



PORSCHE

Lutz Meschke, stellvertretender Vorstandsvorsitzender,

Mitglied des Vorstands, Finanzen und IT, Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG

Jahrespressekonferenz der Porsche AG, 20. März 2020, Stuttgart

Meine Damen und Herren,

unsere Herausforderungen in 2019 stehen in keinem Vergleich zu dem Kraftakt, den unsere Gesellschaft und die Wirtschaft gerade stemmen, um dem Corona-Virus zu begegnen.

Dennoch haben sie uns stark gefordert: Die Umstellung unserer Sportwagen auf Ottopartikelfilter und den neuen Prüfzyklus WLTP haben die Entwicklung des Kerngeschäfts vor allem in den ersten beiden Quartalen spürbar belastet. Der Verzicht auf Modelle mit Dieselantrieb hat sich ebenfalls bemerkbar gemacht – auch wenn wir mit unseren Plug-in-Hybriden eine äußerst attraktive Alternative im Angebot haben.

Kennzahlen 2019

Dennoch sind wir im vergangenen Jahr auf unserem wertschaffenden Wachstumskurs einen großen Schritt vorangekommen – allen schwierigen Umständen zum Trotz. Wie sehen unsere Finanzkennzahlen im Detail aus?

- Beginnen wir mit den Umsatzerlösen. Diese sind im Vergleich zu 2018 um 10,6 Prozent auf 28,5 Milliarden Euro gestiegen – für Porsche eine neue historische Höchstmarke.
- Dies ist vor allem auf unser attraktives Produktportfolio zurückzuführen, mit dem wir unsere Kunden weltweit begeistern konnten. 2019 haben wir fast 281.000 Sportwagen ausgeliefert – zehn Prozent mehr als im Jahr zuvor. Dies ist für Porsche ebenfalls ein neuer Spitzenwert.
- Auch unsere herausragende Ertragskraft hat sich einmal mehr bestätigt: Das operative Ergebnis haben wir um 2,5 Prozent auf rund 4,4 Milliarden Euro verbessert.

Sondereinflüsse

An dieser Stelle muss ich allerdings den Hinweis hinzufügen: vor Sondereinflüssen. Denn 2019 hatten wir es mit einem einmaligen Sondereffekt zu tun, der sich spürbar auf das Ergebnis ausgewirkt hat. Im Zusammenhang mit Abweichungen von regulatorischen Vorgaben bei einzelnen Modellen hat die Staatsanwaltschaft Stuttgart Anfang Mai einen Bußgeldbescheid gegen Porsche erlassen.

Der Bescheid sah eine Geldbuße in Höhe von insgesamt 535 Millionen Euro vor. Das Bußgeld bestand aus einer Ahndung in Höhe von vier Millionen Euro sowie einer Abschöpfung wirtschaftlicher Vorteile in Höhe von 531 Millionen Euro.

Ermittlungen der Staatsanwaltschaft hatten ergeben, dass es in einer Entwicklungsabteilung zu fahrlässigen Verletzungen der Aufsichtspflicht gekommen sei. Diese sind nach Auffassung der Staatsanwälte mitursächlich dafür gewesen, dass Fahrzeuge von Porsche ab dem Jahr 2009 stellenweise von den regulatorischen Vorgaben abgewichen sein sollen. Gegen diesen Bescheid hat Porsche keine Rechtsmittel eingelegt. Damit ist er gültig und das Ordnungswidrigkeitsverfahren abgeschlossen – ein weiterer wichtiger Schritt, um die Dieselthematik endgültig hinter uns lassen zu können.

Operatives Ergebnis nach Sondereinflüssen

Im zweiten Quartal 2019 haben wir die finanziellen Auswirkungen des Bescheids buchhalterisch berücksichtigt und gewinnmindernd in die Ergebnisrechnung eingestellt.

- Durch den Sondereffekt vermindert sich das operative Ergebnis um gut eine halbe Milliarde Euro auf rund 3,9 Milliarden Euro.
- Daraus errechnet sich eine operative Umsatzrendite von rund 13,5 Prozent. Ohne Sondereinflüsse liegt die operative Umsatzrendite bei 15,4 Prozent.

