



PORSCHE

ÜBER DIESEN BERICHT

Berichtsinhalte und -zeitraum

Der vorliegende erste Nachhaltigkeitsbericht von Porsche informiert über die wesentlichen Aktivitäten zu den Themen „Wirtschaft und Kunden“, „Produktverantwortung“, „Umwelt und Energie“, „Mitarbeiter“ und „Gesellschaft“ sowie über die strategische Verankerung und das Nachhaltigkeitsmanagement im Unternehmen. Zielsetzungen und Maßnahmen sind in Form eines Nachhaltigkeitsprogramms enthalten. Kennzahlen und relevante Daten sind kompakt am Ende des Berichts aufgeführt. Der Prozess der Datenerhebung und -erfassung erfolgte über verschiedene unternehmensinterne Berichts- und Bearbeitungssysteme. Die anschließende Konsolidierung und Prüfung trägt zur Zuverlässigkeit der Daten bei. Der Porsche Nachhaltigkeitsbericht 2013 bezieht sich auf den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2013. Informationen zu wesentlichen Aktivitäten, die vor diesem Zeitraum durchgeführt wurden, sind im Sinne der Vollständigkeit ebenfalls enthalten. Stichtag aller Daten ist der 31. Dezember 2013. Redaktionsschluss war im April 2014. Alle Angaben beziehen sich, sofern nicht anders angegeben, auf die Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG und die Porsche Leipzig GmbH.

Berichtsstandard

Der Porsche Nachhaltigkeitsbericht 2013 wurde in Übereinstimmung mit dem Leitfaden der Global Reporting Initiative (GRI G3) verfasst. Im GRI-Index wird die Erfüllung der Indikatoren der Global Reporting Initiative dargestellt. Gemäß Prüfbescheinigung durch GRI wurde mit dem Level A+ der höchste Anwendungsgrad erreicht.

Externe Prüfung

Die quantitativen Angaben im Kapitel „Kennzahlen und Daten“ wurden durch die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Ernst & Young GmbH einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Die Prüfbescheinigung ist auf Seite 98f. zu finden.

Berichtszyklus

Der Porsche Nachhaltigkeitsbericht erscheint vollständig überarbeitet im zweijährlichen Zyklus; der nächste Bericht wird 2016 veröffentlicht. Die Aktualisierung der wesentlichen Kennzahlen erscheint 2015 und wird im Internet abrufbar sein.

DER VORSTAND

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



LUTZ MESCHKE
FINANZEN UND IT

„Nur wer auch wirtschaftlich erfolgreich ist, kann sich für Umwelt und Gesellschaft einsetzen – deshalb bauen wir auf ökonomische Stabilität und wertschaffendes Wachstum.“

UWE-KARSTEN STÄDTER
BESCHAFFUNG

„Beschaffung bei Porsche bedeutet das Sicherstellen von ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltigen Lieferbeziehungen – das heißt, die Einhaltung unserer Nachhaltigkeitsanforderungen durch die Lieferanten ist maßgeblich für eine erfolgreiche Zusammenarbeit.“

THOMAS EDIG
STELLV. VORSTANDSVORSITZENDER
PERSONAL- UND SOZIALWESEN

„Bei allem, was wir tun, geht es in erster Linie um die Menschen. Für sie tragen wir eine ganz besondere Verantwortung. Mit unserer leistungsorientierten und sozialen Unternehmenskultur wollen wir auch zukünftig ein attraktiver Arbeitgeber für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sein.“



MATTHIAS MÜLLER
VORSTANDSVORSITZENDER

WOLFGANG HATZ
FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

BERNHARD MAIER
VERTRIEB UND MARKETING

DR. OLIVER BLUME
PRODUKTION UND LOGISTIK

„Um die Zukunfts- und Leistungsfähigkeit unseres Unternehmens zu sichern, integrieren wir Nachhaltigkeitsaspekte bewusst in unsere strategischen Ziele und Geschäftsbereiche.“

„Mobilität muss umwelt- und ressourcenschonend gestaltet werden. Diesen Anspruch löst Porsche konsequent ein – und verknüpft ihn mit einem faszinierenden sportlichen Fahrerlebnis.“

„Luxus und Nachhaltigkeit bedeuten heute: Etwas zu besitzen und zu erleben, das auch morgen noch Bestand hat. Nicht umsonst fahren heute noch über zwei Drittel aller jemals gebauten Porsche.“

„Nachhaltigkeit in der Produktion beginnt mit der Gestaltung ressourceneffizienter Fabrikanlagen und Fertigungsprozesse.“

INHALT

Brief des Vorstandsvorsitzenden **004**
Intelligent Performance und Nachhaltigkeit **006**
Über Porsche **008**
Nachhaltigkeitsmanagement **012**

WIRTSCHAFT 022

Kunden, Händler und Lieferanten **022**
Governance **026**
Ökonomie **029**

PRODUKTVERANTWORTUNG 030

Elektrifizierend **032**
Produktökologie **036**
Produktsicherheit **040**

UMWELT UND ENERGIE AN DEN STANDORTEN 044

Zwei Werke – ein Ziel **046**
Betriebliches Umwelt- und Energiemanagement **050**

MITARBEITER 056

Reise in eine hellere Zukunft **058**
Porsche Kultur **064**
Aus- und Weiterbildung **069**
Vorsorge und Beratung **070**

GESELLSCHAFT 072

Premium trifft Premium **074**
Soziales **080**
Bildung und Wissenschaft **081**
Kultur **082**
Sport **083**

Performance und Potenziale **084**
Kennzahlen und Daten **086**
Emissions- und Verbrauchsangaben **096**
Bescheinigung des unabhängigen Wirtschaftsprüfers **098**
Zertifikat zum GRI Level Check **100**
GRI Index **U5**



BRIEF DES VORSTANDSVORSITZENDEN

Sehr geehrte Damen und Herren,

faszinierende Fahrzeuge sind unser Metier. Dafür stehen in den Augen vieler Automobil-enthusiasten drei Ziffern: 911. Die Ikone unter den Sportwagen ist 2013 ein halbes Jahr-hundert alt geworden – und der Elfer ist attraktiver und moderner denn je. Wir entwickeln Fahrzeuge für das Herz, aber auch das Hirn: Mit der Einführung des Panamera S E-Hybrid und des 918 Spyder haben wir im vergangenen Jahr unser Leistungspotenzial im Premium-segment erneut eindrucksvoll unter Beweis gestellt. Porsche gelingt es mit der Plug-in-Hybridtechnologie, die Fahrleistungen eines Sportwagens mit den Verbrauchswerten eines Kleinwagens zu verbinden.

Solche erfolgreichen technologischen Innovationen bringen wir nur mit hoch motivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auf die Straße. Ihnen wollen wir als attraktiver Arbeitgeber optimale Bedingungen und Entwicklungsmöglichkeiten sowie den bestmöglichen Einklang von Beruf und Familie bieten.

Die hohe Akzeptanz für unser Unternehmen und für unsere Produkte erreichen wir nur dann, wenn wir offen für gesellschaftliche Entwicklungen bleiben. Eine zentrale Aufgabe für Porsche besteht darin, stets die Balance zwischen ökonomischem, ökologischem und sozialem Engagement zu halten. Dies ist angesichts unseres wachstumsstarken Unterneh-mens eine Herausforderung. Wir haben dafür klare Gradmesser und Steuerungsinstrumente entwickelt, etwa in Form von Nachhaltigkeitskennzahlen.

Porsche ist auf vielfältige Weise in die Gesellschaft eingebunden. Nachhaltig zu agieren, heißt für uns, Verantwortung für Mensch, Umwelt und Gesellschaft zu übernehmen. Wir möchten Sie mit dem vorliegenden Bericht erstmals über die Bereiche und Ziele des nach-haltigen Handelns bei Porsche informieren. Wo wir stehen und wohin wir wollen.

Wir haben die unterschiedlichsten Anspruchsgruppen – unsere Stakeholder – danach gefragt, worin sie die Hauptaufgaben des Nachhaltigkeitsmanagements bei Porsche sehen. Die Ergebnisse dieser Umfrage finden Sie in diesem Bericht.

In der Vergangenheit haben wir auf dem Weg zu nachhaltigem Handeln und Wirtschaften bereits viel erreicht. Das betrifft unsere Fahrzeuge, unsere Mitarbeiter, unsere Standorte, unsere Position in der Gesellschaft. Typisch für Porsche: Das genügt uns nicht, wir wollen noch besser werden. Unsere ambitionierten Nachhaltigkeitsziele werden wir in einem spe-ziell entwickelten Maßnahmen-Programm Schritt für Schritt umsetzen.

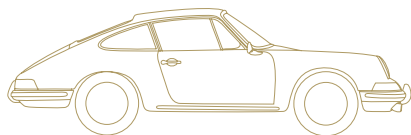
Ich lade Sie ein, mit uns in den Dialog zu treten – dieser Nachhaltigkeitsbericht soll ein erster Schritt dazu sein.



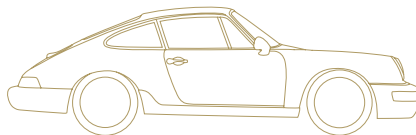
Matthias Müller

INTELLIGENT PERFORMANCE UND NACHHALTIGKEIT ALS EINHEIT

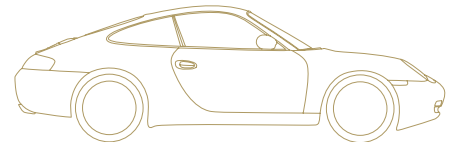
Spitzenleistung und Nachhaltigkeit sind nur auf den ersten Blick Gegensätze. Tatsächlich bedingen sie sich sogar.



1963 PORSCHE 911

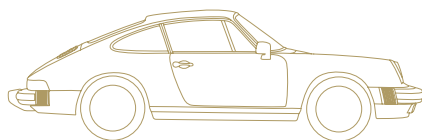


1988 PORSCHE 964

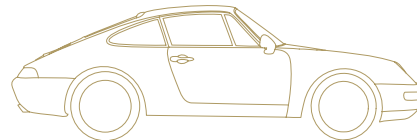


1997 PORSCHE 996

1973 PORSCHE G-MODELL



1993 PORSCHE 993

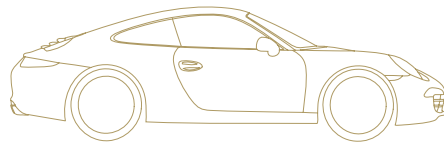


Die Frage provoziert, aber sie ist erlaubt: Wie nachhaltig arbeitet ein Hersteller exklusiver Premium-Sportwagen? Die Antwort ist einfach: Gerade weil Porsche sportliche Fahrzeuge der Spitzenklasse entwickelt und fertigt, kommt der Nachhaltigkeit eine besondere Bedeutung zu. Insofern unterscheidet sich Porsche nicht von einem Spitzensportler: Wer langfristig Hochleistung entwickeln will, muss seine Kräfte sorgsam und gezielt einsetzen und mit seinen Ressourcen haushalten.

Sowohl technische Spitzenleistungen als auch Nachhaltigkeit setzen die ständige Suche nach Verbesserung voraus. Sie ist ein wesentlicher Bestandteil der Porsche DNA. Dies manifestiert sich bei Porsche vor allem im 911. Dieser Sportwagen ist nicht nur das Herz von Porsche, sondern das fahrende Beispiel für Nachhaltigkeit. Mittlerweile 50 Jahre und in siebter Generation produziert, hat er

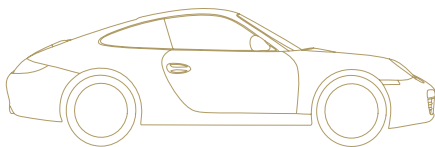
nichts von seiner Faszination eingebüßt. Und gleichzeitig in jeder Disziplin gewonnen. Die Motorleistung des 911 hat sich im Laufe seiner Karriere verdreifacht – Benzinverbrauch und Bremsweg haben sich dagegen verringert, von Abgasemissionen ganz zu schweigen. Ein ganz anderer Aspekt von Nachhaltigkeit: In 50 Jahren sind mehr als 800.000 Porsche 911 gebaut worden. Die weit überwiegende Mehrzahl von ihnen fährt immer noch auf den Straßen dieser Welt – wir bei Porsche halten dies für einen intelligenten Einsatz von Ressourcen.

Hochleistungsfahrzeuge entstehen nur durch leistungsfähige Mitarbeiter. Sie werden bei Porsche gefordert, aber auch gefördert. Ob intern oder extern, Unternehmen und Mitarbeiter handeln nach ethischen Grundsätzen – ein fairer und offener Umgang miteinander ist die Basis der Porsche Kultur. Dazu gehört auch ein schonender Umgang mit



2011 PORSCHE 991

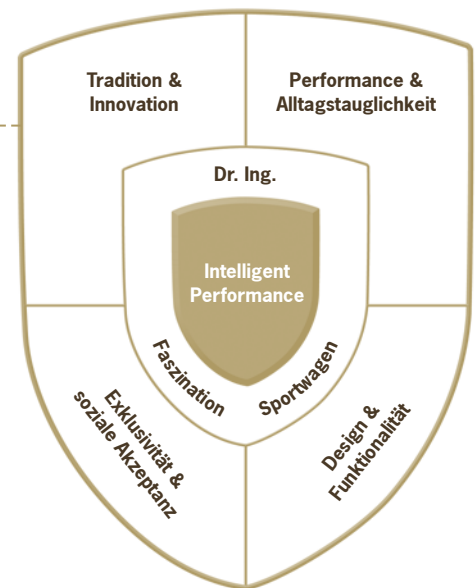
2004 PORSCHE 997



der Umwelt. Als lokal und regional verwurzeltes Industrieunternehmen ist sich Porsche auch an dieser Stelle seiner unternehmerischen und gesellschaftlichen Verantwortung bewusst.

Intelligent Performance ist für Porsche nicht nur der Markenkern, sondern ein ständiges Ziel in allen Bereichen. Das fortwährende Streben nach Bestform, es betrifft nicht nur die sportlichen Fahrzeuge, sondern das Unternehmen als Ganzes. Dies ist mit nachhaltigem Denken und Handeln besser zu erreichen.

