – sind auf dem Gelände beheimatet. In der Automobilbranche ist das Konzept einzigartig. Porsche Leipzig verbindet von Anfang an eine nachhaltige und ressourceneffiziente Automobilproduktion mit dem Engagement für Natur und Umwelt. Das werkseigene Offroad-Gelände war einst Militärgebiet und wurde im Jahr 2000 renaturiert.

Auch 2017 spendet Porsche Leipzig acht Exmoor-Ponys an zwei gemeinnützige Vereine in Sachsen und Thüringen. Um den Bestand dieser Ponys bei Porsche Leipzig konstant zu halten, werden die Pferde regelmäßig an ausgewählte gemeinnützige Organisationen übergeben.

2011 startet Porsche Cars North America mit dem „Porsche Care Network“ eine Initiative, die das gesellschaftliche Engagement der Mitarbeiter organisiert. Die Schwerpunkte liegen dabei auf Umwelt, Familie und Ausbildung. Insgesamt werden 2017 über 750 Arbeitsstunden geleistet. So reinigen Mitarbeiter einen Abschnitt des Chattahoochee-Flusses oder pflanzen Bäume vor Ort. Darüber hinaus werden Essenspakete für bedürftige Familien zusammengestellt und ein Bildungsprojekt aufgesetzt, das Kindern spielerisch den richtigen Umgang mit Geld vermittelt.



EXMOOR-PONYS BEI PORSCH LEIPZIG

SPORT

Porsche engagiert sich auf vielfältige Weise im Sport: Besondere Bedeutung haben die Aktivitäten im Profitennis der Damen und im Profigolf der Herren. Da Leistungssport ohne eine umfassende Grundausbildung nicht möglich ist, engagiert sich Porsche an seinen Standorten für den Nachwuchs. Unter dem Motto „Turbo für Talente“ fördert das Unternehmen in Stuttgart und Leipzig Kinder und Jugendliche im Fußball, Basketball und Eishockey. Partnervereine sind RB Leipzig, die SG Sonnenhof Großaspach, der SV Stuttgarter Kickers, der SC Bietigheim-Bissingen Steelers sowie die Porsche Basketball-Akademie Ludwigsburg. Ziel der Kooperationen ist es, den Nachwuchs sowohl sportlich als auch sozial zu unterstützen und für das spätere Berufsleben vorzubereiten.

Teilnehmerrekord beim „Leipziger Viertelfinale“

Die Finalrunde des dritten – gemeinsam von Porsche und RB Leipzig veranstalteten – Fußball-Nachwuchsturniers „Leipziger Viertelfinale“ wird Anfang August ausgetragen. Das Turnier verzeichnet einen neuen Teilnehmerrekord: Mehr als 1.000 Jungen und Mädchen in über 100 Mannschaften der Altersklassen U11 und U14 treten im Juni in den Vorrunden für ihre Stadtviertel an. Besonders motivierend ist für die jungen Talente, dass vier Profis von RB Leipzig eine Stadtteil-Patenschaft übernehmen. Die Siegerehrung in der Red Bull Arena im Rahmen der Saisonöffnung der Profimannschaft verfolgen mehr als 21.000 Zuschauer – ein unvergesslicher Moment für die Nachwuchsfußballer.



LEIPZIGER VIERTELFINALE

Porsche Coaching-Mobil

Seit April ist das Porsche Coaching-Mobil unterwegs – und das nicht nur bei den fünf Partnervereinen in den Regionen Stuttgart und Leipzig. Mehr als 3.000 Kinder und Jugendliche haben bisher an den 28 Aktionen teilgenommen. Beim Coaching-Mobil handelt es sich um einen speziell für die Jugendförderung entwickelten Anhänger, der mit Sportgeräten und Instrumenten zur Messung von Leistungsdaten ausgestattet ist. Das gibt jungen Talenten die Möglichkeit, ihre sportliche Leistungsfähigkeit besser einzuschätzen und ihr weiteres Training darauf abzustimmen. Altersabhängige Referenzwerte machen die Ergebnisse zudem vergleichbar.

Basketball-Akademie zu Gast bei Porsche

Im Mai besuchen 13 Nachwuchstalente der Porsche Basketball-Akademie (BBA) das Ausbildungszentrum der Porsche AG. Auszubildende stellen ihre Einsatzbereiche, ihren Ausbildungsalltag, aktuelle Projekte sowie die acht verschiedenen technischen Ausbildungsberufe vor. Außerdem erhält das Team aus der U16-Jugend-Basketball-Bundesliga allgemeine Tipps zur Bewerbung und für die Berufswahl.

Porsche ehrt Nachwuchssportler

Zur zweiten „Porsche Nacht der Talente“ kommen 150 Nachwuchssportler von RB Leipzig, des SV Stuttgarter Kickers, der SG Sonnenhof Großaspach (Fußball), des SC Bietigheim-Bissingen Steelers (Eishockey) und der Porsche Basketball-Akademie aus Ludwigsburg nach Leipzig. Höhepunkt ist die Verleihung des „Turbo 2017“, der in drei Kategorien vergeben wird: beste sportliche Entwicklung, beste schulische Leistung und außergewöhnliches soziales Engagement. Die Gewinner bekommen ihre Preise unter anderem aus den Händen von Tatort-Kommissar Richy Müller überreicht. Zudem besichtigen die Teilnehmer die Produktion und lernen bei sogenannten Taxifahrten auf der Rundstrecke die Performance verschiedener Porsche-Modelle kennen.



PORSCHE EHRT NACHWUCHSSPORTLER

Eishockey trifft Basketball

Unter dem Motto „Turbo für Talente verbindet“ initiiert Porsche Anfang September für zwei Nachwuchsteams aus den Sportarten Eishockey und Basketball eine gemeinsame Trainingseinheit. Auf Einladung der U19-Eishockey-Cracks der Bietigheim Steelers treffen sich die jungen Sportler in der Eishalle in Bietigheim-Bissingen. Dabei erhält die NBBL-Nachwuchsmannschaft der Porsche Basketball-Akademie (BBA) Ludwigsburg einen Abend lang Einblicke in die Trainingsmethoden der Steelers.

Tennis

40. Porsche Tennis Grand Prix

In einem Finale voller Spannung und Dramatik erfüllt sich Laura Siegemund im April ihren Traum: Die Spielerin vom Porsche Team Deutschland gewinnt den 40. Porsche Tennis Grand Prix. In der ausverkauften Porsche-Arena besiegt die Lokalmatadorin die Französin Kristina Mladenovic 6:1, 2:6, 7:6. Den Schlüssel für das Siegerfahrzeug, ein 911 Carrera 4 GTS Cabriolet, erhält sie vom Porsche-Vorstandsvorsitzenden Oliver Blume. Das Doppel gewinnen Raquel Atawo (USA) und Jelena Ostapenko (Lettland). Maria Sharapova, dreimalige Siegerin in Stuttgart, kehrt nach 15-monatiger Sperre weltweit beachtet auf die WTA Tour zurück. Die US-Amerikanerin Tracy Austin, die 1978 als 15-jähriger Teenager zum Publikumsliebling beim ersten Porsche Tennis Grand Prix in Filderstadt avancierte, ist Jubiläumsgast. Die 40. Auflage ist nicht nur ein großer Publikumserfolg. Auch den Spielerinnen gefällt das Traditionsturnier besser als jedes andere Turnier der Kategorie Premier 700 auf der WTA Tour. Sie wählen die Stuttgarter Veranstaltung 2017 erneut zum beliebtesten Turnier – bereits zum neunten Mal seit dem Umzug in die Porsche-Arena im Jahre 2006 und zum vierten Mal in Folge.



LAURA SIEGEMUND

40.000 Euro für Kinder in Not

Mit der Aktion „Asse für Charity“ unterstützt der Porsche Tennis Grand Prix auch bei seinem Jubiläumsturnier gemeinnützige Organisationen, die sich für das Wohl von Kindern in aller Welt einsetzen. Für jedes Ass spendet Porsche 200 Euro. 2017 werden bis zum Finale 179 Asses geschlagen – und Porsche rundet die erspielten 35.800 Euro auf 40.000 Euro auf. Die Summe geht zu gleichen Teilen an die Stiftung Agapedia und an Plan International, beides Charity-Partner des Porsche Tennis Grand Prix.

Porsche und die Women's Tennis Association (WTA) gehen im April eine auf mehrere Jahre angelegte globale Partnerschaft ein. Porsche wird offizieller und exklusiver Automobilpartner der WTA sowie – unter der Überschrift „Porsche Race to Singapore“ – neuer Titelpartner der Qualifikationsrangliste für die WTA-Finals in Singapur.



EXKLUSIVER AUTOMOBILPARTNER DER WTA

Globale Partnerschaft mit der WTA

Porsche und die Women's Tennis Association (WTA) gehen im April eine auf mehrere Jahre angelegte globale Partnerschaft ein. Porsche wird offizieller und exklusiver Automobilpartner der WTA sowie – unter der Überschrift „Porsche Race to Singapore“ – neuer Titelpartner der Qualifikationsrangliste für die WTA-Finals in Singapur. Die Kampagne läuft über die ganze Saison und führt zum Vorzeigeevent der WTA mit den acht erfolgreichsten Einzelspielerinnen. Die Spielerin, die nach 57 Turnieren – also nach der 57. Runde – am Ende der Saison die Ergebnisliste des „Porsche Race to Singapore“ anführt, hat nicht nur einen Startplatz im prestigeträchtigen Abschlussturnier der Saison sicher. Sie wird zusätzlich mit einem Porsche 911 Carrera GTS belohnt. Erste Siegerin ist die 26-jährige Rumänin Simona Halep, die ihr Siegerfahrzeug im Rahmen der WTA Finals überreicht bekommt. Neben dem Porsche Tennis Grand Prix und dem Engagement im deutschen Damentennis ist der Sportwagenhersteller mit dem „Porsche Race to Singapore“ nun das ganze Jahr über im Tennis sichtbar.

Porsche weiter Premium-Partner des DTB

Der Deutsche Tennis Bund (DTB) und Porsche verlängern ihre Premium-Partnerschaft bis 2020. Die Zusammenarbeit, die vor allem die Unterstützung des Porsche Teams Deutschland im Fed Cup sowie der Nachwuchsspielerinnen im Porsche Talent Team umfasst, besteht seit 2012. Ein Beispiel für die erfolgreiche Förderung der Spitztalente ist Carina Witthöft, bis Anfang 2016 Mitglied im Porsche Talent Team. Die 22-jährige Hamburgerin steht kurz vor dem Sprung in die Top 50, debütiert im April im Fed-Cup-Team und gewinnt Ende Oktober in Luxemburg ihren ersten Titel auf der WTA Tour. Bereits den vierten Titel gewinnt Julia Görges vom Porsche Team Deutschland. Sie besiegt im Finale der WTA Elite Trophy Anfang November im chinesischen Zhuhai die Amerikanerin Coco Vandeweghe mit 7:5, 6:1 und feiert den größten Erfolg ihrer Karriere. Damit verabschiedet sich die 29-Jährige aus Bad Odesloe als Nummer 14 der Weltrangliste in die Winterpause – die bis dato beste Platzierung der Gewinnerin des Porsche Tennis Grand Prix 2011.



JULIA GÖRGES

Bereits den vierten Titel gewinnt Julia Görges vom Porsche Team Deutschland. Sie besiegt im Finale der WTA Elite Trophy Anfang November im chinesischen Zhuhai die Amerikanerin Coco Vandeweghe mit 7:5, 6:1 und feiert den größten Erfolg ihrer Karriere.

Porsche-Markenbotschafterinnen

Maria Sharapova, seit 2013 Botschafterin von Porsche, gewinnt im Oktober das Turnier der WTA Tour im chinesischen Tianjin. Es ist der 36. Titel der mehrfachen Grand-Slam-Siegerin. Angelique Kerber ist seit 2015 Markenbotschafterin. Im Oktober 2017 erhält sie den Jerry Diamond ACES Award der WTA. Dieser Preis wird an die Spielerin verliehen, die sich abseits des Courts auf vorbildliche Weise einsetzt, Menschen für das Damentennis zu begeistern. Die ehemalige Weltranglistenbeste habe sich, so die Jury, die Auszeichnung durch ihr regelmäßiges Engagement bei Wohltätigkeitsveranstaltungen und Fan-Events rund um den Globus sowie durch zahlreiche Aktionen mit Kindern verdient.



MARIA SHARAPOVA

Golf

Porsche Generations Open

Die innovative Amateurgolfturnier-Serie Porsche Generations Open wird 2017 zum zweiten Mal in Deutschland ausgetragen. Die Resonanz bei den drei Turnieren ist erneut durchweg positiv. Das Konzept eines Teamwettbewerbs mit Spielern aus zwei Generationen, deren Altersunterschied mindestens 20 Jahre betragen muss, hat auch internationales Interesse geweckt – Porsche Großbritannien sowie Porsche Brasilien übernehmen das Format im Berichtsjahr.



PORSCHE GENERATIONS OPEN



JORDAN SMITH

Porsche European Open in Hamburg

Im Juli ist Porsche zum dritten Mal Titelpartner des prestigeträchtigen und mit zwei Millionen Euro dotierten European-Tour-Turniers. Nach zwei Jahren im bayerischen Bad Griesbach zieht das Turnier nach Norddeutschland auf die Golfanlage Green Eagle, vor den Toren Hamburgs gelegen. Eingeläutet wird die Turnierwoche mit der „Porsche European Open Team Challenge“, einem Golf-Show-Event auf der Reeperbahn, bei dem sich acht Topstars der Veranstaltung in einem Mannschaftswettbewerb messen. Knapp 40.000 begeisterte Zuschauer verfolgen an vier Turniertagen den Sieg des Engländers Jordan Smith im Stechen gegen den französischen Titelverteidiger Alexander Lévy. Für den 24-jährigen Tour-Rookie Smith ist dies der erste Sieg auf der European Tour.

Porsche Golf Cup feiert seine 30. Auflage

Mehr als 12.000 Amateurgolfer nehmen weltweit an den über 200 Vorrundenturnieren des Porsche Golf Cups 2016 teil. Damit wird der Teilnehmerrekord der Vorsaison erneut übertroffen und verdeutlicht das steigende Interesse der Porsche-Kunden am Golfsport. Die besten 98 Spielerinnen und Spieler aus 20 Nationen qualifizieren sich für das Weltfinale im Mai 2017 auf Mallorca. Sieger der prestigeträchtigen Nationenwertung wird das Team Großbritannien. Die exklusive Amateurtourier-Serie für Kunden existiert seit 1988 und wird von der Porsche AG gemeinsam mit den Porsche-Zentren und den Porsche-Vertriebsgesellschaften veranstaltet. Im Berichtsjahr feiert der Porsche Golf Cup in Deutschland seine 30. Auflage.

Porsche initiiert globales Golfnetzwerk

Abschlag in digitale Welten: Beim „Founding Member Event“ in Penha Longa, nahe Lissabon, fällt im Oktober der Startschuss für den Porsche Golf Circle. Dabei handelt es sich um eine internationale und App-basierte Community exklusiv für golfbegeisterte Porsche-Kunden. Der Sportwagenhersteller baut damit sein Engagement im Golfsport weiter aus. Mitglied im Porsche-Golfnetzwerk kann jeder Besitzer eines Porsche werden. Die Plattform dazu ist eine App für Android und iOS, über welche die Mitglieder mit anderen Community-Teilnehmern in Kontakt treten, weltweit Spielpartner finden oder sich über die aktuellen Porsche-Golfsport-Aktivitäten informieren können. Zudem sind weitere Services geplant wie etwa Trainingstipps in Form von digitalen Golf Tutorials, Regelhilfen oder Erlebnisberichten. Höhepunkte des Porsche Golf Circle sind von 2018 an exklusive Veranstaltungsformate in aller Welt.



FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Neue 911 GTS-Modelle

Mit fünf GTS-Modellen baut Porsche die 911-Produktpalette weiter aus. Der 911 Carrera GTS mit Heckantrieb und der 911 Carrera 4 GTS mit Allradantrieb werden jeweils als Coupé und Cabriolet angeboten. Der 911 Targa 4 GTS mit Allradantrieb ergänzt das Portfolio. Neu entwickelte Turbolader für den 3,0-Liter-Sechszylinder-Boxermotor steigern die Leistung auf 331 kW/450 PS. Das Triebwerk leistet 22 kW/30 PS mehr als beim 911 Carrera S und 15 kW/20 PS mehr als beim jeweiligen GTS-Vorgängermodell mit Saugmotor.

Weltpremieren in Genf

Porsche startet beim Genfer Auto-Salon im März mit drei spektakulären Weltpremieren in den Frühling. Mit dem Panamera Sport Turismo erweitert das Unternehmen die Panamera-Familie um eine neue Karosserievariante. Abgeleitet von der erfolgreichen Sportlimousine, setzt das neue Modell mit einem unverwechselbaren Design ein weiteres Statement im Luxussegment. Gleichzeitig ist der bis zu 404 kW/550 PS starke Sport Turismo variabel wie kein anderer Vertreter seiner Klasse. Mit großer Heckklappe, niedriger Ladekante, vergrößertem Gepäckraumvolumen und einem 4+1-Sitzkonzept wird der neue Viertürer hohen Ansprüchen an Alltagsstauglichkeit und Variabilität gerecht.

Eine Besonderheit ist der adaptiv ausfahrbare Dachspoiler – bisher einmalig im Segment. Der Anstellwinkel des Spoilers wird abhängig von der Fahrsituation und den Fahrzeugeinstellungen in drei Stufen gewählt und erzeugt auf der Hinterachse einen zusätzlichen Abtrieb von bis zu 50 Kilogramm. Bei einer Geschwindigkeit bis zu 170 km/h reduziert das aerodynamische Luftleitelement – zentraler Systembestandteil der Porsche Active Aerodynamics (PAA) – im eingefahrenen Zustand mit einem Winkel von minus sieben Grad den Luftwiderstand und trägt so zur Verbrauchsoptimierung bei. Ab 170 km/h fährt der Dachspoiler automatisch in die Performance-Stellung und erhöht mit einem Anstellwinkel von plus einem Grad Fahrstabilität und Querdynamik.



PANAMERA TURBO SPORT TURISMO

Das Modell ist in vier Versionen erhältlich: als Panamera 4 Sport Turismo, Panamera 4 E-Hybrid Sport Turismo, Panamera 4S Sport Turismo und Panamera Turbo Sport Turismo.

Mit der zweiten Hybridvariante des Panamera positioniert Porsche erstmals einen Plug-in-Hybrid als Topmodell einer Baureihe und unterstreicht die hohe Bedeutung der Elektromobilität für Porsche. Der neue 500 kW/680 PS starke Panamera Turbo S E-Hybrid kombiniert den Vierliter-V8-Motor aus dem Panamera Turbo mit einem Elektromotor. Das Ergebnis ist eine Systemleistung von 500 kW/680 PS und eine souveräne Kraftentfaltung: Bereits knapp über Leerlaufdrehzahl stehen 850 Nm Drehmoment zur Verfügung. Das sorgt für eine Beschleunigung von null auf 100 km/h in 3,4 Sekunden und eine Höchstgeschwindigkeit von 310 km/h. Die Boost-Strategie des allradgetriebenen Panamera stammt vom Supersportwagen 918 Spyder. Der Durchschnittsverbrauch im Neuen Europäischen Fahrzyklus liegt bei 2,9 l/100 km, bis zu 50 Kilometer weit kann das neue Panamera-Topmodell rein elektrisch fahren. Der Elektromotor wird über eine flüssigkeitsgekühlte Lithium-Ionen-Batterie mit einem Energieinhalt von 14,1 kWh mit Strom versorgt. Binnen sechs Stunden ist die im Heckbereich

integrierte Hochvolt-Batterie über einen 230-Volt-Anschluss mit zehn Ampere vollständig geladen. Nutzt der Panamera alternativ zum serienmäßigen 3,6-kW-Ladegerät den optionalen 7,2-kW-On-Board-Lader und einen 230-Volt-Anschluss mit 32 Ampere, ist die Batterie bereits nach 2,4 Stunden voll.

Mit dem 911 GT3 präsentiert Porsche in Genf einen rennsportnahen Zweisitzer in systematischer Leichtbauweise, ideal für Alltagsgebrauch und Rundstrecke. Der Sechszylinder-Boxermotor mit 368 kW/500 PS – Herzstück des 911 GT3 – wurde von Porsche-Motorsport komplett neu entwickelt und ist in abgewandelter Form bereits im 911 GT3 R, 911 Cup und 911 RSR im Einsatz. In der neu konzipierten, aus leichtem Kunststoff gefertigten variablen Sauganlage sind zwei Resonanzklappen integriert. Im Vorgängermodell gab es nur eine. Je nach Lastanforderung und Drehzahl öffnen sie sich einzeln oder gleichzeitig und führen zu einem weitaus fülligeren Drehmomentverlauf als bisher. Positiver Nebeneffekt ist der effiziente Ladungswechsel, der zu Vorteilen beim Kraftstoffverbrauch führt. Das überarbeitete Fahrwerk mit Hinterachslenkung und der systematische Leichtbau sind darauf ausgelegt, die Motorleistung in überragende Fahrdynamik umzusetzen.



911 GT3



718 CAYMAN GTS



PANAMERA TURBO S E-HYBRID

Extravagant: der 911 Turbo S Exclusive Series

Im Sommer stellt Porsche den auf 500 Exemplare limitierten 911 Turbo S Exclusive Series vor. Das Coupé leistet 446 kW/607 PS, ein Zuwachs um 27 PS im Vergleich zum serienmäßigen 911 Turbo S. Der 3,8-Liter-Sechszylinder-Biturbo-Boxermotor mit dem exklusiven Powerkit hat ein maximales Drehmoment von 750 Nm, das zwischen 2.250 und 4.000 U/min anliegt. In 2,9 Sekunden sprintet der Turbo S von null auf 100 km/h, in der Spitze erreicht er 330 km/h. Der Verbrauch unterscheidet sich nicht von dem des Serienmodells und beträgt 9,1 l/100 km kombiniert. Das entspricht einem CO₂-Ausstoß von 212 g/km.

Der 911 Turbo S besticht vor allem durch ein eigenständiges Design, extravagante Detaillösungen und die Verwendung noch edlerer Materialien. Der Sportwagen wird in der neuen Porsche Exclusive Manufaktur in Zuffenhausen in aufwendiger Handarbeit veredelt. Neben der Umsetzung von limitierten Kleinserien ist die werkseigene Manufaktur auf die Veredelung von Porsche-Fahrzeugen spezialisiert. Dabei kann der Kunde zahlreiche speziell entwickelte Ausstattungsoptionen wählen.



911 TURBO S EXCLUSIVE SERIES

Der 911 Turbo S Exclusive Series besticht vor allem durch ein eigenständiges Design, extravagante Detaillösungen und die Verwendung noch edlerer Materialien. Der Sportwagen wird in der neuen Porsche Exclusive Manufaktur in Zuffenhausen in aufwendiger Handarbeit veredelt.



CARBONRAD

Carbonräder: exklusive Innovation

Porsche bietet als weltweit erster Fahrzeughersteller Leichtbauäder mit geflochtenen Carbonfasern an. Sie stehen als Option für die Porsche 911 Turbo S Exclusive Series zur Verfügung. Der charakteristische schwarze Hightech-Werkstoff Carbon kommt unter einer schützenden Schicht aus Klarlack deutlich zur Geltung.

Die innovativen Räder wiegen insgesamt nochmals rund 8,5 Kilogramm beziehungsweise 20 Prozent weniger als die serienmäßigen Leichtmetallräder und sind gleichzeitig um 20 Prozent fester. Durch die Verringerung der ungefederten Massen folgen die Reifen der Fahrbahnoberfläche besser und übertragen Längs- und Querkräfte optimal. Geringere rotierende Massen bedeuten gleichzeitig spontaneres Beschleunigen und Bremsen. In der Folge steigen Fahrdynamik und Fahrspaß.

