

Nachhaltigkeitsstrategie und -management

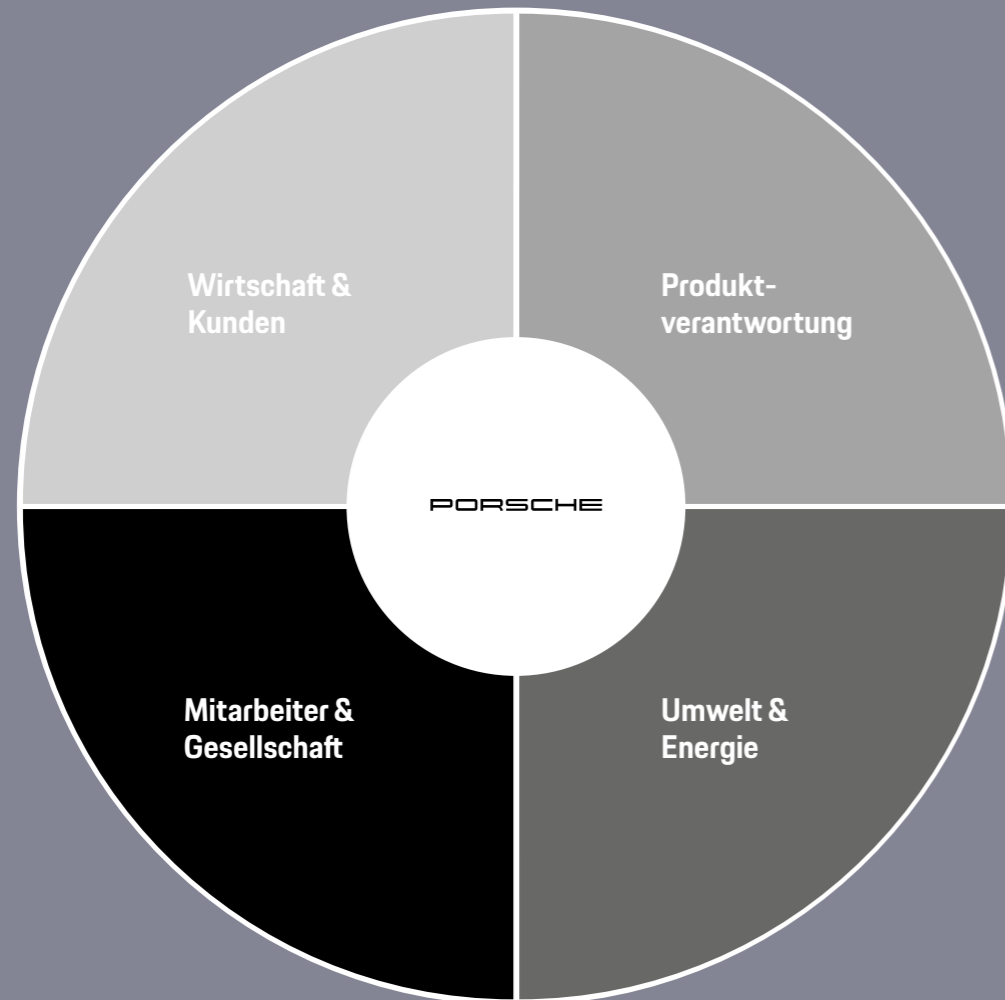
Strategie und Organisation

Stakeholdermanagement

Wesentlichkeitsanalyse

Managementansätze





STRATEGIE UND ORGANISATION

(GRI 102-46)

Das Thema Nachhaltigkeit hat für Porsche hohe Priorität. Umsichtiges Handeln, das Umwelt und Gesellschaft zugutekommt, wird als unternehmerische Pflicht verstanden. Auch die Stakeholder erwarten, dass Porsche ökonomische, soziale und ökologische Ziele gleichermaßen anstrebt. Damit erhält Nachhaltigkeit für Porsche eine zentrale Bedeutung, wenn es um die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit geht.

Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt zu übernehmen, steht nicht im Widerspruch zu Effizienz und ökonomischem Erfolg. Nachhaltigkeit ist deshalb ein zentrales Querschnittsthema in der Porsche Strategie 2025. Die Zuständigkeit dafür liegt direkt im Ressort des Vorstandsvorsitzenden. Das Ziel ist klar definiert: Porsche soll nachhaltigster Sportwagenhersteller im Premium-Segment werden. Daher ist das Thema Nachhaltigkeit in sämtlichen Unternehmensbereichen fest verankert und in vier Handlungsfelder gegliedert:

- Wirtschaft & Kunden
- Produktverantwortung
- Umwelt & Energie
- Mitarbeiter & Gesellschaft

Anhand dieser vier Bereiche werden sämtliche Aktivitäten mit Nachhaltigkeitsbezug sowie alle strategischen Überlegungen und Ziele strukturiert.

Um nachhaltiges Handeln in der täglichen Praxis zu implementieren und eine noch stringenteren Umsetzung im Unternehmen zu erreichen, arbeitet Porsche an einer „Konzernrichtlinie Nachhaltigkeit“. Diese soll zukünftig die Organisationsprozesse, das Themenmanagement, die Projektumsetzung sowie die Kommunikation aller Nachhaltigkeitsthemen verbindlich regeln.

Die Nachhaltigkeitsorganisation wird konzernweit umgesetzt. Porsche hat deshalb weitere relevante Tochtergesellschaften in den Expertenkreis Nachhaltigkeit aufgenommen. Zusätzlich entsendet jedes Unternehmensressort Mitarbeiter, die für die Umsetzung der Querschnittsstrategie Nachhaltigkeit verantwortlich sind, in den Expertenkreis.

Um die Komplexität nachhaltigen Handelns zu reduzieren und zugleich die Messbarkeit und Steuerung zu verbessern, hat das Unternehmen im Berichtsjahr den „Porsche Nachhaltigkeitsindex“ (PNI) erarbeitet. Er definiert nachhaltigkeitsrelevante Aspekte

durch Kennzahlen und bildet gleichzeitig die Kerngrößen „wertschaffendes Wachstum“ und „Umweltfußabdruck“ ab. Auf Basis der klassischen Nachhaltigkeitsdimensionen Ökonomie, Ökologie und Soziales orientiert sich der Index an der Porsche-Wertschöpfungskette. Zentrales Ziel des PNI ist es, ökonomisch erfolgreiches Handeln mit gesellschaftlichem Engagement und gleichzeitiger Reduktion der unternehmerischen Umweltauswirkungen zu verknüpfen. Zukünftig soll der Nachhaltigkeitsindex halbjährlich erfasst und mit den gesetzten Zielen verglichen werden. So kann das Nachhaltigkeitsengagement von Porsche konsequent weiterentwickelt werden.

Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt zu übernehmen, steht nicht im Widerspruch zu Effizienz und ökonomischem Erfolg. Nachhaltigkeit ist deshalb ein zentrales Querschnittsthema in der Porsche Strategie 2025.

Sustainable Development Goals

Im Herbst 2015 verabschiedete die Generalversammlung der Vereinten Nationen die Sustainable Development Goals (SDGs), mit denen 17 globale Nachhaltigkeitsziele definiert wurden. Diese sind Kern der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung, die wirtschaftlichen Fortschritt mit sozialer Gerechtigkeit und ökologischer Verträglichkeit in Einklang bringen soll.

Die SDGs richten sich zwar in erster Linie an Staaten und Regierungen. Doch auch Porsche möchte der Ressourcenverknappung und dem Klimawandel entgegenwirken sowie die gesellschaftliche Entwicklung positiv beeinflussen. Das Unternehmen konzentriert sich dabei auf Themen, die durch das eigene Geschäftsmodell und die damit verbundenen Wertschöpfungsprozesse maßgeblich beeinflusst werden können.

Die Erwartungen der internen und externen Stakeholder sind Porsche wichtig. Deshalb wurden sie im Jahr 2017 nach den für Porsche relevantesten SDGs befragt. Diese Erhebung ergab sieben Ziele, zu deren Erfüllung das Unternehmen mit seinen Nachhaltigkeitsaktivitäten einen wichtigen Beitrag leistet:

SDG 4 – Hochwertige Bildung

Für Porsche ist Bildung der Schlüssel für eine zukunftsfähige Entwicklung. Seinen Auszubildenden und Mitarbeitern bietet das Unternehmen daher ein außergewöhnlich vielfältiges Programm zur beruflichen Qualifizierung. So kann sich jeder Beschäftigte systematisch und bedarfsorientiert weiterentwickeln. Auch international engagiert sich Porsche im Bereich Bildung und Wissenschaft – unter anderem mit den Porsche Training und Recruitment Centern in Manila und Südafrika oder dem Projekt Mobile Education Training and Resource Units (METRU) in Kooperation mit dem Kinderhilfswerk UNICEF.

SDG 8 – Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum

Arbeitsplätze zu schaffen und die Achtung der Menschenrechte entlang der Lieferkette zu wahren, sind Voraussetzungen für wertschaffendes und nachhaltiges Wachstum. Porsche übernimmt nicht nur Verantwortung gegenüber seinen Mitarbeitern und investiert in deren Zukunft. Das Unternehmen gibt auch seinen Lieferanten hohe Standards für Sozial- und Menschenrechte vor, die international anerkannt sind. Damit unterstützt Porsche die Wahrung menschenwürdiger Arbeitsbedingungen und lehnt alle Formen von Zwangs- und Kinderarbeit kategorisch ab.

SDG 9 – Industrie, Innovation und Infrastruktur

Porsche steht für innovative Produkte und Dienstleistungen. Dabei hat das Thema „Mobilität der Zukunft“ höchste Priorität. Mit dem Ausbau einer belastbaren Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge, der permanenten Suche nach innovativen Lösungen sowie der Erprobung von digitalen Technologien und Zukunftstrends trägt das Unternehmen maßgeblich zur Zielerreichung bei.

SDG 11 – Nachhaltige Städte und Gemeinden

Die Sportwagenproduktion im Stammwerk in Zuffenhausen befindet sich in einem Mischgebiet – umgeben von Wohngebieten. Damit ist das Unternehmen unmittelbar mit den Herausforderungen der zunehmenden Urbanisierung konfrontiert. Porsche fühlt sich auch deshalb verpflichtet, mit intelligenten Lösungen aktiv zur nachhaltigen Entwicklung von Städten beizutragen. Ressourceneffiziente Produktionsverfahren und Produkte sowie technologische und soziale Innovationen sind dabei für das Unternehmen entscheidende Faktoren.

SDG 12 – Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster

Porsche arbeitet nicht nur stetig an umwelt- und ressourcenverträglicheren Produkten, sondern auch an effizienten, umweltschonenden Herstellungsverfahren. Die ökonomische, ökologische, soziokulturelle, funktionale und technische Prozessqualität spielt dabei eine zentrale Rolle. Genauso wichtig ist für das Unternehmen, dass international gültige Regeln für Arbeits-, Gesundheits- und Umweltschutz eingehalten werden. Auch in der Porsche-Lieferkette stellen ethische Gesichtspunkte und Standards übergeordnete Nachhaltigkeitsanforderungen dar.

