

Sendesperfrist:
Redebeginn



PORSCHE

Rede

(Teil 1)

Matthias Müller

Vorstandsvorsitzender 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!

Lassen Sie mich im ersten Teil meiner Ausführungen auf das Jahr 2014 zurückschauen. Um es gleich vorweg zu sagen: Der Rückblick auf die zwölf Monate des abgeschlossenen Geschäftsjahres fällt auch diesmal wieder sehr erfreulich aus.

„Porsche ist der erfolgreichste Hersteller exklusiver Sportwagen weltweit“ – so lautet unsere ehrgeizige Vision aus dem Jahr 2011, von der wir alle strategischen Unternehmensziele ableiten. Im vergangenen Jahr konnten wir wieder einmal unter Beweis stellen, wie ernst es uns damit ist: Unser Geschäft hat sich überaus positiv entwickelt – so, wie man es von Porsche inzwischen kennt.

Ein Ereignis gibt es allerdings, das als Glanzlicht aus dem Jahresverlauf ganz besonders hervorsticht. Es ist natürlich kein Zufall, dass Sie unseren 919 Hybrid heute zur Einstimmung gleich zweimal zu Gesicht bekommen haben – erst das Original draußen vor der Tür und jetzt auch noch einmal als Hauptdarsteller im Film. Mit diesem Prototypen haben wir im letzten Rennen der Langstrecken-Weltmeisterschaft am 30. November in Sao Paulo einen ganz wichtigen Sieg eingefahren. Die Rückkehr in die World Endurance Championship nach 16 Jahren und dann mit einem Rennwagen der LMP1-Klasse wieder einmal als Erster durchs Ziel zu fahren – das war für uns alle bei Porsche ein echtes Highlight.

Warum betone ich heute unsere Rückkehr in die WEC und den Sieg in Sao Paulo? Weil wir auf den Langstrecken nicht nur Rennen, sondern vor allem neue Erkenntnisse gewinnen. Weil wir auf den Rundkursen von Le Mans, am Nürburgring und in Sao Paulo bereits heute die neuen Technologien testen, die künftig in die Entwicklung unserer Serienfahrzeuge einfließen werden. Der im 919 eingesetzten Hybridtechnologie kommt dabei eine Schlüsselrolle zu, auf die ich später noch etwas näher eingehen werde.

2014 war ein wichtiges Jahr für Porsche – nicht nur im sportlichen Wettbewerb auf der Rennstrecke, sondern auch im ökonomischen Wettbewerb. In einem schwierigen globalen Umfeld ist es uns gelungen, unseren Wachstumskurs erfolgreich fortzusetzen – und damit noch einmal eindrucksvoll zu bestätigen, dass wir vor vier Jahren mit der Porsche Strategie 2018 die Weichen richtig gestellt haben.

Für diesen Erfolg stehen:

- fast 190.000 Kundenauslieferungen, gut 17 Prozent mehr als im Vorjahr,
- ein Umsatzwachstum von rund 20 Prozent auf 17,2 Milliarden Euro
- sowie eine Erhöhung des Ergebnisses nach Steuern um 14 Prozent auf gut 2,2 Milliarden Euro.

Mein Vorstandskollege Lutz Meschke wird Ihnen unser Zahlenwerk gleich noch etwas umfassender und detaillierter erläutern. Eine ganz entscheidende Aussage kann ich an dieser Stelle aber schon einmal vorweg nehmen: Das Geschäftsjahr 2014 war das bisher erfolgreichste in der Geschichte unseres Unternehmens.

Dieser Erfolg ist allerdings kein Selbstläufer, sondern das Resultat einer klaren und konsequent verfolgten Strategie. Auch 2014 waren wir wieder zum richtigen Zeitpunkt mit den richtigen Produkten in den richtigen Märkten unterwegs und haben unsere Chancen mit neuen Modellen ausgeschöpft. Dabei haben wir die Kernwerte unserer Marke nie aus dem Blickfeld verloren und stets auf unser Preispremium geachtet. Nur so ist es Porsche gelungen, nahtlos an die Erfolge der vergangenen Jahre anzuknüpfen und wertschaffend zu wachsen.