Neue Porsche 718 GTS-Modelle

Mit den neuen Zweisitzern 718 Boxster GTS und 718 Cayman GTS baut Porsche seine Mittelmotorfamilie weiter aus. Ein neu entwickelter Ansaugtrakt und ein optimierter Turbolader für den 2,5-Liter-Vierzylinder-Boxermotor steigern die Leistung auf nun 269 kW/365 PS. Das Triebwerk leistet damit 11 kW/15 PS mehr als beim 718 S-Modell und bis zu 26 kW/35 PS mehr gegenüber den GTS-Vorgängermodellen mit Saugmotor.

Das Porsche Active Suspension Management (PASM) legt die Karosserie um zehn Millimeter tiefer. Das maximale Drehmoment von bis zu 430 Nm sorgt für noch bessere Beschleunigungs- und Elastizitätswerte. Es liegt zwischen 1.900 U/min und 5.000 U/min an. In Verbindung mit dem Porsche Doppelkupplungsgetriebe (PDK) und dem Sport Chrono-Paket sprinten die GTS-Modelle in 4,1 Sekunden von null auf 100 km/h. Die Spitzengeschwindigkeit liegt bei 290 km/h.

Nicht nur technisch, sondern auch optisch unterscheiden sich die GTS-Modelle innerhalb der 718-Modellreihe. An der Front unterstreicht die neue Sport-Design-Bugverkleidung den sportlichen Charakter. Die Bugleuchten sind GTS-typisch geschwärzt, die Bi-Xenon-Scheinwerfer abgedunkelt.

Der neue Cayenne feiert Weltpremiere

Präziser, eleganter, athletischer und ausdruckstärker: Mit einer spektakulären Inszenierung präsentiert Porsche im August in Zuffenhausen die dritte Generation des Cayenne, der seit 2002 mehr als 770.000-mal verkauft wurde. Der SUV ist eine komplette Neuentwicklung und orientiert sich stark am 911 – in seiner dritten Auflage ist der SUV erstmals mit Mischbereifung und Hinterachslenkung zu haben. Trotz erweiterter Serienausstattung ist der Cayenne durch intelligenten Leichtbau bis zu 65 Kilogramm leichter. Die Außenhaut ist vollständig aus Aluminium gefertigt. Auch Bodengruppe, Vorderwagen und nahezu alle Fahrwerkkomponenten bestehen aus dem Leichtmetall.

Ein besonderes technisches Highlight ist die innovative Lithium-Eisen-Polymer-Starterbatterie, die allein für eine Gewichtseinsparung von zehn Kilogramm gegenüber dem Vorgängermodell sorgt. Zum Start werden zwei neu entwickelte aufgeladene Sechszylinder-Benzinmotoren mit 250 kW/340 PS im Cayenne und 324 kW/440 PS im Cayenne S angeboten.

Der Cayenne wurde umfassend digitalisiert und vernetzt. Sein erweitertes Leistungsspektrum zwischen Sportlichkeit und Komfort verdankt er nicht zuletzt dem neuen Achtgang-Tiptronic-S-Getriebe. Kürzere Schaltzeiten und sportlichere Übersetzungen in den unteren Gängen kommen der Onroad-Performance und der Geländetauglichkeit gleichermaßen entgegen. Am anderen Ende der erweiterten Spreizung sorgt der lang übersetzte achte Gang für niedrige Drehzahlen und optimierten Verbrauch beim entspannten Reisen.

Kurz nach der Weltpremiere stellt Porsche mit dem Cayenne Turbo das Topmodell der neuen SUV-Generation vor, das die Messlatte für sportliche Performance in seinem Segment noch mal deutlich höher legt. Der Vierliter-V8-Biturbo-Motor leistet 404 kW/550 PS. Das Zusammenspiel von innovativen Technologien wie der aktiven Aerodynamik inklusive Dachspoiler, der geregelten Dreikammer-Luftfederung, der Mischbereifung und einer neuen Hochleistungsbremse legt die Basis für noch mehr Fahrdynamik.



CAYENNE TURBO

Porsche hebt die Fahrzeugvernetzung mit dem neuen Cayenne auf ein neues Niveau. Die vielfältigen Möglichkeiten sind Bestandteil von Porsche Connect Plus, das zur Serienausstattung der neuen SUV-Generation zählt.

Porsche Connect Plus

Porsche hebt die Fahrzeugvernetzung mit dem neuen Cayenne auf ein neues Niveau. Die vielfältigen Möglichkeiten sind Bestandteil von Porsche Connect Plus, das zur Serienausstattung der neuen SUV-Generation zählt. So kann der Fahrer über das Porsche Communication Management (PCM) jetzt erstmals auf Amazon Music, Smart-Home-Funktionen des Anbieters Nest und Radio Plus, eine intelligente Kombination aus konventionellem Empfang und Online-Radio, zugreifen. Dank der integrierten LTE-fähigen SIM-Karte ist der neue Cayenne permanent online. Auch diese Funktion ist im Serienumfang enthalten. Für die zentralen Connected-Car-Funktionen hat Porsche zudem eine vereinfachte Smartphone-App entwickelt. Mit Amazon Music steht Nutzern im Cayenne eines der beliebtesten Streaming-Angebote direkt im PCM zur Verfügung. Zusätzlich zum umfangreichen Musikangebot bietet Amazon Music in Deutschland weitere Entertainment-Angebote, wie zum Beispiel einen Audio-Livestream der Fußball-Bundesliga.

Noch einfacher, noch schneller und noch umfassender präsentiert sich die weiterentwickelte Online-Navigation mit Echtzeit-Verkehrsinformationen. Basis für die leichte Suche nach Navigationszielen ist der zentrale „Finder“ – symbolisiert durch eine Lupe in der Kopfleiste des PCM. Dieser ermöglicht die Zielsuche mit einfachen Begriffen. Der Finder bietet zudem eine Vielzahl von Zusatzinformationen wie Benzinpreise, freie Parkhäuser inklusive Preisen und Öffnungszeiten oder auch Nutzerbewertungen von Hotels und Restaurants. Auch die Spracheingabe von Navigationszielen funktioniert mithilfe des neuen „Voice Pilot“ ähnlich einfach. Die Porsche-

Spracheingabe wurde nochmals weiterentwickelt. Spracheingaben können dank Online-Spracherkennung nun deutlich intuitiver als bisher erfolgen. So ist zum Beispiel die Eingabe eines Navigationsziels ohne Adressdetails möglich.

Die Berechnung der Navigation wurde ebenfalls optimiert. Möglich wurde dies durch die simultane Verarbeitung der Bord- und Online-Eingaben. So erfolgt die Routenberechnung der Navigation gleichzeitig sowohl online als auch intern im PCM. Das PCM entscheidet selbstständig, welche Navigation die optimale Route errechnet hat, startet jedoch immer mit dem am schnellsten berechneten Ergebnis. Weiterhin verarbeitet das Navigationssystem mit dem neuen Dienst „Risk Radar“ auch sogenannte Schwarmdaten. Dabei handelt es sich um anonym erfasste und übermittelte Daten entsprechend ausgerüsteter Fahrzeuge zur Verkehrs- und Straßenlage. Anhand der Fahrzeugsensoren warnen diese beispielsweise vor Nebel, Schleudergefahr oder Unfallstellen. So kann der neue Cayenne dazu beitragen, Gefahren zu entschärfen und Unfälle zu verhindern.

Der GT2 RS ist der schnellste 911 aller Zeiten

Auf dem „Festival of Speed“ in Goodwood (Großbritannien) feiert der neue Porsche 911 GT2 RS seine Weltpremiere. Mit ihm geht der schnellste und stärkste Straßen-Elfer an den Start. Herzstück des Höchstleistungssportwagens ist ein Sechszylinder-Biturbo-Boxermotor mit 515 kW/700 PS. Dieser beschleunigt den vollgetankt 1.470 Kilogramm leichten Zweisitzer in 2,8 Sekunden aus dem Stand auf 100 km/h. Höchstgeschwindigkeit: 340 km/h. Auf der Nürburgring-Nordschleife stellt der 911 GT2 RS mit einer Bestzeit von 6.47,3 Minuten einen neuen Rekord für straßenzugelassene Sportwagen auf. Gemessen wurde – wie bei Rekordfahrten üblich – die 20,6 Kilometer lange Strecke. Die Durchschnittsgeschwindigkeit betrug 184,11 km/h.

IAA-Premiere: 911 GT3 mit Touring-Paket

Zuwachs für die puristischen Hochleistungssportwagen: Der 911 GT3 mit Touring-Paket debütiert im September auf der Internationalen Automobil-Ausstellung in Frankfurt. Er wird ausschließlich mit manuellem Sechsgang-Getriebe angeboten und besitzt einen variablen Heckflügel. Der Vierliter-Saugmotor aus dem Motorsport leistet 368 kW/500 PS und entwickelt ein Drehmoment von 460 Nm. Optimale Gangwechsel vorausgesetzt, sprintet der 911 GT3 mit Touring-Paket in 3,9 Sekunden von null auf 100 km/h und erreicht eine Höchstgeschwindigkeit von 316 km/h.

Die Bezeichnung „Touring-Paket“ geht auf eine Ausstattungsvariante des 911 Carrera RS aus dem Modelljahr 1973 zurück. Bereits damals standen puristisches 911-Design und klassische Innenausstattungs-Elemente im Mittelpunkt. Der neue 911 GT3 mit Touring-Paket greift diese Idee auf und transportiert sie in die Moderne. Passend zum Charakter eines puristischen GT dominiert im Interieur feines Leder. Der Lenkradkranz mit Zwölf-Uhr-Markierung, der Schalthebel, die Armauflage der Türverkleidungen, der Deckel des Ablagefachs in der Mittelkonsole und die Türziehhgriffe sind mit Glattleder bezogen.

Die Karosserie des 911 GT3 besticht durch große Lufteinlässe im speziell geformten Bugteil und modelltypische Abluftöffnung vor dem Kofferraumdeckel. In der Seitenansicht dominieren die geschmiedeten Leichtmetallräder mit Zentralverschluss. Die Bereifung wirkt eindrucksvoll, da die Karosserie im Vergleich zum 911 Carrera im Bereich der Radhäuser um 44 Millimeter breiter ist. Die Tieferlegung um 25 Millimeter verstärkt diese Breitenwirkung. Dieses Fahrzeug spricht Liebhaber hochkarätiger Sportwagen an, die ein ausgeprägtes Faible für Understatement und klassischen Fahrspaß haben.



911 GT2 RS

Die Porsche Exclusive Manufaktur veredelt den stärksten Macan

Mit der Macan Turbo Exclusive Performance Edition stellt Porsche im Oktober eine edle Variante des Topmodells der Macan-Reihe vor. Das Editionsmodell basiert auf dem Macan Turbo mit Performance-Paket, dessen 3,6-Liter-V6-Turbomotor 324 kW/440 PS leistet. Es ist nur in ausgewählten Märkten verfügbar. Exklusive Design-Merkmale im Exterieur und Interieur unterstreichen den besonders sportlichen Charakter des stärksten Derivats der Modellreihe.

Der Sportwagen unter den SUV wird am Produktionsstandort Leipzig in der Porsche Exclusive Manufaktur in aufwendiger Handarbeit veredelt. Grundlage für das einzigartige Erscheinungsbild der Macan Turbo Exclusive Performance Edition bildet das serienmäßige Exterieur-Paket Turbo. Es umfasst unter anderem 21 Zoll große 911 Turbo-Design-Räder mit seitlich in Schwarz hochglanzlackierten Speichen, LED-Hauptscheinwerfer und abgedunkelte LED-Rückleuchten.

Den exklusiven Charakter unterstreichen ausschließlich für dieses Modell entworfene Design-Akzente, etwa die in Karminrot lackierten Elemente auf Frontspoiler, Heckunterteil und den Sideblades. Unterhalb des in Schwarz hochglanzlackierten Porsche-Schriftzugs am Heck ist auch die Modellbezeichnung „Macan turbo“ in Karminrot ausgeführt.

Weltkongress für Elektromobilität erstmals in Stuttgart

Im Oktober ist Stuttgart erstmals Schauplatz des größten und weltweit führenden Branchen-Events „International Electric Vehicle Symposium & Exhibition“ (EVS30). Experten aus aller Welt informieren über aktuelle Technologien, Entwicklungen und Trends rund um die Elektromobilität. Porsche beteiligt sich im Rahmen des EVS30 als Sponsor und Aussteller.

Der Technologiewandel durch die Elektromobilität erfordert in vielfacher Hinsicht neue Konzepte und Lösungen. Produktionskonzepte und neue Produkte, regionale Mobilitätskonzepte und -lösungen sowie der Eintritt in den Massenmarkt sind dabei die Leitthemen. Auf der Messe referieren 250 Experten über die neuesten Entwicklungen der Zellen- und Batterieforschung sowie der Ladetechnologie, über Stromquellen und -versorgung, integrierte Produktionslösungen, Digitalisierung bis hin zu intelligenten Ladeinfrastrukturen und vernetzten Mobilitätskonzepten. Porsche ist auf dem Symposium mit zehn Referenten vertreten und stellt drei zentrale Exponate vor: den Le-Mans-Sieger 919 Hybrid, den Cayman e-volution als „fahrendes Forschungslabor“ sowie das Schnellladesystem Porsche Turbo Charging, das beim EVS30 Premiere feiert und ab Herbst 2018 weltweit installiert wird.

Auf dem „Festival of Speed“ in Goodwood (Großbritannien) feiert der neue Porsche 911 GT2 RS seine Weltpremiere. Mit ihm geht der schnellste und stärkste Straßen-Elfer an den Start.

Weniger ist mehr – der neue Porsche 911 Carrera T

Mit dem 911 Carrera T belebt Porsche im Oktober das puristische Konzept des 911 T von 1968 neu: weniger Gewicht, kürzer übersetztes Handschaltgetriebe und Heckantrieb mit mechanischer Hinterachsquersperre. Das neue Modell mit eigenständiger Optik basiert auf dem 911 Carrera und leistet 272 kW/370 PS. Der 911 Carrera T – bei Porsche steht „T“ für Touring – verfügt zudem über weitere Ausstattungsmerkmale, die es für den 911 Carrera nicht gibt. Dazu zählen zum Beispiel das serienmäßige PASM-Sportfahrwerk mit 20 Millimeter Tieferlegung, das gewichtsoptimierte Sport Chrono-Paket, der verkürzte Schalthebel mit rotem Schaltschema oder die Stoffmittelbahnen in Sport-Tex. Auch die Hinterachslenkung, die für den 911 Carrera nicht angeboten wird, ist für den 911 Carrera T optional erhältlich. Die Ausstattung ist auf Sportlichkeit und Leichtbau getrimmt. Die Dämmung ist maximal reduziert. Auf Rücksitze wird ebenso verzichtet wie auf das Porsche Communication Management (PCM). Beides ist jedoch auf Wunsch ohne Aufpreis erhältlich. Der Zweisitzer ist mit 1.425 Kilogramm Leergewicht 20 Kilogramm leichter als ein vergleichbar ausgestatteter 911 Carrera.



911 CARRERA T

Weltneuheit: Die neue PSCB-Bremse steht für mehr Performance und Nachhaltigkeit

Die Sicherheit der eigenen Produkte und insbesondere der Verkehrsteilnehmer hat für Porsche oberste Priorität. Seit jeher legt Porsche besonderen Wert auf die Entwicklung und stetige Verbesserung der Bremstechnologien. Mit der neuen Generation des Cayenne führt Porsche eine innovative Graugussbremsscheibe als Weltneuheit ein und setzt einen neuen Maßstab in Sachen Performance und Nachhaltigkeit. Die Porsche Surface Coated Brake (PSCB) verfügt über Scheiben mit einer extrem harten Beschichtung aus Wolframcarbid, kombiniert mit speziell entwickelten Belägen. Im Vergleich zu herkömmlichen Graugussbremsen bietet das neue System durchweg verbesserte Eigenschaften. Diese sind – neben einer einzigartigen Optik – besonders das weiter optimierte Ansprechverhalten und eine sehr hohe Fading-Stabilität auch unter starken Belastungen. Im Hinblick auf Nachhaltigkeitsaspekte nimmt die PSCB eine Vorreiterstellung ein: Im Vergleich zu einer herkömmlich unbeschichteten Bremsscheibe wird der Verschleiß deutlich gesenkt. Resultat: Die Lebensdauer der Bremsscheibe erhöht sich um mindestens 30 Prozent. Je nach Beanspruchung kann eine noch höhere Lebensdauer erreicht werden. Neben dem signifikant reduzierten Scheibenverschleiß entfallen außerdem rund 90 Prozent des üblicherweise entstehenden Bremsstaubs. Die Folge sind ein vermindertes Feinstaubaufkommen und eine verbesserte Umweltverträglichkeit – bei gleichzeitig gesteigerter Brems-Performance. Darüber hinaus ist die Bremse dank ihrer innovativen Beschichtung absolut korrosionsfrei und bietet über die Lebensdauer hinweg konstante Reibwerte. Im Cayenne Turbo ist die PSCB in der Serienausstattung enthalten, optional ist sie auch für alle anderen Cayenne-Modelle erhältlich. Der Rollout auf weitere Bau-reihen ist für die Zukunft geplant.

Vertrieb, Produktion, Beschaffung

Vertrieb
Produktion
Beschaffung



VERTRIEB

Kundenbetreuung weiter verbessert

Im Jahr 2017 konzentriert sich Porsche mit unterschiedlichsten Projekten auf die Optimierung der Kundenbetreuung. Neben strategisch wichtigen externen Studien und dem Vergleich mit dem Wettbewerb treibt Porsche auch die eigene, kontinuierliche Messung der Kundenzufriedenheit mit den Verkaufs- und Serviceprozessen voran. Es wird ein Echtzeit-Reporting aufgebaut, das die Verantwortlichen im Unternehmen direkt über das Kundenfeedback informiert.

Mit dem Start der Initiative „Excite! Driving Global Customer Culture“ will das Unternehmen außerdem die Kundenorientierung weiter steigern. Das Projekt wird zunächst bei Porsche Cars North America und bei der Porsche AG in Deutschland pilotiert. Dabei stehen zwei Fragen im Mittelpunkt: Wie wird die interne Kundenorientierung weiter verbessert? Und wie kann die Nähe der Mitarbeiter zum Endkunden erhöht werden? Dabei spielen Verständnis, Wissen und Empathie eine zentrale Rolle. Auf Basis umfassender Analysen zur Kundenkultur legt das Topmanagement im Jahr 2017 Leitlinien zur Kundenorientierung fest. Trainings und Coachings zur Umsetzung dieser Leitlinien sind erfolgreich gestartet und sollen in den nächsten Jahren durch innovative Tools weitergeführt und ergänzt werden.

Mit dem Start der Initiative „Excite! Driving Global Customer Culture“ will das Unternehmen die Kundenorientierung weiter steigern. Das Projekt wird zunächst bei Porsche Cars North America und bei der Porsche AG in Deutschland pilotiert.

Prozess- und Kundenmanagement

„CRM@Porsche“ ist die zentrale und über alle Vertriebsstufen integrierte Prozess- und Kundenmanagement-Plattform für alle angeschlossenen Tochtergesellschaften und deren Händler. In der Plattform sind darüber hinaus alle weiteren kundenbezogenen Anwendungen integriert. Für ein erfolgreiches und effizientes Management der Customer Journey ist die kontinuierliche Weiterentwicklung von „CRM@Porsche“ notwendig. Ziel ist ein voll integriertes Backend des aktuellen und zukünftigen Kunden-Ökosystems. Deshalb wird die Plattform in den nächsten Jahren technisch, funktional und visuell weiterentwickelt. 2017 liegt der Schwerpunkt des Projekts „CRM@Porsche 2017+“ auf der „Technical Readiness“. Hier wird die Implementierung neuer Prozesse, Funktionen und Applikationen vorbereitet. Zudem soll eine neue „User Experience“ entwickelt werden, die den jeweiligen Nutzer einfach und unterstützend durch die Prozesse und Funktionen leitet.

Porsche stärkt 2017 seine digitale Kundenpräsenz weiter. Mit „My Porsche“ wird das 2016 überarbeitete Connect-Portal als persönliche Interaktionsplattform des Kunden mit Porsche ausgebaut und in ersten Märkten eingeführt. Kunden und Interessenten haben nun mit ihrer individuellen Porsche-ID einen Zugang zum gesamten digitalen Produkt- und Serviceportfolio, das speziell auf ihre individuellen Bedürfnisse zugeschnitten ist. Das Angebot wird kontinuierlich ausgebaut und bietet heute bereits zahlreiche Connect-Dienste, Remote-Fahrzeuginformationen, Aftersales-Funktionalitäten sowie Smart-Mobility-Produkte.

Anerkennung und Preise von allen Seiten

Zahlreiche internationale Studien bestätigen die positiven Effekte der Kundenbetreuungs- und Kundenzufriedenheits-Maßnahmen. So erreicht Porsche 2017 zum 13. Mal in Folge den ersten Platz in der Gesamtbewertung der Qualitätsstudie „Automotive Performance, Execution and Layout Study“ (APEAL) des US-Marktforschungsinstituts J.D. Power. Porsche bleibt damit die Automarke mit der höchsten Attraktivität für Kunden in den USA. Zusätzlich belegen die Modelle Porsche 911, Cayenne und Macan die ersten Plätze in ihren Kategorien. An der Umfrage beteiligen sich mehr als 69.000 Neuwagenbesitzer; sie bewerten 243 Modelle von 33 Herstellern in zehn Kategorien. In der ebenfalls in den USA von J.D. Power durchgeführten Kundenerhebung „Initial Quality Study“ (IQS) werden Neuwagenkunden jährlich nach Beanstandungen an ihrem Fahrzeug befragt. Mit der erneuten Top-Platzierung fährt die Sportwagenikone 911 zum sechsten Mal in Folge auf den vordersten Rang im Segment „Midsize Premium Sporty Car“. Seit 2012 bescheinigen die US-Kunden damit dem Klassiker aus Zuffenhausen die höchste Qualität. Der Macan entscheidet das Segment „Compact Premium SUV“ für sich. Seit seiner ersten Teilnahme im Jahr 2015 belegt er damit zum dritten Mal hintereinander den ersten Platz. Weiterhin wird das Porsche-Werk in Leipzig mit Gold ausgezeichnet und erzielt damit den ersten Platz unter allen Fabriken in Europa und Afrika.

Das US-Ratgebermagazin „Kelley Blue Book“ verleiht dem Sportwagenhersteller gleich vier Brand Image Awards: der Marke Porsche in der Kategorie „Best Performance Luxury Brand“, dem Porsche Macan („Best Resale Value – Luxury Compact SUV/Crossover“), dem Porsche Panamera („Best Resale Value – High-End Luxury Car“) sowie dem Porsche 718 Cayman („Best Resale Value – Sports Car“). Leser der US-Fachzeitschrift „Car and Driver“ wählen den Porsche 718 Boxster und Cayman unter die „10 Best Cars“ sowie den Porsche Macan unter die „10 Best Trucks/SUVs“.