Dabei werden scheinbare Gegensätze aufgelöst, wie erneut die Sportwagenikone 911 deutlich macht. Sie kombiniert seit einem halben Jahrhundert Tradition und Innovation. Daraus ist inzwischen Innovation aus Tradition geworden. Trotz herausragender Performance ist der Elfer uneinge-



Die Markenwerte – Verbindung scheinbarer Gegensätze

schränkt alltagstauglich, trotz seines aufregenden Designs funktionell. Seine Gene stecken in jedem Porsche. Und vielleicht ist dies der besondere Reiz eines Porsche: die Kombination aus Exklusivität und sozialer Akzeptanz. Diese scheinbaren Gegensätze machen Porsche aus und sind unsere Markenwerte. Kurzum: Intelligent Performance.



ÜBER PORSCHE

Mit technologisch und qualitativ hochwertigen Fahrzeugen profitabel wachsen – was Porsche in den vergangenen Jahren als Unternehmensziel bereits erfolgreich umgesetzt hat, bleibt auch die Devise für die Zukunft.

UNTERNEHMENSZIELE 2018

Die zentralen Unternehmensziele unserer „Strategie 2018“ folgen der Porsche Vision – „Wir sind der erfolgreichste Hersteller exklusiver Sportwagen“ – und bilden den Rahmen für das strategisch übergeordnete Ziel „Wertschaffendes Wachstum“:

- Unsere Kunden begeistern wir langfristig durch ein einzigartiges Kauf- und Besitzerlebnis.
- Mit einer Kapitalrendite von ≥ 21 Prozent und einer Umsatzrendite von ≥ 15 Prozent ist Porsche weltweit einer der profitabelsten Automobilhersteller.
- Für unsere Mitarbeiter bleiben wir ein exzellenter Arbeitgeber, für unsere Händler und Lieferanten ein exzellenter Partner.
- Wir steigern den Absatz auf mehr als 200.000 Fahrzeuge und behalten ein Porsche typisches Preispremium bei.

PRODUKTPORTFOLIO

Porsche ist weltweit in 126 Märkten vertreten und der führende Hersteller exklusiver Sportwagen. Diese Marktposition wird über exklusive Produkte, ein individuelles Angebot und eine intensive Kundenbetreuung abgesichert. Die bisher bestehenden Baureihen 911, Boxster/Cayman, Panamera und Cayenne werden 2014 um eine weitere Modellreihe und einen Sportwagen ergänzt. Der neue Macan feierte im November 2013 auf der Auto Show in Los Angeles (USA) seine Weltpremiere. Die Auslieferung der ersten Fahrzeuge erfolgte im Frühjahr 2014. Die Präsentation des 918 Spyder mit Hochleistungs-Plug-in-Hybridantrieb war im September 2013 ein Höhepunkt der Internationalen Automobilausstellung (IAA) in Frankfurt am Main.

Mit dem Macan präsentiert Porsche erstmals in der Unternehmensgeschichte ein Fahrzeug im Segment der kompakten SUV (Sport Utility Vehicle). Die Produktpalette umfasst zur Markteinführung drei Modelle – Macan S, Macan S Diesel und Macan Turbo. Gefertigt wird der kompakte Sportgeländewagen im eigens dafür ausgebauten Werk in Leipzig. Die Fertigungsanlagen sind für eine Kapazität von rund 50.000 Einheiten pro Jahr ausgelegt.



Familienzuwachs: Der Macan erweitert die Modellpalette

Die am häufigsten nachgefragte Porsche Baureihe war in den vergangenen Jahren der Cayenne. Die aktuelle Generation des SUV wurde 2010 vorgestellt. Höhepunkt war dabei die Weltpremiere des Cayenne S Hybrid, mit dem Porsche erstmals ein Fahrzeug mit Hybridantrieb vorstellte.

PANAMERA S E-HYBRID WELTWEIT
ERSTER SEINER KLASSE

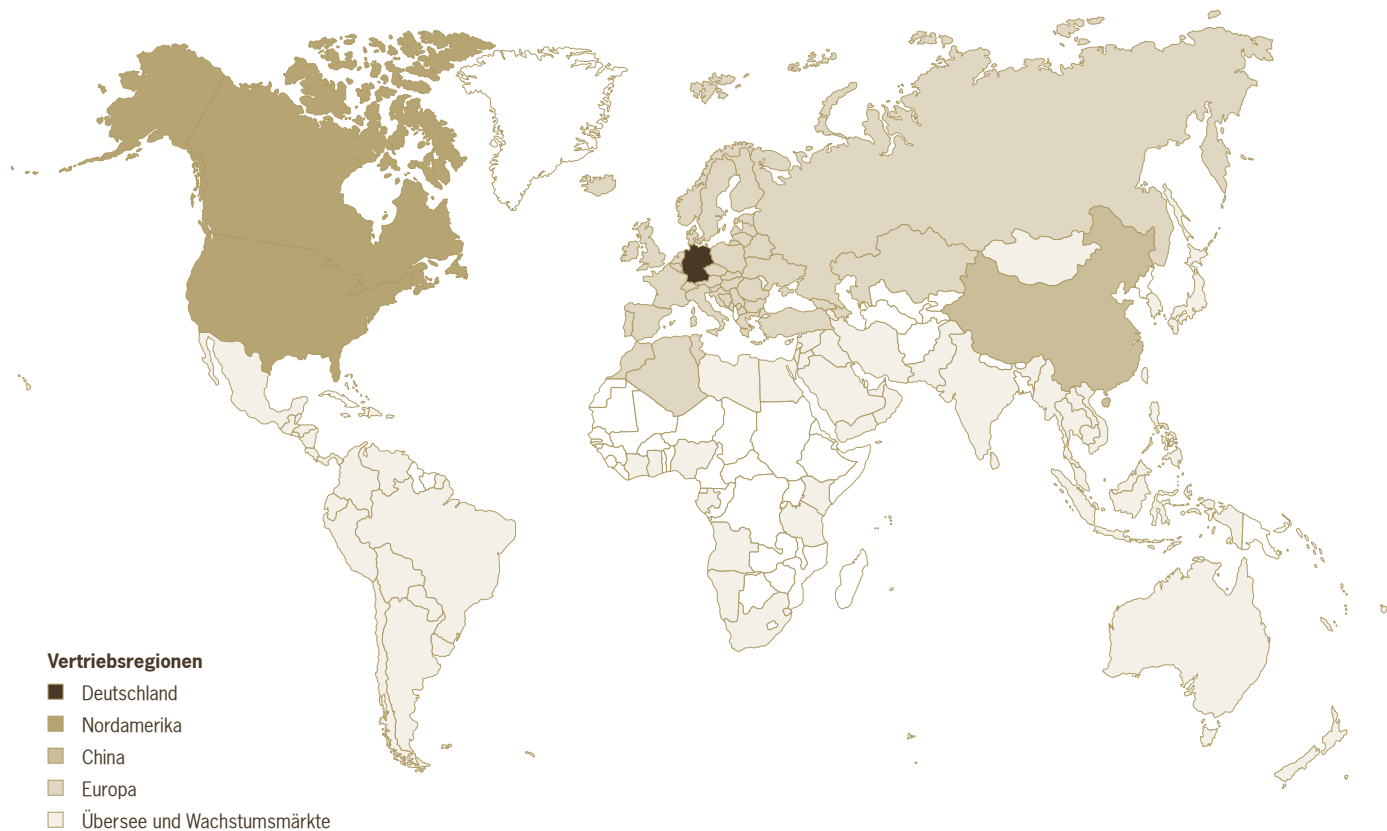
Hybridantriebe kombinieren zwei unterschiedliche Antriebssysteme: Verbrennungs- und Elektromotor. Dies senkt bei einem intelligenten Zusammenspiel beider Antriebsarten sowohl den Kraftstoffverbrauch als auch die Emissionen. Hybridfahrzeuge fahren im Idealfall in besonders umweltsensiblen Bereichen, wie etwa in Städten, extrem leise und abgasfrei. Plug-in-Hybride verfügen zusätzlich über eine externe Auflademöglichkeit, zum Beispiel über Nacht an der Steckdose. Das erste funktionsfähige Hybridautomobil der Welt entwickelte unser Unternehmensgründer Ferdinand Porsche bereits im Jahr 1900. Er war damit seiner Zeit weit voraus.

Weitere faszinierende neue Entwicklungen in diesem Bereich stellte Porsche im Rahmen der Präsentation des 918 Spyder vor. Der Supersportwagen kombiniert drei Antriebsquellen: zwei Elektromotoren und einen V8-Verbrennungsmotor mit Rennsportgenen. Damit verbindet der 918 Spyder dank seines höchst effizienten Plug-in-Hybrid-Antriebs maximale Fahrdynamik mit minimalem Verbrauch (3,1 Liter pro 100 Kilometer im Normfahrzyklus NEFZ).

Als traditionsreichstes Porsche Modell gilt seit seiner Präsentation im Jahr 1963 der 911. Die neueste Generation der Sportwagenikone feierte auf der IAA 2011 ihre Weltpremiere. Die neue Leichtbau-Karosserie leistet einen erheblichen Anteil an der Gewichtsreduktion von bis zu 65 Kilogramm. Im Vergleich zur Vorgängergeneration sanken Verbrauch und Emissionen um bis zu 16 Prozent.

Seit 2012 geht Porsche beim Mittelmotor-Roadster Boxster neue Wege. Die aktuelle Generation der Baureihe verfügt neben einer erhöhten Motorleistung über diverse verbrauchseinsparende Komponenten wie eine komplett neue Leichtbau-Karosserie. Ebenfalls im Jahr 2012 vorgestellt wurde die dritte Generation des Cayman. Wie der 911 und der Boxster besitzt auch der aktuelle Cayman eine Leichtbau-Karosserie, die Verbrauchseinsparungen bei gleichzeitig gesteigerten Fahrleistungen erlaubt.

PORSCHE WELTWEIT: IN 126 MÄRKTEN AKTIV



Seit 2009 verfügt Porsche mit dem Panamera über einen Gran Turismo in seiner Modellpalette. Mit der Präsentation der zweiten Generation im Berichtsjahr 2013 erfolgte auch die Einführung des Panamera S E-Hybrid, des weltweit ersten Fahrzeugs seiner Klasse mit Parallel-Vollhybrid und externer Auflademöglichkeit am Stromnetz.

Beim Panamera S sorgt – im Vergleich zum Vorgängermodell – eine Verringerung des Hubraums durch die Reduzierung der Zylinderzahl von acht auf sechs (Downsizing) in Kombination mit Turboladung für höhere Leistung bei gleichzeitig geringerem Verbrauch und optimierten Abgaswerten.

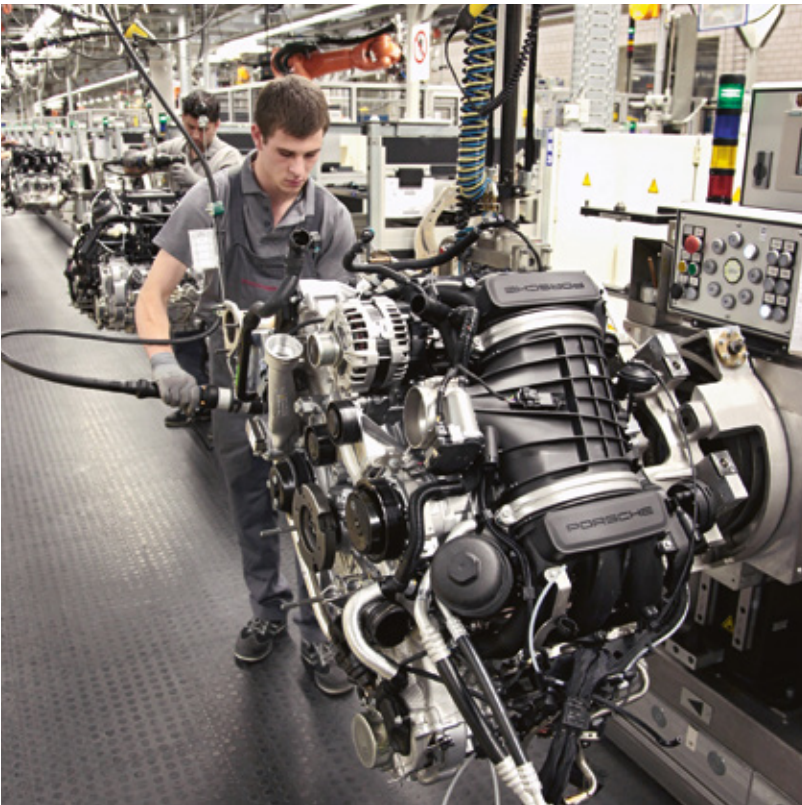
MÄRKTE

Nachdem das Unternehmen bereits im Geschäftsjahr 2012 einen Auslieferungsrekord von 141.075 Neufahrzeugen erzielte (2011: 118.868 Fahrzeuge), wurde diese Zahl im Berichtsjahr 2013 mit 162.145 Auslieferungen erneut übertroffen.

Der durch die Eurokrise und die allgemeine Wirtschaftslage stark angeschlagene Automobilmarkt in Europa sorgte im Berichtsjahr 2013 auch im Premiumsegment für ein schwieriges Marktumfeld. Porsche verzeichnete dennoch eine insgesamt positive Entwicklung. Auch vor dem inländischen Automobilmarkt machte die insgesamt schleppende Entwicklung nicht halt. Trotzdem knüpfte Porsche in Deutschland an sein Rekordjahr 2012 (17.526 Auslieferungen an Kunden) an und steigerte die Auslieferungen mit 20.638 Neufahrzeugen erneut um 18 Prozent.

Die USA blieben für Porsche mit einer Gesamtzahl von 42.323 Neuauslieferungen auch im Berichtsjahr 2013 der erfolgreichste Einzelmarkt. Bereits 2012 erzielte das Unternehmen in seinem größten Absatzmarkt einen Rekordwert von 35.043 Auslieferungen.

Nachdem die Region China schon in den vergangenen Jahren Porsches zweitgrößten Markt darstellte, bestätigte das Unternehmen seinen Wachstumspfad (Neuauslieferungen 2011: 24.340; 2012: 31.205) auch in 2013. Im Berichtsjahr wurden insgesamt 37.425 Neufahrzeuge ausgeliefert – ein Zuwachs von 20 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.



Starker Antrieb: Motorenfertigung in Stuttgart-Zuffenhausen

Einen wichtigen Baustein des Unternehmenserfolgs in China bildet der deutliche Ausbau des Händlernetzes auf nun 63 Betriebe.