Damit befinden wir uns nicht nur weiterhin im selbstdefinierten Zielkorridor unserer Strategie. Wir zählen auch nach wie vor zu den profitabelsten Automobilherstellern der Welt. Sie sehen: An der exzellenten Ertragskraft von Porsche hat sich auch 2019 nichts geändert.

Meine Damen und Herren,

hohe Zukunftsinvestitionen haben die finanzielle Entwicklung von Porsche im Berichtsjahr mitgeprägt. Themen wie Nachhaltigkeit, Elektromobilität und digitale Transformation stehen bei uns ganz oben auf der Prioritätenliste.

Grünes Schuldscheindarlehen

Deshalb haben wir Mitte August ein grünes Schuldscheindarlehen mit einem Volumen von einer Milliarde Euro platziert – und das sehr erfolgreich. Wir hatten mit einem Volumen von 300 Millionen Euro geplant. Dank der enormen Nachfrage haben wir dann entsprechend aufgestockt. Als erster Automobilhersteller hat Porsche Kapitalgebern die Möglichkeit eröffnet, ihr Geld komplett nachhaltig anzulegen.

Die Mittel aus der Transaktion wurden ausschließlich zur Finanzierung des Fahrzeugprojekts Taycan genutzt. Das Projekt erfüllt sämtliche Anforderungen der sogenannten „Green Bond Principles“ in der Kategorie „Clean Transportation“.

Und der grüne Schuldschein vom August 2019 ist erst der Anfang. Porsche führt seine innovative Rolle in den Bereichen Elektromobilität und Nachhaltigkeit konsequent in seiner unternehmerischen Finanzierungsstruktur fort.

Kostenstruktur

Kommen wir zur Kostenstruktur. Diese hat sich im Berichtsjahr erneut als kerngesund erwiesen. Porsche zeichnet sich seit jeher durch eine ausgeprägte Kostendisziplin aus. Diesem Grundsatz sind wir auch 2019 treu geblieben:

- Die Cashflow-wirksamen Investitionen bei den Immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen haben sich von 2,09 Milliarden Euro im Vorjahr auf nun 2,04 Milliarden Euro leicht vermindert.
- Nicht enthalten sind darin die Zugänge bei den aktivierten Entwicklungskosten. Diese beliefen sich 2019 auf fast 950 Millionen Euro – was gegenüber 2018 einer Abnahme um knapp elf Prozent entspricht. Die Aktivierungsquote lag im Berichtsjahr bei 44 Prozent.
- Unsere Aufwendungen für das Personal sind dagegen um fast 400 Millionen Euro auf rund vier Milliarden Euro gestiegen. Die Zunahme um knapp 11 Prozent im Vergleich zu 2018 ist vor allem darauf zurückzuführen, dass Porsche im Berichtsjahr mehr als 3.000 neue Stellen geschaffen hat. Insbesondere der Taycan hat sich als Jobmotor erwiesen. Deshalb lag unsere Mitarbeiterzahl zum Bilanzstichtag 9,6 Prozent über dem Vorjahreswert.
- Aufgrund des Absatzanstiegs haben die Vertriebskosten leicht zugenommen – allerdings nur sehr moderat von 1,9 Milliarden Euro in 2018 auf jetzt

gut zwei Milliarden Euro. Ihr Anteil an den Umsatzerlösen ist mit sieben Prozent konstant geblieben.

- Die Verwaltungskosten konnten wir gegenüber dem Vorjahr leicht senken: absolut von 1,1 Milliarden Euro auf nun 1,03 Milliarden Euro, in Relation zum Umsatz von vier auf drei Prozent.

Daran zeigt sich, wie effizient und diszipliniert wir bei Porsche wirtschaften. Unsere Kosten- und Bilanzstruktur ist jedenfalls stabil und zukunftsfähig. Das belegt im Teilkonzern Automobile unter anderem auch unsere Kapitalrendite von 21,2 Prozent. Porsche erwirtschaftete einen Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit von knapp 4,5 Milliarden Euro – nach 3,8 Milliarden Euro im Vorjahr. Im Teilkonzern Finanzdienstleistungen konnten wir eine Eigenkapitalrendite von 31,8% erzielen – nach 29,4% im Vorjahr.