SDG 13 – Maßnahmen zum Klimaschutz

Porsche stellt sich der Herausforderung, technologische Grenzen zu verschieben, den Kraftstoffverbrauch zu reduzieren und innovative Antriebe zu entwickeln. Auf den sparsamen Umgang mit Rohstoffen und Energie wird dabei großer Wert gelegt. So deckt das Unternehmen den elektrischen Energiebedarf seiner Produktion zu 100 Prozent mit Naturstrom. Ab 2019 soll der erste rein elektrisch angetriebene Porsche-Sportwagen Taycan CO₂-neutral in Zuffenhausen gefertigt werden. Außerdem verringert das Unternehmen kontinuierlich die CO₂-Emissionen der eigenen Fahrzeugflotte. Mit der zunehmenden Hybridisierung und Elektrifizierung seiner Modellpalette leistet Porsche einen wichtigen Beitrag zum globalen Klimaschutz sowie zur Verbesserung der Luftqualität in Städten.

Die Erwartungen der internen und externen Stakeholder sind Porsche wichtig. Deshalb wurden sie im Jahr 2017 nach den für Porsche relevantesten SDGs befragt.

Diese Erhebung ergab sieben Ziele, zu deren Erfüllung das Unternehmen mit seinen Nachhaltigkeitsaktivitäten einen wichtigen Beitrag leistet.

SDG 17 – Partnerschaften zur Erreichung der Ziele

Lösungen für eine nachhaltige Mobilität und eine lebenswerte Welt von morgen lassen sich nur gemeinsam finden. Der permanente Austausch mit den Stakeholdern und die Stärkung von Partnerschaften sind daher vorrangige Ziele der Nachhaltigkeitsstrategie von Porsche. Das Unternehmen wirkt in Netzwerken mit und engagiert sich in Nachhaltigkeitsinitiativen. Mit dieser Zusammenarbeit unterstützt Porsche den Wissenstransfer für innovative und zukunftsrelevante Ansätze unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit.



| | |
|--|---|
| <p>1 Keine Armut</p> | <p>2 Kein Hunger</p> |
| <p>3 Gesundheit und Wohlergehen</p> | <p>4 Hochwertige Bildung</p> |
| <p>5 Geschlechtergleichstellung</p> | <p>6 Sauberes Wasser und Sanitärversorgung</p> |
| <p>7 Bezahlbare und saubere Energie</p> | <p>8 Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum</p> |
| <p>9 Industrie, Innovation und Infrastruktur</p> | <p>10 Weniger Ungleichheiten</p> |
| <p>11 Nachhaltige Städte und Gemeinden</p> | <p>12 Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster</p> |
| <p>13 Maßnahmen zum Klimaschutz</p> | <p>14 Leben unter Wasser</p> |
| <p>15 Leben an Land</p> | <p>16 Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen</p> |
| <p>17 Partnerschaften zur Erreichung der Ziele</p> | |

STAKEHOLDERMANAGEMENT

Stakeholderkommunikation und -dialog

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

Porsche ist es ein besonderes Anliegen, den Austausch mit den relevanten Anspruchsgruppen zu pflegen und kontinuierlich auszubauen. Das Unternehmen ist sich bewusst, dass seine Geschäftstätigkeiten die Interessen vieler Stakeholder berühren. Deren Erwartungen müssen bei zentralen Fragestellungen berücksichtigt werden. Ein offener und transparenter Austausch von Informationen und Argumenten bildet die Grundlage für gegenseitiges Verständnis und gesellschaftliche Akzeptanz. Gleichzeitig erhält das Unternehmen durch den Dialog wichtige Anregungen und neue Impulse. Auch im Berichtsjahr hat Porsche sein Ziel, einen für alle Beteiligten gewinnbringenden Austausch zu führen, stetig weiterverfolgt und die Dialogarbeit zur Verbesserung der Stakeholderbeziehungen intensiviert. Die erstmals veranstalteten Porsche Nachhaltigkeitstage förderten den proaktiven Austausch mit den Mitarbeitern. Auch die Zusammenarbeit in Initiativen, Verbänden und Arbeitsgruppen zu unternehmerischer Nachhaltigkeit wurde weiter vorangetrieben. So unterstützt das Unternehmen seit 2018 unter anderem die Kompetenzplattform „nachhaltig.digital“, um bei der Verknüpfung der beiden Themen intensiv mitzuwirken.

Unternehmensexterner Dialog

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

Der externe Stakeholderdialog basiert auf Vertrauen. Das ist der zentrale Wert für eine langfristige Beziehung zwischen Porsche und seinen Dialogpartnern. Ein glaubwürdiger Austausch mit den Bezugsgruppen muss langfristig erarbeitet und kontinuierlich gepflegt werden.

Dies geschieht über vielfältige Kommunikationskanäle und Veranstaltungsformate. Zu den wichtigsten Informationsquellen von Meinungsbildnern, Entscheidungsträgern und Kunden zählen etwa das weltweit in zwölf Sprachen erscheinende Porsche-Magazin „Christophorus“, der Online-Newsroom mit seinen Twitter- und Instagram-Kanälen, das Web-TV-Format „9:11 Magazin“ und die Porsche-Webseite. Mit der Umfeldzeitung „targa – Nachrichten für die Nachbarn“ informiert Porsche seit 2015 zudem die Anwohner an den Porsche-Standorten über aktuelle Entwicklungen. Zusätzlich werden sie durch Informationsbriefe – beispielsweise über anstehende Bautätigkeiten – auf dem Laufenden gehalten.

In einem zweijährigen Rhythmus geben Stakeholderbefragungen systematisch Aufschluss über Einschätzungen und Erwartungen relevanter Anspruchsgruppen zum Thema Nachhaltigkeit. Im Jahr 2017 wurden etwa 7.200 Stakeholder aus Deutschland, China und Großbritannien – darunter Kunden, Geschäftspartner, Vertreter von Behörden, Verbänden, Gewerkschaften und Nichtregierungsorganisationen, Politiker, Wissenschaftler und Nachhaltigkeitsexperten – zu einer Online-Befragung eingeladen. Die dort identifizierten Themen dienen als Grundlage für Nachhaltigkeitsaspekte, die eng mit anderen Themen der Unternehmensstrategie verzahnt werden.

Für Porsche ist das direkte Feedback seiner Interessengruppen von großer Relevanz. Mit einer eigenen E-Mail-Adresse (nachhaltigkeit@porsche.de) bietet das Unternehmen seinen Stakeholdern die Möglichkeit, sich bei Bedarf direkt mit der zuständigen Fachabteilung in Verbindung zu setzen.

Darüber hinaus sucht Porsche den persönlichen Kontakt. An den Unternehmensstandorten finden seit 2016 regelmäßig Dialogveranstaltungen statt. Anwohner haben hier die Gelegenheit, konkrete Fragen direkt mit den Experten zu diskutieren. In zwei Veranstaltungen informierte das Unternehmen 2018 seine Nachbarn über den Fortgang von Bauarbeiten an den Standorten. Mehr als 500 interessierte Bürger nahmen das Angebot wahr, informierten sich, stellten Fragen, gaben Anregungen oder vertraten ihre Meinung.

In Netzwerken mitwirken und sich in Nachhaltigkeitsinitiativen und Arbeitsgruppen engagieren – auch das ist Teil des Stakeholderdialogs bei Porsche, um ökologische, ökonomische und soziale Themen voranzutreiben. Seit 2016 gehört Porsche daher dem „Bundesdeutschen Arbeitskreis für umweltbewusstes Management e.V.“ (B.A.U.M.) an. Im Jahr 2017 ist Porsche dem „Deutschen Netzwerk Wirtschaftsethik“ (DNWE) beigetreten und bekennt sich als Unterzeichner der „Charta Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit“ (WIN) des Landes Baden-Württemberg zu seiner unternehmerischen Verantwortung. Seit 2018 ist Porsche zudem Kooperationspartner der Kompetenzplattform „nachhaltig.digital“. Das Ziel des Gemeinschaftsprojekts des B.A.U.M. e.V. und der „Deutschen Bundesstiftung Umwelt“ (DBU) besteht darin, die Digitalisierung zum Instrument für zukunftsfähige, nachhaltige Entwicklung zu machen. Im Rahmen einer interkommunalen Arbeitsgruppe fördert das Unternehmen den Dialog mit der lokalen Politik.

Unternehmensinterner Dialog

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

Ein direkter Dialog ist wesentlicher Bestandteil der Unternehmenskultur bei Porsche. Für Mitarbeiter existiert eine Vielzahl von Möglichkeiten, sich mit eigenen Anliegen einzubringen und transparente Interaktionswege zu nutzen oder sich zu informieren. Etwa über Mitarbeitermagazine, die jeweilige Standortzeitung, das eigene TV-Format oder auch tagesaktuell über das Intranet. Seit 2017 können Mitarbeiter das Porsche-Intranet via App auch auf allen privaten Endgeräten nutzen. Regelmäßige Betriebs- und Ressortversammlungen, Mitarbeiter-Informationsveranstaltungen sowie inhaltsspezifische Themen- und Innovationswochen sind ebenfalls Teil der vielfältigen internen Kommunikation.

Im Berichtsjahr stand an zwei Porsche-Standorten jeweils eine Woche das Thema Nachhaltigkeit im Fokus. Eine interaktive Erlebniswelt und verschiedene Expertenvorträge konnten die Porsche-Belegschaft im Rahmen der Nachhaltigkeitstage für das Thema weiter sensibilisieren. Die Mitarbeiter haben zahlreiche neue Vorschläge formuliert, wie das Unternehmen sein nachhaltiges Handeln im Arbeitsalltag weiter verbessern kann. Diese werden in den Fachbereichen sorgfältig geprüft und weiterverfolgt. Der interne Stakeholderdialog zu Nachhaltigkeitsthemen soll künftig noch erweitert werden, um das interne Verständnis für das Thema weiter zu fördern und die externe Rolle der Mitarbeiter als Multiplikatoren auszubauen.