WESENTLICHE STANDORTE

Zuffenhausen

Das Herz von Porsche schlägt in Stuttgart-Zuffenhausen. Hier ist die Konzernzentrale mit der Geschäftsleitung, dem Vertrieb und Marketing, Personal- und Sozialwesen sowie dem Ressort Finanzen und IT angesiedelt. Insgesamt arbeiten in Zuffenhausen rund 7.200 Menschen.

Und Porsche wächst in Zuffenhausen: Seit 2010 hat sich die Grundstücksfläche auf mehr als 614.000 Quadratmeter verdoppelt. Zahlreiche Um- und Neubauten zeigen, wie viel in den Standort investiert wird – insgesamt mehr als 500 Millionen Euro. Ein neues Rechenzentrum ist ebenso entstanden wie eine moderne und umweltverträgliche Lackiererei oder der neue KarosSENSpeicher. Ein neues Ausbildungszentrum wird 2015 in Betrieb gehen, der neue Motorenbau 2016. Die frühere Lackiererei wurde zur Manufaktur für den 918 Spyder und zahlreiche Bürogebäude auf dem von Porsche erworbenen ehemaligen Alcatel-Lucent-Gelände umgebaut. Im Rahmen der Erweiterungen ist die Zahl der Beschäftigten im Stammwerk gestiegen. Mehr Menschen bedeuten gleichzeitig, dass die Sozialeinrichtungen für die Mitarbeiter ausgebaut werden müssen. Auch das gehört für uns zur Verantwortung.

Weissach

Seit 1971 hat das Porsche Entwicklungszentrum seinen Sitz in Weissach. Rund 4.500 Mitarbeiter haben hier ihren Arbeitsplatz. In den kommenden Jahren wächst das Entwicklungszentrum weiter. Der Standort wird um ein hochmodernes Design-Studio, einen High-Tech-Windkanal sowie ein Elektronik-Integrations-Zentrum vergrößert und modernisiert. 2011 haben die Arbeiten zur Erweiterung begonnen. Porsche investiert rund 150 Millionen Euro in den Standort. Im Juli 2014 werden die Gebäude offiziell eröffnet. Im Entwicklungszentrum liegen Konstruktionsbüros, Prüfstände, Werkstätten sowie die Motorsportabteilung nahe beieinander. Kurze Wege auf dem Gelände ermöglichen den unmittelbaren und unkomplizierten Austausch zwischen den einzelnen Entwicklungsabteilungen.

Leipzig

In Leipzig wird seit August 2002 der Cayenne produziert. 2003 startete die Produktion des auf 1.270 Exemplare limitierten Porsche Carrera GT – bis Mai 2006 entstanden in Handarbeit täglich drei der Supersportwagen. Seit 2009 wird außerdem der Panamera im Werk Leipzig gebaut. Das Werk besitzt neben einem Kundenzentrum auch eine Teststrecke – sie ist durch den Dachverband des Automobilsports FIA zertifiziert – sowie eine Geländestrecke. 2011 wurde der Grundstein zur zweiten Erweiterung des Werks gelegt. Mit diesem Meilenstein wird die erfolgreiche Geschichte des sächsischen Porsche Standorts fortgeschrieben. Für die Ende 2013 gestartete Fertigung der fünften Porsche Baureihe, des Macan, investiert das Unternehmen weitere 500 Millionen Euro. Hierfür wurden 1.500 neue Mitarbeiter eingestellt.

Weitere Standorte

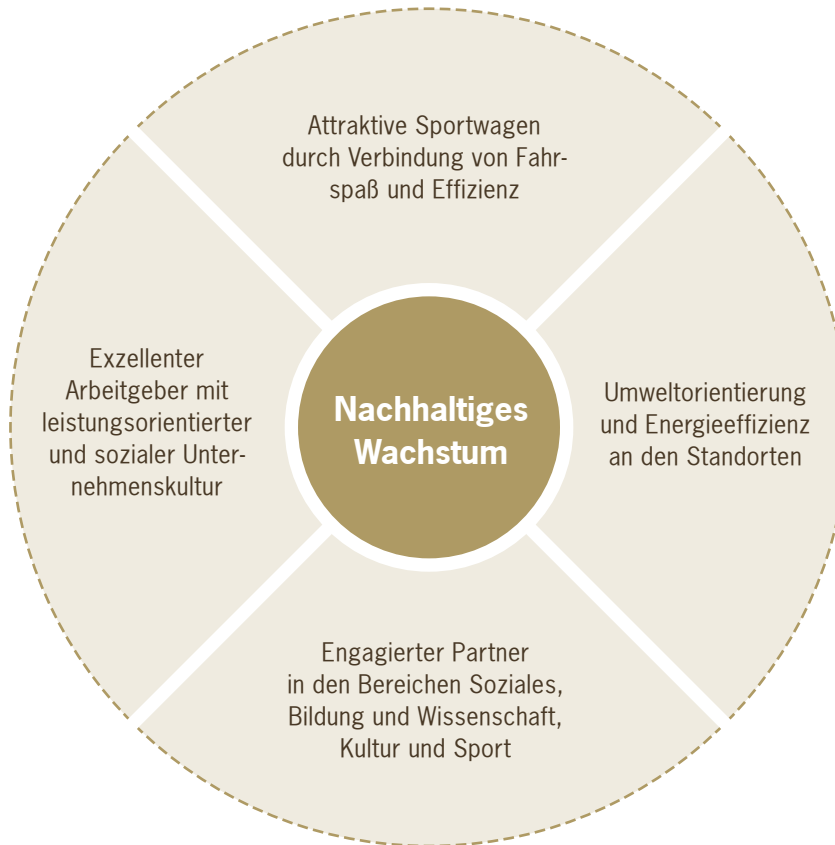
Im Großraum Stuttgart sind an den Standorten Bietigheim-Bissingen, Ludwigsburg und Sachsenheim weitere Tochtergesellschaften angesiedelt.

KONSOLIDIERUNGSKREIS

Seit dem 1. August 2012 ist die Volkswagen AG alleiniger Gesellschafter der Porsche Holding Stuttgart GmbH, die 100 Prozent des Aktienkapitals der Porsche AG hält. Zwischen der Porsche Holding Stuttgart GmbH und der Porsche AG sowie zwischen der Porsche AG und ihren wesentlichen inländischen Tochtergesellschaften bestehen Beherrschungs- und Gewinnabführungsverträge. Der Konsolidierungskreis des Porsche AG Konzerns umfasst insgesamt 101 vollkonsolidierte Unternehmen, von denen 25 im Inland und 76 im Ausland ihren Sitz haben.

Im Berichtszeitraum gab es keine wesentlichen Veränderungen hinsichtlich der Struktur und Eigentumsverhältnisse des Unternehmens.

NACHHALTIGKEITSZIELE DER PORSCHE AG



NACHHALTIGKEITS- MANAGEMENT

Nachhaltigkeit ist bei Porsche Chefsache: Die neu eingerichtete „Geschäftsstelle Nachhaltigkeit“ ist daher direkt im Ressort des Vorstandsvorsitzenden der Porsche AG angesiedelt. Das bedeutet: Neben dem Kerngeschäft, der Entwicklung, Produktion und dem Vertrieb von sportlichen und faszinierenden Fahrzeugen, ist die Übernahme von Verantwortung für Mensch, Umwelt und Gesellschaft eine zentrale Aufgabe des Unternehmens.

ZIELE UND STRUKTUR

Porsche verfolgt mit der „Strategie 2018“ klar formulierte Ziele. Diese strebt Porsche mit definierten Programmen an, mit innovativen Ideen, strukturierten Prozessen und hoher sozialer Verantwortung. Gerade als Hersteller exklusiver Sportwagen sieht sich Porsche in der Pflicht, die soziale Akzeptanz des Unternehmens und seiner Produkte durch gesellschaftlich und ökologisch verantwortungsbewusstes Handeln weltweit zu steigern. Porsche verfolgt nicht nur ökonomische Ziele, sondern will nachhaltig wachsen, mit attraktiven Sportwagen, die gleichzeitig bestmögliche Sportlichkeit und Fahrspaß mit maximaler Effizienz verbinden. Den Mitarbeitern will Porsche ein exzellenter Arbeitgeber mit einer leistungsorientierten, aber dennoch sozialen Unternehmenskultur sein und an den Standorten umweltorientiert und energieeffizient produzieren. Dazu gehört eine funktionierende Sozialpartnerschaft mit dem Betriebsrat. All das summiert sich in der einzigartigen Porsche Kultur. Außerhalb der Unternehmensgrenzen sehen die Nachhaltigkeitsziele vielfältiges Engagement für Soziales, Bildung und Wissenschaft, Kultur und Sport vor. Zentrale Aufgabe von Porsche ist es, eine Balance zwischen ökonomischem, ökologischem und sozialem Engagement zu schaffen und dieses kontinuierlich fortzuentwickeln. Im Nachhaltigkeitsprogramm wurden die Nachhaltigkeitsziele weiter konkretisiert.

Typisch für Porsche ist das unablässige Streben nach Verbesserung: Im Zuge einer intensiven Bestandsaufnahme wurde das Unternehmen hinsichtlich seiner ökonomischen, ökologischen und gesellschaftlichen Themen im Berichtsjahr analysiert. Dabei wurden nicht nur bestehende Aktivitäten und Maßnahmen erfasst, sondern ebenfalls noch offene Punkte identifiziert.

HANDLUNGSFELDER

Als Ergebnis dieser Analyse wurde das Thema Nachhaltigkeit für Porsche nach fünf konkreten Handlungsfeldern strukturiert, anhand derer auch der vorliegende Bericht aufgebaut ist:

- Wirtschaft und Kunden
- Produktverantwortung
- Umwelt und Energie an den Standorten
- Mitarbeiter
- Gesellschaft

Die ersten vier Handlungsfelder liegen dabei innerhalb der Grenzen der eigenen unternehmerischen Tätigkeiten.

In den Bereich „Gesellschaft“ fällt Porsches Engagement für Soziales, Bildung und Wissenschaft, Kultur sowie Sport.

NACHHALTIGKEITSORGANISATION

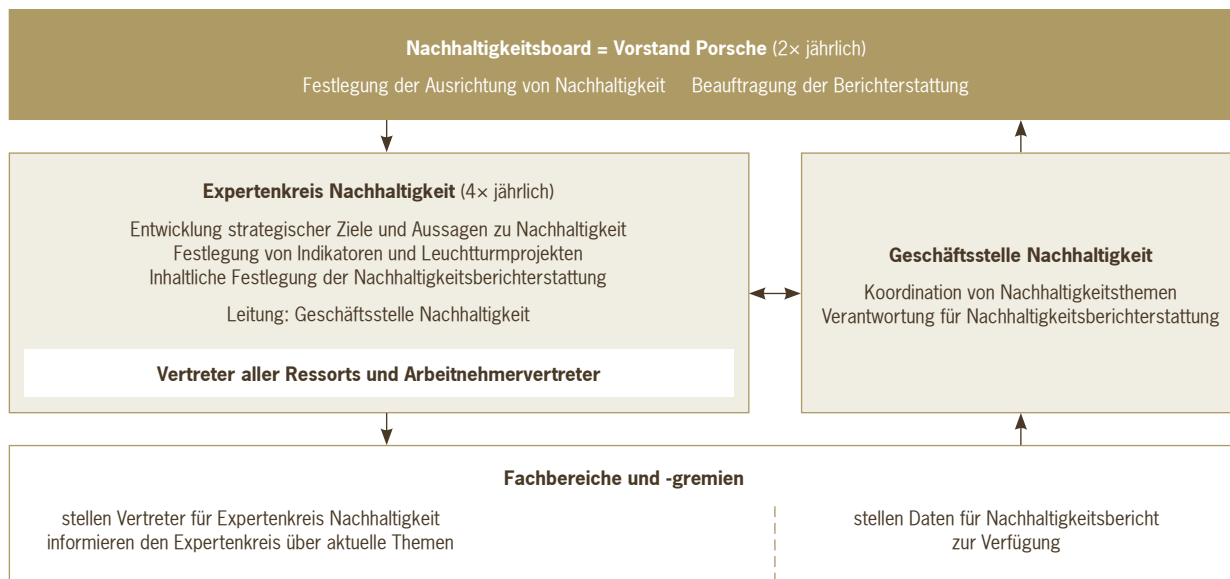
Im Berichtsjahr hat Porsche das Thema Nachhaltigkeit organisatorisch neu strukturiert sowie klare Zuständigkeiten und Kommunikationsmechanismen etabliert, die sich an der bestehenden Struktur im Volkswagen Konzern orientieren. Hierarchisch ist das Thema durch diese Veränderungen auf der höchsten Leitungsebene des Unternehmens verankert. Der Vorstand tritt zwei Mal im Jahr als sogenanntes „Nachhaltigkeitsboard“ zusammen und legt die strategische Ausrichtung von Porsche in Sachen Nachhaltigkeit fest. Darüber hinaus beauftragt das Nachhaltigkeitsboard die Berichterstattung zur ökologischen und gesellschaftlichen Verantwortung des Unternehmens. Die Mitglieder des Nachhaltigkeitsboards haben außerdem „Patenschaften“ für die in ihr jeweiliges Vorstandsressort fallenden Handlungsfelder übernommen und agieren als Fürsprecher für die hier angesiedelten Maßnahmen und Ziele.

Handlungsfeld

Wirtschaft und Kunden	Lutz Meschke (Vorstand Finanzen und IT), Uwe-Karsten Städter (Vorstand Beschaffung), Bernhard Maier (Vorstand Vertrieb und Marketing)
Produktverantwortung	Wolfgang Hatz (Vorstand Forschung und Entwicklung)
Umwelt und Energie/Standorte	Dr. Oliver Blume (Vorstand Produktion und Logistik)
Mitarbeiter	Thomas Edig (Vorstand Personal- und Sozialwesen)
Gesellschaft	Matthias Müller (Vorstandsvorsitzender)

Als Schnittstelle für alle nachhaltigkeitsrelevanten Themen im Unternehmen fungiert die neu geschaffene „Geschäftsstelle Nachhaltigkeit“. Sie ist organisatorisch eingegliedert in die Hauptabteilung „Politik und Gesellschaft“. Dieser Bereich berichtet direkt an den Vorstandsvorsitzenden. Nachhaltigkeit ist bei Porsche also Chefsache. Die Geschäftsstelle ist mit der Koordination aller Nachhaltigkeitsthemen und der Berichterstattung betraut und stellt darüber hinaus eine kontinuierliche und klare Kommunikation zwischen den verschiedenen am Prozess beteiligten Organisationseinheiten sicher.