Soweit mein Überblick über die wichtigsten Finanzkennzahlen des abgeschlossenen Geschäftsjahres 2019. Das aktuelle Zahlenwerk können Sie detailliert aufgeschlüsselt in unserem Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht für 2019 nachlesen. Sie finden ihn auch online im Porsche Newsroom.

Lassen Sie mich die Blickrichtung nun um 180 Grad wechseln und gemeinsam mit Ihnen nach vorne schauen: in die Zukunft von Porsche.

Porsche Strategie 2025 – Digitalisierung

Meine Damen und Herren,

wir haben großen Respekt vor den enormen Herausforderungen, vor denen die Automobilindustrie in Zeiten des Umbruchs weltweit steht. Aber wir sehen gleichzeitig eine einmalige Chance.

Wir haben früh verstanden, dass die Digitalisierung bestehende Geschäftsmodelle in einem hohen Tempo tiefgreifend verändern wird. Und dass wir uns als Unternehmen deshalb ebenfalls verändern müssen. Nicht nur, um mit dem rasanten Wandel Schritt zu halten. Damit Porsche weiterhin Porsche bleiben kann, wollen wir die Zukunft aktiv mitgestalten.

Mission D

Im Jahr 2015 haben wir unsere Porsche Strategie 2025 entwickelt. Wir haben das Thema „Digitalisierung“ als zentrales Querschnittsthema etabliert. Unser Ziel: Das Markenerlebnis von Porsche in die digitale Zukunft zu transferieren und damit einerseits für den Kunden einen Nutzen und andererseits für das Unternehmen einen Mehrwert zu bringen.

Porsche Digital

Wir haben die passenden Strukturen geschaffen, mit denen wir die digitale Transformation effizient und erfolgreich voranbringen. Große Bedeutung kommt dabei auch unserer Tochter, der Porsche Digital GmbH, zu. Sie beschäftigt mittlerweile mehr als 130 Mitarbeiter. Im vergangenen Jahr haben wir hier strategisch, organisatorisch und personell noch einmal nachgeschärft.

Porsche Digital – neue Führungsspitze

Seit Herbst 2018 ist Mattias Ulbrich CIO der Porsche AG. Zum 1. April 2019 wurde er dann zusätzlich zum Sprecher der Geschäftsführung der Porsche Digital GmbH berufen. Damit fördern wir die enge Verzahnung zwischen Porsche Digital und der Porsche AG weiter.

Digitalisierung – Handlungsfelder

Wir machen große Schritte im Digital-Umfeld.

Erstens im Bereich „Digitale Produkte und Services“. Dieses Handlungsfeld umfasst Themen wie Vernetzung, automatisiertes Fahren und neue Mobilitätsdienste. Wir erweitern aktuell das Ökosystem rund um die Marke Porsche.

Daneben testet Porsche Digital auch komplett eigenständige digitale Geschäftsmodelle. Hier reicht das Spektrum weit über unsere traditionelle Rolle als Sportwagenhersteller hinaus und öffnet sich auch explizit für Kunden anderer Marken.

Im zweiten Handlungsfeld, den „Kundenbeziehungen“, bauen wir die digitalen Vertriebswege weiter aus:

- Im Oktober haben wir beispielsweise deutschlandweit einen Online-Vertriebskanal gestartet. Dieser wird noch im Laufe dieses Jahres europaweit ausgerollt. Unsere Kunden können damit vom heimischen Sofa aus alle wesentlichen Schritte zum Kauf oder Leasing eines Fahrzeugs erledigen.
- Ein anderes Beispiel sind die neuen Mobilitätskonzepte, wie das Pilotprogramm Porsche Passport. Dort können Kunden für einen monatlichen Abopreis auf sämtliche Porsche-Modelle zugreifen und diese beliebig oft wechseln. Nach dem Start in Atlanta haben wir das Programm in 2019 auf vier weitere Metropolen in Nordamerika ausgerollt: Las Vegas, San Diego, Phoenix und Toronto. Und wir werden weiter wachsen.

Im dritten Handlungsfeld beschäftigen wir uns mit der Digitalisierung der Unternehmensprozesse.

