

Sendesperrfrist:
Redebeginn



PORSCHE

Rede

Lutz Meschke

Vorstand Finanzen und IT der Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG
anlässlich der Jahrespressekonferenz der Porsche AG
am 13. März 2015

im Porsche Museum
in Stuttgart-Zuffenhausen
Es gilt das gesprochene Wort

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

Sie haben es gehört: Das Geschäftsjahr 2014 war das bisher erfolgreichste in der Geschichte unseres Unternehmens. Porsche erzielte Rekordauslieferungen, einen Rekordumsatz und ein Rekordergebnis. Diesen überaus erfreulichen Resultaten möchte ich gleich zu Beginn meiner Ausführungen ein weiteres Highlight hinzufügen: die exzellente Entwicklung von Porsche spiegelt auch unsere Finanzlage wider. Die Nettoliquidität des Bereichs Fahrzeuggeschäft – also die Bruttoliquidität vermindert um die Finanzschulden ohne jeweilige Berücksichtigung des Finanzdienstleistungsbereichs – verbesserte sich von minus 899 Millionen Euro zum 31. Dezember 2013 auf plus 195 Millionen Euro zum 31. Dezember 2014. Das bedeutet, dass wir unser mittelfristiges Ziel der vollständigen Rückführung unserer Nettoverschuldung bei gleichzeitiger Finanzierung unseres Wachstums aus dem operativen Cashflow bereits im Jahr 2014 und damit zwei Jahre vor dem in der Strategie 2018 festgehaltenen Zieldatum erreicht haben.

Die enorme Ertragskraft von Porsche hat vor allem einen Grund: Unsere Fahrzeuge sind begehrt wie nie zuvor. Herr Müller hat es in seiner Rede gesagt: Wir haben unsere Chancen auf den weltweiten Märkten mit den richtigen Produkten wahrgenommen. Nehmen Sie nur den 911 Targa. Prämiert unter anderem mit dem „Goldenen Lenkrad“ ist die Neuauflage des 911 Targa unbestritten eine der herausragenden Design-Neuheiten des vergangenen Jahres. Insgesamt lagen die Auslieferungen der Baureihe 911 mit über 30.500 Fahrzeugen erneut über dem Vorjahreswert. Auch vom Cayman konnten wir mit knapp 11.000 Einheiten mehr Fahrzeuge ausliefern als im Jahr zuvor. Der Boxster erreichte mit rund 12.800 Auslieferungen in einem schwierigen Marktumfeld nicht ganz das Vorjahresresultat. Außerdem übergab Porsche 301 Neufahrzeuge des inzwischen ausverkauften Supersportwagens 918 Spyder an Kunden.

Unsere volumenstärkste Baureihe blieb trotz des Generationswechsels in 2014 der Cayenne mit knapp 66.000 ausgelieferten Fahrzeugen. Der neue Macan kam gleich im ersten Jahr auf rund 44.600 Auslieferungen, und dies obwohl der kompakte Sportgeländewagen erst ab April sukzessive auf den weltweiten Märkten eingeführt wurde. Die Baureihe Panamera übertraf mit mehr als 24.800 Fahrzeugen den Vorjahreswert deutlich.

Was mich ganz besonders freut ist, dass wir in allen Regionen zulegen konnten, also auch in Europa, wo die strukturellen Wirtschaftsprobleme etlicher Länder noch lange nicht gelöst sind. Dennoch stiegen unsere Fahrzeugauslieferungen in dieser Region um ein Fünftel auf 37.650 Fahrzeuge. Damit war das Wachstum hier insgesamt sogar stärker als auf unserem nach wie vor größten Absatzmarkt, den USA. Hier legten die Auslieferungen um 11 Prozent auf rund 47.000 Neufahrzeuge zu. China rangierte weiterhin auf Platz zwei unserer Absatzmärkte mit einem Zuwachs von einem Viertel auf knapp 47.000 Auslieferungen.