In Deutschland wählen mehr als 120.000 Leser des Fachmagazins „auto motor und sport“ den Porsche 911 Carrera sowie das Porsche 911 Cabriolet – wie schon im Vorjahr – im Ranking der „Best Cars 2017“ auf Platz eins der Sportwagen- und Cabriolet-Kategorie. Der neue Porsche Panamera holte gleich in seinem Debütjahr den Sieg in der Luxusklasse. Leser von „sport auto“ küren in vier von zehn Kategorien Porsche-Modelle zum Klassensieger. 718 Boxster S, 911 Carrera GTS, 911 Carrera GTS Cabriolet sowie 911 GT3 setzen sich



APEAL UND KELLEY BLUE BOOK: MACAN

jeweils gegen ihre Wettbewerber durch. Damit ist Porsche der erfolgreichste Hersteller der Umfrage. Das britische Magazin „Top Gear“ zeichnet den Porsche 911 GT3 mit dem Award „Engine of the Year“ sowie den Porsche 911 GT2 RS mit dem Code Brown Award als „Scariest Device of the Year“ aus.

Zudem wird bei der Verleihung des „Goldenen Lenkrads“ von „Bild am Sonntag“ und „Auto Bild“ der Panamera Turbo Sport Turismo zum besten Sportwagen 2017 gekürt und sichert sich damit einen der wichtigsten europäischen Automobilpreise. Das Goldene Lenkrad wird seit 1976 von den Publikationen des Axel-Springer-Verlags verliehen und gilt aufgrund seines international anerkannten Stellenwerts als „Auto-Oscar“.

Zum 14. Mal küren Auto Bild und Schwacke die „Wertmeister“. Hierbei werden in 13 Fahrzeugsegmenten alle in Deutschland verkauften Modelle verglichen und der wertstabilste Pkw pro Klasse ausgezeichnet. Lediglich 34,7 Prozent Wertverlust nach vier Jahren: Mit diesem Ergebnis fährt der Porsche Macan S Diesel in diesem Jahr erneut den Titel als wertstabilstes Auto Deutschlands ein. Insgesamt kommt Porsche auf vier Klassensiege: Neben dem Macan gewinnt der 718 Cayman S PDK bei den Sportwagen, der Panamera 4S Diesel in der Luxusklasse und der Cayenne Diesel bei den SUV.



BEST CARS 2017: PANAMERA 4S



GOLDENES LENKRAD: PANAMERA TURBO SPORT TURISMO

Porsche erreicht 2017 zum 13. Mal in Folge den ersten Platz in der Gesamtbewertung der Qualitätsstudie „Automotive Performance, Execution and Layout Study“ (APEAL) des US-Marktforschungsinstituts J.D. Power. Damit bleibt Porsche die Automarke mit der höchsten Attraktivität für Kunden in den USA.

Händlernachhaltigkeitsinitiative

Mit der „Dealership Sustainability Initiative“ unterstützt Porsche die Planung, den Bau und den Betrieb ökologisch nachhaltiger Porsche-Zentren. Ein innovatives Beispiel ist die Entwicklung eines Fotovoltaikcarports, der weltweit bei den Porsche-Handelsbetrieben zum Einsatz kommt. Der speziell auf Porsche-Fahrzeuge zugeschnittene Carport ermöglicht das Laden von Plug-in-Hybrid- und Elektrofahrzeugen mit lokal regenerativ erzeugtem Strom. Gleichzeitig schützt er vor Witterungseinflüssen. Die filigrane Tragstruktur mit integrierten Porsche-Universal-Ladegeräten (AC) hat eine Dachfläche aus semitransparenten Glas-Glas-Fotovoltaikmodulen. Sie erzeugen für beispielsweise zwei Stellplätze mehr als 3.000 Kilowattstunden Energie pro Jahr – ausreichend Strom für über 200 Batterie-ladungen eines Panamera 4 E-Hybrid, was einer elektronischen Reichweite von umgerechnet rund 10.000 Kilometern entspricht. Premiere feiert der Fotovoltaikcarport auf der Nordseeinsel Sylt. Plug-in-Hybrid-Fahrzeuge, die Porsche Drive vermietet, können dort geladen werden. Weitere Standorte sind bereits in Planung.

Auch im Jahr 2017 wird Porsche weltweit für nachhaltiges Bauen ausgezeichnet. In China erhält das Porsche Centre Shanghai Waigaoqiao die Zertifizierung „LEED Gold“. In den USA wird das Porsche Experience Center in Los Angeles als „LEED Certified“ eingestuft.

Neue Corporate Identity

Neues Design für den Porsche-Markenauftritt: Nach rund 20 Jahren verändert Porsche erstmals seine Corporate Identity. Die Hausschrift, die Farben und die Bildgestaltung, die der Sportwagenhersteller in Kommunikationsmitteln wie Publikationen, Katalogen, Anzeigen, Plakaten, Online-Medien oder auch in den Displays seiner Fahrzeuge anwendet, werden grundlegend überarbeitet. Das Ergebnis ist ein deutlich modernisierter und noch emotionaler Auftritt. Seit 1996 setzt Porsche weltweit seine bisherige Corporate Identity konsequent um und schafft damit für die Marke ein unverwechselbares Erscheinungsbild. Durch die wachsende Bedeutung der digitalen Kanäle wird bei der Neugestaltung großer Wert darauf gelegt, einen Markenauftritt zu schaffen, der auch online funktioniert und unmissverständlich für Porsche steht. Die Farbwelt konzentriert sich künftig auf die Farbe Weiß, begleitet von vier Grautönen, Schwarz und einem neuen, strahlenden Porsche-Rot. Dem Bereich E-Performance bleibt die Farbe Acid Green weiter als Kommunikationsfarbe erhalten. Neu gestaltet wird auch die Hausschrift „Porsche Next“.

Auch der Bereich Aftersales konzentriert sich im Berichtsjahr auf die Markteinführung des neuen Cayenne und die weltweite Ersatzteilversorgung der dritten SUV-Generation. Neben der Definition und Bereitstellung der Ersatzteile werden neue digitale, interaktive Betriebsanleitungen sowie eine App für Kunden entwickelt.

Porsche und Microsoft

Virtueller Fahrspaß ganz real: Porsche und Microsoft arbeiten künftig enger zusammen. Im Rahmen der New York International Auto-show 2017 schließen die beiden Unternehmen eine sechsjährige Partnerschaft im Bereich Rennspiele und elektronische Spielewettbewerbe. Künftig sind Sportwagen von Porsche noch präsenter in den Rennspielserien „Forza Motorsport“ und „Forza Horizon“. Ein zentrales Element der Partnerschaft ist das Wachstumfeld „eSports“ – also Wettbewerbe, die Spieler im Rahmen eines virtuellen Wettkampfs austragen. Den Auftakt dazu bildet die „Forza Racing Championship“ (ForzaRC), die führende eSport-Rennserie mit der weltweit größten Online Racing Community. Basierend auf dem aktuellen Xbox-Rennspiel „Forza Motorsport 6“, in dem Porsche seit 2016 mit mehr als 20 Fahrzeugen vertreten ist, hält die ForzaRC Saison 2017 eine Motorsport-Meisterschaft für alle Porsche-Fans bereit.

Aftersales: professioneller Service

Auch der Bereich Aftersales konzentriert sich im Berichtsjahr auf die Markteinführung des neuen Cayenne und die weltweite Ersatzteilversorgung der dritten SUV-Generation. Neben der Definition und Bereitstellung der Ersatzteile werden neue digitale, interaktive Betriebsanleitungen sowie eine App für Kunden entwickelt. Im Aftersales wird außerdem eine sehr gute Versicherungseinstufung für den Cayenne erreicht. Weiterhin werden neue Reparaturkonzepte erarbeitet. Beispielsweise kann die neue Bremse PSCB mithilfe eines Lackdicken-Messgeräts besonders schnell auf ihren Verschleiß geprüft werden. Somit ist ein kostengünstiger und gleichzeitig qualitativ hochwertiger Service für den Kunden und das Porsche-Zentrum möglich.

Um sicherzustellen, dass Fahrzeuge schnell und kompetent gewartet oder repariert werden, wird weltweit ein umfassendes Schulungsangebot für die Mitarbeiter der Porsche-Zentren initiiert. Im Fokus stehen neue Technologien und Systeme, die im Cayenne eingesetzt werden. Die Qualifizierung der Handelsorganisation sowie die Weiterentwicklung der Schulungs- und Trainingsmethoden sind zentrale Themen, um die Händler bestmöglich für kommende Fahrzeuggenerationen vorzubereiten.

Auch die fortschreitende Elektrifizierung der Fahrzeugmodelle spielt im Aftersales eine zentrale Rolle. Dazu zählt insbesondere die Entwicklung einer leistungsfähigen Ladeinfrastruktur an den Porsche-eigenen Standorten, die das Aufladen von Fahrzeugbatterien mit heute unvorstellbarer Geschwindigkeit

möglich macht – unabhängig von der Stärke verfügbarer Anschlussleitungen. Im Berichtsjahr wird ein klarer Kurs für diese neuen Technologien eingeschlagen, die dazu notwendige Infrastruktur und Prozesse sind im Aufbau. Parallel dazu arbeiten Vertrieb und Volkswagen Konzern am Thema „intelligentes Home-Charging“. Durch die automatische Berücksichtigung des Strompreises und des aktuellen Bedarfs aller Verbraucher im Haushalt wird ein tarifoptimiertes Laden möglich.

Die Porsche-Fahrzeuge der Zukunft sind darüber hinaus aber auch „always online“. Im Aftersales wird 2017 intensiv an verschiedenen „Over the Air“-Funktionalitäten (OTA-Funktionalitäten) gearbeitet. So wird es in Zukunft möglich sein, neue Fahrzeugfunktionen ganz einfach per Klick im Porsche-Navigationssystem zu erwerben. Auch Analysen oder Fehlerbehebungen sind zukünftig möglich, ohne dass der Kunde dafür ein Porsche-Zentrum aufsuchen muss.

Weiterhin hat der Bereich Aftersales sogenannte Service Packages erarbeitet. Sie bieten dem Kunden künftig ein „Rundum-sorglos-Paket“: Sämtliche Kosten für beispielsweise Wartung oder Ersatz von Verschleißteilen sind dann mit einem Preis abgegolten. Damit ist eine optimale Versorgung für das Fahrzeug gewährleistet.

Um den Arbeitsalltag in den Porsche-Zentren effizienter und angenehmer zu gestalten, werden 2017 sämtliche Systeme im Aftersales modernisiert. Künftig sind rund 30 Systeme in einem einheitlichen Frontend vereint.

TÜV-Report 2018: Qualität bei Porsche

Beim im November 2017 veröffentlichten TÜV-Report 2018 stellen die 911-Modelle von Porsche erneut ihre hohe Langzeitqualität unter Beweis: Unter den sechs bis sieben Jahre alten Modellen und bei den acht- bis neun-jährigen sowie zehn- bis elfjährigen Fahrzeugen rangiert der 911 jeweils auf Platz eins. Der TÜV-Report 2018 stützt sich auf die Ergebnisse der Hauptuntersuchung. Im Untersuchungszeitraum zwischen Juli 2016 und Juni 2017 werden die Ergebnisse von fast neun Millionen Fahrzeugen ausgewertet.

Kooperationsprojekt im Batterierecycling

Im Bereich Aftersales kooperiert Porsche mit dem schwedischen Unternehmen „Box of Energy“. Dabei werden gebrauchte Lithium-Hochvolt-Batterien recycelt und weiter genutzt. Entwickelt wird der Prototyp eines „Second Life“-Energiespeichers. Er besteht aus zwei ausgedienten Panamera-Batterien, die in einen stationären Energiespeicher mit 18 Kilowattstunden Leistung installiert werden. Je nach Markt- und Kundenanforderungen werden spezifische Lösungen für die Speicherung von Solarstrom aus Eigenerzeugung oder von günstig eingekauftem Strom zur späteren Verwendung entwickelt. Im Zusammenhang mit erneuerbaren Energien leistet das Projekt einen wichtigen Beitrag, da der Bedarf an Möglichkeiten zur Zwischenspeicherung kontinuierlich steigt. Durch die Verwendung gebrauchter Fahrzeugbatterien als Energiespeicher werden das Abfallaufkommen und der Verbrauch von Rohstoffen erheblich reduziert.



PORSCHE CLASSIC ZENTRUM IN NORWEGEN

Porsche Classic erweitert Angebot

Neben den aktuellen Fahrzeugen begeistern klassische Porsche-Modelle weltweit die Fans der Marke. Dabei übernimmt Porsche Classic die Betreuung aller Fahrzeuge, deren Produktionszeit in der Regel mehr als zehn Jahre zurückliegt. Das umfasst alle Aspekte von der technischen Literatur über die Bereitstellung von 52.000 Originalteilen bis hin zur kompletten Fahrzeugrestauration. Neu im Ersatzteilangebot sind unter anderem die Bremsstrommel für den Porsche 356 A oder das „Porsche Classic Vehicle Tracking System“, das eine zusätzliche Diebstahlsicherung für historische Sportwagen gewährleistet. Für die optimale Wartung der Fahrzeuge und als kompetente Anlaufstelle für Enthusiasten klassischer Porsche-Wagen wird das internationale Händler- und Servicenetz 2017 weiter ausgebaut. Standorte in Australien, Hongkong und Norwegen kommen neu hinzu. Kunden und Interessenten stehen somit weltweit insgesamt 60 Porsche Classic Partner – davon drei Porsche Classic Zentren – zur Verfügung. In den Porsche Classic Zentren sind Service, Werkstatt und Verkauf von historischen Sportwagen erstmals unter einem Dach zusammengefasst. Damit integriert Porsche die Pflege und den Werterhalt von Young- und Oldtimern in ein Servicekonzept, das Tradition und Innovation eng miteinander verzahnt.

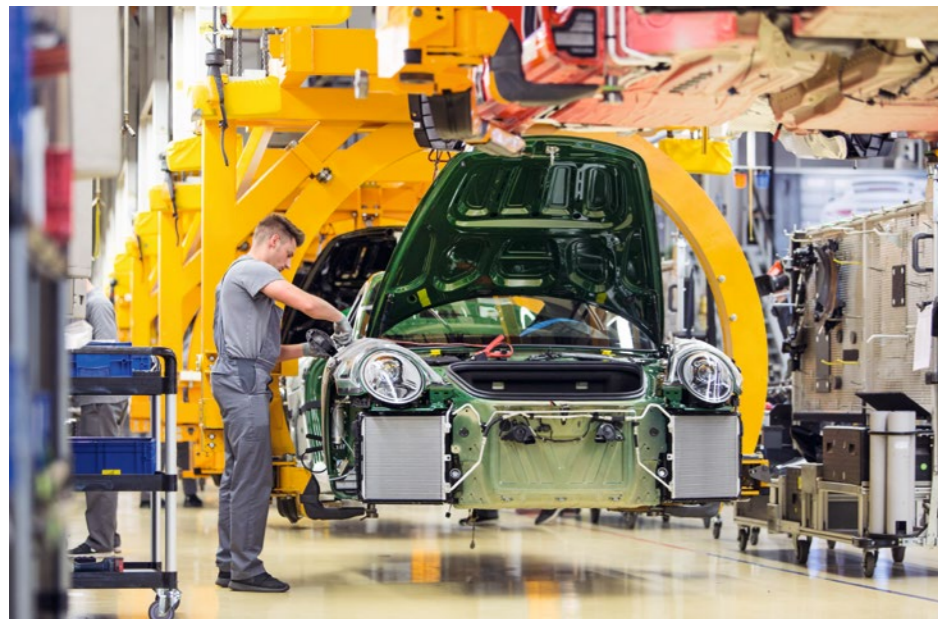
Neu im Ersatzteilangebot sind unter anderem die Bremsstrommel für den Porsche 356 A oder das Porsche Classic Vehicle Tracking System, das eine zusätzliche Diebstahlsicherung für historische Sportwagen gewährleistet. Für die optimale Wartung der Fahrzeuge und als kompetente Anlaufstelle für Enthusiasten klassischer Porsche wird das internationale Händler- und Servicenetz 2017 weiter ausgebaut.

PRODUKTION

Im Geschäftsjahr 2017 produziert Porsche insgesamt 255.683 Fahrzeuge. Verglichen mit dem Vorjahr entspricht dies einer Steigerung von rund sieben Prozent. Die Modellreihen 911 (33.820 Einheiten) und 718 Boxster (12.900 Einheiten) sowie 718 Cayman (5.081 Einheiten) liefen im Werk Zuffenhausen vom Band. Damit produziert Porsche insgesamt 51.801 Fahrzeuge am Stammsitz Zuffenhausen. Im Werk Leipzig wurden insgesamt 156.439 Fahrzeuge hergestellt, das sind rund 61 Prozent der Porsche-Gesamtproduktion. 98.763 Einheiten der Modellreihe Macan kamen aus Leipzig, dazu 20.071 Cayenne und 37.605 Panamera. 5.286 Einheiten der dritten Generation des Cayenne wurden in Bratislava (Slowakei) produziert. Am Mehrmarkenstandort des Volkswagen Konzerns in Osnabrück fertigte Porsche 33.711 Cayenne und 8.446 Einheiten vom 718 Cayman.

Produktion Zuffenhausen

Am 11. Mai rollt in Zuffenhausen der einmillionste Porsche 911 vom Band: ein Carrera S in der Individualfarbe Irischgrün – in Anlehnung an die ersten Ur-Elfer von 1963. Unverändert ist der 911 das strategisch wichtigste Modell in der Produktpalette und trägt maßgeblich dazu bei, dass Porsche einer der profitabelsten Automobilhersteller der Welt ist. Ein wesentlicher Erfolgsbaustein ist die Produktionsstätte am Stammsitz in Zuffenhausen. Hier werden sämtliche 911-Modelle gebaut. Ein ausgeklügeltes Fertigungsprinzip erlaubt heute die Montage aller Sportwagen – 911, 718 Boxster und 718 Cayman – samt der zahlreichen Derivate auf einer Linie.



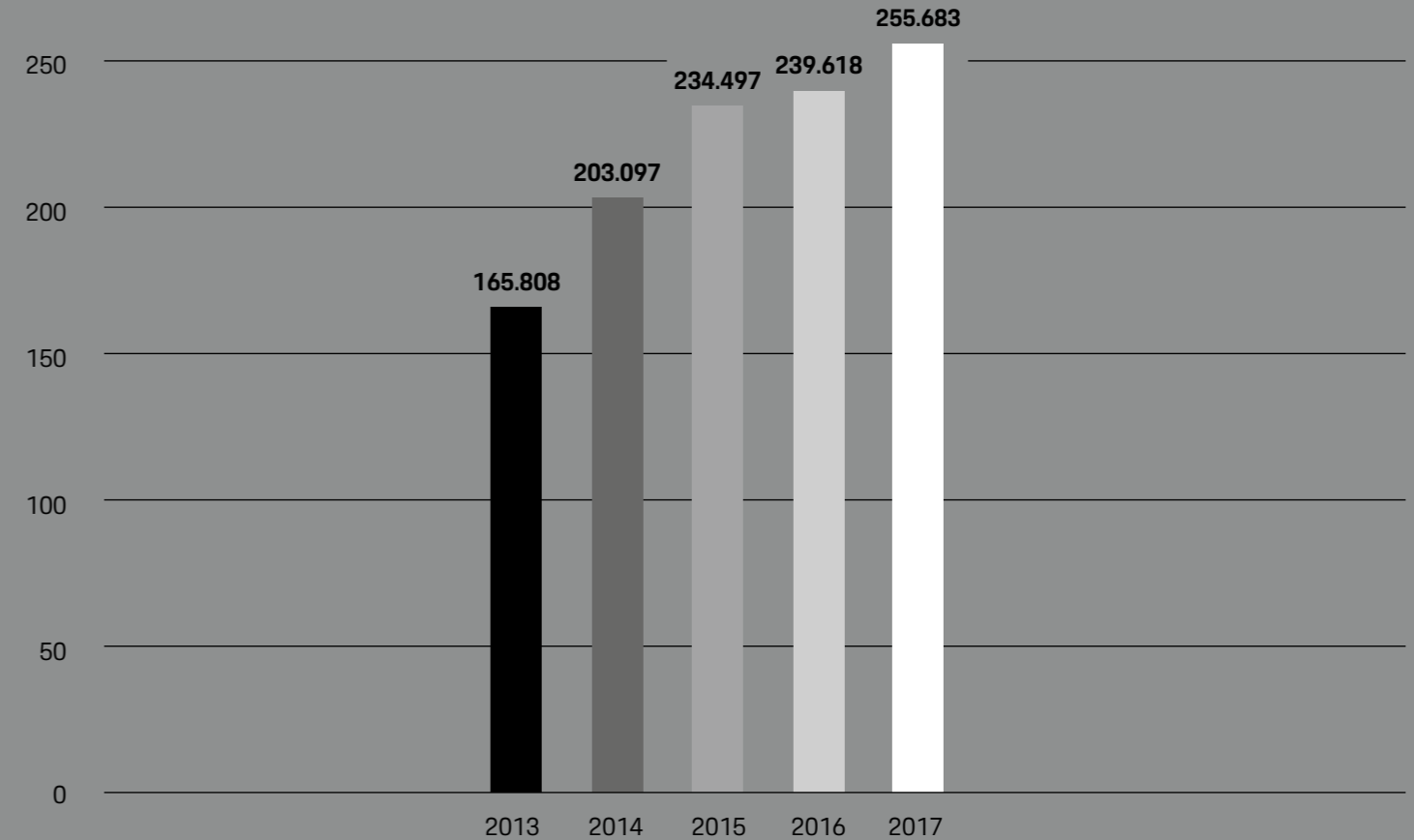
DER EINMILLIONSTE 911

Genehmigung für Umbau in Zuffenhausen

Ein Meilenstein auf dem Weg zur Produktion des ersten rein elektrischen Sportwagens ist 2017 die Erteilung der immissionsschutzrechtlichen Genehmigung für die Umgestaltung des traditionsreichen Standorts in Stuttgart-Zuffenhausen, die nach sieben Monaten Antragsprüfung ohne jegliche Einwendungen erteilt wird. Die eingereichten Unterlagen umfassen 365 Aktenordner mit einem Gesamtgewicht von etwa einer Tonne. In dem aufwendigen Verfahren mit Öffentlichkeitsbeteiligung werden sämtliche Umweltauswirkungen des Bauprojekts ermittelt, etwa die Auswirkungen auf Mensch, Flora und Fauna sowie Landschaft und Kulturgüter. Unter anderem werden über 15 umweltfachliche Gutachten zu Luft, Lärm, Gewässerschutz oder Naturschutz angefertigt. Die Behörden genehmigen die Werkserweiterung mit einer Kapazität von mehr als 100.000 Fahrzeugen pro Jahr. Zudem können die Sattlerei, das neue Motorenwerk und die Fahrzeugmontage erweitert werden. Porsche hat das Verfahren mit einem kontinuierlichen und proaktiven Nachbarschaftsdialog begleitet.

Im Geschäftsjahr 2017 produziert Porsche insgesamt 255.683 Fahrzeuge. Verglichen mit dem Vorjahr entspricht dies einer Steigerung von rund 7 Prozent. Porsche fertigt am Stammsitz Zuffenhausen 51.801 Autos. In Leipzig wurden 156.439 Fahrzeuge hergestellt.

Produktionsvolumen Fahrzeuge



Die erste Industriewoche

Baden-Württemberg

Im Juni beteiligt sich Porsche an der ersten Industriewoche Baden-Württemberg des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau. Das Unternehmen gewährt dabei Einblicke in die Sportwagenproduktion sowie die Weiterentwicklung der Ausbildung, die mit den betrieblichen Veränderungen einhergeht. Lehrer erfahren, wie Auszubildende frühzeitig in Themen wie Digitalisierung, Elektromobilität und Smart Mobility eingebunden und welche Lernmethoden dabei genutzt werden können.