DIE NACHHALTIGKEITSORGANISATION BEI PORSCHE



Für die Definition konkreter strategischer Ziele und Aussagen zum Thema Nachhaltigkeit ist der ebenfalls neu geschaffene „Expertenkreis Nachhaltigkeit“ zuständig. Er ist ressortübergreifend organisiert und setzt sich aus Mitgliedern aller nachhaltigkeitsrelevanten Fachbereiche zusammen. In seiner Geschäftsordnung hat der Expertenkreis festgelegt, dass er viermal jährlich unter der Leitung der Abteilung „Politik und Außenbeziehungen“ zusammentrifft. Bei diesen Terminen formulieren die Teilnehmer Ziele zum Thema Nachhaltigkeit, entscheiden über Leuchtturmprojekte, Indikatoren zur Nachhaltigkeit und legen die inhaltliche Ausrichtung der Nachhaltigkeitsberichterstattung fest. Die folgenden Fachabteilungen haben ständige Vertreter für die definierten Handlungsfelder sowie den Bereich „Kommunikation“ benannt:

Handlungsfeld	Abteilungen/Gremien
Wirtschaft und Kunden	Prozesse und Porsche Verbesserungsprozess Finanzen und IT; Beschaffungsstrategie und -prozesse; Produktmanagement
Produktverantwortung	Umwelt und Energie Produkt
Umwelt und Energie/Standorte	Umweltschutz; Energiemanagement; Werkstrukturplanung; Porsche Leipzig – Planung
Mitarbeiter	Personalstrategie und Innovationsmanagement; Betriebsrat
Gesellschaft	Politik und Außenbeziehungen; Corporate Social Responsibility
Kommunikation	Unternehmenskommunikation

Die Porsche AG ist gleichzeitig in die Ausrichtung der konzernweiten Nachhaltigkeitsaktivitäten über verschiedene Steuerkreise im Volkswagen Konzern eingebunden.

UNSERE HANDLUNGSLEITLINIEN

Im täglichen Handeln und bei unternehmerischen Entscheidungen orientieren sich sowohl das Management als auch die Mitarbeiter an unternehmensweit gültigen Leitlinien. Diese stellen übergeordnete Grundsätze der Unternehmensführung dar. Sie bilden einen Handlungsrahmen für eine gute und verantwortungsvolle Zusammenarbeit der Mitarbeiter im Einklang mit Recht und Gesetzen und enthalten Grundsätze für Entscheidungs- und Steuerungsprozesse. Der intern kommunizierte Compliance Kodex unterstützt sowohl bei der Einhaltung gesetzlicher Vorgaben als auch unternehmensspezifischer Richtlinien. Im Rahmen der Führungsleitlinien ist die Porsche Kultur ausgiebig beschrieben und dient intern als Leitlinie für Themen wie Mitarbeiterentwicklung, Internationalität und kulturelle Vielfalt sowie konkret auch für Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung. Zahlreiche Betriebsvereinbarungen, Konzern- und Gesellschaftsrichtlinien schaffen darüber hinaus einen regulativen Rahmen.

Das Nachhaltigkeitsboard hat zudem in enger Abstimmung mit dem Expertenkreis Nachhaltigkeit im Berichtsjahr 2013 erstmals Grundsätze verabschiedet, die als Handlungsmaxime für die identifizierten Handlungsfelder der Nachhaltigkeit dienen.

Für alle Nachhaltigkeitsgrundsätze werden Ziele sowie Programme formuliert und umgesetzt. Diese werden jährlich überprüft. Über Nachhaltigkeitsaktivitäten informiert Porsche die Öffentlichkeit regelmäßig mit einem größtmöglichen Maß an Transparenz.

NACHHALTIGKEITSGRUNDSÄTZE**1. Wirtschaft und Kunden**

Zufriedene Kunden, wirtschaftliche Stabilität, wertschaffendes Wachstum und gesellschaftlich akzeptierte Produkte sind Ziel unserer Unternehmensaktivitäten. Wir bekämpfen Korruption und leben fairen Wettbewerb, respektieren die Einhaltung international anerkannter Menschenrechte und lehnen jedwede Form von Zwangs- und Kinderarbeit kategorisch ab.

2. Produktverantwortung

Wir entwickeln qualitativ hochwertige, innovative und langlebige Produkte mit Porsche typischer Performance. Qualität, Umweltverträglichkeit und Sicherheit werden über den gesamten Lebenszyklus der Fahrzeuge hinweg konsequent optimiert.

3. Umweltschutz

Der schonende Umgang mit natürlichen Ressourcen ist ein vorrangiges Ziel unseres Unternehmens. Die Umweltauswirkungen der Entwicklungs- und Herstellungsprozesse sind so gering wie möglich zu halten. Umweltverträglichkeit und der effiziente Einsatz von Energie werden daher kontinuierlich und entlang der gesamten Wertschöpfungskette überprüft und bei Bedarf verbessert.

4. Mitarbeiter

Die Menschen bei Porsche sind das Herz des Unternehmens. Eine leistungsgerechte Vergütung sowie die kontinuierliche Verbesserung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie sind ebenso wie eine permanente Weiterentwicklung und Qualifizierung der Mitarbeiter wichtige Bestandteile der unternehmerischen Verantwortung. Loyalität und gegenseitiges Vertrauen sind Basis des täglichen Arbeitens. Wir leben Sozialpartnerschaft, Chancengleichheit und Mitbestimmung und sorgen damit für einen fairen Ausgleich zwischen Mitarbeiter- und Unternehmensinteressen.

5. Gesellschaft

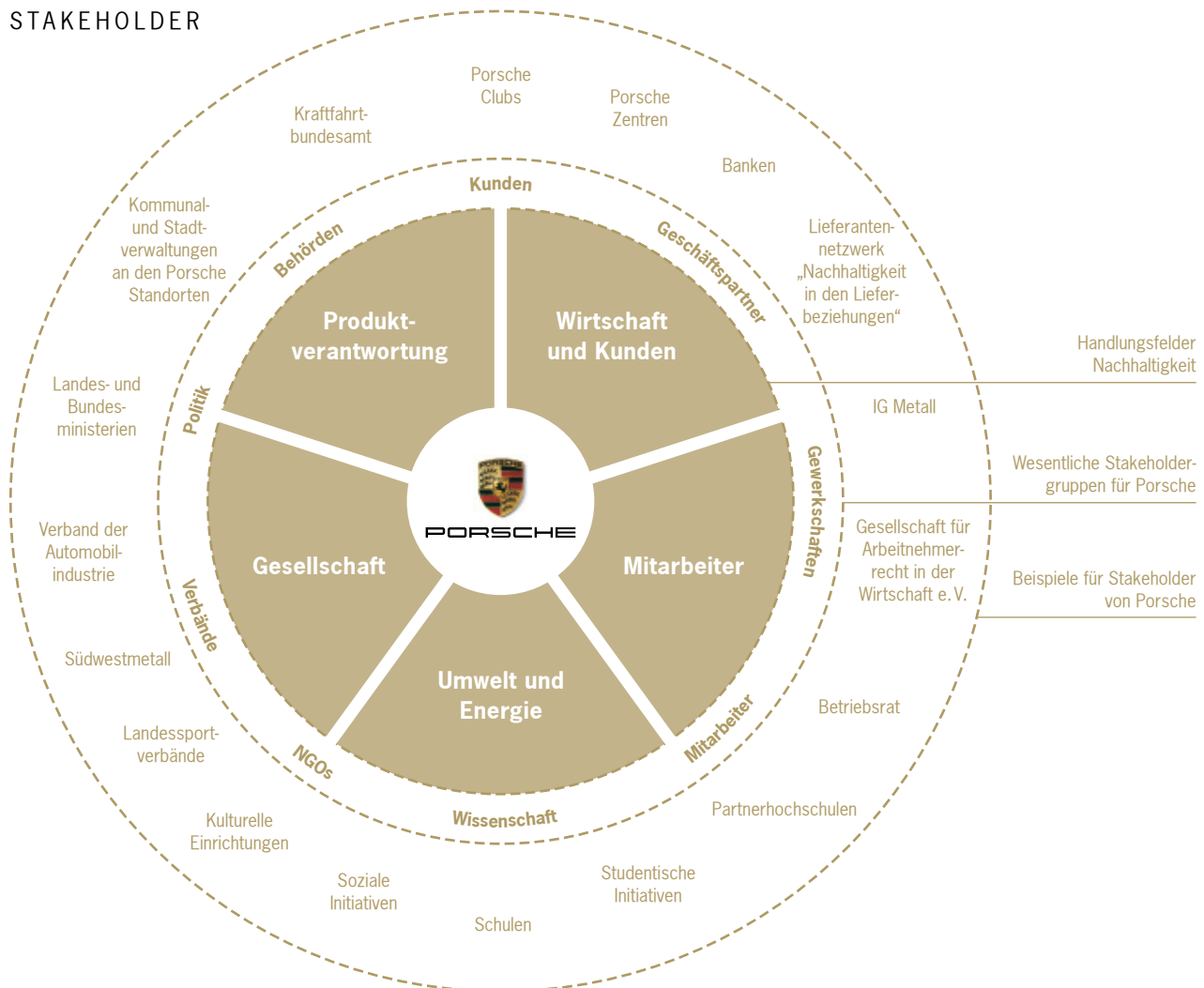
Mit unserem Engagement unterstützen wir die Gesellschaft in den Bereichen „Soziales“, „Bildung und Wissenschaft“, „Kultur“ und „Sport“ und entwickeln dafür lokale und internationale Projekte und Maßnahmen. Durch die transparente Vergabe von Spenden und Sponsoringgeldern unterstützen wir relevante Initiativen und Organisationen bei der Umsetzung ihrer wichtigen gesellschaftlichen Aufgaben.

STAKEHOLDERKOMMUNIKATION UND -DIALOG

Die bestehende Kommunikation und der Austausch mit unseren relevanten Anspruchsgruppen zum Thema Nachhaltigkeit fand bisher vor allem in Form von Informationsveranstaltungen, Berichterstattung oder internen Schulungsmaßnahmen statt. Sie wurden im Berichtsjahr intensiviert. Hierzu wurden zunächst die relevanten Anspruchsgruppen identifiziert, auf die die unternehmerische Tätigkeit von Porsche direkte oder indirekte Auswirkungen hat.

Porsche sucht und intensiviert kontinuierlich den Kontakt und den Austausch mit den verschiedenen Anspruchsgruppen. Verantwortlich dafür ist die „Geschäftsstelle Nachhaltigkeit“, jedoch wird eine themenspezifische Kommunikation auch von den jeweils zuständigen Fachbereichen organisiert.

Die wichtigsten Anspruchsgruppen sowie ausgewählte Beispiele interner und externer Stakeholdergruppen und -netzwerke sind in nachfolgender Graphik dargestellt.

UNSERE STAKEHOLDER

Übersicht über die Stakeholderkommunikation 2013 zu Nachhaltigkeitsthemen:

Kommunikationsmedien mit externen Stakeholdern

Geschäftsbericht 2012
 Stakeholderbefragung
 Porsche Internetseite
 Umwelterklärung
 Pressemitteilungen
 Schaufensterprojekte Baden-Württemberg und Bayern/Sachsen
 Aktivitäten in Verbänden
 Informationsveranstaltungen für Anwohner
 Behördengespräche

Kommunikationsmedien mit internen Stakeholdern

Expertenkreis Nachhaltigkeit
 Einführungsveranstaltungen für neue Mitarbeiter („Porsche Warm Up“)
 Betriebsversammlungen
 Führungskräfte trainings
 Mitarbeiterzeitung „Carrera“
 Mitarbeiterfernsehen „Carrera TV“
 Newsletter „Carrera Mail“
 Porsche Intranet
 Porsche Informationstafeln (PIT)

Umfassende Information für Anwohner

Um künftig mehr jungen Leuten eine Berufsausbildung ermöglichen zu können, wird die Porsche AG am Stammsitz in Stuttgart ein neues, größeres und moderneres Ausbildungszentrum errichten. Anstatt 300 wird Porsche im neuen Gebäude künftig 450 Auszubildenden eine berufliche Perspektive sichern, sei es im technischen oder kaufmännischen Bereich. Die Eröffnung des neuen Ausbildungszentrums ist für September 2015 geplant.

Da im Umfeld des Areals rund 100 private Wohneinheiten liegen, lud Porsche deren Bewohner im Herbst 2013 vor den ersten Baumaßnahmen zu sich ins Betriebscasino ein.

Hier informierten Porsche Experten aus den Bereichen Zentrales Baumanagement, Personalentwicklung und Personalstrategie sowie Politik und Gesellschaft die Anwohner eingehend über das neue Vorhaben. Im Zentrum der Informationsveranstaltung standen Motive und Ziele des Bauprojekts sowie die sich daraus ergebenden Veränderungen für die Anlieger. Mit großem Interesse folgten die rund 70 Gäste den Ausführungen und nutzten die Informationsveranstaltung für zahlreiche Fragen an das Unternehmen. Den Anwohnern konnte versichert werden, dass in der zweijährigen Bauphase keine Beeinträchtigungen außergewöhnlicher Art auf sie zukommen.