Wir müssen heute klar erkennen, dass von der Euphorie um die zukünftige Entwicklung der BRIC-Staaten, die vor wenigen Jahren überall zu spüren war, nicht allzu viel übrig geblieben ist. Länder wie Brasilien erleben eine Schwächephase. Und selbst in China wachsen die Bäume nicht in den Himmel. Beispielsweise werden in großen Städten wie Peking PKW-Neuzulassungen zunehmend limitiert. Mit solchen Maßnahmen wollen die chinesischen Behörden der hohen Luftverschmutzung begegnen.

Wie reagiert Porsche auf diese Marktentwicklungen? Ganz einfach, indem wir uns weitere Märkte intensiv anschauen. Unser Ziel lautet, den Ausbau des Händlernetzes in viel versprechenden Emerging Marktes weiter voranzutreiben. Beispielsweise haben wir in Südkorea im abgelaufenen Geschäftsjahr eine eigene Importeursorganisation aufgebaut. In ihrem ersten Jahr konnte die Porsche Tochtergesellschaft mit rund 2.700 Auslieferungen einen sehr erfolgreichen Start hinlegen. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einer Steigerung um fast ein Drittel.

Eine Folge dieser Internationalisierungsstrategie ist, dass wir einen immer größeren Anteil unserer Einnahmen in unterschiedlichen Währungen erzielen. Mittlerweile stammen mehr als 70 Prozent unserer Einnahmen aus Regionen außerhalb der Eurozone. Die meisten Kosten entstehen bei Porsche aber innerhalb des Euroraumes. Deshalb haben Währungskursveränderungen einen direkten Einfluss auf unser Ergebnis. Um dennoch eine hohe Planungssicherheit zu erreichen, sichern wir einen großen Anteil zukünftiger Einnahmen in 14 verschiedenen Währungen ab. Von besonders großer Bedeutung für das Ergebnis von Porsche wird diese Sicherung immer dann, wenn sich eine Währung gegenüber dem Euro abschwächt und die Verkaufserlöse unserer Fahrzeuge in Euro dadurch sinken. Im Geschäftsjahr 2014 war dies zum Beispiel beim Rubel der Fall. Nicht zuletzt aufgrund der erfolgreichen Währungssicherung konnte Porsche 2014 in Russland entgegen dem allgemeinen Markttrend um ein Viertel zulegen und nahezu 4.800 Fahrzeuge ausliefern. In diesem Fall war die Währungssicherung ein durchaus stark absatzunterstützendes Instrument.

Der Haupttreiber unseres Ergebnisanstiegs ist – wie bereits erwähnt – das ausgezeichnete Fahrzeuggeschäft. Das operative Ergebnis legte um fünf Prozent auf 2,7 Milliarden Euro zu. Das Ergebnis vor Steuern betrug knapp 3,1 Milliarden Euro. Bei einer Steuerquote von 28 Prozent erreichte das Ergebnis nach Steuern 2,2 Milliarden Euro. Im Vergleich zum Vorjahr ist dies ein Plus von 14 Prozent.

Damit komme ich zur Finanzlage. Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit belief sich im Geschäftsjahr 2014 auf 3,2 Milliarden Euro; das war ein Zuwachs von neun Prozent. Die Wesentlichen Effekte resultieren aus dem gestiegenen Ergebnis, erhöhten Abschreibungen sowie gegenläufig einer höheren Mittelbindung im Working Capital. Aus dem Cashflow aus Investitionstätigkeit ergab sich ein acht Prozent höherer Mittelabfluss von 2,25 Milliarden Euro.

Die trotz der gestiegenen Investitionen und hohen Aufwendungen für Zukunftstechnologien nach wie vor gesunde Kostenstruktur und die nachhaltig hohe Ertragskraft von Porsche spiegeln sich auch in den wesentlichen Renditekenngößen wider. So betrug die operative Umsatzrendite 16 Prozent, die Umsatzrendite vor Steuern 18 Prozent. Die Kapitalrendite, definiert als operatives Ergebnis nach Steuern im Verhältnis zum durchschnittlichen investierten Vermögen des Bereichs Fahrzeuggeschäft, lag bei 27 Prozent, die Eigenkapitalrendite nach Steuern bei 24 Prozent.