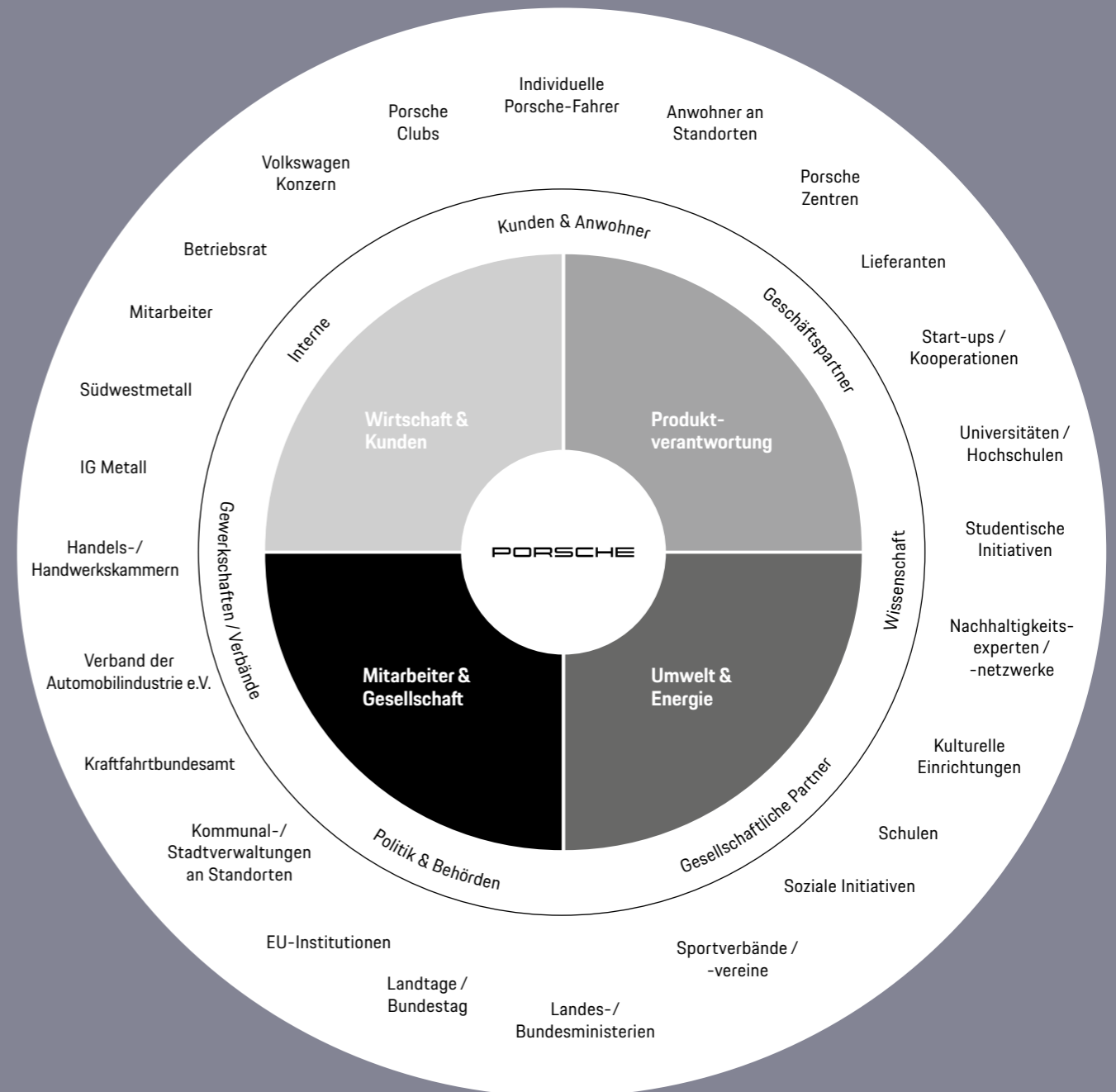
Porsche ermuntert seine Mitarbeiter stetig, sich über das interne Ideen- und Innovationsmanagement einzubringen. Beschwerden und persönliche Anliegen werden auf Wunsch vertraulich behandelt. Dazu gehört etwa ein Ombudsmann-System, das anonyme Beschwerden und die Meldungen möglicher Rechtsverstöße mit Bezug zum Unternehmen ermöglicht.

Bei Porsche werden alle Mitarbeiter und ihre gewählten Vertreter rechtzeitig und umfassend über wesentliche betriebliche Änderungen informiert. Die Einhaltung dieser Unternehmenspraxis ist auf vielfältige Weise sichergestellt – unter anderem durch einen paritätisch besetzten Aufsichtsrat, die Betriebsratsgremien, regelmäßige Betriebsversammlungen oder die ständige Pflege der Betriebsvereinbarungsdatenbank im Intranet.

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 ermöglicht im Unternehmen eine stringente und effektive Bearbeitung von Nachhaltigkeitsthemen.

Das höchste Gremium in Sachen Nachhaltigkeit ist der Vorstand der Porsche AG. Er tritt regelmäßig als Nachhaltigkeitsboard zusammen und bestimmt die grundsätzliche strategische Ausrichtung. Des Weiteren entscheidet der Vorstand über die Umsetzung von weitreichenden Nachhaltigkeitsmaßnahmen und Leuchtturmprojekten.

Das Nachhaltigkeitsteam der Abteilung „Politik und Außenbeziehungen“ dient im Unternehmen als Schnittstelle für alle nachhaltigkeitsrelevanten Themen. Zu den Aufgaben gehören die Koordination sämtlicher Aktivitäten, die Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie und die Berichterstattung. Außerdem stellt das Team die Einbindung in die Nachhaltigkeitsthemen des Volkswagen Konzerns sicher. Darüber hinaus werden die interne und die externe Kommunikation sowie der kontinuierliche Ausbau des Stakeholderdialogs organisiert.

Der Expertenkreis Nachhaltigkeit ist für die inhaltliche Ausrichtung von Aktivitäten und entsprechenden Vorschlägen für den Vorstand zuständig. Er ist ressortübergreifend organisiert und tritt viermal jährlich zusammen. Die ständigen Mitglieder des Gremiums vertreten alle relevanten Fachbereiche des Unternehmens und wirken in diesen wiederum als Multiplikatoren für Nachhaltigkeitsthemen. Im Berichtsjahr wurde der Expertenkreis durch die Aufnahme zusätzlicher Vertreter aus relevanten deutschen Tochtergesellschaften erweitert. Um die Komplexität der Nachhaltigkeitssteuerung auf Konzernebene weiter zu reduzieren, wird das Gremium kontinuierlich ausgebaut.

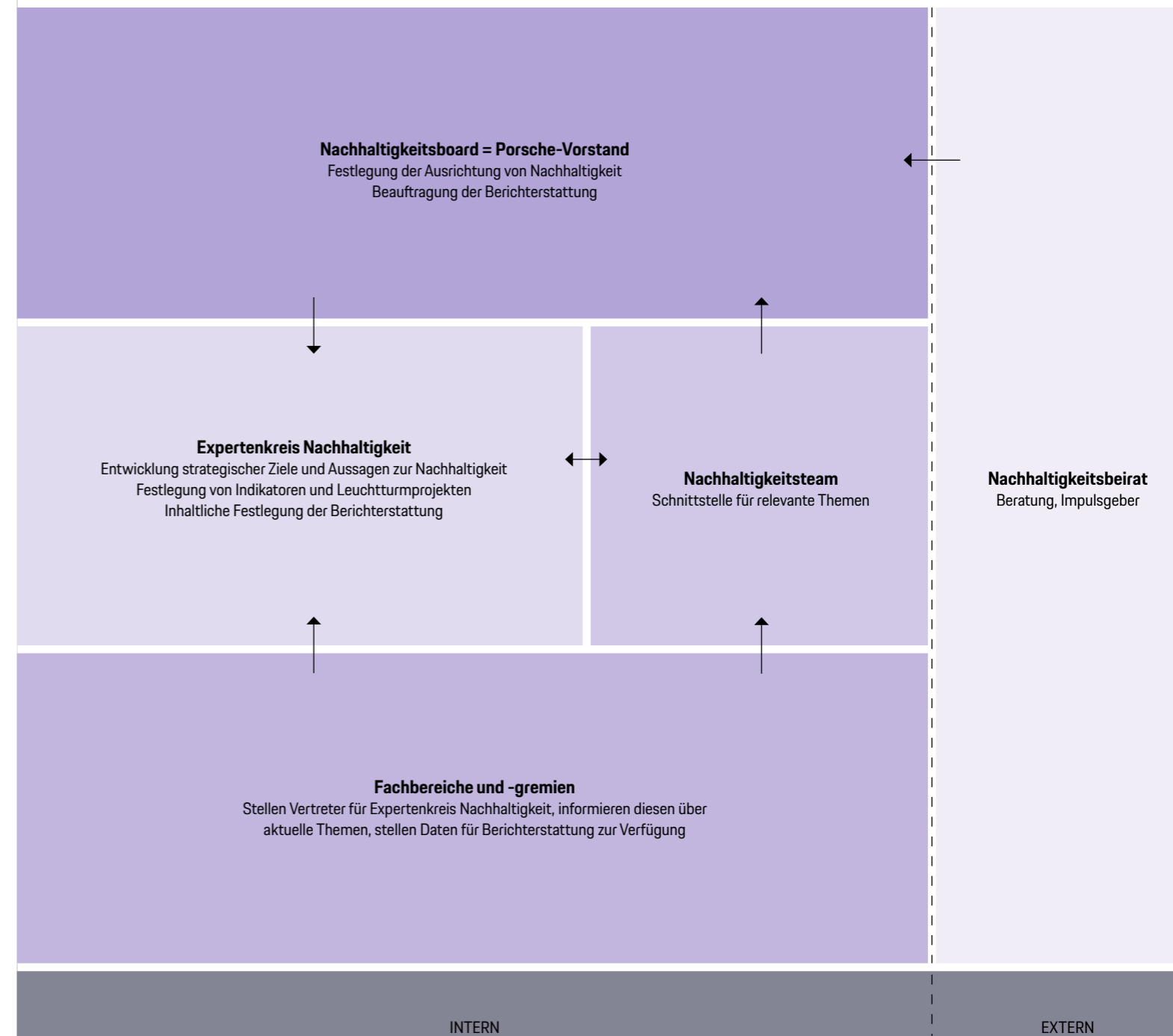
Bereits 2016 wurde der Porsche Nachhaltigkeitsbeirat etabliert. Dies war ein entscheidender Schritt zur Ausweitung des Stakeholderdialogs. Der Beirat wirkt seither als wichtiger Ideen- und Impulsgeber. Er setzt sich aus international renommierten Vertretern aus Wissenschaft und Gesellschaft zusammen. Aktuell sind dies: Prof. Dr. Sonja Peterson, Prof. Dr. Lucia Reisch, Prof. Dr. Maximilian Gege, Prof. Dr. Dr. Ortwin Renn sowie Prof. Dr. Dr. Klaus Töpfer.

Der Nachhaltigkeitsbeirat tagte 2018 insgesamt zweimal, davon einmal gemeinsam mit dem Vorstand der Porsche AG. Einzelne Mitglieder des Beirats wurden im Berichtsjahr

verstärkt in steuerungsrelevante Prozesse eingebunden. Dabei ging es beispielsweise um das strategische Nachhaltigkeitsmanagement oder die Intensivierung des Stakeholderdialogs. Beide Themen wurden kontinuierlich weiterentwickelt. Die Zusammenarbeit mit dem Beirat soll im Jahr 2019 weiter intensiviert werden.

Eine klare interne Struktur mit definierten Zuständigkeiten ermöglicht im Unternehmen eine stringente und effektive Bearbeitung von Nachhaltigkeitsthemen. Das höchste Gremium in Sachen Nachhaltigkeit ist der Vorstand der Porsche AG. Er tritt regelmäßig als Nachhaltigkeitsboard zusammen und bestimmt die grundsätzliche strategische Ausrichtung.