Die Rahmenbedingungen waren im vergangenen Jahr alles andere als optimal: Das Wachstum der Weltwirtschaft ist mit einer Rate von 3,3 Prozent auf dem Niveau von 2013 geblieben. Von den sogenannten BRIC-Staaten, denen vor Jahresfrist noch ein überdurchschnittlich starkes Wachstum prognostiziert worden war, konnte am Ende nur China die Erwartungen einigermaßen erfüllen. Allerdings ist die chinesische Volkswirtschaft 2014 so langsam gewachsen wie seit zwei Dekaden nicht mehr. Die Eurozone konnte sich im vergangenen Jahr wieder etwas stabilisieren. Der wirtschaftliche Zuwachs blieb mit 0,8 Prozent jedoch eher verhalten. Bedeutende europäische Volkswirtschaften wie Frankreich und Italien stagnierten. Ein positiver Konjunkturtrend war dagegen in Nordamerika zu beobachten: Die größte Volkswirtschaft der Welt befindet sich wieder auf Wachstumskurs. Die Vereinigten Staaten und der Rückgang des Ölpreises haben entscheidend zur Stabilisierung der Weltwirtschaft beigetragen.

Dieses Gesamtbild spiegelt sich auch in der globalen Nachfrage nach Kraftfahrzeugen wider: Weltweit verzeichnete der PKW-Markt im Jahr 2014 ein moderates Wachstum von 4,7 Prozent auf über 73 Millionen Fahrzeuge. Die beiden größten Automobilmärkte, USA und China, waren auch die Wachstumstreiber. Dagegen haben die Zulassungszahlen in großen Teilen Süd- und Osteuropas stagniert. Die PKW-Märkte Brasilien, Russland und Indien blieben weiter deutlich hinter den ursprünglichen Erwartungen zurück.

In diesem schwierigen Umfeld hat sich Porsche sehr positiv und vielfach sogar gegen den Trend entwickelt. Wir sind in allen Weltregionen gewachsen – und zwar überall im zweistelligen Prozentbereich und damit deutlich stärker als der Gesamtmarkt. In allen Segmenten konnten wir Marktanteile hinzugewinnen. In China haben wir im vergangenen Jahr gut ein Viertel mehr Fahrzeuge ausgeliefert als 2013. Die Vereinigten Staaten, wo wir um etwa elf Prozent zulegen konnten, sind für Porsche mit einem hauchdünnen Vorsprung vor China der größte nationale Markt geblieben. Einen starken Zuwachs von über 19 Prozent verzeichnete Porsche bei den Kundenauslieferungen in Europa. Im Heimatmarkt Deutschland haben wir nahezu 24.000 Neufahrzeuge an unsere Kunden übergeben – so viel wie noch nie zuvor.

Ein entscheidender Eckpfeiler für diesen Erfolg ist unsere neueste Modellreihe – der Macan. Im Februar 2014 haben wir in Leipzig den offiziellen Produktionsstart für unseren sportlichen Kompakt-SUV gefeiert. Im April begann die weltweite Markteinführung. Und bis zum Jahresende wurde der Macan bereits fast 45.000 Mal ausgeliefert. Diese Zahl belegt sehr eindrucksvoll, wie begeistert unser neuer fünftüriger Sportwagen am Markt aufgenommen wurde. Die neue Modellreihe besitzt für uns eine enorme strategische Bedeutung. Langfristig ist der Markterfolg des Macan für uns genauso wichtig wie die vielen Siege, die wir in den vergangenen Jahrzehnten in Le Mans errungen haben. Deshalb haben wir die Märkte im Vorfeld sehr sorgfältig analysiert – und ein Segment identifiziert, in dem wir mit einem neuen Produkt erhebliche Wachstumschancen realisieren können. Das künftige Modell sollte die DNA der Marke Porsche kompromisslos verkörpern und unser bestehendes Produktportfolio perfekt ergänzen.