Ministerpräsident lobt Produktion

Bei seinem Besuch im Juli in Zuffenhausen informiert sich der baden-württembergische Ministerpräsident Winfried Kretschmann über die zukünftige Unternehmensausrichtung im Hinblick auf die Elektromobilität und die damit verbundene Umgestaltung des Standorts Stuttgart-Zuffenhausen. Dabei lobt er das neue Motorenwerk als vorbildlich. „Der schonende und weitsichtige Umgang mit innerstädtischen Flächen zeugt von Nachhaltigkeit und die Einbeziehung der Anwohnerinnen und Anwohner vermittelt Transparenz. All dies sind wichtige Schritte hin zu einer Vorbildrolle in der klimaschonenden Mobilität“, so Kretschmann.



WINFRIED KRETSCHMANN ZU BESUCH

Porsche-Werk besonders nachhaltig

Bei der Erweiterung und Sanierung des Stammsitzes Zuffenhausen setzt Porsche Maßstäbe in puncto Nachhaltigkeit. Das Werk 4 mit dem neuen Motorenwerk, den Zentralen Werkstätten sowie weiteren Büroflächen wird im Oktober von der Deutschen Gesellschaft für nachhaltiges Bauen (DGNB) mit Platin zertifiziert. Damit ist Porsche ein Pionier auf diesem Gebiet. Mit der Auszeichnung wird die ökonomische, ökologische, soziokulturelle, funktionale sowie technische Prozessqualität bei der Neu- und Umgestaltung von Industriequartieren gewürdigt. Bereits bei der Vorzertifizierung 2015 wurde das Werk 4 mit Gold bedacht, der zu diesem Zeitpunkt höchsten Auszeichnungskategorie.

Im neuen Motorenwerk werden neben V8-Motoren künftig auch die Elektroantriebe des Mission E gefertigt. Ein Neubau entsteht zudem für die Zentralen Werkstätten Zuffenhausen, die auf dem Gelände des ehemaligen Mercedes-Getriebewerks angesiedelt werden. Hier wirkte sich besonders positiv aus, dass Gutachten zu Altlasten und Schadstoffen bereits im Vorfeld der Abrissarbeiten erstellt und die Empfehlungen für die Sanierung nicht nur umgesetzt, sondern ebenfalls von Gutachtern begleitet wurden.

Außerdem setzt Porsche deutlich mehr Pflanzen, als für den ökologischen Ausgleich vorgeschrieben waren. Auch der künftige Energiemix mit Biogas-Anteil, die großzügigen Rückzugsräume mit nahe gelegenen Grünflächen und parkähnlichen Anlagen für Mitarbeiter sowie die Qualität der gesamten Projektsteuerung wurden durch die Auszeichnung gewürdigt.



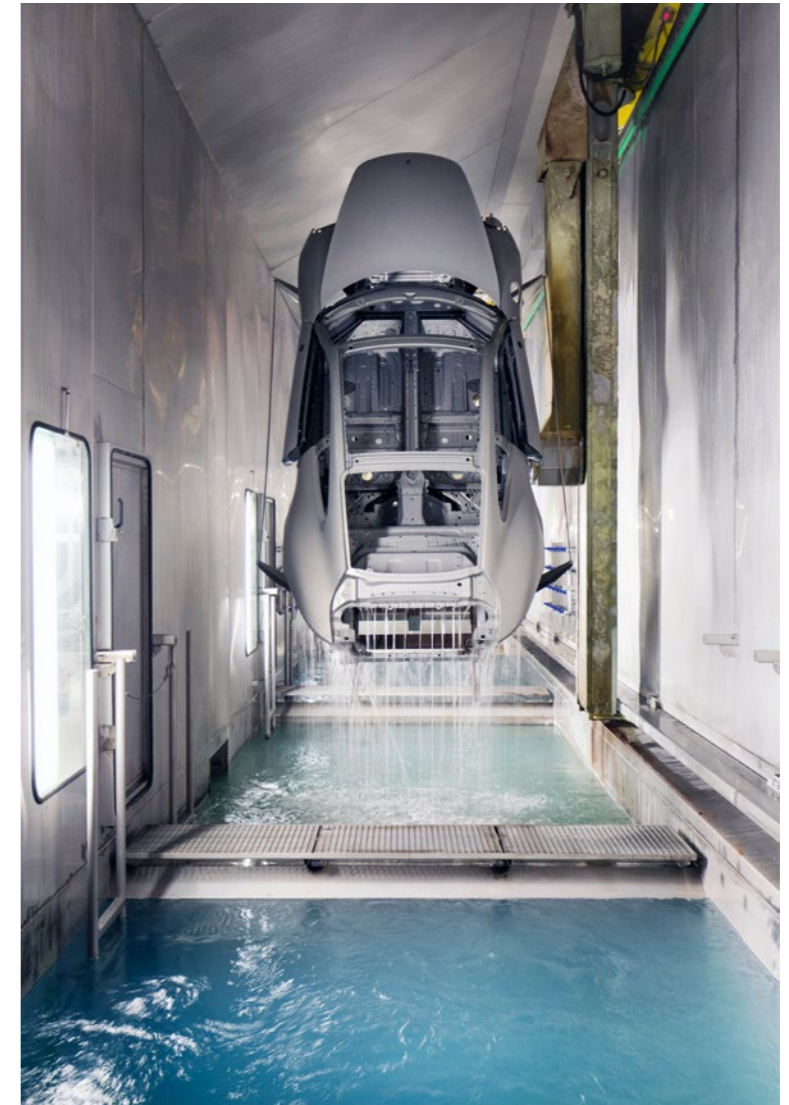
PORSCHE-MOTORENWERK

Ressourcen effizient nutzen

In Zuffenhausen beteiligt sich Porsche 2017 am Projekt „100 Betriebe für Ressourceneffizienz“ des Landes Baden-Württemberg. In der Lackiererei können durch die Optimierung der Fahrweise im Vorbehandlungsprozess der Fahrzeugkarosserien jährlich neben 5.500 Kubikmetern Frischwasser unter anderem auch rund 60.000 Kilogramm Chemikalien (zum Beispiel Tenside, Reiniger, pH-Regulatoren) eingespart werden. Das Verfahren wird als Vorbereitung für den Lackierprozess angewandt, um Anhaftungen und Schmierstoffe von der Karosserieoberfläche zu entfernen.

Als zweites Projekt hat Porsche die energetische Optimierung zur Nutzung von Trocknerabwärme in der nass-chemischen Abluftreinigungsanlage der Lackiererei Zuffenhausen eingereicht. In der Abluftreinigung wird das benötigte Trennmittel dank der Optimierung durch den Abwärmestrom der Lackiertrockner erhitzt. Die hierdurch erzielte Einsparung elektrischer Energie beläuft sich auf 750.000 Kilowattstunden pro Jahr, was einem Ausstoß von 319 Tonnen CO₂-Emissionen entspricht.

Im Rahmen des sechsten Ressourceneffizienz- und Kreislaufwirtschaftskongresses des Landes wurde dieses Engagement honoriert: Umweltminister Franz Untersteller überreichte im Beisein von Ministerpräsident Winfried Kretschmann zwei Urkunden an Produktionsvorstand Albrecht Reimold. Außerdem werden beide Maßnahmen als Exzellenzbeispiele in das Buch „100 Betriebe für Ressourceneffizienz“ aufgenommen, das begleitend zum Landesprojekt erscheint.



VORBEHANDLUNGSPROZESS IN DER LACKIEREREI

Neues Ausbildungszentrum in Leipzig

Die Erfolgsgeschichte von Porsche ist vor allem einer hoch qualifizierten und motivierten Mannschaft zu verdanken. Daher setzt das Unternehmen im April einen wichtigen Meilenstein für eine exzellente Berufsausbildung: Das neu eröffnete Ausbildungszentrum in Leipzig ist eine zukunftsweisende Investition in den Fachkräftenachwuchs. Auf 2.300 Quadratmetern bietet der Neubau moderne Werkstatt- und Seminarräume, innovative Lehrinstrumente und damit beste Infrastruktur für die Berufsausbildung.



AUSBILDUNGSZENTRUM LEIPZIG

Das neu eröffnete Ausbildungszentrum in Leipzig ist eine zukunftsweisende Investition in den Fachkräftenachwuchs. Auf 2.300 Quadratmetern bietet der Neubau moderne Werkstatt- und Seminarräume, innovative Lehrinstrumente und damit beste Infrastruktur für die Berufsausbildung.

Gold für Werk Leipzig

Im Juni belegt der Porsche 911 in der „Initial Quality Study“ des US-Marktforschungsinstituts J.D. Power zum sechsten Mal in Folge den ersten Platz in seinem Segment. Er ist damit seit 2012 Seriensieger in der Kategorie „Midsize Premium Sporty Car“. Eine erneute Spitzenposition fährt auch der Macan ein – und zwar zum dritten Mal hintereinander. In der Fabrikwertung für Europa/Afrika belegt Porsche mit dem Werk Leipzig Rang eins und wird dafür mit dem Gold-Award ausgezeichnet. An der Umfrage beteiligten sich mehr als 77.000 Privatpersonen, die 243 Modelle von 33 Herstellern bewertet haben.

Gerd Rupp leitet das Porsche-Werk Leipzig

Zum 1. Juli übernimmt Gerd Rupp den Vorsitz der Geschäftsführung der Porsche Leipzig GmbH. Rupp folgt auf Siegfried Bülow, der 17 Jahre als Werkleiter den Produktionsstandort aufgebaut und weiterentwickelt hat. Vor seinem Wechsel nach Leipzig war Rupp sieben Jahre Leiter des Werkzeugbaus der Marke Volkswagen in Wolfsburg und zuvor für die Audi AG in Ingolstadt und Barcelona tätig. Siegfried Bülow geht am 1. Juli in den Ruhestand. Er steht dem Unternehmen weiterhin als Berater zur Seite.

Startschuss für den neuen Panamera Sport Turismo

Im Juli läuft im Porsche-Werk Leipzig die Serienfertigung des neuen Panamera Sport Turismo an. Für die Panamera-Modellfamilie hat Porsche den Standort Leipzig um einen Karosseriebau erweitert. Im Zuge der 500-Millionen-Investition entstand auch ein eigenes Qualitäts- und Pilotzentrum, das den Übergang von der Prototypen- in die Serienfertigung begleitet. Seit der Grundsteinlegung bis heute investierte Porsche mehr als 1,3 Milliarden Euro in das Werk Leipzig.



NEUER PANAMERA SPORT TURISMO

Neue Fotovoltaikanlagen im Werk Leipzig

Auf dem Werksgelände der Porsche Leipzig GmbH sind aktuell drei Fotovoltaikanlagen in Betrieb. Eine besonders hohe Leistung bringt die Anlage auf dem neuen Karosseriebau. Die 15.240 Module erzeugen 4,2 Megawatt Strom. Weitere 0,6 Megawatt steuert die Anlage auf dem Karosseriegebäude bei, in dem der Macan gefertigt wird. Auch die Dachflächen des im April neu eröffneten Ausbildungszentrums sind mit Fotovoltaikmodulen ausgestattet. Bei voller Sonneneinstrahlung erzeugt die Anlage einen wesentlichen Teil des Strombedarfs. Der Energiegewinn durch die Fotovoltaikanlagen ist somit ein wichtiger Punkt auf dem Weg zur ressourceneffizienten Produktion.



FOTOVOLTAIKANLAGEN IM WERK LEIPZIG

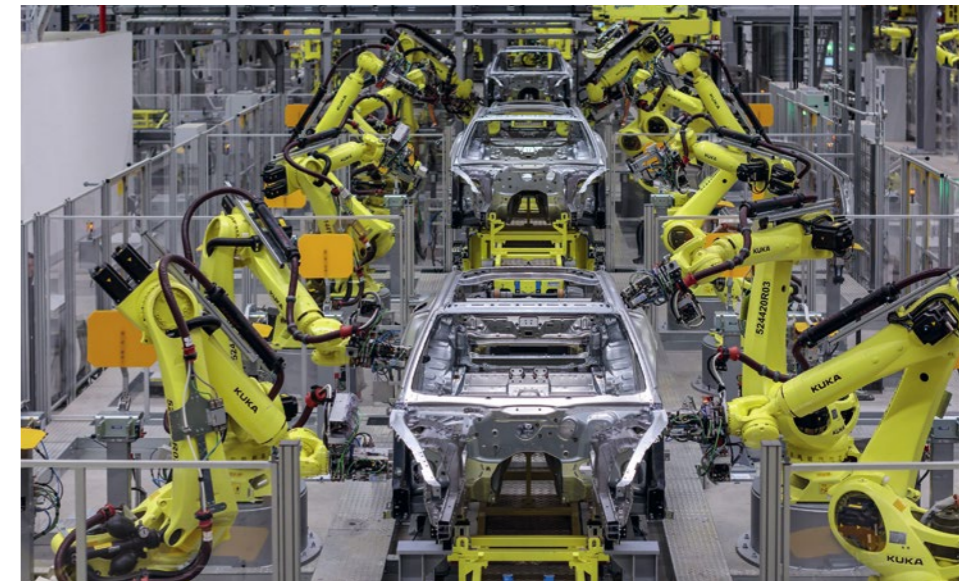
Bei voller Sonneneinstrahlung erzeugen die Fotovoltaikanlagen im Werk Leipzig einen wesentlichen Teil des Strombedarfs. Dieser Energiegewinn ist ein wichtiger Punkt auf dem Weg zur ressourceneffizienten Produktion.

Ressourceneffizienz im Karosseriebau

Bei der Planung und Erstellung des Karosseriebaus in Leipzig ist die Messlatte für eine ressourceneffiziente Produktion noch einmal höhergelegt worden. Hierzu zählen unter anderem zahlreiche neue, energieeffiziente Fertigungsverfahren und die intelligente Steuerung der Beleuchtung.

Ein weiteres Beispiel liefern die mehr als 400 Roboter im Karosseriebau. Bei den in der Produktion eingesetzten Robotern spielen bisher Funktionalität und Produktivität eine wesentliche Rolle. In Kooperation mit dem Fraunhofer Institut hat Porsche die Bewegungsabläufe und Laufwege der Roboter untersucht: Wie schnell beschleunigen sie? Wann bremsen sie? Wie lange stehen sie auf der Bremse? Wann gehen sie tatsächlich in den Energiesparmodus über? Daraufhin wurden die Prozesse der Roboter so optimiert, dass sie auch unter energetischen Gesichtspunkten optimale Abläufe ausführen. Zum Beispiel beschleunigen die Roboter jetzt nur so schnell wie nötig. So ist es möglich, jeden einzelnen Roboter und den gesamten Prozessablauf auch energetisch zu bewerten.

Der Karosseriebau legt damit die Messlatte für effiziente interne Prozesse höher: Zuvor war die zertifizierte Energieeffizienz am Gerät entscheidend. Heute ist wichtig, dass das Gerät optimal auf den Arbeitsprozess abgestimmt ist. Diese Optimierung erbringt eine Energieeinsparung von circa 12 Prozent.



LEIPZIGER KAROSSERIEBAU

Pilotprojekt für umweltfreundliche Logistik

Am Standort Leipzig beginnt im Juni das Projekt eJIT. Bei dem auf drei Jahre angelegten Pilotversuch wird ein Lastwagen mit rein elektrischem Antrieb im Logistikverkehr getestet. Porsche ist der erste Automobilhersteller in Europa, der einen schnellstraßentauglichen, voll elektrischen 40-Tonner einsetzt. In Leipzig erreichen täglich mehr als 600 Lkw das Werk – der eJIT ist der erste Lastwagen, der mit rein elektrischem Antrieb für den Transport zwischen dem Logistikzentrum und dem Versorgungszentrum der Montage eingesetzt wird.

In einer zweiten Ausbaustufe soll das Fahrzeug ab 2018 hoch automatisiert fahren. Aufgeladen wird der E-Lkw während der planmäßigen Wartezeiten beim Beladen am Versorgungszentrum. Die Batterieladung erfolgt über einen 150-kW-Schnelllader. Dies ermöglicht den Einsatz im Drei-Schicht-Betrieb. Die Reichweite bei voller elektrischer Ladung beträgt etwa 70 Kilometer, die Höchstgeschwindigkeit liegt bei 85 Kilometern pro Stunde.

Ein zweiter E-Lkw wird derzeit von Volkswagen Sachsen im Werk Zwickau getestet. In Zuffenhausen ist 2018 der Einsatz eines E-Lkw zur Versorgung der Produktion aus dem werksnahen Umschlagpunkt geplant. Hierdurch können im Werksumfeld die Emissionen stark gesenkt werden.

Am Forschungsprojekt eJIT sind neben Porsche Leipzig als assoziierter Partner die IAV GmbH, Schnellecke Logistics, Volkswagen Sachsen und das Netzwerk der Automobilzulieferer beteiligt. Seit Anfang 2016 arbeiten die Partner gemeinsam an der Lkw-Elektrifizierung. Das Projekt ist Teil des Programms „IKT III – Informations- und Kommunikationstechnik für Elektromobilität III: Einbindung von gewerblichen Elektrofahrzeugen in Logistik-, Energie- und Mobilitätsinfrastrukturen“. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie setzt damit die Forschungsaktivitäten in der gewerblichen Nutzung der Elektromobilität fort.



PILOTPROJEKT eJIT

STANDORTÜBERGREIFENDE PROJEKTE IN SACHEN NACHHALTIGKEIT

„Green Logistics“

In den vergangenen Jahren hat Porsche diverse Projekte zur Förderung einer umweltverträglichen Logistik vorangetrieben. 2017 werden diese weiter umgesetzt, um die in der neuen „Green Logistics“-Strategie festgeschriebenen Ziele zu erreichen. Unter anderem wird eine Methodik aufgebaut, um erstmals für Porsche CO₂-Emissionen in der Transportlogistik gemäß Greenhouse-Gas-Protokoll ganzheitlich zu ermitteln. Die Berechnungsmethodik wird in den nächsten Jahren weiter verfeinert und plausibilisiert, um detailliertere Auswertungen zu erzielen.

Angesichts der steigenden Verkehrsbelastung, besonders in Ballungsräumen, ist es Porsche wichtig, einen Beitrag zur Vermeidung von Emissionen zu leisten. Dazu werden 2017 drei CNG-Gas-Lkw für den täglichen Transport eingesetzt. Hierdurch können bis zu 20 Prozent der bisherigen CO₂-Emissionen eingespart werden – rund 119 Tonnen CO₂ jährlich. Die CNG-Gas-Lkw stoßen 80 Prozent weniger Rußpartikel und 90 Prozent weniger Kohlenmonoxid aus. Außerdem sind sie leiser. Es ist geplant, in den kommenden Jahren auch LNG-Gas-Lkw aufgrund der höheren Reichweite und der vielversprechenden Technologieentwicklung einzusetzen. Voraussetzung ist ein flächendeckender Ausbau eines LNG-Tankstellennetzes.

Green Logistics heißt auch, dass künftig Porsche-Neufahrzeuge per Ökostrom mit der Bahn zur Verschiffung in die Seehäfen transportiert werden sollen. Die Umstellung auf Ökostrom wird 2017 vorbereitet und mit den Transport-Dienstleistern abgestimmt. In der Folge können hierdurch künftig circa 6.194 Tonnen CO₂ pro Jahr eingespart werden. Dies entspricht etwa 3 Prozent der gesamten Emissionen der Porsche AG im Bereich Transport aus dem Jahr 2016.

CO₂-Neutralität in der Produktion

Für die Zukunft strebt Porsche eine CO₂-neutrale Produktion seiner Fahrzeuge an. Ein erster Schritt wird die Produktion des ersten reinen Elektrofahrzeugs sein – dieses soll von Ende des Jahrzehnts an CO₂-neutral am Standort Zuffenhausen gefertigt werden. Daher stellen Anfang 2017 die Porsche AG sowie die Tochtergesellschaften Porsche Leipzig GmbH und Porsche Logistik GmbH auf 100 Prozent Naturstrom um. Damit erhalten alle deutschen Produktionsstandorte eine ökologisch sinnvolle Energieversorgung. Ergänzt wird dies durch den zukünftigen Einsatz von Biogas am Standort Zuffenhausen. Im Rahmen einer Kooperation mit einer städtischen Anlage vor Ort wird durch die Fermentation von Bioabfällen der Energiemix optimiert.



LACKIEREREI ZUFFENHAUSEN

Porsche spart vielfältig Ressourcen ein

Der schonende Umgang mit Umwelt und Ressourcen ist bei Porsche nicht nur in zahlreichen Grundsätzen und Richtlinien geregelt, er wird auch täglich gelebt. Verschiedenste Maßnahmen tragen 2017 dazu bei, dass Porsche das langfristige Ziel erreicht, jährlich eine Million Euro durch den optimierten und schonenden Einsatz von Ressourcen in der Produktion einzusparen.

Am Standort Zuffenhausen werden durch eine um 15 Minuten verkürzte Prüfdauer der GT3-Motoren auf dem Heißtestprüfstand knapp 38.000 Liter Kraftstoff pro Jahr eingespart – ohne bei der Prüfqualität der Motoren Abstriche zu machen. Neben den jährlich eingesparten rund 101 Tonnen CO₂ hat dies auch einen positiven Effekt über den direkten Betrieb hinaus: Das Weniger an verbrauchtem Kraftstoff trägt zum verringerten Logistikaufkommen insgesamt bei.

Eine beachtliche Energieeinsparung erreichen die Experten im Karosseriebau durch eine optimierte Absaugung des beim Schweißen entstehenden Rauchs. Knapp 400.000 Kilowattstunden elektrischen Strom verbraucht Porsche so jährlich weniger. Zum Vergleich: Pro Jahr könnten 45 Porsche 911 Carrera mit dieser Ressourceneinsparung rund 30.000 Kilometer weit CO₂-neutral fahren. Neben dem ökologischen Vorteil hat die optimierte Anlagensteuerung auch einen Mehrwert durch die verbesserten Arbeitsbedingungen für die Mitarbeiter vor Ort.

Auch die Lackiererei spart einen erheblichen Anteil an Ressourcen. In Zuffenhausen wird 2017 alleine durch eine Optimierung der Auftragstechnik auf die Fahrzeugkarosse Lackmaterial im Wert von knapp 67.000 Euro eingespart. In Leipzig wird künftig durch die Reduzierung von Frischluftanteilen in den Umluftbereichen der Lackiererei der Stromverbrauch im Durchschnitt um mehr als 740.000 Kilowattstunden pro Jahr gemindert. Dies entspricht einem jährlichen CO₂-Ausstoß von rund 427 Tonnen – einer Größenordnung, in der jährlich 84 Porsche 911 Carrera eine Strecke von 30.000 Kilometern CO₂-neutral zurücklegen könnten.

Bei der Nutzung von Frischwasser strebt Porsche eine kontinuierliche Verbrauchsreduktion an. Auf der Test- und Prüfstrecke am Standort Leipzig wird auf der sogenannten Dynamikfläche zur Erprobung des Fahrzeugverhaltens auf nasser Fahrbahn künftig Regen- und Brunnenwasser genutzt. Durchschnittlich 2.092 Kubikmeter Frischwasser können so jährlich eingespart werden.



TEST- UND PRÜFSTRECKE STANDORT LEIPZIG

BESCHAFFUNG

Die Porsche AG hat im Berichtsjahr 2017 die Auslieferungen erneut gesteigert – auf insgesamt mehr als 246.000 Fahrzeuge. Die Beschaffung trug ihren Teil zum Erfolg bei und konnte auch dank einer engen partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit der Zulieferindustrie die zuverlässige Versorgung mit qualitativ hochwertigen Bauteilen sicherstellen.