Porsche Strategie 2025 Nachhaltigkeitsmanagement



WESENTLICHKEITSANALYSE

Stakeholderbefragung

(GRI 102-40, 102-42, 102-43, 102-44, 102-46, 102-47, 102-48, 103-1)
Seit 2013 bittet Porsche alle zwei Jahre seine Stakeholder, ihre Einschätzungen und Erwartungen zum Thema Nachhaltigkeit zu formulieren. So wurden im Herbst 2017 in einer anonymen, international ausgerichteten Online-Befragung etwa 7.200 Repräsentanten relevanter Anspruchsgruppen um eine Bewertung gebeten – 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. Erstmals haben auch relevante Personen aus China und Großbritannien teilgenommen.

Mehr als zwei Drittel der Befragten zeigen sich mit den Nachhaltigkeitsleistungen von Porsche „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ – eine Verbesserung um zwölf Prozentpunkte im Vergleich zur vorherigen Befragung. Dies ist ein Zeichen dafür, dass Porsche sich auf dem richtigen Weg befindet, die Zielgerade aber noch nicht erreicht hat. Prinzipiell sehen die Befragten keinen Konflikt zwischen Nachhaltigkeit und der Herstellung von Premium-Sportwagen: Für 89 Prozent besteht hier kein genereller Widerspruch. Mehr als die Hälfte der Befragten (58 Prozent) lässt sich beim Dieselformat in ihrem Eindruck von Porsche „kaum“ bis „gar nicht“ beeinflussen, knapp ein Drittel hingegen (29 Prozent) schon. Alle Anspruchsgruppen erwarten in diesem Punkt eine offene, ehrliche und transparente Kommunikation sowie ein klares Bekenntnis zu emissionsarmer und zukunftsfähiger Mobilität.

Porsche richtet seine Produktpalette konsequent an den Wünschen seiner Kunden und technologischer Spitzenleistung aus. Daher intensiviert der Sportwagenhersteller seine Aktivitäten in den Bereichen Hybrid-technologie sowie Elektromobilität und bietet keinen Dieselantrieb mehr an. Das Unternehmen stellt sich seiner Verantwortung, den entstandenen Vertrauensverlust aufzuarbeiten und Glaubwürdigkeit durch solides Handeln zurückzugewinnen. Übergreifend betrachten die Teilnehmer der Stakeholderbefragung 2017 die Themen „Fahrzeugsicherheit“, „Kraftstoffverbrauch und Emissionen der Fahrzeuge“ sowie „langfristige Kundenbeziehungen“ als vorrangig.

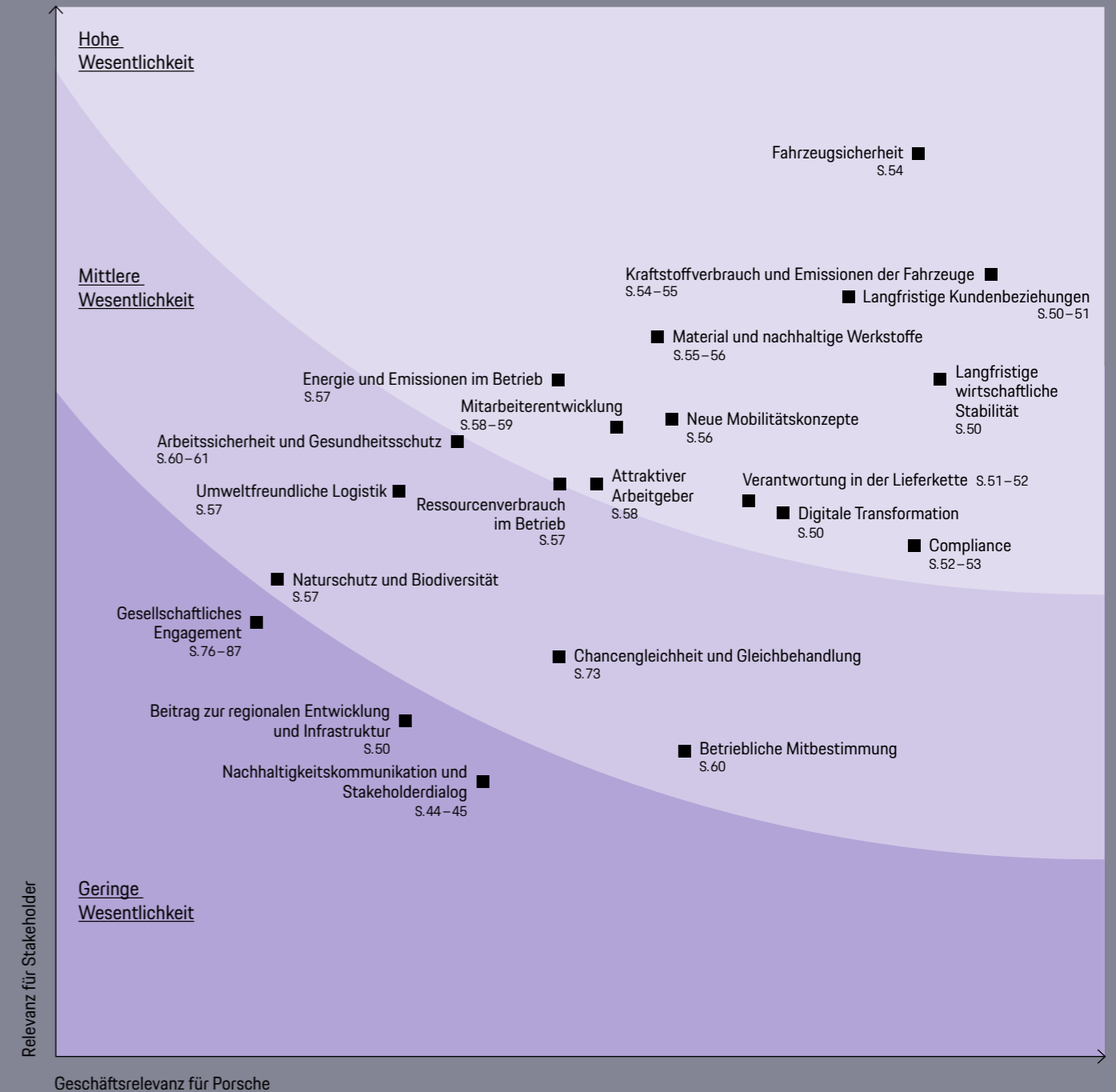
Auch die Mitglieder des Nachhaltigkeitsbeirats äußerten sich in individuellen Experteninterviews detailliert zu Nachhaltigkeitsthemen bei Porsche sowie zu Chancen und Risiken. Dabei gaben sie auch konkrete Handlungsempfehlungen zur weiteren Gestaltung des Porsche-Engagements. Für den Beirat waren unter anderem Themen wie „alternative Antriebe“, „Reduktion der unternehmerischen CO₂-Emissionen“ oder „Ausbau der Ladeinfrastruktur“ wichtig. Ihre Impulse diskutierten die Mitglieder des Nachhaltigkeitsbeirats im Berichtsjahr in zwei gemeinsamen Sitzungen mit dem Porsche-Vorstand. Daraus wurden entsprechende Maßnahmen abgeleitet. Die Zusammenarbeit mit dem Beirat wird weiter gestärkt. Als erster signifikanter Schritt soll 2019 ein gemeinsam erarbeitetes Dialogformat mit Vertretern externer Anspruchsgruppen stattfinden. Die nächste Befragung der Porsche-Stakeholder soll im Herbst 2019 stattfinden und noch international ausgerichtet sein.

Wesentlichkeitsanalyse

(GRI 102-44, 102-46, 102-47, 103-1)
Im Herbst 2017 fand ein Workshop mit Mitgliedern des Expertenkreises Nachhaltigkeit und Vertretern relevanter Porsche-Fachbereiche statt. Dabei wurden definierte Themen hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf Umwelt, Mitarbeiter und Gesellschaft bewertet. Die Ergebnisse des Prozesses hat Porsche im Jahr 2017 in einer Wesentlichkeitsmatrix gebündelt und so die für Stakeholder wichtigen Themen mit der Geschäftsrelevanz für das Unternehmen in Beziehung gesetzt. Damit wurden die Schwerpunkte für den vorliegenden Bericht bestimmt und gleichzeitig die kontinuierliche Weiterentwicklung der unternehmerischen Nachhaltigkeitsstrategie überprüft.

Die Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse hat Porsche in einer Matrix gebündelt und so die für Stakeholder wichtigen Themen mit der Geschäftsrelevanz für das Unternehmen in Beziehung gesetzt.

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



MANAGEMENTANSÄTZE UNSERE 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 ist weltweit im Umbruch. Elektrifizierung, Digitalisierung und Konnektivität kennzeichnen eine neue 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. Aus Sicht des Unternehmens ist die erfolgreiche Bearbeitung dieser Themen eine Grundvoraussetzung für langfristigen wirtschaftlichen Erfolg.

Porsche verfügt über eine exzellente Ertragskraft und hat eine operative Umsatzrendite von mindestens 15 Prozent als strategisches Ziel definiert. Gleichzeitig investiert das Unternehmen massiv in seine Innovationskraft und den digitalen Wandel. Die digitale Transformation

erfasst alle Bereiche des Unternehmens – von den internen Prozessen über die Interaktion mit Kunden bis hin zur Entwicklung von neuen Produkten und Services. Ein ressortübergreifendes Innovationsmanagement unterstützt das Entstehen neuer Impulse. Es forciert die Erprobung von innovativen Technologien oder Trends und motiviert die Mitarbeiter, Mobilität in Eigeninitiative 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 Kundenbeziehung

Porsche stellt hohe Ansprüche an die langfristige Pflege seiner Kundenbeziehungen. Das Unternehmen strebt konsequent danach, sein Angebot an exklusiven Sportwagen und Mobilitätsdienstleistungen kundenorientiert zu verbessern und weiterzuentwickeln. „Kundenbegeisterung durch ein einzigartiges Produkt- und Markenerlebnis“ zu schaffen, ist eines der vier zentralen Ziele der Porsche Strategie 2025. Auch die Wesentlichkeitsanalyse 2017 unterstreicht die Bedeutung des Themas „Langfristige Kundenbeziehung“ für das Unternehmen. Der Bereich Vertrieb und Marketing setzt mit seiner Ressortstrategie daher auf vielfältige Maßnahmen, mit denen die Zufriedenheit und Loyalität der Kunden dauerhaft gestärkt und sämtliche Kontaktpunkte mit der Marke Porsche weiter optimiert werden.