Genau das ist uns mit dem Macan gelungen: Wir haben uns mit diesem alltagstauglichen Supersportler unter den Sports Utility Vehicles ein völlig neues Feld erschlossen. Wir wissen heute: Drei von vier Macan-Käufern sind Neukunden, die zuvor noch keinen Porsche besessen haben. Wir sind also dabei, unsere bestehende Kundenbasis beträchtlich zu verbreitern. Trotz des Wachstumssprungs, den wir mit dem Macan erzielen, bleibt Porsche ein relativ kleiner Premium-Hersteller mit hoch exklusiven Produkten. Aktuell tragen nur zwei bis drei von 1000 Neufahrzeugen das Porsche-Wappen auf der Haube. Und diese Exklusivität wollen wir uns weiter erhalten.

Ein sehr exklusiver Kundenkreis hat im vergangenen Jahr den Supersportwagen 918 Spyder erworben. Vor ziemlich genau einem Jahr haben wir das erste Fahrzeug aus unserer Manufaktur in Zuffenhausen einem Kunden übergeben. Nach zehn Monaten war die auf 918 Stück limitierte Produktion bereits komplett ausverkauft. Mit dem weltweit ersten straßenzugelassenen Supersportwagen mit Plug-in-Hybridtechnologie haben wir etwas sehr Wichtiges bewiesen: Extrem effiziente Leistung und noch mehr Fahrspaß sind kein Widerspruch, sondern können sich geradezu kongenial ergänzen. Eine Fabelzeit auf dem Nürburgring und der Treibstoff-Verbrauch eines Kleinwagens – damit stehen wir bei der Entwicklung automobiler Zukunft auf der Pole Position.

Neben dem 918 Spyder haben wir aktuell zwei weitere Plug-in-Hybride im Angebot. Mit dem Panamera E-Hybrid und dem Cayenne E-Hybrid besitzen wir gegenüber unseren Mitbewerbern einen Entwicklungsvorsprung. Und den werden wir uns nicht aus der Hand nehmen lassen.

Auch deshalb schicken wir mit dem LMP1-Prototypen 919 Hybrid ein technologisch extrem anspruchsvolles Fahrzeug in den Langstreckenwettbewerb der World Endurance Championship. Dieser fortschrittliche Rennwagen aus Weissach ist nichts weniger als ein rollendes High-Tech-Labor, mit dem wir die Grenzen des derzeit technisch Möglichen im Bereich der Hybrid- und Elektromobilität ausloten. Mit den Erkenntnissen, die wir heute auf der Rennstrecke gewinnen, werden wir in Zukunft unsere Kunden begeistern. Selbstverständlich wollen wir mit dem 919 Hybrid auch Rennen gewinnen. Sportlicher Ehrgeiz hat bei uns eine lange Tradition, die sich in

mehr als 30.000 Motorsport-Siegen zeigt. Doch selbst dann, wenn keiner unserer Werksfahrer ganz oben auf der Siegerpodest steht, gibt es immer einen klaren Gewinner: den Porsche-Kunden.

All diese Anstrengungen kosten neben reichlich Schweiß und Gehirnschmalz zweifellos auch viel Geld. Wieviel genau, wird Ihnen Lutz Meschke gleich erläutern. Forschung und Entwicklung sind sehr kostenintensiv, wenn man im Wettbewerb nicht nur mitfahren, sondern auch siegen will. Diese Investitionen sind aber notwendig. Sie stellen eine weitsichtige und rentable Anlage dar. Denn damit sichern wir unsere Zukunftsfähigkeit ab. Unser starkes Wachstum erfordert zudem erhebliche Investitionen in Produktionskapazitäten, Anlagen, Werkzeuge, Bürogebäude und Grundstücke. Wir müssen unsere Standorte kontinuierlich ausbauen und den Bestand modernisieren. Zum Teil haben wir es noch immer mit den Folgen des Investitionsstaus aus dem vergangenen Jahrzehnt zu tun, den wir nun auflösen.