- Dafür werden unter anderem der digitale Arbeitsplatz weiter ausgerollt und Arbeitsabläufe automatisiert, Stichwort Produktion 4.0.
- In diesem Kontext haben wir das Joint Venture „Flex Factory“ gegründet. Es erarbeitet hoch flexible, digitale Konzepte zur wirtschaftlichen Fertigung von Kleinserien. Partner von Porsche sind neben unserer Management- und IT-Beratung MHP der Rückversicherer Munich-Re. Wir sehen großes Potenzial darin, Risiko-Management-Expertise mit Software-Skills und Produktions-Know-How industrieübergreifend zu bündeln.

Porsche Ventures

Meine Damen und Herren,

2015 haben wir zusätzlich damit begonnen, uns sehr intensiv mit dem Thema Wagniskapital zu beschäftigen. Seither haben wir uns mit den wichtigsten Akteuren in diesem Bereich eng vernetzt – in der Zusammenarbeit mit namhaften Venture-Capital-Fonds und über Direktbeteiligungen.

Weltweite Fokusregionen der Aktivitäten von Porsche Ventures sind Europa, die USA, Israel und China. Aktuell haben wir bereits in 16 Start-ups investiert. Wir halten sieben Beteiligungen an Venture Capital Fonds. Und gemeinsam mit Axel Springer Digital Ventures bringen wir in Berlin in unserem Accelerator APX junge Start-ups auf das nächste Level ihrer Entwicklung.

Beteiligungen haben wir 2019 unter anderem an dem Pforzheimer Software-Spezialisten Cetitec und am israelischen Start-up „TriEye“ erworben. Und unsere Beteiligung am kroatischen Elektroantrieb-Spezialisten Rimac haben wir auf 15,5 Prozent erhöht.

Auch im laufenden Geschäftsjahr sind wir bereits zwei neue Beteiligungen eingegangen, am Hamburger Software-Start-up Nitrobox sowie dem Silicon Valley-Unternehmen DSP Concepts.

Durch strategische Beteiligungen an jungen, innovativen Firmen und Start-ups verschaffen wir uns Zugang zu neuen Trends, Technologien, Kompetenzen und Geschäftsmodellen. Bis zu 150 Millionen Euro pro Jahr wenden wir dafür auf.

Strategische Kooperationen

Neben den Beteiligungen gehen wir auch strategische Kooperationen ein:

- Ein Beispiel: unsere Partnerschaft mit Boeing in Sachen „Premium Urban Air Mobility“.
- Im Oktober haben wir zudem eine Allianz mit SAP bekanntgegeben. Gemeinsam wollen wir neue Lösungen für die digitale Transformation entwickeln. Schwerpunkte der strategischen Partnerschaft sind datengetriebene Geschäftsmodelle, künstliche Intelligenz und eine Software-Architektur, die von End-to-End-Prozessen getrieben wird.

Zukunftsinvestitionen

Uns ist absolut klar, meine Damen und Herren: Die Automobilindustrie muss massiv in die Zukunft investieren. Unternehmen, die das heute versäumen, werden morgen abgehängt sein.

Porsche hat seine Zukunftsinvestitionen deshalb noch einmal deutlich aufgestockt. Bis zum Jahr 2024 werden wir insgesamt zehn Milliarden Euro in die E-Mobilität und Digitalisierung unserer Fahrzeuge investieren. Das entspricht der Hälfte unserer geplanten Gesamtinvestitionen für die nächsten fünf Jahre.

Die Investitionssumme von zehn Milliarden Euro setzt sich wie folgt zusammen:

- 60 Prozent fließen in die Hybridisierung und Elektrifizierung unserer Fahrzeuge. Wir entwickeln den Taycan weiter. Und im Jahr 2022 folgt der Macan mit rein elektrischem Antrieb.
- Drei Milliarden Euro werden wir für Sachinvestitionen im Kontext der E-Mobilität ausgeben. Dazu gehören unter anderem notwendige Neubauten für die Produktion elektrischer Fahrzeuge oder der weitere Ausbau der Ladeinfrastruktur.
- Eine Milliarde Euro entfällt auf Investitionen in Digitalisierungsthemen wie Connected Car, E³-Architektur, hochautomatisiertes Fahren und neue Mobilitätsangebote.