Jürgen King, Leiter Zentrales Baumanagement, erläutert die Baupläne



Porsche stellt sich den Fragen der interessierten Anwohner

Stakeholderbefragung

Um die Einschätzungen, Ansichten und Erwartungen der für Porsche relevanten Anspruchsgruppen im Heimatmarkt Deutschland zum Thema Nachhaltigkeit systematisch zu ermitteln, wurde im Berichtsjahr erstmals eine umfassende Stakeholderbefragung durchgeführt. Knapp 2.800 externe Stakeholder, darunter Kunden, Geschäftspartner, Vertreter von Behörden, Verbänden, Gewerkschaften und Nichtregierungsorganisationen, Politiker, Wissenschaftler und Nachhaltigkeitsexperten wurden zu einer Online-Befragung eingeladen. An dieser beteiligten sich auch Vertreter aus dem Volkswagen Konzern sowie den einzelnen Konzernmarken. 18,1 Prozent folgten dieser Einladung und beantworteten Fragen zu Themen der Unternehmensführung, zu Produktion und Produkten sowie zum Thema Mitarbeiter und Gesellschaft. Das Ergebnis: 76 Prozent der Befragten stufen die Relevanz von nachhaltigem und verantwortungsbewusstem Wirtschaften für Porsche als wichtig bis sehr wichtig ein. Als wichtigste Herausforderungen für das Unternehmen belegten die Themen „Klimawandel und Treibhausgase“, „Energie- und Ressourcenknappheit“

sowie „Nachhaltigkeit als Entscheidungskriterium für Kunden“ die drei vorderen Plätze. Diese Einschätzung dient dem Unternehmen als wertvoller Indikator für die Priorisierung der Themen.

Hinsichtlich des Umfangs der Aktivitäten von Porsche rund um das Thema Nachhaltigkeit bescheinigten die Teilnehmer dem Unternehmen ein mittleres Engagement. Auch die Zufriedenheit mit der Nachhaltigkeitsleistung bewegt sich im mittleren Bereich. Dieses Feedback macht deutlich, dass noch Verbesserungspotentiale bestehen, an denen nun gezielt gearbeitet werden kann.

Durch die Abfrage und Bewertung der am häufigsten genutzten Informationsquellen zu Nachhaltigkeit und unternehmerischer Verantwortung – etwa allgemeine Medien wie Zeitungen, aber auch Fachzeitschriften oder das Porsche Kunden-Magazin – kann die zukünftige Nachhaltigkeitskommunikation adressatengerecht gestaltet werden.

Stakeholder-Aussagen

Unsere Stakeholder kommentierten, was ihrer Ansicht nach die wichtigsten Beiträge sind, die Porsche zum Thema Nachhaltigkeit leisten sollte:

BEHÖRDENVERTRETER

„Als den wichtigsten Beitrag halte ich den erfolgreichen Bestand des Unternehmens. Das beinhaltet gleichzeitig die Entwicklung der Produkte, die den Bedarf am Markt decken. Dieser Bedarf ergibt sich aus den gesellschaftlichen und sozialen Bedingungen.“

KUNDE

„Porsche sollte Produkte mit hoher Wertbeständigkeit herstellen, damit Ressourcen eingespart werden können. Dabei sollten Mitarbeiterbindung bzw. -motivation sowie eine intensive Kundenbindung im Vordergrund stehen.“

GESCHÄFTSPARTNER

„Alle Nachhaltigkeitsaktivitäten sollte Porsche auch konsolidiert darstellen. Porsche ist insbesondere in der regionalen und sozialen Förderung führend – hier muss sich Porsche nicht verstecken. Dieses Engagement sollte auch auf ökologische Dimensionen ausgeweitet werden. Porsche macht mehr als man denkt!“

GEWERKSCHAFTSVERTRETER

„Der wichtigste Beitrag, den Porsche in Sachen Nachhaltigkeit leisten sollte, ist die Sicherung der Arbeitsplätze in Deutschland.“

VERTRETER EINER NICHTREGIERUNGSORGANISATION

„Konsequente Reduktion der CO₂-Emissionen der Flotte durch Effizienz und alternative Antriebe bei gleichzeitiger Reduktion der Umweltauswirkungen der Produktion.“

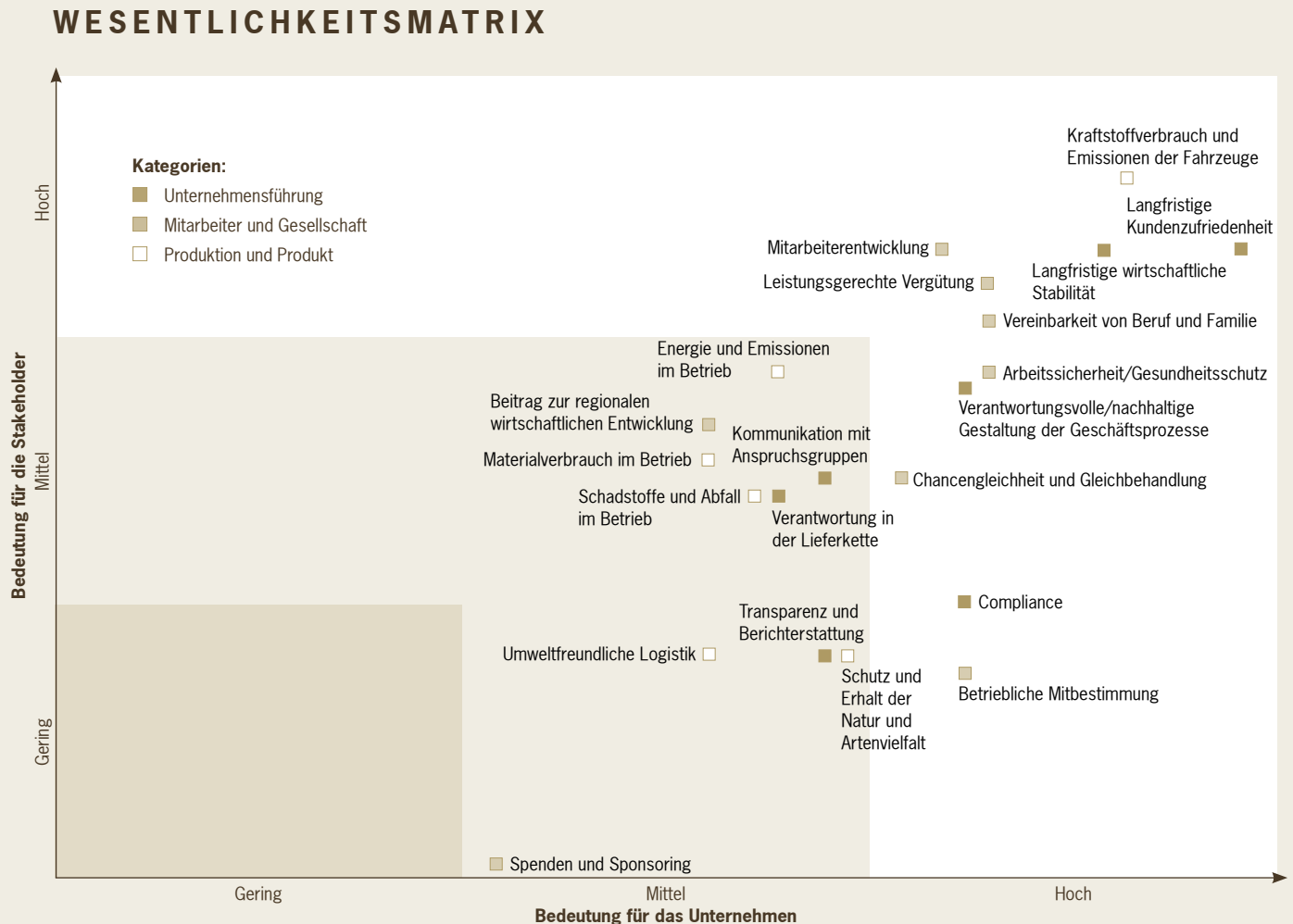
VERTRETER AUS DER POLITIK

„Porsche könnte sich mehr Gedanken über klimafreundliche Mobilität in Städten machen.“

Wesentlichkeitsanalyse

Im Anschluss an die Befragung der Stakeholdergruppen aus Deutschland wurden die bewerteten Themen erstmals einer so genannten Wesentlichkeitsanalyse unterzogen. Hierbei erfolgte im Rahmen eines internen Workshops eine Diskussion zwischen Mitarbeitern aus nachhaltigkeitsrelevanten Unternehmensbereichen. Die Ergebnisse der Stakeholderbefragung einschließlich der neu aufgeworfenen Themen und Fragen wurden dabei auf ihre Relevanz

für das Unternehmen hinsichtlich finanzieller Aspekte und des Ansehens untersucht. Das Resultat dieser Bewertung ist die erste Wesentlichkeitsmatrix des Unternehmens. Sie wurde durch den Expertenkreis Nachhaltigkeit wie auch das Nachhaltigkeitsboard verabschiedet. Die aus der Matrix ersichtlichen Ergebnisse wurden bei der Festlegung und Priorisierung der Inhalte des Nachhaltigkeitsberichts berücksichtigt.



Wie ernst Porsche die Einschätzung seiner Stakeholder nimmt, beweist der Umgang mit der Wesentlichkeitsanalyse. Die dort identifizierten Themen wurden aufgegriffen und in Ziele umgewandelt. Der daraus abzuleitende Anspruch ist für ein ambitioniertes Unternehmen selbstverständlich: Porsche will auch in puncto Nachhaltigkeit fortlaufend besser werden.

Die erstmals durchgeführte Stakeholderbefragung und die darauf aufbauende Wesentlichkeitsanalyse sind deshalb ein erster Schritt zur Aufnahme eines kontinuierlichen Dialogs mit diesen Stakeholdern. Er soll in den nächsten Jahren weiter ausgebaut werden und ist daher auch ein wichtiger Bestandteil des Nachhaltigkeitsprogramms.

NACHHALTIGKEITSPROGRAMM

WIRTSCHAFT UND KUNDEN

Ziel	Termin	Maßnahmen	Status
Absicherung und Steigerung der Kundenzufriedenheit bei Kauf und Service	Laufend	Schaffung detaillierten Kundenwissens durch internationale und periodische Marktforschung; Monitoring der Kundenzufriedenheit via Scorecard, Konzeption und Umsetzung von Maßnahmen zur Absicherung und Steigerung der Kundenzufriedenheit	
Kundenbegeisterung durch ein einzigartiges Kauf- und Besitzerlebnis	Laufend	Schaffung von detailliertem Kundenwissen und Ableitung von Kundenzufriedenheitsmaßnahmen	
Durchführung von Schulungen in relevanten Compliance Themen	Laufend	Fortführung der bereits im Berichtsjahr begonnenen Schulungen in den definierten Zielgruppen	
Intensivierung der Zusammenarbeit mit sozialen Einrichtungen und Zulieferunternehmen, die die Beschäftigung von Menschen mit Behinderung fördern	2014	Planung und Umsetzung weiterer Kooperationen mit den jeweiligen Einrichtungen	
Fortführung der hohen Investitionen u. a. in den Ausbau und die Modernisierung der Werke Zuffenhausen und Leipzig und des Entwicklungszentrums sowie der hohen Ausgaben für Forschung und Entwicklung zur Absicherung der Technologieführerschaft	2018	Investitionen von mehr als einer Milliarde Euro pro Geschäftsjahr und Ausgaben für Forschung und Entwicklung in selbiger Höhe pro Geschäftsjahr	

PRODUKTVERANTWORTUNG

Ziel	Termin	Maßnahmen	Status
Steigerung der Effizienz jeder neuen Modellgeneration (Produktlebenszyklus) um ca. 20 Prozent	Laufend	Umfassende Maßnahmen zur kontinuierlichen Verbrauchsoptimierung mittels der Antriebs- und Betriebsstrategie sowie Fahrwiderstandsreduzierungen	
Hybridisierung als wichtiger Bestandteil zur Reduzierung des Verbrauchs der Porsche Flotte	Laufend	Konsequente Verfolgung der Hybridstrategie	



UMWELT UND ENERGIE

Ziel	Termin	Maßnahmen	Status
Kontinuierliche Weiterentwicklung der Umwelt- und Energiemanagementsysteme	Laufend	Regelmäßige interne und externe Audits der Managementsysteme nach ISO 14001, ISO 50001 und EMAS; Zertifizierung der internationalen Tochtergesellschaften mit hoher Umweltrelevanz nach ISO 14001	
Beitrag zum Erhalt der Biodiversität	2017	Naturschutzfachliche Gestaltung unter Beachtung der lokalen, landschaftstypischen Gegebenheiten an den Standorten	
Umweltfreundlichere Produktion durch die Reduktion von Frischwasser-Verbrauch, CO ₂ - und VOC-Emissionen, Abfällen sowie des Gesamtenergieverbrauchs an den Produktionsstandorten Zuffenhausen und Leipzig (Beitrag zu konzernweiten Reduktionszielen: -25 % bis 2018 ggü. 2010)	2018	Erfassung, Bewertung und Umsetzung von standort-spezifischen Maßnahmen	

MITARBEITER

Ziel	Termin	Maßnahmen	Status
Weitere Steigerung der Attraktivität als Arbeitgeber	Laufend	Umsetzung des Programms „Porsche macht sich fit für den Arbeitsmarkt der Zukunft“; Wahlmöglichkeiten für eine individuellere und lebensphasenorientierte Arbeitszeitgestaltung	
Erhalt und Förderung der Mitarbeiter-Leistungsfähigkeit	Laufend	Angebot von Gesundheitsförderungsprogrammen; Planung eines Gesundheitszentrums	
Erhöhung des Anteils von Frauen in Führungspositionen	Laufend	Verankerung in den Zielvereinbarungen der Führungskräfte; Erhöhung des Angebots zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie	
Verbesserung der Ausbildungsbedingungen (Werkstattfläche, Schulungs- und Sozialräume)	Sept. 2015	Fertigstellung eines neuen Ausbildungszentrums in Zuffenhausen	

GESELLSCHAFT

Ziel	Termin	Maßnahmen	Status
Entwicklung eines Konzepts zum freiwilligen Einsatz von Mitarbeitern		Erstellung eines Konzepts für Corporate Volunteering; Identifikation von geeigneten Partner-Organisationen	
Wahrnehmung von gesellschaftlicher Verantwortung und Stärkung der sozialen Akzeptanz des Unternehmens	Laufend	Ausbau des CSR-Engagements von Porsche an seinen inländischen Standorten in den Bereichen „Soziales“, „Bildung/Wissenschaft“, „Kultur“ und „Sport“; Weiterentwicklung der bestehenden CSR-Leuchtturmprojekte	

NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT

Ziel	Termin	Maßnahmen	Status
Aufbau eines systematischen Stakeholderdialogs	2014	Entwicklung eines Konzepts für den Stakeholderdialog	
Aufbau eines Nachhaltigkeitsmanagementsystems	2015	Weiterentwicklung der bereits geschaffenen Strukturen, Definition von Verantwortlichkeiten, Dokumentationen	
Evaluierung möglicher Mitgliedschaften in Nachhaltigkeitsnetzwerken	2014	Bestandsaufnahme und Analyse von Nachhaltigkeitsnetzwerken im Hinblick auf eine mögliche Mitgliedschaft	

☐ ☐ ☐ Neues Ziel
 ☒ ☐ ☐ Begonnen
 ☒ ☒ ☐ Ziel teilweise erreicht
 ☒ ☒ ☒ Ziel erreicht
  Fortlaufendes Ziel

WIRTSCHAFT

KUNDEN, HÄNDLER UND LIEFERANTEN

KUNDENBEZIEHUNGEN

Wichtigste Partner für jedes Unternehmen sind seine Kunden. Interaktion und Dialog mit ihnen haben daher für Porsche eine wichtige strategische Dimension. Das Unternehmen hat sich deshalb im Rahmen der „Strategie 2018“ auch organisatorisch weiterentwickelt. Die Hauptabteilung „Customer Relations“ bündelt die Aufgaben von der weltweiten Kundenmarktforschung bis zur individuellen Bearbeitung von Kundenanliegen. So unterstützt die Hauptabteilung als Querschnittsfunktion die Kernprozesse während der Kundenbeziehung regelmäßig in Zusammenarbeit mit den jeweiligen Fachbereichen im Vertrieb, Marketing oder After Sales.