Im Februar 2014 haben wir am Standort Leipzig die Werkserweiterung für die Produktion des Macan offiziell in Betrieb genommen. Der Ausbau zu einem Vollwerk mit Lackieranlage und eigenem Karosseriebau kostete rund eine halbe Milliarde Euro. Im Sommer haben wir in Weissach unser neues Elektronik-Integrationszentrum, das neue Designstudio sowie einen modernen Windkanal offiziell eingeweiht. Gesamtkosten: 150 Millionen Euro. Derzeit entsteht in unserem Entwicklungszentrum für weitere rund 100 Millionen Euro ein neues Antriebsprüfgebäude, das im kommenden Jahr in Betrieb geht. Erhebliche Investitionen haben wir auch in unserem Stammwerk hier in Zuffenhausen getätigt. Wir haben in erheblichem Umfang Grundstücke und Gebäude dazugekauft: Die Fläche des Werksareals hat sich seit 2010 nahezu verdoppelt. Derzeit errichten wir am Standort ein neues Ausbildungszentrum sowie neue Büro- und Versorgungsbauten. An dieser regen Investitionstätigkeit können Sie erkennen: Porsche befindet sich auf Erfolgskurs, wir haben 2014 positiv abgeschlossen und blicken mit Zuversicht nach vorne.

Allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern möchte ich an dieser Stelle noch einmal ausdrücklich für ihren Einsatz danken. Sie haben im vergangenen Jahr einen sehr guten Job gemacht.

Der Erfolg in 2014 darf uns allerdings nicht in Sicherheit wiegen – und erst recht nicht dazu führen, dass wir uns jetzt bequem zurücklehnen. Im Gegenteil: Im laufenden Geschäftsjahr und in den Folgejahren erwarten uns viele neue Herausforderungen, denen wir uns aktiv zu stellen haben.

Sendesperfrist:
Redebeginn



PORSCHE

Rede

(Teil 2)

Matthias Müller

Vorstandsvorsitzender 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 Damen und Herren,

nachdem wir uns ausführlich mit dem Geschäftsjahr 2014 beschäftigt haben, möchte ich meinen Fokus nun auf 2015 und die mittelfristige Zukunft richten.

Der Start ins neue Geschäftsjahr ist Porsche bestens gelungen. Mit guten Auslieferungszahlen konnten wir an das erfolgreiche Vorjahr anknüpfen. Bis Ende Februar hatten wir weltweit bereits fast 31.000 Neufahrzeuge an unsere Kunden ausgeliefert. Gegenüber den ersten beiden Monaten des Jahres 2014 entspricht dies einem Plus von rund einem Drittel.

Diese Zahlen sind auch deshalb so erfreulich, weil sich die globalen Rahmenbedingungen nicht verbessert haben und alles andere als einfach sind. Die weltweite politische Lage ist unverändert von vielen Unsicherheiten geprägt. So können wir nur hoffen, dass sich die Situation in der Ukraine und im Nahen Osten dauerhaft zum Besseren wendet. Die Euro-Krise kann genauso wenig als gelöst betrachtet werden, wie die jüngsten Entwicklungen in Griechenland zeigen. Auch in China ist eine langfristige Planung angesichts drohender Handelshemmnisse und verschärfter Umweltauforderungen schwierig.

Umso eindeutiger haben wir uns für das Freihandelsabkommen der EU mit den USA ausgesprochen. Die mit TTIP vereinheitlichten Regularien helfen uns, die Kosten zu senken. Zum Beispiel müssen wir heute noch zwei verschiedene Außenspiegel oder Befestigungen für Nummernschilder anbieten. So etwas würde dann wegfallen. Ganz grundsätzlich bin ich überzeugt, dass wir auf lange Sicht alle von offenen Märkten mit fairen, vertraglich vereinbarten Regeln profitieren.