Der Fokus lag im Jahr 2017 auf strategisch besonders wichtigen Produkten und Themen zur Optimierung der Wertschöpfungskette von Porsche. Daher hat die Beschaffung die Vernetzung mit den Lieferanten im Berichtsjahr weiter intensiviert. Die partnerschaftliche Zusammenarbeit über Unternehmensgrenzen hinweg wird künftig weiter anwachsen, darüber hinaus wird es verstärkt zu strategischen Partnerschaften kommen. Die klassische Beauftragung von Lieferanten wird nicht mehr die einzige Form der Zusammenarbeit sein. Die Porsche AG hat bereits Aktivitäten unternommen, um sich auch künftig neue Technologien und Produkte über intelligente Zusammenarbeitsmodelle aufzubauen und zukunftsfähig abzusichern.

Gleichzeitig gibt es konkrete Beispiele für Digitalisierung und Innovation in der Praxis sowie für den Alltag: Die Beschaffung hat eine Reihe von Ideen für neue Apps kreiert und in handlungsfähige Apps integriert. Darüber hinaus werden hiermit kaufmännische Schnittstellen bei Porsche ressortübergreifend integriert.

Modellanläufe

Im Mittelpunkt stehen im Berichtsjahr für die Beschaffung die Anläufe des neuen Cayenne, des Panamera Sport Turismo und des 911 GT2 RS – des schnellsten und stärksten Straßen-Elfers. Für alle Modelle kauft die Beschaffung eine Vielzahl von Neuteilen ein und führt die Fahrzeuge – Hand in Hand mit den Lieferanten – zur Serienreife.

Das Erfolgsmodell Cayenne wird in dritter Generation komplett neu entwickelt und in allen Belangen noch einmal spür- und sichtbar verbessert sowie perfektioniert. Der Cayenne ist zudem umfassend digitalisiert und vernetzt. In der Panamera-Familie feiert der Panamera Sport Turismo als neue Karosserievariante im Berichtsjahr Premiere. Mit großer Heckklappe, niedriger Ladekante, vergrößertem Gepäckraumvolumen und einem 4+1-Sitzkonzept wird der neue Viertürer hohen Ansprüchen an Alltagstauglichkeit und Variabilität gerecht.

Motorsport

Die herausragende Motorsport-Saison war ein weiterer Höhepunkt in 2017. Beim 24-Stunden-Rennen von Le Mans holt der 919 Hybrid den 19. Gesamtsieg für Porsche und bereits im November sichert sich der Sportwagenhersteller in Shanghai vorzeitig den seit 2015 dritten Weltmeistertitel in der Herstellerwertung. Die Rennteams konnten sich auf die Beschaffung verlassen: Im Schulterschluss mit allen beteiligten Fachbereichen holte die Beschaffung die richtigen Partner an Bord, um diese Erfolge zu ermöglichen.

Strategie 2025

Für die Beschaffung leiten sich aus der Porsche Strategie 2025 und den globalen Trends der Beschaffungsmärkte diverse strategische Ziele ab. Erstens: Top-Qualität zu wettbewerbsfähigen Konditionen durch aktive Gestaltung technischer und ökologischer Innovationen. Zweitens: Effizienz über die gesamte Laufzeit der Produkte. Drittens: Verlässlichkeit durch ständige Verfügbarkeit, gleichbleibend hohe Güte der Kaufteile und stabile, effiziente Warenströme. Viertens: steigende Attraktivität als Arbeitgeber für Talente und eine hohe Zufriedenheit der Mitarbeiter durch die Schaffung optimaler Arbeitsbedingungen.

Im Berichtsjahr setzt die Beschaffung eine Reihe von Projekten im Rahmen der Strategie-Initiative um. Der Austausch mit Lieferanten wird weiter intensiviert und das Thema „Nachhaltigkeit“ in der Lieferkette stärker vertieft. Außerdem wird das Beschaffungsmarketing ausgebaut, um Studierende, Absolventen und Professionals für den komplexen Themenbereich der Beschaffung zu interessieren.

Die Beschaffung hat im Berichtsjahr unter anderem auch mit Hochschulen wie der Universität Mannheim kooperiert. So gewinnen Porsche-Mitarbeiter inhaltlich neue Erkenntnisse, umgekehrt erhalten Studierende durch Exkursionen, Vorträge und Praxisarbeiten Einblicke in die Arbeit des Unternehmens.

Die Porsche AG hat im Berichtsjahr 2017 die Auslieferungen erneut gesteigert – auf insgesamt mehr als 246.000 Fahrzeuge. Die Beschaffung trug ihren Teil zum Erfolg bei und konnte auch dank einer engen partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit der Zulieferindustrie die zuverlässige Versorgung mit qualitativ hochwertigen Bauteilen sicherstellen.

Innovationsmanagement

Porsche agiert in einem Umfeld, das von rasanten Veränderungen geprägt ist. Voranschreitende Globalisierung, anspruchsvolle Kunden, verstärkter Wettbewerb um Zeit und Wissen wie auch gegensätzliche Denk- sowie Arbeitsweisen der IT- und Automobilbranche sind nur einige Herausforderungen, denen sich das Unternehmen stellen muss. Um Trends und Entwicklungen frühzeitig zu erkennen, holt sich Porsche neue Impulse aus der Zulieferbranche. Im Rahmen der „Porsche Supplier Innovation Days“ sollen neue Konzepte von Lieferanten bereits frühzeitig an das Unternehmen gebunden werden. So lädt das Innovationsmanagement Beschaffung und Entwicklung zum „Porsche Supplier Innovation Day“ mit dem Thema „Alternative Materialien und Leichtbau“ ein. Ausgewählte Lieferanten stellen ihre neuartigen Fertigungskonzepte Porsche-Experten aus unterschiedlichen Fachbereichen vor.

Auch für den Innovation Day rund um das Motto „Wohlbefinden in einem Porsche-Fahrzeug“ kontaktieren die Porsche-Fachbereiche Beschaffung, Entwicklung und Vertrieb im Vorfeld gezielt Lieferanten sowie Start-ups und bitten diese, ihre Entwicklungen im Rahmen des Open-Innovation-Ansatzes einzureichen. Die mehr als 200 vorgeschlagenen Innovationsimpulse werden von interdisziplinär besetzten Porsche-Teams bewertet. In die Auswahl kommen schließlich 60 Well-being-Innovationen, die Lieferanten und Start-ups aus aller Welt in Weissach vor Porsche-Experten präsentieren können.

Beim „Porsche Supplier Tech Day“ gastiert der Sportwagenhersteller beim weltweit zweitgrößten Automobilzulieferer, der ZF Friedrichshafen AG. Das Innovationsmanagement des Beschaffungsressorts und die Fahrwerkvorentwicklung laden zu Präsentationen, Fachvorträgen und Austausch ein. Thema: Was sind die neusten Innovationen der Porsche-Zulieferer? Wie setzt Porsche diese um? Die Erfolg versprechende Reihe der „Porsche Supplier Innovation Days“ wird künftig weiter ausgebaut.

Nachhaltigkeitsworkshops mit Lieferanten

Nachhaltigkeitsaspekte in der Lieferkette sind heute schon wichtig und werden immer bedeutender. Auch Porsche befasst sich intensiv mit der Berücksichtigung und Umsetzung entsprechender Projekte. Um den Austausch mit Zulieferern zum Thema Nachhaltigkeit zu intensivieren, entwickelt Porsche im Berichtsjahr ein Konzept für Lieferantenworkshops und lädt zu zwei Veranstaltungen ein. Im Rahmen der Workshops werden gemeinsame Ansätze zur Umsetzung von Nachhaltigkeitsaspekten identifiziert und mögliche Themenfelder für eine weitere Zusammenarbeit definiert. Schon heute werden Lieferantenaudits für die Sicherung der Nachhaltigkeitsanforderungen durchgeführt und damit der Grundstein für eine künftige Zusammenarbeit gelegt. Somit setzt Porsche eine weitere Maßnahme der Beschaffungsstrategie 2025 um. Die Einhaltung von Nachhaltigkeitsanforderungen wird für die Porsche-Beschaffung weiterhin im Fokus stehen.

Beschaffung von Produktionsmaterial und Nicht-Produktionsmaterial

Wie in den vergangenen Jahren wird auch im Geschäftsjahr 2017 der Materialaufwand pro Fahrzeug weiter optimiert. Die enge Zusammenarbeit sowie eine frühzeitige Einbeziehung der Wirtschaftspartner in diverse Kosten- und Produktworkshops führen zu wesentlichen Einsparungen. In 2017 beläuft sich der Materialaufwand der Porsche AG auf 4.985 Millionen Euro (Geschäftsjahr 2016: 4.129 Millionen Euro).

Auch bei Dienstleistungen und Nicht-Produktionsmaterialien leistet die Beschaffung im Berichtszeitraum einen wichtigen Beitrag, um die Unternehmensziele zu erreichen. Die Investitionen im Geschäftsjahr 2017 belaufen sich aufgrund der erneut großen Anzahl an Infrastrukturobjekten auf 1.684 Millionen Euro. Diese Entwicklung spiegelt das anhaltende Wachstum bei Porsche wider (Geschäftsjahr 2016: 1.695 Millionen Euro).

Finanzielle Analyse

Vermögenslage

Finanzlage

Ertragslage

VERMÖGENSLAGE

Zum 31. Dezember 2017 war die Bilanzsumme des Porsche AG Konzerns mit 35.019 Millionen Euro um 9 Prozent höher als am Vorjahresstichtag.

Das langfristige Vermögen nahm hierbei um 1.655 Millionen Euro auf 25.247 Millionen Euro zu. Der Anstieg betrifft im Wesentlichen das Anlagevermögen und die Sonstigen finanziellen Vermögenswerte, wobei sich die Latenten Steuern gegenläufig verändert haben. Der Anteil des langfristigen Vermögens am Gesamtvermögen beträgt 72 Prozent (Vorjahr: 73 Prozent).

Zum Bilanzstichtag belief sich das Anlagevermögen des Porsche AG Konzerns – das heißt die Immateriellen Vermögenswerte, die Sachanlagen, die Vermieteten Vermögenswerte, die At Equity bilanzierten Finanzanlagen und die Sonstigen Finanzanlagen – auf 14.404 Millionen Euro, nach 12.841 Millionen Euro im vorangegangenen Geschäftsjahr.

Der Anteil des Anlagevermögens an der Bilanzsumme hat sich auf 41 Prozent erhöht (Vorjahr: 40 Prozent). Das Immaterielle Vermögen hat sich hierbei von 3.965 Millionen Euro auf 4.646 Millionen Euro erhöht. Die Zunahme betrifft im Wesentlichen aktivierte Entwicklungsleistungen. Die größten Zugänge betreffen die Baureihen Cayenne, 911 und Mission E. Die Sachanlagen haben sich im Wesentlichen bedingt durch Zugänge bei den Grundstücken und Gebäuden, den Betriebs- und Geschäftsausstattungen sowie den Geleisteten Anzahlungen und Anlagen im Bau im Vergleich zum Vorjahr um 787 Millionen Euro auf 5.903 Millionen Euro erhöht. Die Zugänge betreffen hierbei im Wesentlichen Werkzeuge und Baumaßnahmen für die neuen Fahrzeuggenerationen. Die Vermieteten Vermögenswerte stiegen gegenüber dem Vorjahr um 82 Millionen Euro auf 3.455 Millionen Euro an. In dieser Position werden im Rahmen von Operating Leasingverhältnissen an Kunden vermietete Fahrzeuge ausgewiesen.

Die langfristigen Sonstigen finanziellen Vermögenswerte haben sich um 425 Millionen Euro auf 8.903 Millionen Euro erhöht. Der Anstieg resultiert aus der Marktbewertung derivativer Finanzinstrumente.

Die Latenten Ertragsteueransprüche betragen 370 Millionen Euro, nach 879 Millionen Euro im Vorjahr.

Der Anteil des kurzfristigen Vermögens an der Bilanzsumme beläuft sich auf 28 Prozent,

nach 27 Prozent im Vorjahr. Die Vorräte erhöhten sich von 2.536 Millionen Euro im Vorjahr auf 3.051 Millionen Euro zum Ende des Berichtszeitraums.

Die lang- und kurzfristigen Forderungen aus Finanzdienstleistungen haben sich von 2.010 Millionen Euro auf 2.095 Millionen Euro erhöht. Darin enthalten sind im Wesentlichen Forderungen aus Finanzierungsleasingverträgen sowie Forderungen aus Kunden- und Händlerfinanzierung.

Die kurzfristigen Sonstigen finanziellen Vermögenswerte haben sich um 504 Millionen Euro auf 1.841 Millionen Euro erhöht. Der Anstieg betrifft zu annähernd gleichen Teilen das Verrechnungskonto mit der Porsche Holding Stuttgart GmbH und die Marktbewertung derivativer Finanzinstrumente.

Die Zahlungsmittel, Zahlungsmitteläquivalente und Termingeldanlagen haben sich um 178 Millionen Euro auf 3.067 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahr erhöht.

Das Eigenkapital des Porsche AG Konzerns hat sich gegenüber dem vorherigen Abschlussstichtag um 3.220 Millionen Euro auf 15.200 Millionen Euro erhöht. Das Ergebnis nach Steuern sowie die Ergebnisabführung und Dividendenzahlung in Höhe von 982 Millionen Euro wirkten sich ebenso wie die Neubewertung aus Pensionsplänen nach Steuern in Höhe von 50 Millionen Euro, die Veränderung nach Steuern in der Cashflow Hedge Rücklage um 1.109 Millionen Euro und eine Kapitaleinlage durch die Porsche Holding Stuttgart GmbH in Höhe von 1.312 Millionen Euro erhöhend aus.

Die Währungsumrechnung hat sich demgegenüber mit 235 Millionen Euro eigenkapitalmindernd ausgewirkt.

Die langfristigen Schulden betreffen die Finanzschulden, die Pensionsrückstellungen, die Latenten Ertragsteuerverpflichtungen, die Sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten, die Sonstigen Verbindlichkeiten sowie die Sonstigen Rückstellungen. Sie verminderten sich gegenüber dem Vorjahr um 362 Millionen Euro auf 9.084 Millionen Euro. Der Anteil der langfristigen Schulden am Gesamtkapital reduzierte sich von 29 Prozent im Vorjahr auf 26 Prozent am Ende des Geschäftsjahres.

Die Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen haben sich um 253 Millionen Euro erhöht. Der Anstieg ist im Wesentlichen auf die Erhöhung der anspruchsberechtigten Mitarbeiter zurückzuführen.

Die langfristigen Sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten haben sich um 580 Millionen Euro vermindert. Der Rückgang betrifft im Wesentlichen die Marktbewertung derivativer Finanzinstrumente.

Die Latenten Ertragsteuerverpflichtungen betragen 614 Millionen Euro, nach 864 Millionen Euro im Vorjahr.

Die kurzfristigen Schulden haben sich von 10.809 Millionen Euro auf 10.735 Millionen Euro reduziert. Der Anteil der kurzfristigen Schulden am Gesamtkapital reduzierte sich von 34 Prozent im Vorjahr auf 31 Prozent zum 31. Dezember 2017.

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind mit 3.048 Millionen Euro nach 2.589 Millionen Euro im Jahr zuvor angestiegen. Diese Erhöhung ist auf gestiegene Investitions- und Geschäftsvolumina zurückzuführen.

Die kurzfristigen Sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten beliefen sich auf 2.599 Millionen Euro (Vorjahr: 3.337 Millionen Euro). Der Rückgang betrifft im Wesentlichen die Veränderung aus der Marktbewertung derivativer Finanzinstrumente um 469 Millionen Euro sowie die Verminderung der Verbindlichkeit aus Ergebnisabführung an die Porsche Holding Stuttgart GmbH um 213 Millionen Euro.

Vermögenslage des Porsche AG Konzerns

Millionen Euro	31.12.2017	in %	31.12.2016	in %
Aktiva				
Immaterielle Vermögenswerte	4.646	13	3.965	12
Sachanlagen	5.903	17	5.116	16
At Equity bilanzierte Finanzanlagen	341	1	333	1
Sonstige Finanzanlagen	59	0	54	0
Vermietete Vermögenswerte	3.455	10	3.373	11
Forderungen aus Finanzdienstleistungen	1.417	4	1.363	4
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	8.903	25	8.478	26
Sonstige Forderungen	153	1	31	0
Latente Ertragsteueransprüche	370	1	879	3
Langfristige Vermögenswerte	25.247	72	23.592	73
Vorräte	3.051	9	2.536	8
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	593	2	591	2
Forderungen aus Finanzdienstleistungen	678	2	647	2
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	1.841	5	1.337	4
Sonstige Forderungen	429	1	390	1
Ertragsteuerforderungen	51	0	194	1
Wertpapiere	62	0	59	0
Zahlungsmittel, Zahlungsmitteläquivalente und Termingeldanlagen	3.067	9	2.889	9
Kurzfristige Vermögenswerte	9.772	28	8.643	27
	35.019	100	32.235	100
Passiva				
Eigenkapital	15.200	43	11.980	37
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	3.466	10	3.213	10
Sonstige Rückstellungen	799	2	685	2
Latente Ertragsteuerverpflichtungen	614	2	864	3
Finanzschulden	3.687	11	3.669	11
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	119	0	699	2
Sonstige Verbindlichkeiten	399	1	316	1
Langfristige Schulden	9.084	26	9.446	29
Ertragsteuerrückstellungen	82	0	77	0
Sonstige Rückstellungen	1.841	5	1.636	5
Finanzschulden	1.770	5	1.830	6
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.048	9	2.589	8
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.599	7	3.337	10
Sonstige Verbindlichkeiten	850	3	783	3
Ertragsteuerverbindlichkeiten	545	2	557	2
Kurzfristige Schulden	10.735	31	10.809	34
	35.019	100	32.235	100

FINANZLAGE

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit beläuft sich in der Berichtsperiode 2017 auf 4.069 Millionen Euro, nach 3.864 Millionen im Vorjahr. Die wesentlichen Effekte resultieren aus dem gestiegenen Ergebnis und erhöhten Abschreibungen sowie gegenläufig aus zahlungsunwirksamen Aufwendungen und Erträgen und gestiegenen Abflüssen bei den Vorräten.

Aus dem Cashflow aus Investitionstätigkeit ergab sich in der Berichtsperiode ein Mittelabfluss in Höhe von 3.140 Millionen Euro, nach 2.724 Millionen Euro im Vorjahr. Die Investitionen bei den Immateriellen Vermögenswerten (ohne aktivierte Entwicklungskosten) und Sachanlagen haben sich von 1.438 Millionen Euro im Vorjahr auf 1.762 Millionen Euro in der aktuellen Berichtsperiode erhöht. Die Zugänge bei den aktivierten Entwicklungskosten betragen 1.337 Millionen Euro, nach 1.228 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2016.

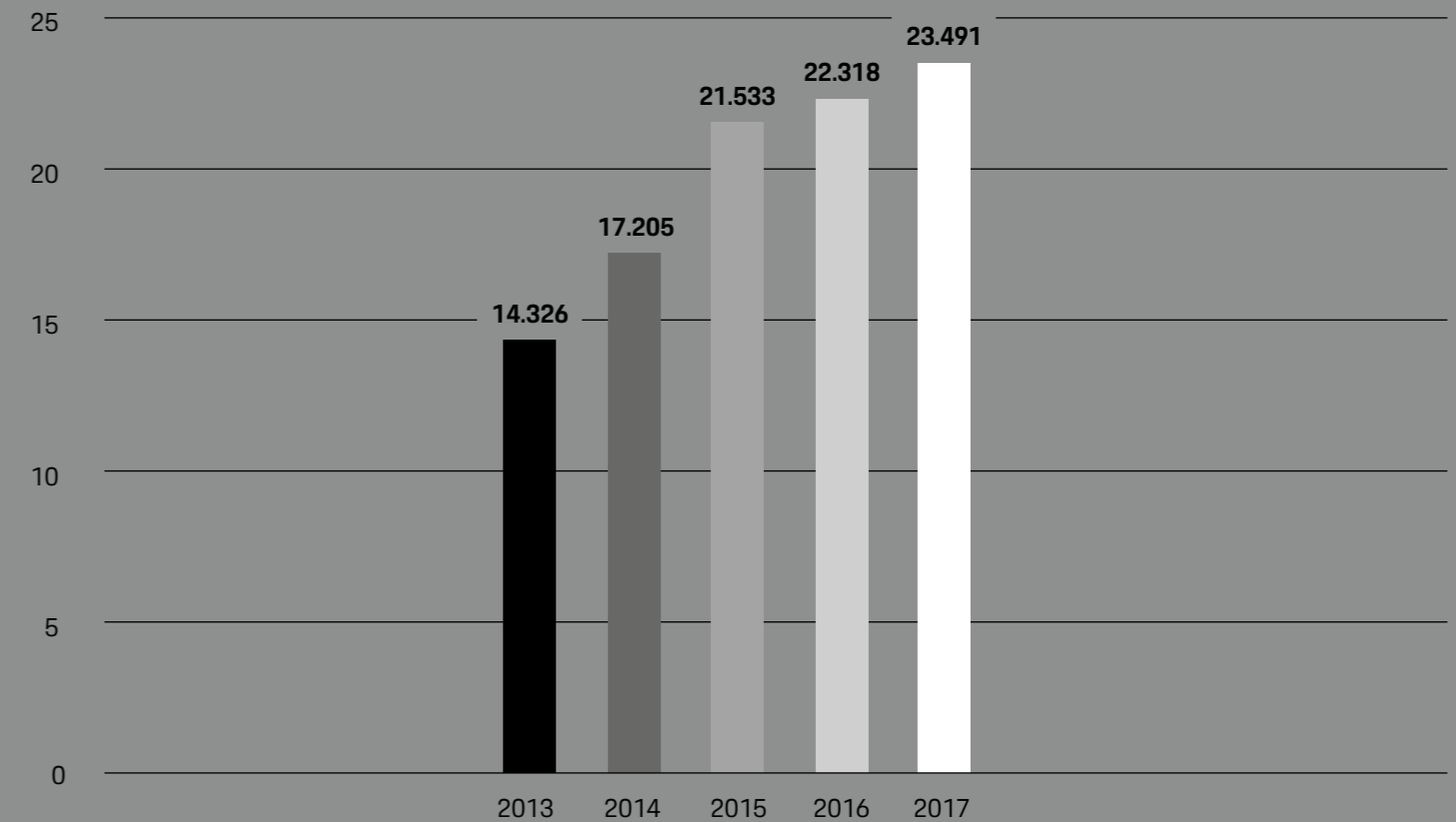
Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit hat sich von minus 786 Millionen Euro im Vorjahr auf minus 744 Millionen Euro im aktuellen Geschäftsjahr verändert.

Die Auszahlungen aus Ergebnisabführung und Dividenden führten zu einem Mittelabfluss in Höhe von 2.371 Millionen Euro (Vorjahr: 1.904 Millionen Euro). Dementgegen erfolgten Kapitaleinzahlungen durch die Porsche Holding Stuttgart GmbH mit 1.312 Millionen Euro (Vorjahr: 1.076 Millionen Euro).

Die Nettoliquidität des Bereichs Fahrzeuggeschäft – also die Bruttoliquidität vermindert um die Finanzschulden ohne jeweilige Berücksichtigung des Finanzdienstleistungsbereichs – verbesserte sich von 1.965 Millionen Euro zum 31. Dezember 2016 auf 2.231 Millionen Euro zum 31. Dezember 2017.

Der Konzernumsatz des Porsche AG Konzerns beläuft sich in der aktuellen Berichtsperiode auf 23.491 Millionen Euro, nach 22.318 Millionen Euro im Vorjahr.

Umsatzerlöse
in Millionen Euro



ERTRAGSLAGE

Das Ergebnis nach Steuern im Porsche AG Konzern ist von 2.640 Millionen Euro in der entsprechenden Vorjahresperiode um 499 Millionen Euro auf 3.139 Millionen Euro im aktuellen Geschäftsjahr gestiegen. Die Steuerquote beträgt in der aktuellen Berichtsperiode 26 Prozent (Vorjahr: 29 Prozent).