Durch die weltweite Kundenmarktforschung in der Abteilung „Customer Insights“ wird sichergestellt, dass Kundenbedürfnisse bereits frühzeitig in die Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen einfließen – und damit auch langfristige Kundenbindung schaffen. Jedes Jahr führt Porsche über 150.000 Befragungen bei Kunden weltweit durch.

Optimale Betreuungsprozesse werden in der Abteilung „Customer Relations Projects & Processes“ konzipiert und weltweit umgesetzt. Die Aktivitäten im Bereich innovativer Customer Relations-Prozesse erfahren nicht zuletzt durch zahlreiche internationale Fachpreise wie den CRM Best Practice Award (2011) in Deutschland, den Swiss CRM Innovation Award (2012) in der Schweiz, den Gartner Award (2013) in Großbritannien oder den Brandon Hall Award (2013) in den USA regelmäßig Anerkennung durch unabhängige Institutionen.

Kritische Kundenrückmeldungen versteht Porsche als Chance, sich im Sinne einer lernenden Organisation weiterzuentwickeln und seine Kundenorientierung auszubauen. Die Abteilung „Customer Commitment“ sucht nach individuellen Lösungen, um auch in besonderen

Situationen dem Anspruch der langfristigen Kundenbindung, getreu dem Motto „car for life – customer for life“, gerecht zu werden.

Durch die Bündelung der Abteilungen „Customer Insights“, „Customer Relations Projects & Processes“ sowie „Customer Commitment“ hat Porsche langfristige Kundenprozesse in der Organisation verankert.

Kundenkontakt – direkt und unkompliziert

Porsche steht mit seinen Kunden nicht nur über das Händlernetz oder per Internet, sondern auch über ein Kundenkontaktzentrum („Customer Contact Center“) in Stuttgart in Verbindung. Telefonisch oder über E-Mail suchen jährlich über 40.000 Kunden Kontakt zu Porsche. Sie stellen Fragen und platzieren Anregungen, Kritik oder Verbesserungsvorschläge. Neben Fragen zum Fahrzeug oder zu Services können auch Detailinformationen, etwa zu den Öffnungszeiten des Porsche Museums, direkt telefonisch erfragt werden. Dabei soll der Kunde nicht warten: Das interne Ziel, einen Anruf innerhalb von 20 Sekunden entgegenzunehmen, wurde im vergangenen Jahr bei weit über 90 Prozent aller Anrufe erreicht.

Forum Produktqualität und Kundenzufriedenheit

Die Kenntnis und Adressierung von Kundenanliegen sind für Porsche von großer Bedeutung. So stehen im „Forum Produktqualität und Kundenzufriedenheit“ die Bedürfnisse und Anliegen der Kunden im Mittelpunkt. Hier werden auf Vorstandsebene sowohl technische Qualitätsthemen diskutiert, als auch die Treiber von Kundenzufriedenheit und Kundenbegeisterung thematisiert. Ursachen, die zu Unzufriedenheit führen können, werden offen angesprochen, damit schnelle Lösungen im Sinne der Kunden gefunden werden. Die enge Zusammenarbeit von Technikern sowie Vertretern des Qualitätswesens und der Bereiche Customer Relations und After Sales beschleunigt die Prozesse und bewirkt eine Fokussierung auf die konkreten Bedürfnisse der Kunden. So werden



bereichsübergreifend fundierte und schnelle Entscheidungen des Vorstands ermöglicht und eine rasche Umsetzung für die Kunden sichergestellt. Produkt- und Betreuungsqualität gehen somit Hand in Hand.

Strategieinitiative „Customer Experience Management“

Kundenbegeisterung bedeutet, das „Porsche Leistungsversprechen“ an Kunden bei jedem Kontakt zu erfüllen. Porsche hat hierzu die Initiative „Customer Experience Management (CEM)“ ins Leben gerufen. Kunden und Interessenten haben weit über 100 mögliche Berührungspunkte mit der Marke Porsche: zum Beispiel direkt bei einem Händler, per Internet, auf Messen, im persönlichen Gespräch. Leitidee der Initiative ist es, jeden dieser Kontaktpunkte bestmöglich auf die Erwartungen und Bedürfnisse der Kunden auszurichten und optimal aufeinander abzustimmen. So soll jedem Kunden und Interessenten durchgängig die Einzigartigkeit der Marke Porsche und ihrer Produkte vermittelt werden, um das Ziel einer anhaltenden Begeisterung zu erreichen. Die Initiative „Customer Experience Management“ findet darüber hinaus auch in Fachkreisen positive Resonanz, etwa im Rahmen des kürzlich erschienenen Handbuchs „Kundenbindungsmanagement“.

Durchgängiges System im Kundenbeziehungsmanagement

Langfristige Kundenbeziehungen erfordern auch stabile Prozesse und durchgängige Systeme. Porsche hat für die optimale Betreuung seiner Kunden und Interessenten als einer der wenigen Automobilhersteller weltweit ein durchgängiges CRM (Customer Relation Management)-System aufgebaut: „CRM@Porsche“. Das System wird kontinuierlich weiterentwickelt, um den Anforderungen an eine innovative und professionelle Kundenbetreuung gerecht zu werden.

Normenausschuss Service Excellence

Ausgezeichneter Service ist für Porsche ein zentrales Anliegen. Entsprechend engagiert sich das Unternehmen über den Bereich Customer Relations auf deutscher und europäischer Ebene im Bereich der „Service Excellence“. Auf europäischer Ebene bringt sich Porsche etwa über das Deutsche Institut für Normung e. V. (DIN) im Projektkomitee „Service Excellence Systems“ ein, das Leitlinien für exzellenten Service mit dem Ziel nachhaltiger Kundenbegeisterung erarbeitet. Gleichzeitig fließen die Anregungen, die aus der Zusammenarbeit mit Vertretern unterschiedlichster Unternehmen und Organisationen anderer europäischer Länder resultieren, in die eigenen Kundenprozesse ein und kommen so den Porsche Kunden immer wieder unmittelbar zugute.

HÄNDLERNACHHALTIGKEITSINITIATIVE

Damit die Porsche Zentren weltweit möglichst energieeffizient errichtet und betrieben werden, ist mit der „Dealership Sustainability Initiative“ ein Programm erarbeitet worden, das die Handelsbetriebe unterstützt. Mit dem in der Strategie 2018 geplanten Absatzwachstum geht eine Ausweitung des Händlernetzes auf mehr als 1000 Betriebe einher. Viele bestehende Porsche Zentren müssen zudem erweitert werden – der optimale Zeitpunkt also, die Energieeffizienz der Gebäude zu verbessern. Die Werkzeuge, die Porsche seinem internationalen Netzwerk dazu bereitstellt, sind ein umfassendes Planungshandbuch sowie ein Software Tool.

Das Handbuch adressiert alle Bereiche der ökologischen Nachhaltigkeit und Energieeffizienz und stellt speziell auf die Porsche Markenarchitektur abgestimmte Lösungen vor. Dies führt von Themen wie Wassersparen über Baukonstruktion, Gebäudetechnik und erneuerbare Energien bis hin zu Informationen zum Umgang mit Gefahrgut.

Bei Neubauten können Architekten und Fachplaner mithilfe der Software „Porsche Center Energy Efficiency Tool“ schnell abschätzen, welche der im Handbuch vorgestellten Energieeffizienzmaßnahmen am jeweiligen Standort abhängig von den Klimabedingungen sinnvoll sind, wie groß das Potenzial zur CO₂-Einsparung ist und wie wirtschaftlich die gewählten Schritte sind.

Da sich auch bei Bestandsgebäuden ein Blick auf die Energieeffizienz und Nachhaltigkeit lohnt, widmet sich ein Kapitel des Handbuchs speziell Optimierungen im laufenden Betrieb. Dies reicht von kurzfristig umsetzbaren Maßnahmen wie Nutzerschulungen, dem Einsatz von Wasserspararmaturen oder einer Umstellung auf Ökostrom bis zu umfangreicheren Sanierungsoptionen wie dem Austausch des Heiz- oder Kühlsystems.

NACHHALTIGKEIT IN DEN LIEFERANTENBEZIEHUNGEN

Aufgrund des stetig steigenden Absatzes von Porsche Fahrzeugen in den vergangenen Jahren und den damit einhergehenden Anforderungen an die Beschaffung, rückt dieser Unternehmensbereich zunehmend in den Fokus des Nachhaltigkeitsmanagements.

Organisationsstruktur

Der Einkaufsbereich der Porsche AG wurde im Zuge der Eingliederung des Unternehmens in den Volkswagen Konzern zu weiten Teilen in die konzernweite Beschaffungsorganisation integriert. Bereits seit 2011 sind im Rahmen eines Kooperationsvertrages zur gemeinsamen Beschaffung entsprechende Strukturen, Prozesse und Systeme etabliert worden. Die von Porsche getroffenen Vergabeentscheidungen werden daher weitreichend mit dem Volkswagen Konzern koordiniert und abgestimmt. Im Berichtszeitraum 2013 wurde diese Zusammenarbeit zwischen der Porsche AG und dem Konzern weiter vorangetrieben und Strukturen ausgebaut und verfestigt. So ist Porsche zum Beispiel seit 2013 auch im „Beschaffungsnetzwerk Nachhaltigkeit“ des Konzerns aktiv und in das Konzept der „Nachhaltigkeit in den Lieferantenbeziehungen“ des Volkswagen Konzerns eingebunden.

Die konzernweite Organisation der Beschaffung und die Zusammenarbeit zwischen den Marken und Regionen ermöglicht es Porsche, auf das Know-how und die weltweiten Kapazitäten des Volkswagen Konzerns zurückzugreifen.

Nachhaltigkeitskonzept und -strategie

Das Konzept „Nachhaltigkeit in den Lieferantenbeziehungen“ sorgt innerhalb des Volkswagen Konzerns dafür, dass die hohen Umwelt- und Sozialstandards auch von

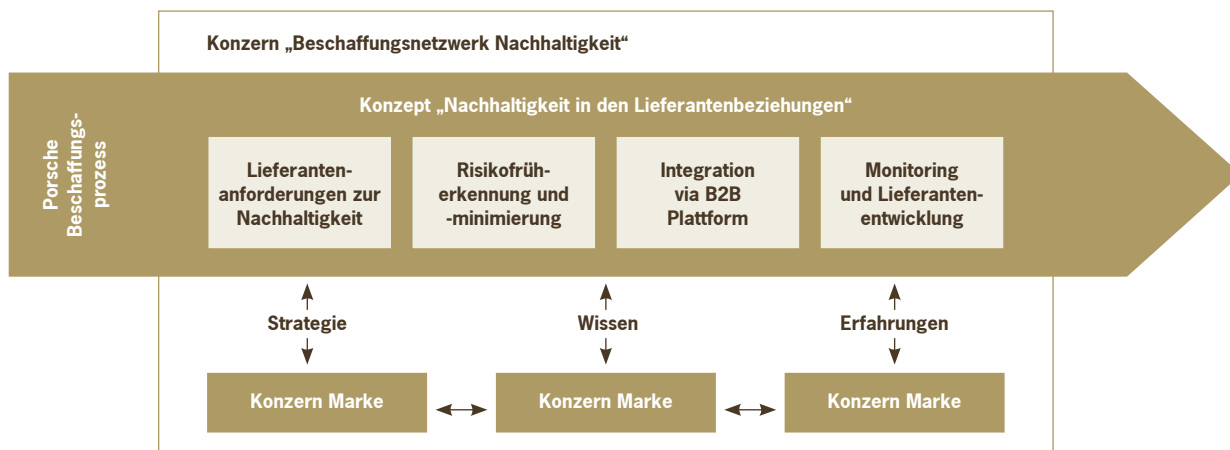
seinen Geschäftspartnern berücksichtigt werden. Das Konzept basiert im Wesentlichen auf vier Säulen:

- Nachhaltigkeitsanforderungen für Lieferanten, die alle Zulieferer vor der Abgabe eines Angebots zur Kenntnis nehmen müssen,
- Früherkennungssystem zur Identifizierung und Minimierung von Risiken entlang der Wertschöpfungskette,
- Integration in den Beschaffungsprozess,
- Lieferantenmonitoring und -entwicklung.

Nachhaltigkeitsanforderungen

Grundlage des Konzepts sind die „Anforderungen des Volkswagen Konzerns zur Nachhaltigkeit in den Beziehungen zu Geschäftspartnern (Code of Conduct für Geschäftspartner)“. Diese Anforderungen gelten auch für die Porsche Lieferanten und die von Porsche beschafften Waren und Dienstleistungen. Dabei wird jegliches korrumpierende und unternehmensschädigende Verhalten im Geschäftsalltag abgelehnt, ebenso Verstöße gegen Umwelt- und Sozialstandards. Die Einhaltung des Wettbewerbs- und Kartellrechts wird vorausgesetzt und überprüft. Die Anforderungen basieren unter anderem auf der Achtung der international anerkannten Menschenrechte, des Global Compact der Vereinten Nationen sowie der Charta der Internationalen Handelskammer und den OECD-Richtlinien für eine langfristige und tragfähige Entwicklung. Darüber hinaus bilden die einschlägigen Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation ILO das Fundament der Nachhaltigkeitsanforderungen. Dazu gehört die Beachtung des Rechts auf Meinungsfreiheit, Schutz vor Willkür und Verbot der Diskriminierung bei der Arbeit, Verbot von Zwangs- und Kinderarbeit, das Grundrecht auf Vereinigungsfreiheit sowie das Recht auf Gleichbehandlung und angemessene Entlohnung. Grundsätzlich erwartet Porsche auch von seinen Lieferanten, dass sie ihrerseits einen hohen Stellenwert von Nachhaltigkeitsaspekten bei ihren Zulieferern sicherstellen.