Vor ein paar Wochen habe ich in einem Beitrag von so genannten Technik-Trendforschern gelesen, dass man sich in spätestens acht Jahren per App ein Taxi ohne Fahrer bestellen können. Das mag vielleicht so kommen, wer weiß. Aber auch in acht Jahren werden die meisten Menschen noch etwas anderes viel lieber tun: Selbstständig Porsche fahren.

Natürlich werden auch wir den Weg in die technologische Zukunft mitgehen und unsere Kunden beim Porschefahren mit intelligenten Assistenzsystemen unterstützen, wenn das gewünscht wird und Sinn macht. Aber auf diesem Feld müssen wir nicht Technologieführer sein. An der Spitze fahren und das Feld der Wettbewerber hinter uns lassen, wollen wir weiterhin dort, wo die essentiellen Werte unserer Marke berührt werden. Das gilt insbesondere für den Motor, den Antriebsstrang und das gesamte Fahrwerk. Diese Komponenten sind für die sportliche Performance eines Fahrzeugs ganz entscheidend. Und hier liegen auch die wesentlichen Merkmale, die einen Porsche vom Wettbewerb unterscheiden und einzigartig machen.

Trotzdem werden wir mit jeder neuen Modell-Generation die zeitgemäße Antwort auf reale Kundenwünsche bei Konnektivität und Bedienkomfort geben. Das erwarten unsere Kunden zu Recht von uns. Dabei wollen sie von uns kein Smart-Phone auf vier Rädern und auch nicht das größte Touch-Screen in der Mittelkonsole. Für reine Show-Effekte ist Porsche nicht zu haben. Uns kommt es vielmehr darauf an, die verfügbaren Technologien und Anwendungen sinnvoll mit dem bereits heute hochkomplexen System Automobil zu einer Einheit zu verschmelzen. Allein das erfordert hohe Investitionen in Forschung und Entwicklung.

Auch bei der Sicherung unserer Qualität schärfen wir nach. Im Juli des vergangenen Jahres haben wir in Zuffenhausen ein neues Analyse- und Qualitätscenter in Betrieb genommen. Jetzt ist eine noch detailliertere Fehler-Ursachen-Analyse bei den unterschiedlichen Bauteilen möglich. Ein vergleichbares Qualitäts- und Analysezentrum wird in einem Jahr in Leipzig seine Arbeit aufnehmen. Denn für uns gilt: Wer aufhört, besser zu werden, hat aufgehört, gut zu sein.

Darüber hinaus stellen wir uns der Anforderung, nachhaltige Lösungen für den Klimaschutz zu entwickeln. Das bleibt für unsere Industrie weiterhin ein sehr wichtiges Thema. Porsche hat gezeigt, dass sich mit Downsizing, Hybrid-Antriebssystemen und Leichtbau große Fortschritte bei der Minderung von Kraftstoffverbrauch und CO₂-Emissionen erzielen lassen, ohne den sportlichen Fahrspaß, wie er für unsere Marke typisch ist, einzuschränken. Diesen Weg werden wir konsequent weitergehen.

Sie sehen: Die Herausforderungen bleiben groß. Doch wenn wir umsichtig handeln, um dauerhaft höchst profitabel zu bleiben, birgt die Zukunft für Porsche viele Chancen, die wir selbstbewusst nutzen werden.

In diesem Jahr werden unsere Auslieferungen die Marke von 200.000 Fahrzeugen erreichen. Die bloße Zahl ist für uns jedoch nicht entscheidend. Ich habe immer gesagt, es geht uns um wertschaffendes – das heißt langfristig nachhaltiges – Wachstum. Das können Sie auch daran erkennen, dass wir mit unseren Ergebniswerten – also einer durchschnittlichen Umsatzrendite von 15 Prozent und einer Kapitalrendite von 21 Prozent – weiter im Ziel liegen.