Porsche ist zu Beginn des Geschäftsjahres 2015 mit seinem Produktprogramm breiter und damit insgesamt besser aufgestellt denn je zuvor. Unser neuer Bestseller Macan steht 2015 erstmals über zwölf Monate hinweg zur Verfügung. Deswegen gehen wir davon aus, Umsatz und Auslieferungen im laufenden Jahr weiter zu steigern. Außerdem werden wir weiterhin durch kontinuierliche Produktivitäts- und Prozessverbesserungen sowie durch ein stringentes Kostenmanagement sicherstellen, dass unser hoher Ertragsanspruch erfüllt wird. Allerdings hat Porsche in den kommenden Jahren enorme Aufwendungen zur Erfüllung der sich weiter verschärfenden CO₂-Vorgaben zu tragen. Das bedeutet: Wenn wir unsere Modellvielfalt erhöhen und unsere Technologieführerschaft weiter ausbauen wollen, müssen wir dafür steigende Aufwendungen für die Fahrzeugentwicklung, für Personal und für Abschreibungen in Kauf nehmen. Allein die Einhaltung der CO₂-Vorgaben kostet uns rund 2.000 Euro pro Fahrzeug.

Auch im Hinblick auf Elektromobilität und Connectivity sind wir uns den Herausforderungen und den Erwartungen unserer Kunden bewusst. Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2014 haben wir mit der Einführung des Cayenne Plug-in-Hybrid hier erneut einen großen Schritt nach vorn gemacht. Damit wurde Porsche zum einzigen Hersteller, der im Premiumsegment bereits drei hoch moderne Plug-in-Hybridfahrzeuge im Angebot hat: Neben dem Cayenne sind das der Panamera und der Supersportwagen 918 Spyder. Ohne diese Modelle wären wir nicht in der Lage die zukünftigen gesetzlichen CO₂-Vorgaben auch nur annähernd zu erreichen. Die Kosten der Herstellung eines Plug-in-Hybrid-Modells

liegen jedoch um mehr als 10.000 Euro über den Kosten des jeweiligen Schwestermodells mit Verbrennungsmotor. Denn das Plug-in-Hybrid-Fahrzeug hat sowohl den herkömmlichen als auch den zusätzlichen, elektrisch betriebenen Antriebsstrang. Am Markt bekommen Sie diese zusätzlichen Kosten aber nicht zurück. Beim Cayenne beispielsweise sind die Preise des S E-Hybrid und des S Diesel identisch. Auch der zunehmende Einsatz von Aluminium zur Gewichtsreduzierung schlägt kräftig zu Buche. Und auch hier zahlt der Kunde deswegen nicht mehr für einen 911er.

Die genannten Investitionen sind aus meiner Sicht wesentliche Zukunftsfelder, die den langfristigen Erfolg von Porsche absichern. Es ist ein Muss immer „State of the Art“ und am Puls der Zeit zu sein. Denn nur wer am Puls der Zeit ist und dort bleibt, wird zukünftig erfolgreich sein. Allerdings werden innovative Fahrzeugprojekte auch Auswirkungen auf die Entwicklungskosten haben. Mit dem Beispiel des Cayenne S E-Hybrid und des S Diesel habe ich Ihnen die Problematik veranschaulicht. Weitere Belastungen stellen die hohen Investitionen in die Erhaltung und den Ausbau unserer Standorte dar. Letztlich dürfen wir auch die Augen nicht vor den aktuellen Markttrends verschließen. Hier zeigt sich immer deutlicher eine Verschiebung im Modellmix. Obwohl wir 2014 mehr Fahrzeuge vom 911er und vom Panamera auslieferten, geht der langjährige Trend hin zu SUVs, also zum Cayenne und nun auch zum Macan.

Vor diesem Hintergrund wird deutlich, dass es ein ambitioniertes Ziel ist in 2015 wieder ein Ergebnis auf Vorjahresniveau zu erreichen. Die Absicherung des konstanten Ergebniswachstums und die Erfüllung unseres Renditeanspruchs bei einem weiter hohen Investitions- und Fixkostenniveau bleibt eine Herausforderung. Wir halten dennoch an unserem strategischen Renditeziel von 15 Prozent fest.