LIEFERANTENMANAGEMENT



Risikoanalyse

Die Reputation, die Porsche in der Geschäftswelt und in der Gesellschaft allgemein besitzt, ist ein wertvolles Gut. Um dieses nicht zu gefährden, durchlaufen neue Lieferanten bei Porsche einen Integritätscheck. Ziel des Prozesses ist es, im Vorfeld einer Geschäftsbeziehung Kenntnisse über den potenziellen Geschäftspartner zu erlangen, um so das Risiko einer geschäfts- und unternehmensschädigenden Zusammenarbeit zu reduzieren. Dieser sogenannte „Business-partner Check“ wird vor der Freischaltung neuer Lieferanten auf der Konzern Business Plattform durchgeführt.

Zudem hat der Volkswagen Konzern mit der Unterstützung unabhängiger Institutionen eine Länder-Risikoanalyse vorgenommen, auf die Porsche Zugriff hat. Demnach wird ein erhöhtes Risiko zur Nichteinhaltung der Nachhaltigkeitsanforderungen in Brasilien, Indien, China, Mexiko und Russland gesehen. Ein Problemfeld stellen außerdem die sogenannten Konfliktmineralien dar. Porsche ist besorgt über Berichte zu Zwangs- und Kinderarbeit sowie Gewaltausübung und Umweltzerstörung beim Abbau von insbesondere Zinn, Tantal (Coltan), Wolfram und Gold. Porsche wie auch der Volkswagen Konzern begrüßen daher Vorhaben für eine verbesserte Transparenz im Rohstoffsektor. Analysen haben gezeigt, dass bei signifikanten Zulieferern von Porsche nur ein als sehr gering einzustufendes Risiko in Bezug auf die Gefahr von Kinder- oder Zwangsarbeit besteht. Dies hängt damit zusammen, dass Porsche Zulieferungen so gut wie ausschließlich aus OECD-Ländern¹⁾ bezieht.

Integration in den Beschaffungsprozess

Die Konzern Business Plattform von Volkswagen ist das zentrale System zur Interaktion mit den Lieferanten. Hier sind die zentralen Beschaffungsanwendungen zusammengefasst. Neben der interaktiven Funktionalität für den Geschäftsalltag ist die Konzern Business Plattform auch ein Informationsmedium. Hier finden Lieferanten alle Informationen zum Konzept „Nachhaltigkeit in den Lieferantenbeziehungen“ sowie die eingangs genannten „Anforderungen des Volkswagen Konzerns zur Nachhaltigkeit in den Beziehungen zu Geschäftspartnern (Code of Conduct für Geschäftspartner)“. Alle Porsche Lieferanten müssen bei der ersten Angebotsabgabe und danach mindestens alle zwölf Monate die Nachhaltigkeitsanforderungen zur Kenntnis nehmen. Ohne Kenntnisnahme dieser Anforderungen kann ein Lieferant kein Angebot abgeben. Alle wesentlichen Zulieferer²⁾ haben inzwischen die Kenntnisnahme der Nachhaltigkeitsanforderungen bestätigt. Eine vertragliche Verankerung ist für 2014 geplant, die entsprechende Umsetzung hat begonnen.

Im Berichtsjahr wurden fünf Vergabeumfänge mit einem Volumen von mehr als zehn Millionen Euro als wesentliche Investitionsvereinbarungen eingestuft. Hierbei handelte es

sich vor allem um Investitionen in Gebäude und Maschinen, etwa im Rahmen der Werkserweiterung in Leipzig und dem Ausbildungszentrum in Zuffenhausen. Alle hier beteiligten Lieferanten haben die Kenntnisnahme der Nachhaltigkeitsanforderungen bestätigt.

Lieferantenmonitoring

Alle Zulieferer sind aufgefordert, den Fragebogen Nachhaltigkeit auszufüllen. Dieser wird über die Konzern Business Plattform eingestellt. Bei nicht zufriedenstellenden Antworten wird der Lieferant um eine schriftliche Stellungnahme gebeten. Dies geschieht auch bei begründeten Verdachtsmomenten und möglichen Abweichungen zu den Nachhaltigkeitsanforderungen. Die Stellungnahme wird von Experten des betreffenden Sachgebiets überprüft. Ist die Antwort nicht zufriedenstellend, werden weitere Maßnahmen definiert und ergriffen.

Bei Verdachtsmomenten erfolgt die Bearbeitung des einzelnen Falls in enger Abstimmung mit den Vertretern der Marken und Regionen im Volkswagen Konzern. Sie sind im Zweifelsfall schneller vor Ort, sprechen die Landessprache und hatten möglicherweise bereits in einem anderen Zusammenhang Kontakt zum Lieferanten. Je nach Sachlage werden zur Bearbeitung Experten aus anderen Fachbereichen herangezogen. Porsche besitzt für diese Fälle ein eigenes definiertes Ad-hoc Expertenteam.

In 2013 gab es einen Fall, der unter Führung von Porsche durch den Dialog mit den Lieferanten zur Einhaltung der Nachhaltigkeitsanforderungen führte. Dieser Fall war im Bereich Soziales einzuordnen und trat bei einem ausländischen Vorlieferanten eines in Europa ansässigen Zulieferers auf.

Lieferantenentwicklung

Im Sinne des kontinuierlichen Lieferantenentwicklungsprozesses wird allen Lieferanten ein digitales Lernmodul (eLearning) in acht Sprachen auf der Konzern Business Plattform zur Verfügung gestellt. Im Lernmodul erfährt der Nutzer zunächst, welche Anforderungen zu umweltbezogenen und sozialen Standards es seitens des Volkswagen Konzerns gibt und worauf die Nachhaltigkeitsanforderungen beruhen. Im Anschluss an das eLearning durchläuft der Lieferant einen Selbstcheck. Nur wenn dieser erfolgreich absolviert wurde, gilt das Lernmodul als bestanden.

¹⁾ Die überwiegende Anzahl der Zulieferungen stammt aus dem Inland oder der europäischen Union (Verteilung Einkaufsvolumen nach Rechnungsadresse Kreditor).

²⁾ Anzahl der Lieferanten mit 80 Prozent Einkaufsvolumen auf Basis der ABC-Analyse für das Jahr 2013.

Projekte 2013 und Ziele 2014

Porsche ist sehr daran interessiert, die Zusammenarbeit mit sozial aktiven Einrichtungen und Zulieferunternehmen auszubauen, die die Beschäftigung von Menschen mit Handicap fördern. Seit mehr als 30 Jahren arbeitet Porsche am Standort Zuffenhausen mit einer Einrichtung für körperlich eingeschränkte Menschen aus der Region zusammen. Diese Kooperation erstreckt sich von der Lieferung verschiedener Fahrzeugumfänge, wie Bordmappen, Bordwerkzeuge und Verpackungs- und Montageumfänge, bis hin zum Einsatz von 15 Personen mit Handicap im zentralen Porsche Ersatzteillager in Sachsenheim. Weitere Kooperationen dieser Art sind derzeit in Planung. Im Berichtsjahr wurden vor allem Kontakte zu sozialen Einrichtungen am Standort Leipzig geknüpft. Sie sollen nach Möglichkeit innerhalb der nächsten Berichtsperiode zum Abschluss gebracht werden.

Um die Verankerung des Konzepts „Nachhaltigkeit in den Lieferantenbeziehungen“ zu vertiefen, soll 2014 eine vertragliche Integration der Nachhaltigkeitsanforderungen die derzeitige Kenntnisnahme ablösen.

Vorgaben und dient dem Schutz der Mitarbeiter vor der Verletzung straf- und bußgeldbewehrter Vorschriften oder unternehmenseigener Vorgaben. Hierdurch soll Schaden vom Unternehmen abgewendet und die Reputation von Porsche als wesentliche Bedingung für den langfristigen Unternehmenserfolg geschützt werden. In Ausprägung dieses Zielbilds definiert der Compliance-Kodex übergeordnete Verhaltensgrundsätze, unter anderem zur Vermeidung von Interessenkonflikten, der Bekämpfung von Korruption und für ein integriertes Auftreten im Geschäftsleben. Die Compliance-Ziele wurden den Mitarbeitern 2013 mit der Veröffentlichung des Compliance-Kodex kommuniziert.

Die **Compliance-Organisation** besteht aus dem Chief Compliance Officer (CCO), den Compliance Beauftragten der Konzerngesellschaften sowie den Gremien „Compliance Council“ und „Compliance Audit & Monitoring“. Das Compliance Council (CC) ist verantwortlich für die Koordination von präventiven Maßnahmen zur Sicherstellung der Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen sowie der unternehmensinternen Richtlinien im Porsche Konzern. Das CC berät den CCO hinsichtlich der präventiven Ausrichtung des Compliance-Managements. Im Compliance Audit & Monitoring (CA&M) werden Hinweise zu Compliance-Verstößen aufgenommen, bewertet und das weitere Vorgehen zur Aufklärung dieser Hinweise erörtert. In der Folge sind auch Disziplinarmaßnahmen und Sanktionen in Bezug auf involvierte Geschäftspartner möglich. Zur persönlichen Beratung steht ein sogenanntes Help Desk zur Verfügung, das telefonisch und per E-Mail für alle Mitarbeiter erreichbar ist. Mitarbeiter können auf diesem Wege Fragen zu Compliance-relevanten Sachverhalten einreichen. Das Porsche Compliance Management System verfügt über folgende Schnittstellen zum Volkswagen Compliance Management System:

- Einbeziehung von Volkswagen Compliance Schwerpunktthemen in den Rollout des Compliance Management Systems von Porsche (z. B. Kartellrecht)
- Teilnahme an Volkswagen Veranstaltungen und Arbeitskreisen (z. B. Arbeitskreis Anti-Korruption)
- Jährliche Berichterstattung an Volkswagen zum Umsetzungsstand des Compliance Managements Systems im Porsche Konzern
- Einbeziehung des Themenfeldes Compliance in den Volkswagen Governance Risk & Compliance Prozess

Compliance Risiken werden kontinuierlich konzernweit im Rahmen einer standardisierten Risikoanalyse identifiziert und bewertet. Die Analyse anhand des Compliance Management Systems wird auf Ebene der einzelnen Gesellschaften ausgerollt. Insgesamt wurden für den Porsche Konzern nach Analyse der unternehmerischen Tätigkeit, des Geschäftsmodells, vergangener Compliance-Ereignisse

GOVERNANCE

COMPLIANCE

Der Begriff Compliance steht für die Einhaltung von Regeln. Die Einhaltung der Compliance-Regeln bildet die Plattform sowohl für den Umgang der Mitarbeiter untereinander als auch mit externen Partnern. Für Porsche gilt: Das Handeln des Unternehmens und seiner Mitarbeiter erfolgt in Übereinstimmung mit Gesetzen, internen Regeln, Werten und Vereinbarungen. Die Compliance-Kultur liefert die Grundlage für die Ausgestaltung des Management-Systems im Porsche Konzern. Der interne Compliance-Kodex dokumentiert die Compliance-Kultur und beschreibt die tragenden Grundsätze für die Ausrichtung der geschäftlichen Aktivitäten an Recht und Gesetz sowie im Umgang mit den Kunden, Lieferanten, Wettbewerbern, Trägern öffentlicher Aufgaben sowie den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Porsche Konzern.

Die Compliance-Ziele sind im Porsche **Compliance-Kodex** niedergelegt. Das Compliance Management System unterstützt Führungskräfte und Mitarbeiter bei der Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen und unternehmensinternen



Vier-Augen-Prinzip: Compliance ist bei Porsche nicht nur Chefsache

und unter Berücksichtigung einschlägiger gesetzlicher Bestimmungen dreizehn Compliance-Risikofelder ermittelt. Jedes dieser Compliance-Risikofelder wird fachlich durch einen Compliance-Themenverantwortlichen betreut.

Zur Vermeidung oder Begrenzung von Compliance-Risiken werden Steuerungsmaßnahmen und Kontrollen implementiert. Dies erfolgt im Rahmen des sogenannten Governance Risk & Compliance Prozesses (GRC-Prozess). Er dient der gemeinsamen Erfassung, Bewertung und Steuerung von Risiken im Geschäftsbetrieb, in der Finanzberichterstattung und im Hinblick auf Compliance-Risiken. Die Wirksamkeit der definierten Steuerungs- und Kontrollmaßnahmen wird regelmäßig getestet und dokumentiert. Die Ergebnisse der Risikoanalyse und der Wirksamkeitsüberprüfungen sind Gegenstand der Berichterstattung gegenüber Vorstand und Aufsichtsrat. Im Berichtszeitraum wurde damit begonnen, die Porsche AG auf Korruptionsrisiken zu untersuchen; die Porsche Leipzig GmbH war nicht gesondert Gegenstand einer Risikoprüfung.¹⁾ In Bezug auf korrupte Praktiken gab es 2013 keine gerichtlichen Verfahren gegen die Porsche AG, die Porsche Leipzig GmbH oder ihre Mitarbeiter. Auch hinsichtlich weiterer Verstöße gegen bestehende Rechtsvorschriften wurden im Berichtszeitraum keine Fälle im Rahmen von Streitbeilegungsmechanismen vorgebracht und keine wesentlichen Bußgelder auferlegt.²⁾ Ebenso wenig wurden Verstöße gegen Gesetzesvorschriften im Zusammenhang mit der Zurverfügungstellung und Verwendung der vom Unternehmen hergestellten Produkte bekannt oder geahndet.