Noch wichtiger als Unternehmenszahlen sind die Menschen, die für Porsche arbeiten. Ich darf Sie an dieser Stelle darauf aufmerksam machen, dass die Zahl der Beschäftigten im Porsche-Konzern seit 2010 um mehr als 70 Prozent auf heute über 22.400 Mitarbeiter gestiegen ist. Allein im vergangenen Jahr haben wir rund 3000 Frauen und Männer eingestellt. Nennen Sie mir ein zweites deutsches Industrie-Unternehmen vergleichbarer Größe, das solche Einstellungszahlen vermelden kann. Und wir werden weitere Einstellungen vornehmen, um unser Wachstum abzusichern. Unsere Zielgröße für das Jahr 2018 liegt bei etwa 25.000 Mitarbeitern.

Alle diese neuen Kolleginnen und Kollegen mit der bereits bestehenden Mannschaft zu einem schlagkräftigen Team zu formen, stellt einen echten Kraftakt dar. Denn wir alle wollen gemeinsam die Kultur unseres Unternehmens erhalten und auch in Zukunft ein hoch attraktiver Arbeitgeber bleiben. Deshalb werden wir unsere Standorte konsequent weiterentwickeln und zukunftssicher machen.

Das gilt für unser Stammwerk in Zuffenhausen, wo wir in den nächsten Jahren unter anderem ein neues Motorenwerk sowie eine neue Karosseriefertigung für insgesamt mehr als 600 Millionen Euro errichten. Hier in Zuffenhausen schlägt das Herz unseres Unternehmens. Hier werden wir ab 2016 alle unsere zweitürigen Sportwagen – den 911er, den Boxster und den Cayman – produzieren, bei einem Höchstmaß an Produktions-Flexibilität.

Das gilt für unser Entwicklungszentrum Weissach, in das wir weiterhin jährlich rund 100 Millionen Euro investieren werden. Wir wissen zwar nicht, welche Straße in die automobiler Zukunft führen wird. Auf dieser Straße werden aber sicherlich Autos fahren, die „engineered by Porsche“ sind. Das gilt genauso für unseren zweiten Fertigungs-Standort Leipzig. Dort bauen wir derzeit für über 500 Millionen Euro die Kapazitäten noch einmal aus, um ab 2016 den Panamera komplett in unserem sächsischen Werk produzieren zu können. Im Laufe dieses Jahres starten wir die Einstellung und die Qualifizierung von mehreren Hundert neuen Fertigungsmitarbeitern. Darüber hinaus sind auch noch rund 100 neue Stellen für Ingenieure zu besetzen.

Wir freuen uns auf die neuen Mitglieder des Porsche-Teams. Denn eines ist klar: Unsere Marktführerschaft werden wir nur absichern und ausbauen, wenn es uns auch in Zukunft gelingt, hervorragende Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu gewinnen und bei uns zu halten.

Wie Sie wissen, hat im Januar dieses Jahres meine neue Amtszeit als Vorstandsvorsitzender der Porsche AG begonnen. Vor zwei Wochen hat mich der Aufsichtsrat der Volkswagen AG außerdem in den Konzernvorstand berufen. Dass ich dort nun reguläres Mitglied bin, empfinde ich als große Ehre und Vertrauensbeweis. Ich möchte aber betonen, dass diese Berufung keinerlei Auswirkungen auf meine Arbeit hier bei Porsche hat. Ich bleibe selbstverständlich Vorstandsvorsitzender in Zuffenhausen. Gemeinsam mit meinen Kollegen habe ich hier noch viel vor.