Persönliche Interaktion und der offene Dialog sind bei Porsche Grundlage für den Ausbau gelungener Beziehungen zu allen Stakeholdern. Neue Apps, der Ausbau der Social-Media-Kanäle, die Integration von Chatfunktionen sowie das übergreifende personalisierte Kundenportal „MyPorsche“ vereinfachen und beschleunigen die digitale Kommunikation zwischen Kunde und Unternehmen. Selbstverständlich bleibt der persönliche Kontakt auch zukünftig unverzichtbar für eine langfristige, vertrauensvolle und konsistente Kundenbeziehung. Porsche unterstützt die individuelle Kundenbetreuung entlang der gesamten Customer Journey weltweit mit technisch-systemischen Weiterentwicklungen, exklusiven Kundenbetreuungsprogrammen und maßgeschneiderten kundenzentrierten Qualifizierungsmaßnahmen für seine Mitarbeiter.

Porsche sieht in konstruktiver Kritik eine Chance, Produkte, Services und Prozesse

„Kundenbegeisterung durch ein einzigartiges Produkt- und Markenerlebnis“ zu schaffen, ist eines der vier zentralen Ziele der Porsche Strategie 2025. Auch die Wesentlichkeitsanalyse 2017 unterstreicht die Bedeutung des Themas „Langfristige Kundenbeziehung“.

immer weiter zu optimieren. Die globale Kundenmarktforschung von Porsche zielt mit jährlich über 250.000 Befragungen darauf ab, die Bedürfnisse und Erwartungen der Kunden rechtzeitig zu verstehen und gesamtheitlich zu interpretieren. Insbesondere mit Blick auf neue Fahrzeugtechnologien und Trends bei der Nutzung von individueller Mobilität fließen diese Erkenntnisse frühzeitig in die Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen ein. Porsche nimmt die Stimme des Kunden ernst. So befasst sich der Vorstand des Unternehmens im „Forum Produktqualität und Kundenzufriedenheit“ in enger Abstimmung mit Technikern und Vertretern des Qualitätswesens sowie den Bereichen Customer Relations und Aftersales einmal im Monat mit den Ergebnissen und Konsequenzen des Kundenfeedbacks. Das Ergebnis der Bemühungen in der Kundenbetreuung und -kommunikation gemeinsam mit den Handelspartnern: In der APEAL-Studie des US-Meinungsforschungsinstituts J.D. Power erreichte Porsche 2018 zum vierzehnten Mal in Folge eine Top-Platzierung in der Gesamtwertung.

Nach den Standards der Global Reporting Initiative deckt Porsche das Thema „Langfristige Kundenbeziehungen“ durch die Angabe *GRI 418: Schutz der Kundendaten* ab. Der Schutz personenbezogener Daten und das Recht auf informationelle Selbstbestimmung haben für Porsche höchste Priorität. Der Datenschutz ist – unabhängig und weisungsfrei – in alle relevanten Unternehmensprozesse eingebunden. Die Porsche-Datenschutzorganisation und die betreffenden Unternehmensprozesse sind darauf ausgerichtet, die Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen jederzeit zu gewährleisten. Über die gesetzlichen Anforderungen hinaus hat sich Porsche im Rahmen eigener Richtlinien auf zusätzliche Datenschutzprinzipien wie Datensparsamkeit, Zweckbindung und Vertraulichkeit verpflichtet. Zur unternehmensweiten Implementierung neuer gesetzlicher Anforderungen aus der EU-Datenschutzgrundverordnung – wie etwa Dokumentations- und Informationspflichten, Betroffenenrechten und Datenschutzmanagementprozessen – wurde eigens ein ressortübergreifendes Programm etabliert. Aufgrund der internen Vertraulichkeitsvorgaben werden Angaben zu konkreten Datenschutzvorgängen jedoch nicht veröffentlicht.

Verantwortung in der Lieferkette

Mit wirtschaftlichem Erfolg, der Erweiterung des Produktportfolios und dem Einsatz neuer Technologien gewinnt die Lieferkette eines Unternehmens stetig an Bedeutung. Der Zuwachs an Lieferanteilen aufgrund steigender Auslieferungszahlen oder der verantwortungs-

volle Bezug neuartiger Komponenten stellen zwei Beispiele für diese Entwicklung dar. Auch die Porsche-Stakeholder bewerteten den Aspekt „Verantwortung in der Lieferkette“ in der Wesentlichkeitsanalyse 2017 mit einer entsprechend hohen Relevanz. 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 für die von Verantwortung gekennzeichnete Lieferkette 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 verpflichtet 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 2018 erneut beteiligt hat, bilden die einschlägigen Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation ILO. Auch wird erwartet, dass alle Lieferanten der OECD-Leitlinie zur Sorgfaltspflicht 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 2018 gab es im Rahmen von Nachhaltigkeitsaudits zwei Fälle, bei denen eine Nichteinhaltung spezifischer Anforderungen festgestellt wurde. Mit zwei Lieferanten sind entsprechende Maßnahmenpläne

abgestimmt und die Einleitung der Maßnahmen überwacht worden. Ein Fall ist zum Abschluss des Berichtsjahres noch nicht abgeschlossen und wird 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. Seit 2017 regelt eine Richtlinie des Volkswagen Konzerns zur Nachhaltigkeit im Lieferantenmanagement alle internen Prozesse und Zuständigkeiten. Porsche hat die enthaltenen Anforderungen im Jahr 2018 in eine eigene markenspezifische Richtlinie überführt.

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

Das strikte Einhalten von Gesetzen und rechtlichen Regularien ist die Voraussetzung für verantwortungsvolles Handeln. Das sehen auch die Stakeholder von Porsche so und schreiben dem Thema „Compliance“ in der Wesentlichkeitsanalyse 2017 eine entsprechend hohe Bedeutung zu.

Gesetzeskonformes Verhalten stellt das Unternehmen durch eine am Geschäftsmodell orientierte Compliance-Organisation und rechtssichere Prozesse sowie Maßnahmen der Prävention und Reaktion sicher. 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 seit vielen Jahren eine

Compliance-Organisation eingerichtet. Diese besteht unter anderem aus dem Chief Compliance Officer, Compliance-Themenverantwortlichen bei der Porsche AG sowie den lokalen Compliance Officern 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 definiert. Dabei werden das jeweilige Geschäftsmodell, die relevanten Umfeldbedingungen sowie die Geschäftspartnerbeziehungen berücksichtigt. Zu den zentralen Maßnahmen der Prävention zählen bei Porsche die Verabschiedung und Kommunikation verbindlicher Vorgaben, das Angebot einer vertraulichen Beratung sowie die risikoorientierte Schulung und Information der Führungskräfte und Mitarbeiter zu relevanten Compliance-Themen. Auf der obersten Vorgabenebene fassen die Verhaltensgrundsätze die wichtigsten Vorgaben für Porsche gemäß dem Geschäftsmodell zusammen. Sie dokumentieren die Erwartungen an die Führungskräfte und Mitarbeiter zur Übernahme von Verantwortung für Compliance als Mitglied der Gesellschaft, als Geschäftspartner und am Arbeitsplatz. Darüber hinaus werden die Vorgaben – beispielsweise zur Vermeidung von Korruption oder Kartellrechtsverstößen, zum Umgang mit Interessenkonflikten und Zuwendungen oder zur Geldwäscheprävention – in Richtlinien geregelt. Um regelkonformes Verhalten dauerhaft sicherzustellen und zu fördern, werden Führungskräfte sowie Mitarbeiter risikoorientiert informiert und geschult.

Der zentrale Compliance Help Desk von Porsche dient unternehmensintern als etablierte Anlauf- und Beratungsstelle für Führungskräfte und Mitarbeiter. Hier werden nicht nur sämtliche Fragen zu Compliance-Themen kompetent beantwortet. Der Compliance Help Desk nimmt auch begründete Hinweise auf (potenzielle) Rechtsverstöße, wie etwa Straftaten und schwere Unregelmäßigkeiten, vertraulich entgegen. Extern steht Führungskräften, Mitarbeitern, Kunden oder Geschäftspartnern von Porsche sowie Amtsträgern oder sonstigen Außenstehenden ein Ombudsmann-System zu Verfügung, an das Hinweise auf Rechtsverstöße mit Porsche-Bezug anonym gemeldet werden können. Allen eingegangenen Hinweisen wird sorgfältig nachgegangen. Auf festgestellte Verstöße wird unter Einhaltung der arbeits- und mitbestimmungsrechtlichen Vorgaben angemessen reagiert. Dies umfasst auch die Einleitung geeigneter Gegenmaßnahmen und die Sanktionierung individuellen Fehlverhaltens. Dem

Neue Lieferanten durchlaufen bei Porsche vor Aufnahme einer Geschäftsbeziehung grundsätzlich einen Integritätscheck. Während der Kooperation finden zusätzlich ein stetiges Monitoring sowie eine Lieferantenentwicklung statt, unterstützt von Fragebogen-Aktionen, Lieferantenländer-Risikoanalysen, E-Learning-Modulen und Schulungen.

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 Personalbereich. Zum Zeitpunkt der Berichterstattung werden überwiegend Präsenzschulungen durchgeführt. Darüber hinaus werden webbasierte Trainings für die Themen „Technische Konformität“ und „Datenschutz“ angeboten. Es ist geplant, das Angebot an E-Learning-Trainings sukzessive um weitere Compliance-Themen zu erweitern.

Die Compliance-Themenverantwortlichen schulen auf Grundlage einer themenspezifischen Schulungsplanung. Diese legt risikoorientiert die relevanten Zielgruppen und inhaltlichen Schwerpunkte fest und regelt organisatorisch die Anzahl der Veranstaltungen, Frequenz und Kapazitätsbedarfe. Feststehende Schulungsformate gibt es für (neue) Führungskräfte, Nachwuchsführungskräfte, neue Mitarbeiter und Trainees. Zusätzlich werden Schwerpunktschulungen zu ausgewählten Themen und mit bestimmten Zielgruppen durchgeführt.

Ein Beispiel: Compliance ist seit Neustart des Porsche-Nachwuchsführungskräfte-Programms (PE-Programm) im Jahr 2018 mit verschiedenen Schulungsformaten und -themen in Präsenz- und Online-Modulen vertreten. Im Online-Modul erhalten die Teilnehmer des PE-Programms einen Überblick über Compliance-Kultur, -Management und -Vorgaben sowie die Verhaltensgrundsätze. Durch die Präsentation per Skype for Business können die Teilnehmer live an einer Multiple-Choice-Fragerunde teilnehmen und am Ende ihre Fragen stellen. In den Präsenzveranstaltungen werden alle Compliance-Themen wie Anti-Korruption, Geldwäscheprävention oder Kartellrecht von den jeweiligen Compliance-Themenverantwortlichen vorgestellt. Die Schulungsformate reichen vom Vortrag über Case Studies bis hin zur Lösung von Praxisfällen im Rahmen von Gruppenarbeiten mithilfe eines Brettspiels.

Neue Mitarbeiter werden im Rahmen der meist monatlich stattfindenden „Porsche Warm Up-Grundlagenveranstaltung“ mit der Porsche-spezifischen Compliance-Kultur vertraut gemacht. Kern der Veranstaltung ist das sogenannte „World Café“. Hier setzen sich die neuen Mitarbeiter intensiv mit den Verhaltensgrundsätzen sowie grundlegenden Vorgaben

zur Vermeidung von Korruption anhand von vorgegebenen Fragen auseinander und präsentieren ihre gefundenen Lösungen vor großem Publikum. Daneben rundet die Präsentation des Compliance-Imagefilms und die Vorstellung der wichtigsten Vorgaben und Erwartungen an die Mitarbeiter die Einführung zum Thema Compliance bei Porsche ab.