Der Konzernumsatz des Porsche AG Konzerns beläuft sich in der aktuellen Berichtsperiode auf 23.491 Millionen Euro, nach 22.318 Millionen Euro im Vorjahr. Im abgelaufenen Geschäftsjahr verkaufte der Porsche AG Konzern 238.691 Neufahrzeuge. Dies entspricht einer Absatzsteigerung von 3 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Zum Absatz- und Umsatzanstieg hat vor allem der Anstieg bei der Baureihe Panamera um 18.334 auf 30.998 Neufahrzeuge beigetragen. Der Macan ist mit 95.540 abgesetzten Neufahrzeugen weiterhin die absatzstärkste Baureihe. Regional betrachtet ist China mit 70.594 abgesetzten Neufahrzeugen weiterhin der größte Markt. Besonders positiv hat sich der Markt Europa (exklusive Inland) mit einem Absatz von 52.237 Neufahrzeugen entwickelt. Dies entspricht einem Absatzanstieg von 7 Prozent.

Die Kosten der Umsatzerlöse sind umsatzabhängig auf 16.872 Millionen Euro angestiegen (Vorjahr: 15.937 Millionen Euro) und betragen 72 Prozent der Umsatzerlöse – im Jahr zuvor waren es 71 Prozent. Absolut haben sich die Kosten der Umsatzerlöse um 935 Millionen Euro erhöht; dies entspricht einem Anstieg von 6 Prozent. Dieser leicht überproportionale Anstieg ist bedingt durch gestiegene Aufwendungen für Gewährleistungen sowie durch höhere aufwandswirksam verrechnete Forschungs- und Entwicklungskosten. Die Aktivierungsquote der Forschungs- und Entwicklungskosten beträgt 58 Prozent (Vorjahr: 56 Prozent). Der leicht überproportionale Anstieg der Umsatzkosten führte zu einem Rückgang der Bruttomarge von 29 auf 28 Prozent.

Die Vertriebskosten sind aufgrund des Absatzanstiegs von 1.703 Millionen Euro auf 1.883 Millionen Euro angestiegen. Die Verwaltungskosten sind von 867 Millionen Euro auf 1.041 Millionen Euro angestiegen. In Relation zu den Umsatzerlösen sind die Vertriebskosten mit 8 Prozent (Vorjahr: 8 Prozent) konstant geblieben, ebenfalls konstant geblieben sind die Verwaltungskosten mit 4 Prozent (Vorjahr: 4 Prozent).

Die in den einzelnen Funktionsbereichen enthaltenen Personalaufwendungen des Porsche AG Konzerns haben sich von 2.875 Millionen Euro auf 3.200 Millionen Euro erhöht. Der Anstieg der Personalaufwendungen korrespondiert zum Anstieg der Mitarbeiterzahl, die im Jahresdurchschnitt um 2.782 auf 29.033 angestiegen ist.

Die auf die Funktionsbereiche aufgeteilten Abschreibungen erhöhten sich auf 2.276 Millionen Euro, nach 2.081 Millionen Euro im Vorjahr. Dieser Anstieg betrifft im Wesentlichen die Abschreibungen auf aktivierte Entwicklungskosten sowie Vermietete Vermögenswerte.

Die Sonstigen betrieblichen Erträge sind von 1.206 Millionen Euro auf 1.366 Millionen Euro angestiegen. Der Anstieg resultiert im Wesentlichen aus gestiegenen Erträgen aus der Auflösung von Rückstellungen und abgegrenzten Schulden sowie gestiegenen Erträgen im Rahmen von Devisentermingeschäften. Die Sonstigen betrieblichen Aufwendungen haben sich von 1.140 Millionen Euro auf 917 Millionen Euro reduziert. Der Rückgang resultiert im Wesentlichen aus geringeren Aufwendungen im Rahmen von Devisentermingeschäften.

Ertragslage des Porsche AG Konzerns

Millionen Euro	GJ 2017	in %	GJ 2016	in %
Umsatzerlöse	23.491	100	22.318	100
Kosten der Umsatzerlöse	– 16.872	– 72	– 15.937	– 71
Bruttoergebnis	6.619	28	6.381	29
Vertriebskosten	– 1.883	– 8	– 1.703	– 8
Verwaltungskosten	– 1.041	– 4	– 867	– 4
Sonstige betriebliche Erträge	1.366	6	1.206	5
Sonstige betriebliche Aufwendungen	– 917	– 4	– 1.140	– 5
Operatives Ergebnis	4.144	18	3.877	17
Finanzergebnis	77	0	– 180	0
Ergebnis vor Steuern	4.221	18	3.697	17
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	– 1.082	– 5	– 1.057	– 5
Ergebnis nach Steuern	3.139	13	2.640	12

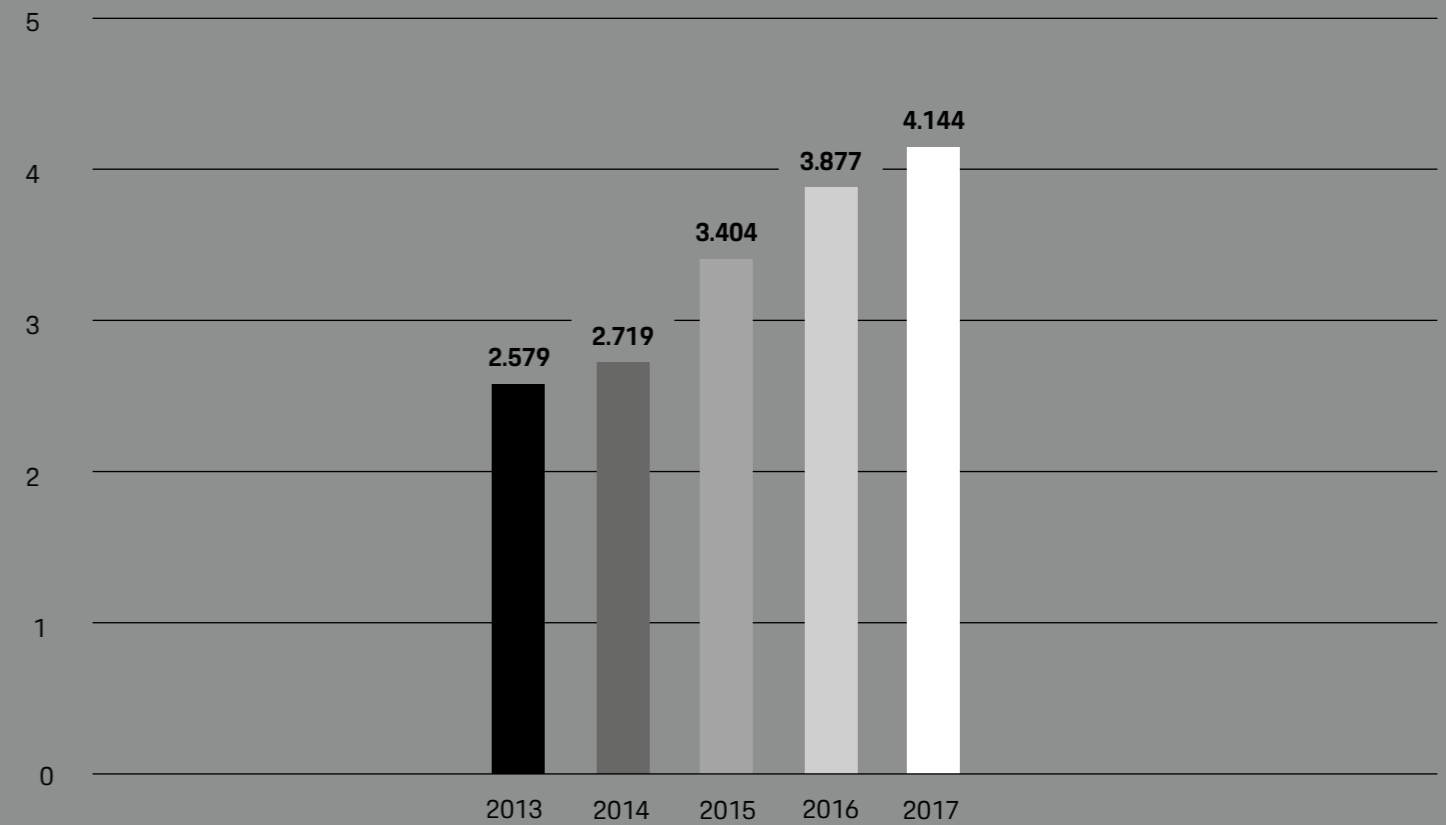
Das Operative Ergebnis beläuft sich auf 4.144 Millionen Euro und hat sich damit im Vergleich zum Vorjahr um 267 Millionen Euro erhöht.

Das Finanzergebnis beläuft sich auf 77 Millionen Euro (Vorjahr: minus 180 Millionen Euro). Der Anstieg des Finanzergebnisses resultiert zum einen aus höheren Erträgen aus der Fair-Value-Bewertung im Wesentlichen auf Devisenkurs- und Zinssicherungsgeschäfte, die nicht in das Hedge Accounting einbezogen werden. Zum anderen sind die Zinsaufwendungen zurückgegangen.

Die gesunde Kostenstruktur und die nachhaltig hohe Ertragskraft des Konzerns spiegeln sich auch in den wesentlichen Renditekenngößen wider. So erzielte der Porsche AG Konzern im abgelaufenen Geschäftsjahr eine Operative Umsatzrendite von 17,6 Prozent (Vorjahr: 17,4 Prozent). Die Umsatzrendite vor Steuern beträgt 18,0 Prozent (Vorjahr: 16,6 Prozent). Die Kapitalrendite, definiert als Operatives Ergebnis nach Steuern im Verhältnis zum durchschnittlichen investierten Vermögen des Bereichs Fahrzeuggeschäft, beträgt 28,2 Prozent (Vorjahr: 30,7 Prozent). Die Eigenkapitalrendite nach Steuern beträgt 23,1 Prozent (Vorjahr: 23,3 Prozent).

Das Operative Ergebnis beläuft sich auf 4.144 Millionen Euro und hat sich damit im Vergleich zum Vorjahr um 267 Millionen Euro erhöht.

Operatives Ergebnis (EBIT)
in Millionen Euro



Finanzielle Daten

Gewinn- und Verlustrechnung

Gesamtergebnisrechnung

Bilanz

Kapitalflussrechnung

Eigenkapitalveränderungsrechnung

Wertschöpfungsrechnung

Gewinn- und Verlustrechnung

des Porsche AG Konzerns vom 1. Januar bis 31. Dezember 2017

Millionen Euro	GJ 2017	GJ 2016
Umsatzerlöse	23.491	22.318
Kosten der Umsatzerlöse	- 16.872	- 15.937
Bruttoergebnis	6.619	6.381
Vertriebskosten	- 1.883	- 1.703
Verwaltungskosten	- 1.041	- 867
Sonstige betriebliche Erträge	1.366	1.206
Sonstige betriebliche Aufwendungen	- 917	- 1.140
Operatives Ergebnis	4.144	3.877
Ergebnis aus At Equity bilanzierten Finanzanlagen	4	8
Zinsertrag ¹⁾	395	395
Zinsaufwand ¹⁾	- 68	- 144
Übriges Finanzergebnis ¹⁾	- 254	- 439
Finanzergebnis	77	- 180
Ergebnis vor Steuern	4.221	3.697
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	- 1.082	- 1.057
tatsächlich	- 1.234	- 1.074
latent	152	17
Ergebnis nach Steuern	3.139	2.640
davon Ergebnisanteil Anteilseigner	3.139	2.640
davon Ergebnisanteil nicht beherrschender Anteilseigner	0	0
Gewinnabführung an die Porsche Holding Stuttgart GmbH	- 2.157	- 2.370

¹⁾ Die Struktur des Finanzergebnisses wurde geändert. Statt der Finanzierungsaufwendungen werden nunmehr Zinsertrag und Zinsaufwand dargestellt. Das Vorjahr wurde entsprechend angepasst.

Gesamtergebnisrechnung

des Porsche AG Konzerns vom 1. Januar bis 31. Dezember 2017

Millionen Euro	GJ 2017	GJ 2016
Ergebnis nach Steuern	3.139	2.640
Im Eigenkapital erfasste Neubewertungen aus Pensionsplänen		
Im Eigenkapital erfasste Neubewertungen aus Pensionsplänen vor Steuern	72	- 619
Latente Steuern auf im Eigenkapital erfasste Neubewertungen aus Pensionsplänen	- 22	184
Im Eigenkapital erfasste Neubewertungen aus Pensionsplänen nach Steuern	50	- 435
Nicht reklassifizierbare im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen aus At Equity bilanzierten Finanzanlagen nach Steuern	0	0
Nicht reklassifizierbare Gewinne/Verluste	50	- 435
Währungsumrechnungsdifferenzen		
im Eigenkapital erfasste Gewinne/Verluste aus der Währungsumrechnung	- 235	32
in die Gewinn- und Verlustrechnung übernommen	0	-
Währungsumrechnungsdifferenzen vor Steuern	- 235	32
Latente Steuern auf Währungsumrechnungsdifferenzen	-	-
Währungsumrechnungsdifferenzen nach Steuern	- 235	32
Cashflow Hedges		
im Eigenkapital erfasste Fair-Value-Änderungen	1.733	119
in die Gewinn- und Verlustrechnung übernommen	- 152	363
Cashflow Hedges vor Steuern	1.581	482
Latente Steuern auf Cashflow Hedges	- 472	- 144
Cashflow Hedges nach Steuern	1.109	338
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte		
im Eigenkapital erfasste Fair-Value-Änderungen	4	-
in die Gewinn- und Verlustrechnung übernommen	0	-
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte vor Steuern	4	-
Latente Steuern auf zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	- 1	-
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte nach Steuern	3	-
Reklassifizierbare im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen aus At Equity bilanzierten Finanzanlagen nach Steuern	0	0
Reklassifizierbare Gewinne/Verluste	877	370
Sonstiges Ergebnis vor Steuern	1.422	- 105
Latente Steuern auf das Sonstige Ergebnis	- 495	40
Sonstiges Ergebnis nach Steuern	927	- 65
Gesamtergebnis	4.066	2.575
davon Ergebnisanteil Anteilseigner	4.066	2.575
davon Ergebnisanteil nicht beherrschender Anteilseigner	0	0

Bilanz

des Porsche AG Konzerns zum 31. Dezember 2017

Millionen Euro	31.12.2017	31.12.2016
Aktiva		
Immaterielle Vermögenswerte	4.646	3.965
Sachanlagen	5.903	5.116
Vermietete Vermögenswerte	3.455	3.373
At Equity bilanzierte Finanzanlagen	341	333
Sonstige Finanzanlagen	59	54
Forderungen aus Finanzdienstleistungen	1.417	1.363
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	8.903	8.478
Sonstige Forderungen	153	31
Latente Ertragsteueransprüche	370	879
Langfristige Vermögenswerte	25.247	23.592
Vorräte	3.051	2.536
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	593	591
Forderungen aus Finanzdienstleistungen	678	647
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	1.841	1.337
Sonstige Forderungen	429	390
Ertragsteuerforderungen	51	194
Wertpapiere	62	59
Zahlungsmittel, Zahlungsmitteläquivalente und Termingeldanlagen	3.067	2.889
Kurzfristige Vermögenswerte	9.772	8.643
	35.019	32.235
Passiva		
Gezeichnetes Kapital	45	45
Kapitalrücklage	10.245	8.933
Gewinnrücklagen	4.910	3.001
Eigenkapital vor nicht beherrschenden Anteilen	15.200	11.979
Nicht beherrschende Anteile	0	1
Eigenkapital	15.200	11.980
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	3.466	3.213
Sonstige Rückstellungen	799	685
Latente Ertragsteuerverpflichtungen	614	864
Finanzschulden	3.687	3.669
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	119	699
Sonstige Verbindlichkeiten	399	316
Langfristige Schulden	9.084	9.446
Ertragsteuerrückstellungen	82	77
Sonstige Rückstellungen	1.841	1.636
Finanzschulden	1.770	1.830
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.048	2.589
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.599	3.337
Sonstige Verbindlichkeiten	850	783
Ertragsteuerverbindlichkeiten	545	557
Kurzfristige Schulden	10.735	10.809
	35.019	32.235

Kapitalflussrechnung

des Porsche AG Konzerns vom 1. Januar bis 31. Dezember 2017

Millionen Euro	GJ 2017	GJ 2016
Anfangsbestand Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	2.834	2.485
Ergebnis vor Steuern	4.221	3.697
Ertragsteuerzahlungen	- 1.093	- 1.035
Abschreibungen	2.276	2.081
Ergebnis aus dem Abgang von Anlagegegenständen	25	- 26
Ergebnis aus At Equity bilanzierten Finanzanlagen	4	- 1
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	- 92	314
Veränderung der Vorräte	- 651	- 29
Veränderung der Forderungen (ohne Finanzdienstleistungsbereich)	- 577	- 595
Veränderung der Verbindlichkeiten (ohne Finanzschulden)	710	405
Veränderung der Pensionsrückstellungen	326	231
Veränderung der Sonstigen Rückstellungen	349	81
Veränderung der Vermieteten Vermögenswerte	- 1.230	- 1.171
Veränderung der Forderungen aus Finanzdienstleistungen	- 199	- 88
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	4.069	3.864
Investitionen in Immaterielle Vermögenswerte (ohne aktivierte Entwicklungskosten) und Sachanlagen	- 1.762	- 1.438
Zugänge aktivierter Entwicklungskosten	- 1.337	- 1.228
Veränderung von Beteiligungen	- 8	- 33
Einzahlungen aus dem Abgang von Immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	57	88
Veränderung der Geldanlagen in Wertpapiere	1	- 17
Veränderung der Darlehen und Termingeldanlagen	- 91	- 96
Cashflow aus Investitionstätigkeit	- 3.140	- 2.724
Kapitaleinzahlungen	1.312	1.076
Ergebnisabführung und Dividendenzahlung	- 2.371	- 1.904
Aufnahme von Anleihen	2.513	2.707
Tilgung von Anleihen	- 2.173	- 3.582
Veränderung der übrigen Finanzschulden	- 25	917
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	- 744	- 786
Wechselkursbedingte Änderungen der Zahlungsmittel	- 59	- 5
Veränderung Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	185	354
Endbestand Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	2.960	2.834
Endbestand Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	2.960	2.834
Wertpapiere, Darlehensforderungen und Termingeldanlagen	425	369
Bruttoliquidität	3.385	3.203
Kreditstand	- 5.458	- 5.499
Nettoliquidität	- 2.073	- 2.296

Eigenkapitalveränderungsrechnung
des Porsche AG Konzerns vom 1. Januar bis 31. Dezember 2017

Millionen Euro	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen	Kumuliertes übriges Eigenkapital					Eigenkapital vor nicht beherrschenden Anteilen	Nicht beherrschende Anteile	Konzern-eigenkapital	
				Angesammelte Gewinne	Neubewertungen aus Pensionsplänen	Marktbewertung Wertpapiere	Cashflow Hedges	Währungs-umrechnung				At Equity bilanzierte Finanzanlagen
Stand am 1.1.2016	45	7.857	3.806		- 577	0	- 643	210	0	10.698	2	10.700
Effekte aus Währungsumrechnung	-	-	-		-	-	-	32	-	32	-	32
Neubewertungen aus Pensionsplänen	-	-	-		- 619	-	-	-	-	- 619	-	- 619
Finanzinstrumente gemäß IAS 39	-	-	-		-	0	482	-	-	482	-	482
Direkt mit dem Eigenkapital verrechnete Steuerpositionen	-	-	-		184	0	- 144	-	-	40	-	40
Erfolgsneutral erfasste Aufwendungen und Erträge	-	-	-		- 435	0	338	32	0	- 65	-	- 65
Ergebnis nach Steuern	-	-	2.640		-	-	-	-	-	2.640	0	2.640
Gesamtergebnis	-	-	2.640		- 435	0	338	32	0	2.575	0	2.575
Kapitaleinlage	-	1.076	-		-	-	-	-	-	1.076	-	1.076
Ergebnisabführung und Dividendenzahlung	-	-	- 2.370		-	-	-	-	-	- 2.370	- 1	- 2.371
Stand am 31.12.2016	45	8.933	4.076		- 1.012	0	- 305	242	0	11.979	1	11.980
Stand am 1.1.2017	45	8.933	4.076		- 1.012	0	- 305	242	0	11.979	1	11.980
Effekte aus Währungsumrechnung	-	-	-		-	-	-	- 235	-	- 235	-	- 235
Neubewertungen aus Pensionsplänen	-	-	-		72	-	-	-	-	72	-	72
Finanzinstrumente gemäß IAS 39	-	-	-		-	4	1.581	-	-	1.585	-	1.585
Direkt mit dem Eigenkapital verrechnete Steuerpositionen	-	-	-		- 22	- 1	- 472	-	-	- 495	-	- 495
Erfolgsneutral erfasste Aufwendungen und Erträge	-	-	-		50	3	1.109	- 235	0	927	-	927
Ergebnis nach Steuern	-	-	3.139		-	-	-	-	-	3.139	0	3.139
Gesamtergebnis	-	-	3.139		50	3	1.109	- 235	0	4.066	-	4.066
Kapitaleinlage	-	1.312	-		-	-	-	-	-	1.312	-	1.312
Ergebnisabführung und Dividendenzahlung	-	-	- 2.157		-	-	-	-	-	- 2.157	- 1	- 2.158
Stand am 31.12.2017	45	10.245	5.058		- 962	3	804	7	0	15.200	0	15.200

Wertschöpfungsrechnung

des Porsche AG Konzerns vom 1. Januar bis 31. Dezember 2017

Entstehung in Millionen Euro	2017	2016	2015
Umsatzerlöse	23.491	22.318	21.533
Sonstige Erträge	1.522	1.231	1.380
Materialaufwand	- 13.665	- 12.623	- 12.095
Abschreibungen	- 2.276	- 2.081	- 2.124
Sonstige Vorleistungen	- 1.361	- 2.089	- 2.458
Wertschöpfung	7.711	6.756	6.236

Verteilung in Millionen Euro	2017		2016		2015	
an Aktionäre (Ergebnisabführung)	2.157	28,0 %	2.370	35,1 %	1.905	30,5 %
an Mitarbeiter (Löhne, Gehälter, Soziales)	3.200	41,5 %	2.875	42,5 %	2.605	41,8 %
an den Staat (Steuern, Abgaben)	1.298	16,8 %	1.106	16,4 %	1.154	18,5 %
an Kreditgeber (Zinsaufwand)	76	1,0 %	135	2,0 %	142	2,3 %
an das Unternehmen (Rücklagen)	980	12,7 %	270	4,0 %	430	6,9 %
Wertschöpfung	7.711	100 %	6.756	100 %	6.236	100 %

Kennzahlen

Ökonomische Kennzahlen

Umwelt- und Energiekennzahlen

Personal- und Sozialkennzahlen

Ökonomische Kennzahlen

Die Kennzahlen zu Auslieferungen und Produktion beziehen sich auf den Porsche Konzern (inklusive Tochtergesellschaften).

Die Kennzahlen zu Lieferanten beziehen sich auf die Porsche AG.