So werden wir in nicht allzu ferner Zukunft eine siebte Modellreihe vorstellen. Wann genau dies passieren wird, kann ich Ihnen heute nicht sagen. Es gibt dazu schon vielversprechende Pläne, aber noch keinen Vorstandsbeschluss. Klar ist: Es besteht in diesem Punkt überhaupt keine Eile. Denn wir sind mit unserer Derivate-Strategie bei den bereits bestehenden Modellreihen sehr erfolgreich unterwegs. Und wir werden diese Strategie noch verstärken. Mit unseren Derivaten erfüllen wir den Wunsch vieler unserer Kunden, ein möglichst individuelles Fahrzeug zu besitzen. In dieser Hinsicht haben wir mit dem Cayman GT4 und dem 911 GT3 RS in diesem

Jahr bereits die ersten Ausrufezeichen gesetzt. Gehen Sie davon aus, dass es in den kommenden Monaten noch weitere Ausrufezeichen geben wird.

Eines will ich heute ausdrücklich erwähnen: Le Mans! Im vergangenen Jahr habe ich Ihnen auf der Jahrespressekonferenz gesagt, dass es uns bei der Rückkehr zum berühmtesten Langstrecken-Rennen der Welt ums „mithalten“ mit den Wettbewerbern geht und erst einmal nicht ums „siegen“. Wir haben mehr als nur mitgehalten. Aber wenn man dann als Führender – so wie wir – kurz vor dem Ziel ausgebremst wird, ist das schon bitter! Mein Mitgefühl hatten an diesem Tag das Team und unsere vielen Fans, die das Rennen an der Strecke oder hier im Museum live verfolgt haben. Aber wer uns kennt, der weiß, dass wir den sportlichen Wettkampf lieben und schon heute dem diesjährigen Rennen in Le Mans entgegenfiebern.

Wir werden in diesem Jahr mit drei Teams und einem noch besseren 919 Hybrid antreten. Dabei verrate ich kein Geheimnis, wenn ich Ihnen sage, dass wir dieses Mal schon gerne auf dem Siegerpodest stehen wollen. Alle diese Anstrengungen haben ein Ziel, das weit über Le Mans hinausragt. Die Erfahrungen und Erkenntnisse aus dem rasenden High-tech-Labor des 919 Hybrid kommen allen unseren zukünftigen Fahrzeugen und damit unseren Kunden zu Gute.

Heute gilt mehr denn je: Von der Strecke auf die Straße. Die Weiterentwicklung der Elektromobilität steht dabei mit im Vordergrund. Für uns stellt sich nicht die Frage, ob ein reines Elektrofahrzeug mit einer Porsche-typischen Performance auf die Straße kommt, sondern wann werden wir mit einem solchen Fahrzeug unsere Kunden begeistern. Mit unseren Plug-in-Hybriden bieten wir heute das beste denkbare Angebot. Eines ist sicher: Auch in Zukunft bleibt unser Antrieb die perfekte Synthese aus Leistung und Effizienz. Wir nennen das „Intelligent Performance“ – typisch Porsche eben.

Porsche hat sich erfolgreich entwickelt und ist heute besser aufgestellt denn je. Wesentliche Ziele der Porsche Strategie 2018 haben wir bereits vorzeitig erreicht. Das war eine Herkulesaufgabe, die von allen Beteiligten viel abverlangt hat. Aber wir können mit dem, was wir bis jetzt erreicht haben, mehr als zufrieden sein.

Natürlich machen wir uns schon heute Gedanken zu den strategischen Weichenstellungen, mit denen wir die Zukunft von Porsche weit über das Jahr 2018 hinaus gestalten wollen. Dennoch ist es noch zu früh, bereits jetzt eine neue Porsche Strategie 20-X zu formulieren. Nun geht es erst einmal darum, das Erreichte zu konsolidieren und nachhaltig abzusichern. Vor dem Hintergrund des rasanten Wachstums in den zurückliegenden vier Jahren müssen wir unsere Prozesse sorgfältig überprüfen, optimieren und gegebenenfalls an neue Anforderungen anpassen. Doch bei allen Veränderungen ist eines sicher: Wir werden unsere Kunden auch in Zukunft mit faszinierenden Sportwagen begeistern.