Alle Compliance-Schulungen bei Porsche sind verbindlich. Der Schulungsfortschritt der Compliance-Themenverantwortlichen wird unterjährig kontrolliert und der finale Schulungsstatus wird sowohl im Compliance Council als auch dem Vorstand und Aufsichtsrat berichtet. Darüber hinaus wird seit Anfang des Jahres 2018 die Teilnahme an Compliance-Schulungen in der Weiterbildungshistorie der Mitarbeiter archiviert.

Mitarbeiterinformation

Weitergehende Informationen zum Schulungsangebot der Compliance-Themenverantwortlichen 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.

Verhaltensgrundsätze

Ende 2017 wurden die Verhaltensgrundsätze des VW-Konzerns bei Porsche eingeführt. Die Leitlinie regelt 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 Verhaltensgrundsätze umfasst die Veröffentlichung in Intra- und Internet, die Weiterleitung per E-Mail an alle Mitarbeiter, die Vorstellung in Schulungs- und Informationsveranstaltungen sowie die Verteilung der Broschüre an neue Mitarbeiter im Rahmen der Begrüßungsveranstaltung am ersten Arbeitstag.

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.*

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 transparenten Evaluierungsverfahren.

Fahrzeugsicherheit

Fahrzeugsicherheit hat für Porsche höchste Priorität. Dabei steht insbesondere die Sicherheit der Insassen an oberster Stelle. Darüber hinaus spielt auch der sogenannte Partnerschutz, also die Sicherheit aller Verkehrsteilnehmer, eine wichtige Rolle. Die Porsche-Stakeholder messen der Fahrzeugsicherheit ebenfalls eine überragende Bedeutung zu. Bei der Nachhaltigkeitsbefragung im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse 2017 nannten sie das Thema an erster Stelle – nicht zuletzt wegen seiner ökonomischen Relevanz und der sozialen Bedeutung.

Bereits bei der Entwicklung innovativer und moderner Fahrzeuge ist die Sicherheit für Porsche ein maßgebliches Kriterium. Neben der Unfallvermeidung – etwa durch Assistenzsysteme wie ABS, ESP oder die automatische Notbremsung – gehört die Minderung von Unfallfolgen für die Insassen zu den Hauptzielen. Dazu wird in der Entwicklungsphase eines neuen Modells zunächst das Deformationsverhalten der Karosserie für eine Vielzahl von Frontal-, Seiten und Heckaufprallarten genau eingestellt. Außerdem kommt ein intelligentes Rückhaltesystem aus Airbags und Sicherheitsgurten zum Einsatz. Die Effektivität der Sicherheitssysteme wird mit Crashversuchen überprüft. Dabei lässt man das gesamte Fahrzeug kontrolliert gegen ein Objekt – etwa eine Wand – prallen. Dabei kommen Crash-Test-Dummies mit Sensoren zum Einsatz, die eine Bewertung der möglichen Verletzungen der Insassen erlauben. Hierbei sind biomechanische Grenzwerte einzuhalten, die zum Beispiel eine maximale Beschleunigung oder Verzögerung des Kopfes vorschreiben.

Neben der Durchführung von Gesamtfahrzeugcrashversuchen wird im Rahmen der Entwicklung mit Komponentenversuchen und Computersimulationen das Gesamtsystem Fahrzeug und dessen Verhalten in einem Aufprall abgestimmt und bis zur Serienreife ständig weiter verbessert. Die dabei zugrunde liegenden Anforderungen definiert die Porsche-Sicherheitsstrategie. Sie erfüllt nicht nur die weltweit geltenden gesetzlichen Regelungen in vollem Umfang, sondern auch unternehmensinterne Anforderungen. Diese gehen über die gesetzlichen Grenzwerte hinaus und erweitern das Lastfallportfolio deutlich gegenüber den Gesetzeslastfällen. So kann weltweit sichergestellt werden, dass sowohl der Fahrer und weitere Insassen als auch andere Verkehrsteilnehmer bei einem Unfall einen für Porsche typischen hohen Schutz erhalten.

Die Vision beim Thema Fahrzeugsicherheit besteht in der generellen Unfallvermeidung. Daher werden vorausschauende Systeme konsequent weiterentwickelt. So wird die Fahrzeugsicherheit bei Porsche auch künftig einen wichtigen Beitrag zur generellen Sicherheit des Straßenverkehrs leisten.

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. Sie werden von den Stakeholdern in der Wesentlichkeitsanalyse 2017 nach der Fahrzeugsicherheit als zweitwichtigste Themen genannt. Auch unternehmensintern wird die Wesentlichkeit für Porsche bestätigt: Kraftstoffverbrauch und Fahrzeugemissionen sind wichtige Punkte mit Blick auf die Geschäftsrelevanz – mit erheblichen ökologischen und sozialen Auswirkungen. Kontinuierliche Effizienzsteigerung, Entwicklung alternativer Antriebstechnologien, sinkender 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.

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 daher Eckpunkte der Porsche Strategie 2025. Der Taycan als erster rein elektrisch betriebener Porsche definiert 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. Im Berichtsjahr holte Porsche seit Ende Oktober 2018 die Fahrzeuge des Typs Macan 3,0-Liter-V6-Diesel der Emissionsklasse Euro 6 zum Software-Update in die Werkstätten, da Unregelmäßigkeiten in der Motorsteuerungssoftware festgestellt wurden. Daraufhin hat das Kraftfahrt-Bundesamt (KBA) im Juli 2018 eine Umrüstung durch ein Software-Update im Rahmen eines Rückrufs angeordnet. Am 1. August 2018 hat die Behörde das von Porsche zur Prüfung vorgelegte Software-Update für Fahrzeuge des Typs Macan 3,0-Liter-V6-Diesel der Emissionsklasse Euro 6 freigegeben.

Bereits im Vorjahr hatte Porsche Fahrzeuge des Typs Cayenne 3,0-Liter-V6-Diesel der Emissionsklasse Euro 6 für Deutschland zurückgerufen. Es waren Unregelmäßigkeiten in der Motorsteuerungssoftware dieser Fahrzeuge festgestellt worden. Das KBA hatte eine Umrüstung durch ein Software-Update im Rahmen eines Rückrufs angeordnet. Mitte Oktober 2017 gab das KBA das von Porsche zur Prüfung vorgelegte Software-Update für Fahrzeuge des Typs Cayenne 3,0-Liter-V6-Diesel der Emissionsklasse Euro 6 frei. Porsche holte seitdem die betroffenen Fahrzeuge zum kostenfreien Software-Update in die Werkstätten.

Im Berichtsjahr hat das KBA Porsche für die Fahrzeuge vom Typ Cayenne 4,2-Liter-V8-Diesel (Euro 5 und Euro 6) und Panamera 4,0-Liter-V8-Diesel (Euro 6) jeweils Bescheide über einen Rückruf erteilt. Nach Genehmigung der technischen Lösung werden die Fahrzeughalter von den zuständigen Porsche-Partnern kontaktiert.

Porsche richtet seine Produktpalette konsequent an den Wünschen seiner Kunden aus und strebt dabei eine technologische

Spitzenposition an. Die Nachfrage nach Dieselmotoren ist rückläufig. Traditionell spielt der Diesel bei Porsche eine untergeordnete Rolle: 2017 lag der Dieselantrieb nur bei zwölf Prozent. Gleichzeitig steigt das Interesse an Hybridmodellen enorm. Beispielsweise werden beim Panamera in Europa 63 Prozent der Fahrzeuge mit Hybridantrieb ausgeliefert. Seit Februar 2018 hat Porsche keine Dieselmotoren mehr im Portfolio. Ende September 2018 hat sich das Unternehmen entschieden, endgültig keinen Dieselantrieb mehr anzubieten.

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.

Material und nachhaltige Werkstoffe

Für eine moderne und zukunftsfähige Fahrzeugarchitektur spielen Materialien und nachhaltige Werkstoffe eine entscheidende Rolle. Auch die im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse 2017 befragten Porsche-Stakeholder stufen das Thema als relevant ein.

Die Langlebigkeit der Porsche-Sportwagen, ihre hochwertige Verarbeitung und der Einsatz verschleißbarer Materialien sind Teil des Porsche-Prinzips. Das Unternehmen berücksichtigt die Umweltauswirkungen eines Fahrzeugs zunehmend über den gesamten Lebenszyklus hinweg – von der Rohstoffgewinnung über die Herstellung und Nutzung bis hin zur Verwertung. Ziel ist ein ökologisches Gesamtoptimum.

Elektrofahrzeuge schonen zwar im Fahrbetrieb die Umwelt und leisten damit einen Beitrag zur Verbesserung der Luftqualität in Ballungszentren. Allerdings steigen die Belastungen in der Herstellung durch die eingesetzten Rohstoffe und Fertigungsverfahren, zum Beispiel für Traktionsbatterien. Gemeinsam mit seinen Zulieferern arbeitet Porsche daher kontinuierlich an Verbesserungen in der Batterieherstellung, um den Ressourceneinsatz weiter zu reduzieren sowie die Energiedichte und die Leistungsintensität zu erhöhen. Dazu wurde im Berichtsjahr der „Arbeitskreis Batterierecycling“ initiiert. Hier geht Porsche der wichtigen Frage nach, was mit Batterien passiert, die wegen nachlassender Leistung nicht mehr im Fahrzeug verwendet werden können. Informationen und Projektergebnisse

aus den Fachabteilungen werden analysiert, die im Arbeitskreis ausgearbeiteten Empfehlungen dem Porsche-Konzern vorgestellt und umgesetzt. Im Bereich Aftersales läuft parallel ein Pilotprojekt, in dem ehemalige Traktionsbatterien in einem Second-Life-Konzept als Energiespeicher Wiederverwendung finden. So kann ein wichtiger Beitrag zu zukünftiger Ressourcenschonung und Nachhaltigkeit geleistet werden.

Die optimale, umweltgerechte Fahrzeugherstellung bleibt für Porsche eine permanente Aufgabe. Dies gilt selbstverständlich auch für die Auswahl nachhaltiger Werkstoffe und die Betrachtung des jeweiligen Lebenszyklus. Mit beiden Themen setzt sich das Unternehmen im Rahmen der Strategie 2025 kritisch auseinander. Umweltaspekte sollen daher bereits verstärkt in der Vorentwicklung erfasst und frühzeitig bei der Projektvergabe berücksichtigt werden. Außerdem arbeitet man daran, Projektverantwortliche weiter für ökologische Themen zu sensibilisieren. Auch das Recycling von aufwendig gewonnenen und verarbeiteten Rohstoffen wird weiter vorangetrieben.

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.