Auslieferungen		2017	2016	2015
Gesamt	Fahrzeuge	246.375	237.778	225.121
911	Fahrzeuge	32.197	32.365	31.350
918 Spyder	Fahrzeuge	7	44	566
718 Boxster/Cayman	Fahrzeuge	25.114	23.620	22.663
Macan	Fahrzeuge	97.202	95.642	80.216
Cayenne	Fahrzeuge	63.913	70.867	73.119
Panamera	Fahrzeuge	27.942	15.240	17.207
Produktion		2017	2016	2015
Gesamt	Fahrzeuge	255.683	239.618	234.497
911	Fahrzeuge	33.820	31.648	31.373
918 Spyder	Fahrzeuge	–	–	375
718 Boxster/Cayman	Fahrzeuge	26.427	24.882	21.978
Macan	Fahrzeuge	98.763	97.177	86.016
Cayenne	Fahrzeuge	59.068	71.693	79.700
Panamera	Fahrzeuge	37.605	14.218	15.055

Konsolidierungskreis

(GRI 102-45)

Seit dem 1. August 2012 ist die Volkswagen AG alleiniger Gesellschafter der Porsche Holding Stuttgart GmbH, die 100 Prozent des Aktienkapitals der Porsche AG hält. Zwischen der Porsche Holding Stuttgart GmbH und der Porsche AG sowie zwischen der Porsche AG und ihren wesentlichen inländischen Tochtergesellschaften bestehen Beherrschungs- und Gewinnabführungsverträge. Der Konsolidierungskreis der Porsche AG umfasst insgesamt 111 vollkonsolidierte Unternehmen, von denen 26 im Inland und 85 im Ausland ihren Sitz haben.

Lieferantenherkunft 2017 ¹⁾

Lieferanten von Produktionsmaterial

95,8 % innerhalb der EU  4,2 % außerhalb der EU

Lieferanten von Nicht-Produktionsmaterial

95,1 % innerhalb der EU  4,9 % außerhalb der EU

¹⁾ Rechnungsadresse Kreditör maßgeblich.

	2017	2016	2015
Ausgaben für lokale Lieferanten an Hauptgeschäftsstandorten ¹⁾			
Anteil des für den Einkauf bestimmten Budgets, das für lokale Lieferanten ausgegeben wird	98%	98%	99%
Lieferantenprüfung anhand ökologischer Kriterien			
Anteil geprüfter Lieferanten	100%	100%	100%

¹⁾ Als lokale Lieferanten werden die Lieferanten angesehen, die ihren Sitz in der EU haben. Als Hauptgeschäftsstandorte werden hier Stuttgart-Zuffenhausen und Leipzig betrachtet.

Umwelt- und Energiekennzahlen

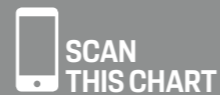
Die Berechnungs- und Berichtsmethode wurde für das Jahr 2017 sowie künftige Berichtsperioden angepasst. Die bisherigen Kategorien „Produktionsstandorte“ (Stuttgart-Zuffenhausen und Leipzig inkl. Verwaltung) und „sonstige Standorte“ (Weissach und Ludwigsburg) wurden ergänzt. Neue Kategorisierung analog der steuerungsrelevanten internen Berichterstattung: „Produktionsstandorte“ (Stuttgart-Zuffenhausen und Leipzig inkl. produktionsrelevanter Außenstandorte), „Entwicklungsstandort“ (Weissach inkl. entwicklungsrelevanter Außenstandorte), „sonstige Standorte“ (alle weiteren Standorte). Eine ausführliche Darstellung der Kennzahlen findet sich im Porsche Newsroom: www.newsroom.porsche.de/reports.

Direkter Energieverbrauch nach Primärenergiequellen in MWh ✓	2017	2016	2015
Gesamt¹⁾	304.111	293.623	265.915
Produktionsstandorte	225.218	217.104	199.443
Entwicklungsstandort	62.556	k. A.	k. A.
Sonstige Standorte	3.054	64.603	53.530
Kraftstoff (in Litern)	1.540.403	1.385.573	1.504.843

Indirekter Energieverbrauch nach Primärenergiequellen in MWh ✓	2017	2016	2015
Gesamt²⁾	339.200	296.873	282.369
Produktionsstandorte	268.346	233.523	222.573
Entwicklungsstandort	59.418	k. A.	k. A.
Sonstige Standorte	11.436	63.350	59.796

¹⁾ Der direkte Energieverbrauch setzt sich zusammen aus Gas, Brenngas für Fertigungsprozesse, Heizöl für Wärme, speziellen Energieprodukten sowie Kraftstoff.

²⁾ Der indirekte Energieverbrauch setzt sich zusammen aus elektrischer Energie, Fernwärme und BHKWs.



Energieverbrauch in kWh/Fzg.¹⁾

2017		2.485
2016		3.008
2015		3.185

¹⁾ Nur Produktionsstandorte.

Emissionen in t	2017	2016 ¹⁾	2015
Direkte und indirekte THG-Emissionen in t CO₂-Äquivalent (Scope 1 und 2) gesamt ✓	63.522	164.159	142.261
Produktionsstandorte	45.557	129.975	110.795
Entwicklungsstandort	14.752	k. A.	k. A.
Sonstige Standorte	3.213	34.184	31.466
Direkte THG-Emissionen in t CO ₂ -Äquivalent (Scope 1) ✓	57.117	53.928	49.659
Indirekte THG-Emissionen in t CO ₂ -Äquivalent (Scope 2) ✓	6.405	110.231	92.602
Andere indirekte THG-Emissionen (Scope 3) ²⁾³⁾	54.338	49.023	45.318
NO _x -Emissionen	39,25	45,01	40,37
SO _x -Emissionen	0,41	0,28	0,25
Gewicht flüchtiger organischer Verbindungen (VOC) ✓	125,29	116,93	110,05
Gewicht der Staubemissionen	0,11	0,3	0,27

¹⁾ Die für das Jahr 2016 veröffentlichten Kennzahlen wurden teilweise korrigiert.

²⁾ Die Berechnungsmethode wurde für das Jahr 2017 weiterentwickelt und die veröffentlichten Kennzahlen für die Jahre 2015 und 2016 entsprechend der Methode angepasst.

³⁾ Die angegebenen Emissionen beziehen sich auf Geschäftsreisen, d. h. Nahverkehr der Bahn (nur Porsche AG), Flugzeug und Mietwagen. Ein Verfahren zur Berechnung der Scope-3-Emissionen in der Logistik wird aktuell entwickelt.



Frischwasser und Abwasser in m ³ ✓	2017	2016 ¹⁾	2015 ¹⁾
Wasserverbrauch (Trinkwasser)	644.173	617.752	587.498
Abwassermenge	561.332	542.217	529.980

¹⁾ Die für die Jahre 2015 und 2016 veröffentlichten Kennzahlen wurden teilweise korrigiert.

Abfallaufkommen in t ✓	2017	2016 ¹⁾	2015
Gesamt	22.272	21.171	18.802
Abfälle zur Verwertung	20.592	19.312	17.121
Abfälle zur Beseitigung	1.680	1.859	1.681

¹⁾ Die für das Jahr 2016 veröffentlichten Kennzahlen wurden teilweise korrigiert.



Investitionen für Umweltschutz in Millionen €	2017		2016		2015	
Gesamt¹⁾	39,09	100 %	43,57	100 %	42,73	100 %
Abfallentsorgung	2,84	7 %	4,36	10 %	7,26	17 %
Emissionsbehandlung	6,26	16 %	10,89	25 %	12,82	30 %
Abhilfekosten	4,27	11 %	7,84	18 %	11,11	26 %
Prävention	25,72	66 %	20,48	47 %	11,54	27 %

¹⁾ In die Berechnung einbezogen sind Investitionen an den Standorten Stuttgart-Zuffenhausen und Weissach.

Personal- und Sozialkennzahlen

Die im Folgenden dargestellten Personal- und Sozialkennzahlen beziehen sich grundsätzlich, sofern nicht anders angegeben, auf die Porsche AG und die Porsche Leipzig GmbH. Eine ausführliche Darstellung der Kennzahlen findet sich im Porsche Newsroom: www.newsroom.porsche.de/reports.

Gesamtbelegschaft ¹⁾ ✓	2017 ¹⁾	2016	2015
Porsche Konzern (inklusive Tochtergesellschaften)	29.777	27.612	24.481
davon Porsche AG ²⁾	17.549	16.241	14.569
davon Porsche Leipzig GmbH ²⁾	4.148	3.994	3.667
Region Deutschland	26.506	k. A.	k. A.
Region Europa (ohne Deutschland)	1.403	k. A.	k. A.
Region Nordamerika	741	k. A.	k. A.
Region Asien	868	k. A.	k. A.
Übrige Regionen (Australien, Lateinamerika)	259	k. A.	k. A.

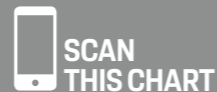
¹⁾ Seit dem Jahr 2017 findet eine Betrachtung für den gesamten Porsche AG Konzern statt.

²⁾ Die angegebenen Mitarbeiterzahlen entsprechen einer Berichterstattung nach Regionen (Porsche AG = Baden-Württemberg, Porsche Leipzig GmbH = Sachsen).

Mitarbeiterstruktur ¹⁾ ✓	2017 ¹⁾	2016	2015
Mitarbeiter nach Geschlecht			
Weiblich	5.317	2.872	2.483
Männlich	24.460	17.363	15.753
Mitarbeiter nach Art der Beschäftigung ²⁾			
Tarifbeschäftigte	25.911	18.312	16.419
Übertariflich Beschäftigte und Leitende Angestellte	3.866	1.923	1.817

¹⁾ Seit dem Jahr 2017 findet eine Betrachtung für den gesamten Porsche AG Konzern statt.

²⁾ Aufgrund der gleichwertigen Bezahlung und attraktiven Rahmenbedingungen wird die Anzahl an Leih- und Zeitarbeitnehmern nicht separat berichtet.



Anteil ausländischer Mitarbeiter ¹⁾	2017	2016	2015
Porsche AG	12,7%	12,2%	12,0%
Porsche Leipzig GmbH	0,7%	0,8%	1,0%

¹⁾ Wir berichten nicht zu Minderheiten, da eine Erhebung aus Gründen der Wahrung der Persönlichkeitsrechte nicht durchgeführt werden darf.

Mitarbeiterfluktuation ¹⁾ ✓

2017 ²⁾		1,20%
2016		0,60%
2015		0,60%

¹⁾ Die Mitarbeiterfluktuation wird nicht aufgliedert nach Altersgruppe, Geschlecht und Region berichtet, da diese Zahlen für uns nicht wesentlich, da nicht steuerungsrelevant, sind. Die Kennzahl wird außerdem ohne befristete Arbeitsverhältnisse, Renteneintritte und Altersteilzeit ermittelt.

²⁾ Seit dem Jahr 2017 findet eine Betrachtung für den gesamten Porsche AG Konzern statt.

Teilnehmer an Weiterbildungsmaßnahmen ¹⁾ ✓	2017	2016	2015
Gesamtzahl der Teilnehmer	19.909	21.798	21.731
Weiblich	3.458	3.461	3.768
Männlich	16.451	18.337	17.963
Verteilung der Teilnehmer auf Mitarbeiterkategorien			
Tarifbeschäftigte	93,1%	90,7%	85,8%
Übertarifliche und Leitende Angestellte	6,9%	9,3%	14,2%



Anzahl der Unfälle, Ausfalltage und Todesfälle ¹⁾ ✓	2017	2016	2015
Unfälle ²⁾	177	171	165
Ausfalltage ³⁾	1.708	1.957	2.542
Todesfälle	0	1	0

¹⁾ Mitarbeiter aus Arbeitnehmerüberlassung und Fremdfirmen sowie selbstständige Auftragnehmer können nicht berichtet werden.

²⁾ Kleine Verletzungen (sog. Bagatellunfälle) werden nicht in den Bericht aufgenommen. Unfälle ohne Ausfalltage (Kalendertage) gelten als Bagatellunfälle.

³⁾ Als Ausfalltage werden Arbeitstage (i. d. R. Mo. – Fr.) gezählt, der Unfalltag zählt nicht dazu (≥ 1 Kalendertag Ausfall).

Verletzungsraten ¹⁾ ✓	2017	2016	2015
Porsche AG	5,1	5,5	6,2
Porsche Leipzig GmbH	6,7	6,3	6,7

¹⁾ Verletzungsrate = Unfallhäufigkeitsindex: gibt Auskunft darüber, wie häufig sich Unfälle im Betrieb bezogen auf die Summe aller geleisteten Arbeitsstunden ereignet haben. Die zugrunde liegende Berechnungsformel ist die Anzahl der Betriebsunfälle x 1 Mio. Stunden / geleistete Arbeitsstunden.

Getätigte Spenden in Millionen €	2017	2016	2015
	rund 4,8	rund 5,0	rund 4,6

Weitere Informationen

[Der Aufsichtsrat](#)

[Emissions- und Verbrauchsangaben](#)

[GRI-Inhaltsindex](#)

[Über diesen Bericht](#)

[Porsche AG Konzern – Kurzüberblick](#)

Der Aufsichtsrat
der Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG

Dr. Wolfgang Porsche
Diplom-Kaufmann
Vorsitzender

Uwe Hück*
Stellvertretender Vorsitzender
Vorsitzender des Gesamt- und Konzernbetriebsrats der Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG
Betriebsratsvorsitzender Zuffenhausen / Ludwigsburg / Sachsenheim
Stellvertretender Vorsitzender des Betriebsrats der Porsche Automobil Holding SE

Dr. Hans Michel Piëch
Rechtsanwalt

Dr. Ferdinand Oliver Porsche
Beteiligungsmanagement

Hans-Peter Porsche
Ingenieur

Hans Dieter Pötsch
Diplom-Wirtschaftsingenieur
Vorsitzender des Vorstands der Porsche Automobil Holding SE
Vorsitzender des Aufsichtsrats der Volkswagen AG

Matthias Müller
Vorstandsvorsitzender der Volkswagen AG

Dr. rer. pol. h.c. Francisco Javier Garcia Sanz
Betriebswirt
Mitglied des Vorstands der Volkswagen AG
Geschäftsbereich Beschaffung

Frank Witter
Mitglied des Vorstands der Volkswagen AG
Geschäftsbereich Finanzen und Controlling

Dr. Karlheinz Blessing
Mitglied des Vorstands der Volkswagen AG
Geschäftsbereich Personal und Organisation

Dr. Hans Peter Schützinger
Mitglied der Geschäftsführung der Porsche Holding GmbH

Wolfgang von Dühren*
Sachgebietsleiter Vertriebsplanung

Antonio Girone*
Stellvertretender Vorsitzender des Konzernbetriebsrats
Mitglied des Gesamtbetriebsrats
Mitglied des Betriebsrats Zuffenhausen / Ludwigsburg / Sachsenheim
Mitglied des Betriebsrats der Porsche Automobil Holding SE

Sabine Zach*
Diplom-Volkswirtin
Tarifsekretärin der IG Metall

Manfred Pache*
Mitglied des Konzernbetriebsrats und stellvertretend Vorsitzender des Gesamtbetriebsrats
Vorsitzender des Betriebsrats Weissach
Mitglied des SE-Betriebsrats der Porsche Automobil Holding SE

Hansjörg Schmierer*
Geschäftsführer Mitglieder und Finanzen der IG Metall Stuttgart

Peter Schulz*
Diplom-Ingenieur (FH)
Hauptabteilungsleiter Personalwesen, Geschäftsleitung und Produktion

Jordana Vogiatzi*
Pressesprecherin der IG Metall – Verwaltungsstelle Stuttgart

Axel Weyland*
Leiter Antriebsstrang der Porsche Engineering Services GmbH

Werner Weresch*
Mitglied des Konzernbetriebsrats
Mitglied des Gesamtbetriebsrats der Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG
Vertrauenskörperleiter
Stellvertretender Vorsitzender des Betriebsrats Zuffenhausen / Ludwigsburg / Sachsenheim
Mitglied des Betriebsrats der Porsche Automobil Holding SE

*Arbeitnehmervertreter

Emissions- und Verbrauchsangaben

Modell	Leistung [kW]	Leistung [PS]	Kraftstoffverbrauch innerorts [l/100 km]	Kraftstoffverbrauch außerorts [l/100 km]	Kraftstoffverbrauch kombiniert [l/100 km]	CO ₂ -Emissionen kombiniert [g/km]
718						
718 Cayman	220	300	9,9	6,0	7,4	168
718 Cayman PDK	220	300	9,0	5,7	6,9	158
718 Cayman S	257	350	10,7	6,5	8,1	184
718 Cayman S PDK	257	350	9,5	6,0	7,3	167
718 Cayman GTS	269	365	12,3	7,0	9,0	205
718 Cayman GTS PDK	269	365	10,9	6,6	8,2	186
718 Boxster	220	300	9,9	6,0	7,4	168
718 Boxster PDK	220	300	9,0	5,7	6,9	158
718 Boxster S	257	350	10,7	6,5	8,1	184
718 Boxster S PDK	257	350	9,5	6,0	7,3	167
718 Boxster GTS	269	365	12,3	7,0	9,0	205
718 Boxster GTS PDK	269	365	10,9	6,6	8,2	186
911						
911 Carrera T	272	370	13,5	7,1	9,5	215
911 Carrera T PDK	272	370	11,5	6,8	8,5	193
911 Carrera	272	370	11,7	6,3	8,3	190
911 Carrera PDK	272	370	9,9	6,0	7,4	169
911 Carrera S	309	420	12,2	6,6	8,7	199
911 Carrera S PDK	309	420	10,1	6,4	7,7	174
911 Carrera GTS	331	450	12,9	7,3	9,4	212
911 Carrera GTS PDK	331	450	10,7	6,9	8,3	188
911 Carrera Cabriolet	272	370	11,9	6,5	8,5	195
911 Carrera Cabriolet PDK	272	370	9,9	6,2	7,5	172
911 Carrera S Cabriolet	309	420	12,3	6,7	8,8	202
911 Carrera S Cabriolet PDK	309	420	10,2	6,5	7,8	178
911 Carrera GTS Cabriolet	331	450	12,9	7,3	9,4	214
911 Carrera GTS Cabriolet PDK	331	450	10,8	7,0	8,4	190
911 Carrera 4	272	370	12,2	6,7	8,7	201
911 Carrera 4 PDK	272	370	10,1	6,3	7,7	177
911 Carrera 4S	309	420	12,4	6,8	8,9	204
911 Carrera 4S PDK	309	420	10,3	6,6	7,9	180
911 Carrera 4 GTS	331	450	13,0	7,4	9,5	216
911 Carrera 4 GTS PDK	331	450	10,9	7,1	8,5	192
911 Carrera 4 Cabriolet	272	370	12,4	6,9	8,9	206
911 Carrera 4 Cabriolet PDK	272	370	10,3	6,5	7,9	182
911 Carrera 4S Cabriolet	309	420	12,6	6,8	9,0	208
911 Carrera 4S Cabriolet PDK	309	420	10,4	6,7	8,0	184
911 Carrera 4 GTS Cabriolet	331	450	13,3	7,6	9,7	220
911 Carrera 4 GTS Cabriolet PDK	331	450	11,2	7,3	8,7	196
911 Targa 4	272	370	12,4	6,9	8,9	206
911 Targa 4 PDK	272	370	10,3	6,5	7,9	182
911 Targa 4S	309	420	12,6	6,8	9,0	208
911 Targa 4S PDK	309	420	10,4	6,7	8,0	184
911 Targa 4 GTS	331	450	13,3	7,6	9,7	220
911 Targa 4 GTS PDK	331	450	11,2	7,3	8,7	196
911 Turbo	397	540	11,8	7,5	9,1	212

Modell	Leistung [kW]	Leistung [PS]	Kraftstoffverbrauch innerorts [l/100 km]	Kraftstoffverbrauch außerorts [l/100 km]	Kraftstoffverbrauch kombiniert [l/100 km]	CO ₂ -Emissionen kombiniert [g/km]
911 Turbo S	427	580	11,8	7,5	9,1	212
911 Turbo S Exclusive Series	446	607	11,8	7,5	9,1	212
911 Turbo Cabriolet	397	540	12,1	7,6	9,3	216
911 Turbo S Cabriolet	427	580	12,1	7,6	9,3	216
911 GT3 PDK	368	500	19,4	8,8	12,7	288
911 GT3 Schaltgetriebe	368	500	19,7	8,8	12,9	290
911 GT3 mit Touring-Paket	368	500	20,2	9,2	13,3	302
911 GT3 RS	383	520	19,2	9,0	12,8	291
911 GT2 RS	515	700	18,1	8,2	11,8	269
Panamera						
Panamera	243	330	9,8–9,7*	6,3*	7,6–7,5*	173–171*
Panamera 4	243	330	9,9–9,8*	6,5–6,4*	7,8–7,7*	177–175*
Panamera 4 Executive	243	330	10,0–9,9*	6,7–6,6*	7,9–7,8*	180–178*
Panamera 4S	324	440	10,2–10,1*	6,8–6,7*	8,2–8,1*	186–184*
Panamera 4S Executive	324	440	10,4–10,3*	6,9–6,8*	8,3–8,2*	189–187*
Panamera Turbo	404	550	12,9–12,8*	7,3–7,2*	9,4–9,3*	214–212*
Panamera Turbo Executive	404	550	13,1–12,9*	7,4–7,3*	9,5–9,4*	217–215*
Panamera Sport Turismo						
Panamera 4 Sport Turismo	243	330	10,0–9,9*	6,7–6,6*	7,9–7,8*	180–178*
Panamera 4S Sport Turismo	324	440	10,4–10,3*	6,9–6,8*	8,3–8,2*	189–187*
Panamera Turbo Sport Turismo	404	550	13,1–12,9*	7,4–7,3*	9,5–9,4*	217–215*
Macan						
Macan	185	252	8,6–8,4*	6,6–6,4*	7,4–7,2*	172–167*
Macan S	250	340	11,6–11,3*	7,6–7,3*	9,0–8,7*	212–204*
Macan S Diesel	190	258	6,9–6,7*	5,9–5,7*	6,3–6,1*	164–159*
Macan GTS	265	360	11,8–11,4*	7,8–7,4*	9,2–8,8*	215–207*
Macan Turbo	294	400	11,8–11,5*	7,8–7,5*	9,2–8,9*	216–208*
Macan Turbo Performance Package	324	440	12,6–12,4*	8,0–7,8*	9,7–9,5*	224–219*
Macan Turbo Exclusive Performance Edition	324	440	12,6–12,4*	8,0–7,8*	9,7–9,5*	224–219*
Cayenne (E3)						
Cayenne	250	340	11,3–11,1*	8,0–7,9*	9,2–9,0*	209–205*
Cayenne S	324	440	11,8–11,3*	8,4–8,0*	9,4–9,2*	213–209*
Cayenne Turbo	404	550	16,4–16,2*	9,5–9,3*	11,9–11,7*	272–267*

Plug-in-Hybride

Modell	Systemleistung [kW]**	Systemleistung [PS]**	Kraftstoffverbrauch kombiniert [l/100 km]	Stromverbrauch [kWh/100 km]	CO ₂ -Emissionen kombiniert [g/km]
Panamera 4 E-Hybrid	340	462	2,5	15,9	56
Panamera 4 E-Hybrid Executive	340	462	2,5	15,9	56
Panamera 4 E-Hybrid Sport Turismo	340	462	2,6	15,9	59
Panamera Turbo S E-Hybrid	500	680	2,9	16,2	66
Panamera Turbo S E-Hybrid Executive	500	680	2,9	16,2	66
Panamera Turbo S E-Hybrid Sport Turismo	500	680	3,0	17,6	69

*Bandbreite in Abhängigkeit vom verwendeten Reifensatz
 **Gesamtsystemleistung



Der vorliegende Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI (Global Reporting Initiative)-Standards nach der Option „Core“ (Kern) erstellt. Im Rahmen des GRI Materiality Disclosures Service wurde die Erfüllung der externen Anforderungen an die Berichterstattung im Sinne der Wesentlichkeit bestätigt. Im nachstehenden GRI-Inhaltsindex werden alle berichteten allgemeinen und inhaltspezifischen Angaben aufgeführt sowie ihre jeweilige Verortung im Printbericht und in der Online-Version angegeben. Eine ausführliche Version des GRI-Inhaltsindex steht im Porsche Newsroom zur Verfügung: www.newsroom.porsche.de/reports.