Das ist aber noch längst nicht alles. Hinzu kommen Budgets in Höhe von jährlich 900 Millionen Euro für die Digitalisierung von Prozessen, Kundenbeziehungen und Services.

Kurzum: Bis 2024 investieren wir insgesamt rund 15 Milliarden Euro in die E-Mobilität und die Digitalisierung von Porsche.

Das ist ein großer finanzieller Kraftakt, den wir da zu stemmen haben. Unsere Kosten stehen deshalb weiterhin unter scharfer Beobachtung. Zugleich müssen wir

uns um neue Ertragsquellen kümmern. Wir stehen bei unserem Ergebnisprogramm voll auf Kurs. Wir haben die Potenziale, die wir uns bis 2025 vorgenommen haben, bereits in den Büchern stehen. Mit viel Disziplin auf der Ausgabe- und Kreativität, wie wir neue Einnahmen generieren, werden wir unsere Ziele erreichen und auch die aktuellen Herausforderungen meistern. Davon bin ich fest überzeugt.

Was wir aber ebenfalls brauchen – und mit „wir“ meine ich nicht Porsche allein, sondern die Automobilbranche insgesamt als deutsche Schlüsselindustrie: Wir benötigen Rahmenbedingungen, die es uns erlauben, unsere Geschäfte erfolgreich weiterzuentwickeln.

5G-Netze

Nehmen wir als Beispiel das 5G-Netz. Da hinkt Deutschland leider immer noch weit hinterher. Beim Ausbau leistungsstarker digitaler Funknetze brauchen wir in unserem Land deutlich mehr Tempo. Denn alle Welt redet heute von voll vernetzten Fahrzeugen, vom autonomen Fahren, von digitalen Fertigungsprozessen. Doch ohne eine leistungsfähige digitale Infrastruktur lässt sich das nicht realisieren.

Wir sind durchaus bereit, unseren Teil dazu beizutragen. Porsche hat sich entschieden, an einigen deutschen Standorten eigene 5G-Campusnetze aufzubauen, darunter unser Stammsitz in Zuffenhausen. Noch in diesem Jahr sollen die Netze an den Start gehen.

Aber das kann nur ein erster Schritt sein. Wir brauchen 5G flächendeckend, entlang der Autobahnen und Bundesstraßen.

Ausblick 2020

Doch 5G ist nicht das einzige Thema, das mir Sorgen bereitet. Bereits Ende vergangenen Jahres hat die globale Konjunktur spürbar an Dynamik verloren. Dies ist nicht zuletzt auf den Aufbau von Handelshemmnissen zurückzuführen.

Mit einem regelrechten Schock hat das Jahr 2020 begonnen. Die Coronavirus-Pandemie hat die Weltwirtschaft sehr stark ausgebremst. Die internationale Automobilindustrie trifft sie mitten in einer herausfordernden Phase der Transformation. Und das mit einer Wucht, wie es niemand für möglich gehalten hätte.

Noch ist ein Abflauen der globalen Pandemie nicht abzusehen. Eines steht aber schon heute fest: Die wirtschaftlichen Folgen sind weitreichend. Die Aktienkurse sind weltweit eingebrochen, die PKW-Nachfrage auch. Und vielerorts stockt die Produktion.

Die Finanz- und Wirtschaftspolitik hat darauf reagiert. Es bleibt zu hoffen, dass die eingeleiteten Maßnahmen schnell greifen.

Von einem bin ich überzeugt: Diese ist nicht die erste Krise, die Porsche erlebt. Und bisher sind wir jedes Mal gestärkt daraus hervorgegangen. Ich bin sehr zuversichtlich, dass dies auch nach der Corona-Krise so sein wird. In China streben unsere Kollegen bereits jetzt in Richtung Normalisierung. Auch das bestärkt mich in meiner Zuversicht.

Ihnen und Ihren Familien wünsche ich, dass Sie die aktuelle Krise gesundheitlich wie wirtschaftlich gut überstehen.

Vielen Dank und alles Gute!