Neue Mobilitätskonzepte

Urbanisierung, zunehmender Wohlstand, eine weltweit steigende Mobilität und die damit einhergehende höheren Umweltbelastungen lösen eine Innovations- und Marktdynamik zur Anpassung des Automobils und seiner Nutzung aus. Sie führen zu einer Diversifizierung bei den Antriebskonzepten hin zu hocheffizienten und alternativen Varianten. Aber auch neue, attraktive Mobilitätskonzepte werden zunehmend entwickelt und erforscht. 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.

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, die bedarfsgerechte Fahrzeugnutzung, die nahtlose Anbindung des Fahrzeugs an andere Verkehrsmittel und die bestmögliche Nutzung von Elektrofahrzeugen durch optimierte Ladeangebote. Agile und

interdisziplinäre Teams erarbeiten Modelle, die sich vor allem an den neuen Anforderungen der Kunden orientieren. Dies wird durch eine enge Kooperation der Unternehmensressorts, eine offene Informationspolitik sowie das frühe Pilotieren und Einbinden der Anspruchsgruppen sichergestellt.

Ein weiterer Schwerpunkt sind Mobilitätsangebote für Mitarbeiter. Im Rahmen eines ressortübergreifenden Projekts untersucht Porsche, mit welchen Maßnahmen die Verkehrssituation an den Unternehmensstandorten und die Mobilität der Belegschaft nachhaltig verbessert werden können. Dies gilt besonders für das im städtischen Umfeld gelegene Stammwerk in Zuffenhausen. Dort erhalten die Mitarbeiter unter anderem einen monatlichen Zuschuss für das Firmenticket des öffentlichen Nahverkehrs. Auch die Parksituation am Standort und die Mobilität auf dem Werksgelände wurden bereits deutlich verbessert. Den täglichen Lieferverkehr steuert Porsche so effizient wie möglich: In der Logistik kommen deshalb schon heute drei Erdgas-Lkw, ein E-Hybrid-Lkw und zwei E-Lkw zum Einsatz.

Um Mobilität zukunftsfähig zu gestalten und Smart Citys Realität werden zu lassen, verknüpft Porsche zudem attraktive Mobilitätsangebote, fachliche Kompetenz und digitale Lösungen. So hat Porsche im Berichtsjahr gemeinsam mit der PTV Group, dem Weltmarktführer in der Entwicklung intelligenter Softwarelösungen und integrierter Verkehrskonzepte, im Modellgebiet Ludwigsburg Maßnahmen für die Verflüssigung und Verlagerung des Verkehrs untersucht. Dazu zählten innovative Ansätze wie zum Beispiel eine veränderte Verkehrsführung, die Verlagerung hin zum ÖPNV oder die Stärkung des innerstädtischen Radverkehrs.

In einer von Porsche geförderten Kooperation mit der Stadt Stuttgart hat die Porsche Consulting zudem die Straßenbaustelle „Am Kräherwald“ optimiert. Ziel war eine erhebliche Beschleunigung des Bauprojekts im Vergleich zu einem im Jahr 2017 bearbeiteten Straßenabschnitt. Die Porsche-Tochter hat dabei ein neues System zur Planung und Steuerung der Baustelle eingeführt, was zu einer Beschleunigung der Bauzeit um mehr als 80 Prozent führte und damit weniger Stau und Emissionen zur Folge hatte.

UMWELT & ENERGIE

Nachhaltigkeitsgrundsatz

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

Das Handlungsfeld „Umwelt & 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 fest verankert.

Energie, Emissionen und Ressourcenverbrauch im Betrieb

Globaler Klimawandel, Ressourcenknappheit und eine fortschreitende Urbanisierung stellen Wirtschaft und Gesellschaft vor enorme Herausforderungen. In der 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.

Umweltorientiertes und energieeffizientes Handeln an allen Standorten und über sämtliche Ebenen hinweg ist ein wichtiges Element in der täglichen Unternehmenspraxis. Ein konzernweit aufgestelltes Umwelt- und Energiemanagement überprüft kontinuierlich sämtliche Arbeitsprozesse entlang der Wertschöpfungskette auf ökologische Auswirkungen und Unregelmäßigkeiten. Interne Regelwerke und strategische Leitplanken bilden dafür den Orientierungsrahmen. Das standardisierte Vorgehen und die Zuständigkeiten bei Porsche definiert eine eigene Konzernrichtlinie. Sie unterstützt die Konzerngesellschaften bei der systematischen Ermittlung, Einhaltung und Überprüfung aller umwelt- und energierechtlichen Anforderungen.

Zum Umfang des Energie- und Umweltmanagements gehören die Themen Immissionschutz (Luft/Lärm), Bodenschutz, Umgang mit Altlasten, Gefahrgut und Abfall, Notfallvorsorge, Gewässer- und Naturschutz sowie

Energieeffizienz. Die Verantwortung 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 und die Gesellschaftsrichtlinie einzuhalten, um negative Einflüsse auf die Umwelt zu vermindern oder sie im Idealfall ganz zu vermeiden.

Im Rahmen der Porsche Strategie 2025 definiert das Strategiefeld „Nachhaltigkeit in der Produktion“ kurz-, mittel- und langfristige Maßnahmen. Die „Umwelt- und Energieeffizienz-Strategie“ sowie eine unternehmenseigene „Umweltpolitik“ sind weitere strategische Leitplanken. Damit wird eine Anforderung der internationalen Normen für Umwelt- und Energiemanagement ISO 14001 und ISO 50001 umgesetzt, an der sich die internen Vorgaben und Prozesse von Porsche orientieren. Das Unternehmen richtet sich ebenso nach den Normen des EMAS (Eco-Management and Audit Scheme), ein freiwilliges Gemeinschaftssystem für Umweltmanagement und Umweltbetriebsprüfungen der Europäischen Union. Seit mehr als 20 Jahren ist der Porsche-Standort Zuffenhausen nach EMAS validiert und erfüllte als weltweit erstes Werk der Automobilindustrie die Norm ISO 50001. Auch die Porsche Leipzig GmbH, das Forschungs- und Entwicklungszentrum in Weissach inklusive der Außenstandorte, das zentrale Ersatzteillager in Sachsenheim sowie die Porsche Werkzeugbau GmbH sind nach dieser Norm und dem Umweltmanagementsystem ISO 14001 zertifiziert.

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 Energieauditoren. Die Standortbilanz-Methode erfasst den 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, um mögliche Beeinträchtigungen der Umwelt zu reduzieren oder ganz abzustellen. Der Steuerkreis „Umwelt und Energie“ evaluiert regelmäßig die gesetzten Ziele und leitet entsprechende Schritte ein. Das Gremium agiert ressortübergreifend.

Porsche strebt eine ausgewogenere Umweltbilanz an. Dabei spielen die möglichst sparsame

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

Nutzung von Wasser durch Kreislaufsysteme oder Mehrfachverwendung wie auch der sorgfältige Umgang mit belasteten Abwässern aus der Produktion eine wichtige Rolle. Abfallvermeidung, abfallarme Technologien und nachhaltige Entsorgungslösungen sind Kernpunkte des Porsche-Abfallwirtschaftskonzepts. Die Betriebsmittelvorschrift „Umweltschutz“ dient hier unter anderem als interne Richtlinie und als Regelwerk für Lieferanten.

Grundsätzlich nimmt das Umwelt- und Energiemanagement von allen internen und externen Anspruchsgruppen des Unternehmens Fragen oder Vorschläge zu den Themen Umwelt und Energie entgegen. Ziel ist ein offener und transparenter Stakeholderdialog. Ein Beispiel hierfür stellt das zentrale Beschwerdemanagement im Umwelt- und Baumanagement dar: Die Nachbarschaft von Porsche kann sich an zentrale Ansprechpartner wenden und Beschwerden oder Verbesserungsvorschläge adressieren. Im Rahmen des Beschwerdemanagements werden die eingegangenen Themen individuell bearbeitet. So kann Porsche möglichst schnell reagieren und Anregungen in die Langfristplanung zur Verbesserung der Standorte aufnehmen.

Nach den Standards der Global Reporting Initiative deckt Porsche das Thema „Energie, Emissionen und Ressourcenverbrauch im Betrieb“ durch die folgenden Angaben ab: *GRI 302: Energie, GRI 303: Wasser, GRI 305: Emissionen, GRI 306: Abwasser und Abfall.*

MITARBEITER & GESELLSCHAFT

Nachhaltigkeitsgrundsatz

Der Mensch steht bei Porsche im Mittelpunkt. Deshalb übernimmt das Unternehmen Verantwortung für die Mitarbeiter und investiert in ihre Zukunft. Weiterentwicklung und Qualifizierung sind auch fester Bestandteil der Porsche-Kultur. Gleichzeitig spielen Chancengleichheit, Diversität und Mitbestimmung, die permanente Verbesserung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie sowie eine faire und leistungsgerechte Vergütung für das Unternehmen 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 Themen „Attraktiver Arbeitgeber“, „Mitarbeiterentwicklung“, „Betriebliche Mitbestimmung“ sowie „Arbeitssicherheit 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 kontinuierliche Positionierung von Porsche als attraktiver Arbeitgeber. Die Porsche-Stakeholder messen diesem Aspekt im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse 2017 eine hohe Relevanz bei. Als besonders positiv sehen sie die exzellenten Rahmenbedingungen, die starke Unternehmenskultur und Mitbestimmung oder die vielfältigen Angebote zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Fest verankert in der Personalstrategie, bildet die Arbeitgeberattraktivität in der übergeordneten Porsche Strategie 2025 einen von vier zentralen Schwerpunkten. Richtgrößen sind darüber hinaus die Verhaltensgrundsätze und die „Porsche Business Rules“.

Die kontinuierliche Weiterentwicklung der Unternehmenskultur hat für Porsche einen außerordentlichen Stellenwert – besonders vor dem Hintergrund, dass in denen vergangenen Jahren ein starker Personalaufbau stattgefunden hat und sich das Unternehmen im Hinblick auf Elektrifizierung, Digitalisierung und Konnektivität neu ausrichtet.

Paten in Sachen Porsche-Kultur sind der Vorstandsvorsitzende Oliver Blume, Personalvorstand Andreas Haffner sowie Uwe Hück, Vorsitzender des Gesamtbetriebsrats. Sie stehen für den Porsche-Code, der sich in Anlehnung an das Kulturleitbild aus den vier Elementen Herzblut, Pioniergeist, Sportlichkeit und Familie zusammensetzt. Der Porsche-Code hat im Berichtsjahr die bisherigen Führungsleitlinien abgelöst. Zur Implementierung des neuen Leitbilds absolvieren alle Porsche-Manager sogenannte Führungslabs.