GRI-Standard	Angabe	Printbericht	Online-Version	Auslassung
Allgemeine Angaben				
	102-1 Name des Unternehmens	139	→ Text	
	102-2 Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	7, 18, 70–75, 128–129	→ Index/Text	
	102-3 Ort des Hauptsitzes	139		
	102-4 Betriebsstätten	20–24		
	102-5 Eigentum und Rechtsform		→ Index	
	102-6 Bediente Märkte	20–24		
	102-7 Größenordnung des Unternehmens	18–25, 53, 93–113, 118, 122	→ Kennzahlen	
	102-8 Informationen über Angestellte und andere Mitarbeiter	25, 48–49, 52–53, 59, 122–123	→ Kennzahlen	
	102-9 Lieferkette	40–43, 90–91, 119	→ Index/Text	
	102-10 Signifikante Änderungen im Unternehmen und in der Lieferkette	4, 10–17, 26, 133	→ Index	
	102-11 Vorsorgeprinzip oder Vorsichtsmaßnahmen	48–49, 52–58	→ Text	
	102-12 Externe Initiativen	10, 17, 34, 38, 40–41, 46–47, 91, 130–132, 133	→ Index	
	102-13 Mitgliedschaft in Verbänden		→ Text	
	102-14 Aussagen der Führungskräfte	6–7	→ Text	
	102-16 Werte, Richtlinien, Standards und Verhaltensnormen	31–33, 40–43, 46–49	→ Index/Text	
	102-18 Führungsstruktur	6–7, 126–127	→ Text	
	102-40 Liste der Stakeholder-Gruppen	34–35	→ Text	
	102-41 Tarifverhandlungen		→ Index	
GRI 102: Allgemeine Angaben (2016)	Für alle Mitarbeiter des Unternehmens, mit Ausnahme der leitenden Angestellten, gelten Kollektivvereinbarungen. Die Porsche AG ist als Mitgliedsunternehmen des Arbeitgeberverbandes Südwestmetall Teil der aktiv gelebten Sozialpartnerschaft zwischen der Metall- und Elektroindustrie und der IG Metall. Dementsprechend fallen alle Mitarbeiter der Porsche AG unter den vereinbarten Flächentarifvertrag; für die Beschäftigten der Porsche Leipzig GmbH gilt der vereinbarte Haustarifvertrag.			
	102-42 Bestimmen und Auswählen von Stakeholdern	34–35	→ Text	
	102-43 Ansatz für die Stakeholder-Einbeziehung	34–35	→ Text	
	102-44 Schlüsselthemen und Anliegen	34–35, 38–39	→ Text	
	102-45 Entitäten, die in den Konzernabschlüssen erwähnt werden	118	→ Index	
	102-46 Bestimmung des Berichtsinhalts und Themenabgrenzung	31, 34, 36, 38–39, 133	→ Text	
	102-47 Liste der wesentlichen Themen	34, 38–39	→ Text	
	102-48 Neuformulierung der Informationen	34, 38, 133		
	102-49 Änderungen bei der Berichterstattung	133		
	102-50 Berichtszeitraum	133		
	102-51 Datum des aktuellen Berichts	133		
	102-52 Berichtszyklus	133		
	102-53 Kontaktangaben bei Fragen zum Bericht	139		
	102-54 Aussagen zu Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	130–132, 133		
	102-55 GRI-Inhaltsindex	130–132		
	102-56 Externe Prüfung	136		

Wesentliche Themen	Angabe	Printbericht	Online-Version	Auslassung
Langfristige wirtschaftliche Stabilität				
	103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen			
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten	34, 38–39, 40–43	→ Text	
	103-3 Prüfung des Managementansatzes			
GRI 201: Wirtschaftliche Leistung (2016)	201-1 Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert	25, 60–67, 94–115, 123, 135	→ Index/Text	
	201-4 Finanzielle Unterstützung vonseiten der Regierung		→ Index	
Langfristige Kundenbeziehungen				
	103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen			
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten	34, 38–39, 40–43	→ Text	
	103-3 Prüfung des Managementansatzes			
GRI 418: Schutz der Kundendaten (2016)	418-1 Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten		→ Index	Einschränkungen wegen Verschwiegenheitspflicht (Details s. Online-Index)
Verantwortung in der Lieferkette				
	103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen			
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten	34, 38–39, 40–43	→ Text	
	103-3 Prüfung des Managementansatzes			
GRI 204: Beschaffungspraktiken (2016)	204-1 Anteil der Ausgaben für lokale Lieferanten	119	→ Index/Kennzahlen	
GRI 308: Umweltbewertung der Lieferanten (2016)	308-1 Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	41, 91, 119	→ Text/Kennzahlen	
GRI 408: Kinderarbeit (2016)	408-1 Geschäftsstandorte und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit	41, 91	→ Index/Text	
GRI 409: Zwangs-/Pflichtarbeit (2016)	409-1 Geschäftsstandorte und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs-/Pflichtarbeit	41, 91	→ Index/Text	
	412-2 Schulungen für Angestellte zu Menschenrechtspolitik und -verfahren			
GRI 412: Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte (2016)	412-3 Erhebliche Investitionsvereinbarungen und -verträge, die Menschenrechtsklauseln enthalten oder auf Menschenrechtsaspekte geprüft wurden		→ Index	
GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten (2016)	414-1 Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	119	→ Kennzahlen	
Compliance				
	103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen			
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten	34, 38–39, 40–43	→ Text	
	103-3 Prüfung des Managementansatzes			
GRI 205: Korruptionsbekämpfung (2016)	205-1 Geschäftsstandorte, die in Hinblick auf Korruptionsrisiken geprüft wurden		→ Index	
	205-2 Informationen und Schulungen zu Strategien und Maßnahmen zur Korruptionsbekämpfung	42–43	→ Kennzahlen	
GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten (2016)	206-1 Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung		→ Index	
GRI 307: Umwelt-Compliance (2016)	307-1 Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen		→ Index	
GRI 419: Sozioökonomische Compliance (2016)	419-1 Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich		→ Index	
Digitale Transformation				
	103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen			
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten	34, 38–39, 40–43	→ Text	
	103-3 Prüfung des Managementansatzes			
Fahrzeugsicherheit				
	103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen			
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten	34, 38–39, 44–45	→ Text	
	103-3 Prüfung des Managementansatzes			
GRI 416: Kundengesundheit und Kundensicherheit (2016)	416-1 Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit		→ Index	
Kraftstoffverbrauch und Emissionen der Fahrzeuge				
	103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen			
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten	34, 38–39, 44–45	→ Text	
	103-3 Prüfung des Managementansatzes			
GRI 305: Emissionen (2016)	305-3 Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	121	→ Kennzahlen	Informationen stehen nicht zur Verfügung (Details s. S. 121)

Wesentliche Themen	Angabe	Printbericht	Online-Version	Auslassung
Material und nachhaltige Werkstoffe				
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen			
	103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten	34, 38–39, 44–45	→ Text	
	103-3 Prüfung des Managementansatzes			
GRI 301: Materialien (2016)	301-1 Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	91	→ Kennzahlen	
Neue Mobilitätskonzepte				
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen			
	103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten	34, 38–39, 44–45	→ Text	
	103-3 Prüfung des Managementansatzes			
Energie und Emissionen im Betrieb				
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen			
	103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten	34, 38–39, 46–47	→ Text	
	103-3 Prüfung des Managementansatzes			
GRI 302: Energie (2016)	302-1 Energieverbrauch innerhalb des Unternehmens	82–89, 120	→ Kennzahlen	
	302-3 Energieintensität	120	→ Kennzahlen	
GRI 305: Emissionen (2016)	305-1 Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	121	→ Index/Kennzahlen	
	305-2 Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	87, 121	→ Text	
	305-3 Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	121	→ Kennzahlen	Informationen stehen nicht zur Verfügung (Details s. S. 121)
GRI 305: Emissionen (2016)	305-4 Intensität der THG-Emissionen		→ Kennzahlen	
	305-6 Emissionen Ozon abbauender Substanzen (ODS)		→ Kennzahlen	
	305-7 Stickstoffoxide (NO _x), Schwefeloxide (SO _x) und andere signifikante Luftemissionen	121	→ Kennzahlen	
Ressourcenverbrauch im Betrieb				
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen			
	103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten	34, 38–39, 46–47	→ Text	
	103-3 Prüfung des Managementansatzes			
GRI 303: Wasser (2016)	303-1 Wasserentnahme nach Quelle	46–47, 121	→ Kennzahlen	
	306-1 Abwassereinleitung nach Qualität und Einleitungsort	46–47, 121	→ Index/Kennzahlen	
GRI 306: Abwasser und Abfall (2016)	306-2 Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	46–47, 121	→ Kennzahlen	
	306-3 Erheblicher Austritt schädlicher Substanzen		→ Index	
Umweltfreundliche Logistik				
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen			
	103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten	34, 38–39, 46–47	→ Text	
	103-3 Prüfung des Managementansatzes			
GRI 305: Emissionen (2016)	305-3 Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	87,121	→ Kennzahlen	Informationen stehen nicht zur Verfügung (Details s. S. 121)
Arbeitgeberattraktivität				
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen			
	103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten	4, 38-39, 48–49	→ Text	
	103-3 Prüfung des Managementansatzes			
GRI 401: Beschäftigung (2016)	401-1 Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	48–49, 52–53, 59, 122–123, 135	→ Index/Text/Kennzahlen	
	401-3 Elternzeit		→ Index/Kennzahlen	
Mitarbeiterentwicklung				
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen			
	103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten	4, 38–39, 48–49	→ Text	
	103-3 Prüfung des Managementansatzes			
GRI 404: Schulungen und Aus-/Weiterbildung (2016)	404-1 Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	48–49, 52, 56–57, 123	→ Text/Kennzahlen	
	404-2 Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	54–58	→ Text	
Betriebliche Mitbestimmung				
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen			
	103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten	4, 38–39, 48–49	→ Text	
	103-3 Prüfung des Managementansatzes			
GRI 402: Arbeitnehmer–Arbeitgeber-Beziehungen (2016)	402-1 Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen	34	→ Index/Text	
GRI 407: Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen (2016)	407-1 Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte		→ Index	Nicht zutreffend (Details s. Online-Index)

Wesentliche Themen	Angabe	Printbericht	Online-Version	Auslassung
Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz				
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen			
	103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten	4, 38–39, 48–49	→ Text	
	103-3 Prüfung des Managementansatzes			
GRI 403: Arbeits- und Gesundheitsschutz (2016)	403-1 Repräsentation von Mitarbeitern in formellen Arbeitgeber-Mitarbeiter-Ausschüssen für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz		→ Index	
	403-2 Art und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Arbeitsausfälle und Abwesenheit sowie Zahl der arbeitsbedingten Todesfälle	48–49, 123	→ Index/Kennzahlen	
	403-3 Mitarbeiter mit hohem Auftreten von oder Risiko für Krankheiten, die mit ihrer beruflichen Tätigkeit in Verbindung stehen	48–49, 58	→ Index/Text	

Über diesen Bericht

Berichtsinhalte und -zeitraum

(GRI 102-46, 102-48, 102-50, 102-51, 102-52)

Mit der vorliegenden Dokumentation veröffentlicht die Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG ihren zweiten kombinierten Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht. Den ersten Bericht in diesem Format gab das Unternehmen, bezugnehmend auf das Geschäftsjahr 2016, am 17. März 2017 heraus. Der Bericht erscheint jährlich. Die vorliegende Dokumentation bezieht sich auf den Zeitraum vom 1. Januar 2017 bis 31. Dezember 2017. Zur Vollständigkeit sind Informationen vor diesem Zeitraum enthalten. Stichtag aller Daten ist, sofern nicht anders angegeben, der 31. Dezember 2017. Der Redaktionsschluss des Berichts war im Februar 2018. Alle Angaben beziehen sich, sofern nicht anders gekennzeichnet, auf die Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG. Korrekturen an bereits veröffentlichten Inhalten, beispielsweise aufgrund einer Änderung der Erhebungsmethodik bei den Kennzahlen und Daten, sind entsprechend gekennzeichnet. Die finanzielle Analyse sowie die Kennzahlen und Daten sind kompakt am Ende des Berichts und in ausführlicher Version online im Porsche Newsroom (newsroom.porsche.de) aufgeführt. Dort finden sich auch weitere Informationen zum Nachhaltigkeitsengagement von Porsche. Die Managementansätze zu wesentlichen Berichtsthemen sind im Kapitel „Nachhaltigkeitsstrategie und -management“ enthalten.

Berichtsstandard und Prüfung

(GRI 102-49, 102-54, 102-55, 102-56)
Dieser Bericht und die Angaben zum Porsche-Nachhaltigkeitsengagement wurden in Übereinstimmung mit den Global-Reporting-Initiative-Standards (GRI) nach der Option „Core“ (Kern) erstellt. In bisherigen Berichten fanden die zum jeweiligen Zeitpunkt aktuellen Leitlinien G3.1 und G4 Anwendung. Der GRI-Inhaltsindex am Ende des Berichts gibt Aufschluss über die berichteten Indikatoren sowie ihre Verortung im Printbericht und in der Online-Version. Im Rahmen des GRI Materiality Disclosures Service wurde die Umsetzung der GRI-Anforderungen an eine wesentliche Berichterstattung nachgewiesen. Neben einer sorgfältigen Datenerhebung und -erfassung über interne Berichts- und Bearbeitungssysteme sowie einer detaillierten internen Konsolidierung und Prüfung der enthaltenen Informationen und Daten erfolgte auch eine externe Prüfung ausgewählter Inhalte (Wesentlichkeitsprozess, Managementansätze, Kennzahlen). Diese sind im Bericht entsprechend gekennzeichnet (✓). Der Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers ist auf Seite 136 zu finden.

Gesonderter nichtfinanzieller Konzernbericht

Die Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG macht von der Möglichkeit gemäß § 289b Abs. 2 HGB und gemäß § 315b Abs. 2 HGB Gebrauch, sich von der Abgabe der nichtfinanziellen Erklärung und der nichtfinanziellen Konzernklärung zu befreien, und verweist auf den zusammengefassten gesonderten nichtfinanziellen Bericht der Volkswagen AG für das Geschäftsjahr 2017, der unter der Internetseite www.volkswagenag.com in deutscher und englischer Sprache spätestens ab dem 30. April 2018 abrufbar ist.

		GJ 2017	GJ 2016	GJ 2015
Auslieferungen	Fahrzeuge	246.375	237.778	225.121
911	Fahrzeuge	32.197	32.365	31.350
918 Spyder	Fahrzeuge	7	44	566
718 Boxster/Cayman	Fahrzeuge	25.114	23.620	22.663
Macan	Fahrzeuge	97.202	95.642	80.216
Cayenne	Fahrzeuge	63.913	70.867	73.119
Panamera	Fahrzeuge	27.942	15.240	17.207
Produktion	Fahrzeuge	255.683	239.618	234.497
911	Fahrzeuge	33.820	31.648	31.373
918 Spyder	Fahrzeuge	–	–	375
718 Boxster/Cayman	Fahrzeuge	26.427	24.882	21.978
Macan	Fahrzeuge	98.763	97.177	86.016
Cayenne	Fahrzeuge	59.068	71.693	79.700
Panamera	Fahrzeuge	37.605	14.218	15.055
Mitarbeiter¹⁾	Anzahl	29.777	27.612	24.481
Personalaufwand	Millionen Euro	3.200	2.875	2.605
Finanzen				
Umsatzerlöse	Millionen Euro	23.491	22.318	21.533
Bilanzsumme	Millionen Euro	35.019	32.235	29.143
Eigenkapital	Millionen Euro	15.200	11.980	10.700
Anlagevermögen	Millionen Euro	14.404	12.841	11.009
Investitionen ²⁾	Millionen Euro	3.099	2.666	2.427
Materialaufwand	Millionen Euro	13.665	12.623	12.095
Abschreibungen	Millionen Euro	2.276	2.081	2.124
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	Millionen Euro	4.069	3.864	3.843
Operatives Ergebnis (EBIT)	Millionen Euro	4.144	3.877	3.404
Ergebnis vor Steuern	Millionen Euro	4.221	3.697	3.382
Ergebnis nach Steuern	Millionen Euro	3.139	2.640	2.335

¹⁾ Zum 31. Dezember.

²⁾ Betrifft Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

Weitere Informationen und einen interaktiven Vergleich aktueller Finanz- und Mengendaten bietet der Porsche Newsroom. Durch die Auswahl verschiedener Parameter wie Zeitraum, Kennzahlentyp oder Visualisierungsform können individuelle Gegenüberstellungen in verschiedenen Formaten erzeugt und gespeichert werden.
www.newsroom.porsche.de/kennzahlenvergleich



VERMERK DES UNABHÄNGIGEN WIRTSCHAFTSPRÜFERS ÜBER EINE BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE PRÜFUNG ZUR ERLANGUNG BEGRENZTER SICHERHEIT ÜBER NACHHALTIGKEITSINFORMATIONEN

An die Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG, Stuttgart

Wir haben die mit einem „✓“ gekennzeichneten Nachhaltigkeitsangaben im Geschäftsbericht der Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG, Stuttgart (im Folgenden „Gesellschaft“) für den Zeitraum vom 01.01.2017 bis 31.12.2017 (im Folgenden „Bericht“) einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen. Unser Auftrag bezieht sich dabei ausschließlich auf die mit dem Symbol „✓“ gekennzeichneten Angaben.

VERANTWORTUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Aufstellung des Berichts in Übereinstimmung mit den in den Sustainability Reporting Standards der „Global Reporting Initiative“ genannten Grundsätzen (im Folgenden: „GRI-Kriterien“) sowie für die Auswahl der zu beurteilenden Angaben.

Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft umfasst die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen Nachhaltigkeitsangaben, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Berichts zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Angaben ist.

UNABHÄNGIGKEIT UND QUALITÄTS-SICHERUNG DER WIRTSCHAFTSPRÜFUNGSGESELLSCHAFT

Wir haben die deutschen berufsrechtlichen Vorschriften zur Unabhängigkeit sowie weitere berufliche Verhaltensanforderungen eingehalten.

Unsere Wirtschaftsprüfungsgesellschaft wendet die nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen – insbesondere der Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer (BS WP/vBP) sowie des vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) herausgegebenen IDW Qualitätssicherungsstandards 1 „Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis“ (IDW QS 1) – an und unterhält

dementsprechend ein umfangreiches Qualitätssicherungssystem, das dokumentierte Regelungen und Maßnahmen in Bezug auf die Einhaltung beruflicher Verhaltensanforderungen, beruflicher Standards sowie maßgebender gesetzlicher und anderer rechtlicher Anforderungen umfasst.

VERANTWORTUNG DES WIRTSCHAFTSPRÜFERS

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung ein Prüfungsurteil mit begrenzter Sicherheit über die mit dem „✓“ gekennzeichneten Angaben im Bericht abzugeben.

Wir haben unsere betriebswirtschaftliche Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“, herausgegeben vom IAASB, durchgeführt. Danach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit einer begrenzten Sicherheit aussagen können, dass uns keine Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die mit einem „✓“ gekennzeichneten Angaben im Bericht der Gesellschaft für den Zeitraum vom 01.01.2017 bis 31.12.2017 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den relevanten GRI-Kriterien aufgestellt worden sind. Dies bedeutet nicht, dass zu jeder gekennzeichneten Angabe jeweils ein separates Prüfungsurteil abgegeben wird.

Bei einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine erheblich geringere Prüfungssicherheit erlangt wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers.

Im Rahmen unserer Prüfung haben wir u. a. folgende Prüfungshandlungen und sonstige Tätigkeiten durchgeführt:

- Verschaffung eines Verständnisses über die Struktur der Nachhaltigkeitsorganisation und über die Einbindung von Stakeholdern
- Befragung von Mitarbeitern, die in die Aufstellung des Berichts einbezogen wurden, über den Aufstellungsprozess, über das auf diesen Prozess bezogene interne Kontrollsystem sowie über ausgewählte Angaben im Bericht
- Beurteilung von Risiken wesentlicher falscher Angaben im Bericht unter Zugrundelegung der GRI-Kriterien

- Einsichtnahme in relevante Dokumente und Befragung von Mitarbeitern hinsichtlich des Wesentlichkeitsprozesses und der Erstellung der Wesentlichkeitsmatrix, der ausgewählten Managementansätze sowie der Datenerhebung und Konsolidierung der ausgewählten Kennzahlen für die Jahre 2016 und 2017 sowie über das auf diese Prozesse bezogene interne Kontrollsystem
- Durchführung von Standortbesuchen zur Aufnahme der Datenerhebungs- und Konsolidierungsprozesse sowie der internen Kontrollhandlungen bzgl. der ausgewählten Kennzahlen:
 - Werk Zuffenhausen, Deutschland
 - Werk Leipzig, Deutschland
- Einsichtnahme in ergänzende Unterlagen und unterstützende Systeme
- analytische Beurteilung ausgewählter Angaben im Bericht
- Abgleich von Angaben mit den entsprechenden Daten der Finanzberichterstattung
- Beurteilung der Darstellung der ausgewählten Angaben zur Nachhaltigkeitsleistung

PRÜFUNGSURTEIL

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die mit einem „✓“ gekennzeichneten Angaben im Bericht der Gesellschaft für den Zeitraum vom 01.01.2017 bis 31.12.2017 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den relevanten GRI-Kriterien aufgestellt worden sind.

VERWENDUNGSZWECK DES VERMERKS

Wir erteilen diesen Vermerk auf Grundlage des mit der Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG geschlossenen Auftrags. Die Prüfung wurde für Zwecke der Gesellschaft durchgeführt und der Vermerk ist nur zur Information der Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG über das Ergebnis der Prüfung bestimmt.

Der Vermerk ist nicht dazu bestimmt, dass Dritte hierauf gestützt (Vermögens-)Entscheidungen treffen. Unsere Verantwortung besteht allein der Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG gegenüber. Dritten gegenüber übernehmen wir dagegen keine Verantwortung.

Frankfurt, den 28. Februar 2018

PricewaterhouseCoopers GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

ppa. Nicolette Behncke, Wirtschaftsprüferin
ppa. Heinke Richter

Impressum

Herausgeber

Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG
Porscheplatz 1
D-70435 Stuttgart
Tel. +49 711 911-0

www.newsroom.porsche.de/reports

Dr. Josef Arweck, Leiter Öffentlichkeitsarbeit und Presse
Sabine Schröder, Leiterin Corporate Publishing

Ansprechpartner

Daniela Rathe, Leiterin Politik und Außenbeziehungen
Maximilian Steiner, Koordinator Politik und Außenbeziehungen

Frank Scholtys, Leiter Unternehmenskommunikation
Tanja Deutschenbaur, Pressesprecherin Finanzen und IT
Matthias Rauter, Pressesprecher Personal und Soziales
Nadine Toberer, Pressesprecherin Vertrieb und Marketing
Christian Weiss, Pressesprecher Produktion, Logistik, Beschaffung
Viktoria Wohlrapp, Pressesprecherin Sportkommunikation

Anja Wassertheurer, Leiterin Produkt- und Technikkommunikation
Elena Storm, Pressesprecherin Sportwagen
Ben Weinberger, Pressesprecher Macan, Cayenne und Panamera
Hermann-Josef Stappen, Pressesprecher Technik
Mayk Wienkötter, Pressesprecher Elektromobilität, Zukunftstechnologien und Connected Car

Beratung

Rolf Antrecht

Konzeption

Meiré und Meiré

Art Direction und Editorial Design

Meiré und Meiré

Digital Design

Meiré und Meiré

Porsche Newsroom App

Storming GmbH

Druck

Druckstudio GmbH

Papier

Scheufelen phoenixmotion Xenon