Porsche legt großen Wert auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Das Unternehmen unterstützt die Mitarbeiter mit einer Vielzahl von Maßnahmen: Lokale Kooperationspartner sorgen für ausreichend Betreuungsplätze in Kindertagesstätten nahe den Standorten. Mit dem Familienservice bietet Porsche eine kostenlose individuelle Beratung und Unterstützung in allen familiären Lebenslagen. Zudem setzt sich das Unternehmen für die flexible Gestaltung von Arbeitsort und -zeiten ein. Die mit dem Betriebsrat vereinbarten Angebote reichen vom Homeoffice über eine lebensphasenorientierte Wahlarbeitszeit bis hin zur Pflegezeit. Auch ein Sabbatical – eine freiwillige persönliche Auszeit – ist möglich. Darüber hinaus hat sich im Rahmen erster Pilotprojekte auch in Führungspositionen das Thema Jobsharing erfolgreich bewährt, sodass das Konzept weiterverbreitet wird.

Im vorliegenden Bericht ist das Thema „Arbeitgeberattraktivität“ 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

Porsche sucht und bindet qualifizierte wie auch begeisterte Fach- und Führungskräfte, um für die Herausforderungen der Automobilbranche bestens vorbereitet zu sein. Zu den Eckpfeilern der Personalarbeit gehören außerdem eine zukunftsorientierte Ausbildung, die stetige Qualifizierung sowie Möglichkeiten zur internen Weiterentwicklung. Die Porsche-Stakeholder bewerten den Aspekt der Mitarbeiterentwicklung im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse 2017 mit einer entsprechend hohen Relevanz. Daher strebt Porsche auch in Zukunft eine kontinuierliche Verbesserung in diesem Bereich an.

Das Fundament der Mitarbeiterentwicklung bilden die Berufsausbildung sowie die

Die kontinuierliche Weiterentwicklung der Unternehmenskultur hat für Porsche einen außerordentlichen Stellenwert – besonders vor dem Hintergrund, dass in denen vergangenen Jahren ein starker Personalaufbau stattgefunden hat und sich das Unternehmen im Hinblick auf Elektrifizierung, Digitalisierung und Konnektivität neu ausrichtet.

Förderung des akademischen Nachwuchses, beispielsweise durch ein duales Studium oder das Porsche-Trainee-Programm. Wichtiger Baustein ist darüber hinaus die unbefristete Übernahme aller Auszubildenden nach bestandener Abschlussprüfung. Grundsätzlich stehen den Beschäftigten im Verlauf ihres Berufslebens vielfältige Programme zur systematischen Weiterentwicklung auf allen Ebenen offen. Dazu zählen zum Beispiel das Einführungsprogramm „Porsche Warm Up“ für alle neuen Beschäftigten, das „Porsche-Entwicklungsprogramm“ zur Qualifizierung für die mögliche Übernahme einer Managementaufgabe oder die zielgruppenspezifische Förderung im Produktionsbereich.

Zwei modular aufgebaute und international ausgerichtete Qualifizierungsangebote für die Führungsebene ergänzen das Weiterbildungsspektrum: „Porsche Management Programm International“ ist speziell für Führungskräfte der zweiten Ebene konzipiert. Mit dem „Porsche Advanced Management Programm“ spricht das Unternehmen gezielt Top-Führungskräfte an.

Mitarbeiterförderung ist nicht nur zentraler Bestandteil der Porsche-Kultur sowie des Porsche-Codes, sondern auch in der Porsche Strategie 2025 fest verankert. Besonders der digitale Wandel stellt neue Anforderungen an die Belegschaft. Deshalb ist es wichtig, gemeinsames Wissen über die verschiedenen Aspekte der Digitalisierung generell und bei Porsche im Besonderen zu haben. Aus diesem Grund wurde die im Vorjahr gestartete Wissensoffensive „Fit für Digit@!“ auch für den Porsche-Konzern ausgerollt und inhaltlich deutlich erweitert. „Arbeit und Werte im Wandel“, „Kern der Digitalisierung“ und „Digitale Transformation bei Porsche“ sind nun feste Bestandteile des Programms.

Darüber hinaus ist die Mitarbeiterförderung ein Instrument der strategischen Führungs- und Planungsprozesse. Jährliche Mitarbeitergespräche stellen den individuellen Qualifizierungsbedarf fest und definieren entsprechende Entwicklungsmöglichkeiten. Das umfassende Weiterbildungsangebot sowie maßgeschneiderte Programme zur Personalentwicklung werden in Kooperation mit dem Betriebsrat kontinuierlich ausgebaut und optimiert. Auch hier spielen Kompetenzen in einer digitalisierten Welt und das Thema „Digital Mindset“ eine bedeutende Rolle.

Wichtige Eckpfeiler für digitales Lernen sind die im Vorjahr eingeführte Porsche Lernplattform und das neue Medienlabor. Hier können Fachbereiche selbstständig digitale Lern-

formate produzieren. Die Personalentwicklung und mehr als 150 geschulte Vertreter aus den Fachbereichen erweitern regelmäßig das Angebot auf der Plattform. Die mehr als 24.000 Userprofile zeigen, dass selbstgesteuertes Lernen von den Porsche-Mitarbeitern aktiv zur Qualifizierung genutzt wird.

Im Zuge der Etablierung der Lernplattform ist die Gruppe „Lernen@Porsche-Community“ entstanden. Unter Federführung der Personalentwicklung setzt sich die Community aus Ansprechpartnern zusammen, die in ihren zugehörigen Bereichen für die fachliche Qualifizierung zuständig sind. Ziel der Gruppe ist der regelmäßige ressortübergreifende Wissensaustausch in Sachen Qualifizierung, digitales Lernen beziehungsweise „Blended Learning“. Auch der didaktische und methodische Aufbau von digitalen Lernformaten wird diskutiert. So können durch das Netzwerk Synergien zwischen den Fachbereichen genutzt werden, um flexibleres und nachhaltiges Lernen zu ermöglichen.

Vor dem Hintergrund der Porsche Strategie 2025 sowie der tiefgreifenden Veränderungen in der Automobilindustrie ist der strukturierte Auf- und Ausbau der erfolgskritischen Kompetenzen bei allen Mitarbeitern ein zwingendes Ziel der Personalentwicklung. Das im Vorjahr initiierte Pilotprojekt zum „Strategischen Kompetenzmanagement“ ist erfolgreich abgeschlossen worden. Daraufhin hat 2018 die Ausweitung auf ein komplettes Ressort begonnen. Mit dem strategischen Kompetenzmanagement werden systematisch zukunftsrelevante Fähigkeiten ermittelt und Maßnahmen abgeleitet. Ausgehend von aktuellen und zukünftigen Aufgaben werden Kompetenzen, Kapazitäten, Jobfunktionen und Bedarfe erfasst. Anschließend vergleicht die Fit-Gap-Analyse künftige Anforderungen mit noch zu erlangenden Fähigkeiten. Auf dieser Basis können Kompetenzlücken 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 durch die Wesentlichkeitsanalyse 2017 hervorgehoben. Porschetypisch ist ein kontinuierlicher Dialog sowie eine offene, direkte Kommunikation über alle Ebenen hinweg. Bei sämtlichen Themen, welche Arbeitnehmer und das Unternehmen betreffen, kooperieren Arbeitgeber und Betriebsrat traditionell eng miteinander. Interne Medien informieren die Porsche-Mitarbeiter über aktuelle Themen. 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 sowie 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 mit Vorschlägen, Problemen oder Beschwerden an Gremien und Entscheidungsorgane zu wenden – offen oder vertrauensvoll über gesonderte Kanäle. 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. Nach der detaillierten Auswertung werden in allen Unternehmensbereichen die Ergebnisse unter Einbindung des Betriebsrats besprochen. In diesem Rahmen identifiziert man gemeinsam Verbesserungspotenziale und definiert Maßnahmen zur Optimierung der Arbeitsabläufe und -bedingungen.

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: Versammlungsfreiheit und Tarifverhandlungen* abgedeckt.

Gesundheits- und Arbeitsschutzmanagement

Eine motivierte, leistungsfähige Belegschaft ist die wichtigste Ressource bei Porsche. Um heute und in Zukunft exklusive Fahrzeuge entwickeln, produzieren und vertreiben zu können, leistet auch das Porsche Gesundheitsmanagement einen entscheidenden Beitrag. Neben den bereits etablierten Instrumenten zur Sicherung der Produktivität an den Entwicklungs- und Produktionsstandorten gibt es für bestimmte Bereiche neue Angebote der betrieblichen Gesundheitsförderung. Außerdem haben Porsche-Mitarbeiter die Möglichkeit, sich ausführlich gesundheitlich untersuchen und beraten zu lassen. Dieser freiwillige Gesundheitscheck wird von qualifizierten Ärzten während der Arbeitszeit durchgeführt. Darüber hinaus werden vom Porsche Gesundheitsmanagement Kurse zur optimalen Ernährung, zu Mentalstrategien oder zur wirksamen Selbstführung angeboten. Zusätzlich können sich Mitarbeiter individuell und arbeitsplatznah physiotherapeutisch beraten lassen.

Sicherheit am Arbeitsplatz hat für Porsche und seine Mitarbeiter höchste Priorität. Ein eng verzahntes Gesundheits- und Arbeitsschutzmanagement gewährleistet eine einheitliche Vorgehensweise und sorgt für die Umsetzung rechtlicher Vorgaben. Arbeitsunfälle und Berufskrankheiten sollen dadurch bestmöglich vermieden werden.

Die zentralen Prozesse des Arbeitsschutzes sind standardisiert und durch die „Konzernrichtlinie Arbeitsschutz“ geregelt. Sie stellt ein wesentliches Element des Compliance-Managementsystems von Porsche dar und ist für alle Beschäftigten gültig. Die Vorgesetzten achten darauf, dass ihre Mitarbeiter die Vorgaben der Richtlinie kennen und 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.

Bei der Gestaltung von Arbeitsplätzen, Maschinen und Anlagen konzentrieren sich Sicherheitsingenieure auf eine präventive, sicherheitstechnische Beratung. Um auch auf den Bau- und Montagestellen ein möglichst optimales Sicherheitsniveau für alle Projektpartner zu gewährleisten, wurde das Team der Arbeitssicherheit – über gesetzliche Vorgaben hinaus – um spezielle Baustellenexperten erweitert. Sie überwachen die Einhaltung der Sicherheitsstandards und entwickeln diese kontinuierlich fort.

Sicherheit am Arbeitsplatz hat für Porsche und seine Mitarbeiter höchste Priorität. Ein eng verzahntes Gesundheits- und Arbeitsschutzmanagement gewährleistet eine einheitliche Vorgehensweise und sorgt für die Umsetzung rechtlicher Vorgaben. Arbeitsunfälle und Berufskrankheiten sollen dadurch bestmöglich vermieden werden.

Durch das gemeinsame Engagement konnte die Verletzungsrate in den vergangenen Jahren deutlich gesenkt werden. Mit einer aktuellen Rate von 5,8 Unfällen pro eine Million Arbeitsstunden liegen die Porsche AG und die Porsche Leipzig GmbH auf dem Niveau der Vorjahre.

Im vorliegenden Bericht ist das Thema „Arbeitssicherheit 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 Kennzahlenerhebung für die Porsche AG und die Porsche Leipzig GmbH, eine Ausweitung auf den Porsche AG Konzern ist für die Zukunft geplant.