Das **Compliance-Programm** von Porsche enthält die präventive fachliche Steuerung und Beratung in den einzelnen Compliance-Themenfeldern, die Aufnahme, Bewertung und Sanktionierung von Verstößen, die kontinuierliche Bewertung

der Risikoexposition von Porsche in den einzelnen Themenfeldern sowie die Ad-hoc- und Regelberichterstattung an die Gremien des Porsche Konzerns. Inhaltlich lag 2013 ein Schwerpunkt auf der Aktualisierung und weiteren Konkretisierung des Compliance-Richtlinienwesens als zentraler präventiver Maßnahme. Sie betrifft vor allem die Vermeidung von Interessenkonflikten sowie die Korruptionsprävention.

Die kontinuierliche Sensibilisierung der Führungskräfte und Mitarbeiter im Rahmen von Trainingsmaßnahmen in den Compliance-Themenfeldern „Korruptionsbekämpfung“ und „Kartell- und Wettbewerbsrecht“ war der zweite Maßnahmen Schwerpunkt im Berichtsjahr 2013. Der Fokus lag hierbei zunächst auf der Schulung der Leitungsebene. Hier wurden 82 Prozent aller Mitarbeiter geschult. Die Information und Schulung aller anderen Mitarbeiter oblag im Berichtsjahr der Verantwortung der jeweiligen Führungskräfte. Hierzu wurden durch die Compliance-Abteilung Unterlagen und Beratungsmöglichkeiten zur Verfügung gestellt. Das Thema Compliance wird außerdem im Rahmen von Einführungsveranstaltungen für neue Mitarbeiter vorgestellt. Die Compliance-Kommunikation hat die Aufgabe, die Mitarbeiter im Konzern über die Porsche Verhaltensgrundsätze, die Compliance-Ziele und die relevanten Regelungen, Aufgaben und Funktionen im Zusammenhang mit dem Compliance Management System zu informieren. Zu den eingesetzten Medien gehören neben Veranstaltungen auch Broschüren, Anschreiben, das Intranet, E-Mails oder eigens produzierte Informationsfilme.

¹⁾ Aufgrund der besonderen Vertraulichkeit und Schutzwürdigkeit eventuell beteiligter Organisationen und Personen werden quantitative Angaben, wie beispielsweise die Anzahl von Entlassungsfällen, nicht berichtet.

²⁾ Porsche betrachtet wesentliche Bußgelder als solche, die einen Betrag von fünf Millionen Euro übersteigen.

Die Überwachung des Compliance Management Systems hinsichtlich Angemessenheit und Wirksamkeit erfolgt im Wesentlichen im Rahmen des GRC-Prozesses. Er wird in Abhängigkeit vom Geschäftsmodell, von vergangenen Geschäftsereignissen und einschlägigen gesetzlichen Vorgaben kontinuierlich bzw. anlassbezogen angepasst. Zudem stellt die Konzernrevision als system- und prozess-unabhängige Instanz die Überwachung des Compliance Management Systems sicher.

PRODUKTINFORMATION, WERBUNG UND SPONSORING

Porsche trifft umfassende organisatorische Vorkehrungen, um die Einhaltung der gesetzlichen Regelungen zur Kundeninformation sicherzustellen; hierzu zählt in Deutschland beispielsweise die „Verordnung über Verbraucherinformationen zu Kraftstoffverbrauch, CO₂-Emissionen und Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen“ (PKWEnVKV). Alle Porsche Fahrzeuge werden zudem entsprechend den im jeweiligen Absatzland bestehenden gesetzlichen Vorschriften gekennzeichnet. Darüber hinaus informiert Porsche seine Kunden über Umwelt- und Sicherheitsthemen, zum Beispiel durch dem Fahrzeug beiliegende Informationsbroschüren und das Internet.

Auch bei der Werbung trifft Porsche umfassende organisatorische Vorkehrungen zur Einhaltung der geltenden gesetzlichen Bestimmungen. In regelmäßigen Abständen wird intern die Konformität mit bestehenden Standards und Regularien sowie mit den internen Corporate Identity-Richtlinien überprüft. Darüber hinaus finden die Verhaltensregeln der kommerziellen Kommunikation des deutschen Werberats Anwendung.

Auch in Bezug auf Sponsoringmaßnahmen haben Transparenz und die Einhaltung bestehender Standards und Regularien für Porsche oberste Priorität. Zu diesem Zweck wurde im Berichtszeitraum eine Konzernrichtlinie zur Sicherstellung einer einheitlichen Vorgehensweise im Rahmen des bürgerschaftlichen und sozialen Engagements und insbesondere im Hinblick auf Spenden und Sponsoringmaßnahmen erarbeitet.

POLITISCHER DIALOG

Für Porsche ist es auch wichtig, an Lösungen für bestehende gesellschaftliche, ökologische und ökonomische Herausforderungen mitzuwirken. Zu diesem Zweck engagiert sich das Unternehmen vor allem in der Verbandsarbeit, um die Interessen des Unternehmens und seiner Mitarbeiter zu vertreten und sein Fachwissen einzubringen.



Wolfgang Hatz (re.), Vorstand für Forschung und Entwicklung, erklärt Franz Untersteller, MdL und Minister für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft in Baden-Württemberg, den Testlauf auf dem Rollenprüfstand im Entwicklungszentrum Weissach.

Porsche verpflichtet sich zu politischer Neutralität und setzt auf eine offene Dialogkultur gegenüber seinen lokalen, regionalen und nationalen Anspruchsgruppen in Politik und Gesellschaft. Neben dem Austausch mit politisch relevanten Institutionen soll künftig auch stärker das Gespräch mit Nichtregierungsorganisationen gesucht werden. Die folgende Auflistung zeigt eine Auswahl der Mitgliedschaften von Porsche in Zusammenschlüssen und Verbänden:

- Verband der Automobilindustrie e.V. (VDA)
- Bundesverband der mittelständischen Wirtschaft (BVMW)
- Landesverband der Baden-Württembergischen Industrie e.V. (LVI)
- Südwestmetall
- Industrie- und Handelskammer Stuttgart
- Gesellschaft zur Förderung des Instituts für Weltwirtschaft
- American Chamber of Commerce in Germany

Porsche engagiert sich außerdem in einer Reihe lokaler Initiativen, die eine Förderung neuer Antriebs- und Mobilitätskonzepte zum Ziel haben. Hierzu zählen zum Beispiel der vom baden-württembergischen Ministerium für Finanzen und Wirtschaft initiierte „Automobildialog“, die sogenannten „Schaufenster Elektromobilität“ in Baden-Württemberg und in Bayern/Sachsen sowie die durch den Stuttgarter Oberbürgermeister Fritz Kuhn ins Leben gerufene Initiative „Nachhaltige Mobilität Stuttgart“.

Um eine strukturierte und zielführende Beteiligung am politischen Prozess zu ermöglichen, wurde die Abteilung „Politik und Außenbeziehungen“ als zentrale Stelle innerhalb des Unternehmens etabliert. In ihrer Verantwortung liegt

neben der Informationssammlung durch Screening- und Monitoring-Prozesse auch die Analyse politischer Themen. Durch die Unterstützung seitens der Ingenieure und Experten aus den Fachabteilungen kann auf diese Weise ein breites Spektrum an Themen bearbeitet und kommuniziert werden.

Alle Unternehmensaktivitäten im Bereich der Interessenvertretung erfolgen im Einklang mit bestehenden gesetzlichen Bestimmungen und sind eingebettet in die Aktivitäten des Volkswagen Konzerns und seiner Außenbeziehungen.

ÖKONOMIE

RISIKOMANAGEMENT

Im Porsche Konzern ist es von hoher Bedeutung, strategische sowie operative Ziele des Unternehmens gegen potentielle Risiken abzusichern. Um diesen Risiken vorzubeugen, wurden ein konzernweites Risikomanagement- und ein internes Kontrollsystem implementiert. Die Basis bildet der international anerkannte Standard des Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO). Ziel ist es, potentielle Risiken frühzeitig zu erkennen, ihre Bedeutung systematisch zu bewerten und ihre Wirkung durch ein angemessenes Steuerungs- und Kontrollsystem zu vermindern oder gar zu vermeiden. Des Weiteren bietet dieses System die Chance, zeitnah und umfassend auf veränderte Rahmenbedingungen einzugehen und Anpassungen vorzunehmen. Durch zentral gesetzte, konzernweit gültige Standards und Regelungen ist eine systematische und einheitliche Risikoerfassung sowie -bewertung sichergestellt. Die zentralen Nachhaltigkeitsthemen sind in den strategischen und operativen Zielen des Unternehmens widerspiegelt.

Da bei Porsche „Risiko“ als Gefahr verstanden wird, ein Unternehmens- oder Geschäftsbereichsziel nicht zu erreichen, ist auch die Verfehlung wesentlicher Nachhaltigkeitsthemen integraler Bestandteil des konzernweiten Risikomanagements. Anhand von quantitativen und qualitativen Kriterien wird darin jedes Risiko analysiert und mit entsprechenden Kennzahlen bewertet. Über die Ergebnisse wird dem Vorstand berichtet, der Prozess der Risikobewertung wird außerdem jährlich überprüft.

ÖKONOMISCHE STABILITÄT

Die Porsche AG hat wie im Vorjahr auch das Geschäftsjahr 2013 mit Rekordwerten bei Auslieferungen, Umsatz und operativem Ergebnis abgeschlossen.

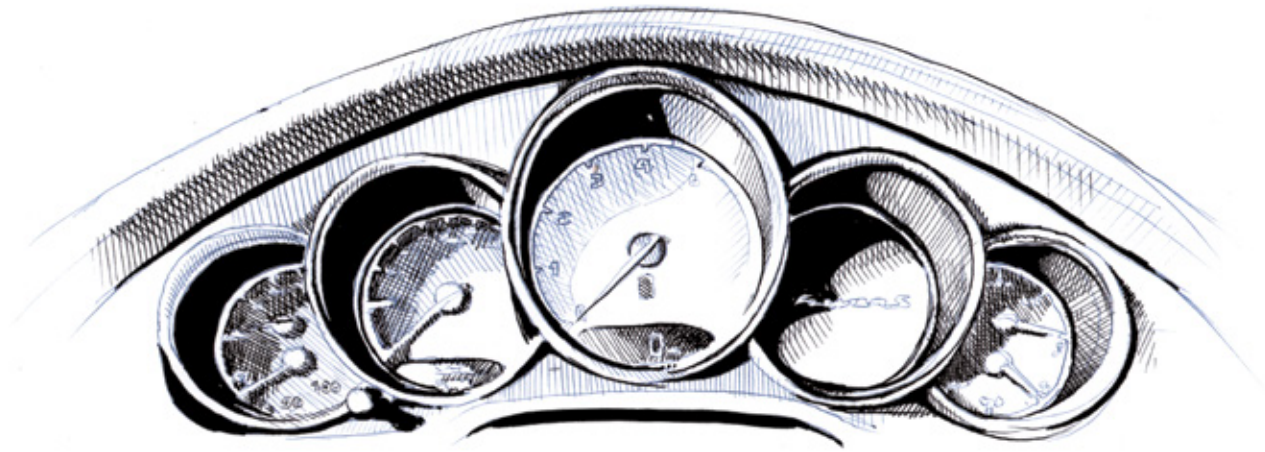
Bei den Auslieferungen von Neufahrzeugen legte Porsche im abgelaufenen Geschäftsjahr um 14,9 Prozent auf weltweit 162.145 Einheiten zu. Der Umsatz betrug 14.326 Millionen Euro und das operative Ergebnis erreichte einen Wert von 2.579 Millionen Euro.

Die hohe Finanzkraft von Porsche resultiert aus einem deutlich positiven Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit. Mit Ausblick auf die folgenden zwei Geschäftsjahre bis Ende 2015 wird diese Entwicklung dazu beitragen, dass der notwendige Cashflow aus der Investitionstätigkeit in Bezug auf Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände aus dem erwirtschafteten Cashflow finanziert werden kann. Die aktuelle Eigenkapitalquote spiegelt die ausgewogene Kapitalstruktur wider und ist zusammen mit der im Geschäftsjahr 2013 um 971 Millionen Euro auf 899 Millionen Euro reduzierten Nettoverschuldung des Bereiches Fahrzeuggeschäft ein klares Signal für die hohe Stabilität des Porsche Konzerns.

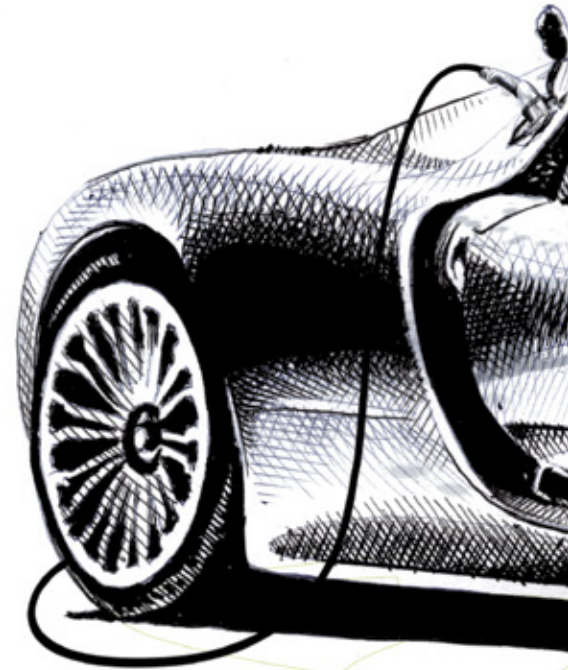
Auch in den kommenden beiden Geschäftsjahren ist mit einem weiteren Wachstum zu rechnen – nicht zuletzt aufgrund der Markteinführung des Macan. Trotz hoher Aufwendungen in die Investitionen für Fahrzeugprojekte soll durch kontinuierliche Produktivitäts- und Prozessverbesserungen sowie ein stringentes Kostenmanagement sichergestellt werden, dass auch in Zukunft der hohe Ertragsanspruch der Porsche AG erfüllt wird. Dieser Anspruch ist durch eine operative Umsatzrendite von mindestens 15 Prozent und eine Kapitalrendite von mindestens 21 Prozent vorgegeben.

Bei der Unternehmenssteuerung setzt Porsche auf die Absicherung der Flexibilität und Skalierbarkeit in den Organisations- und Kostenstrukturen. Diese Fähigkeit ermöglicht eine geeignete Reaktion auf mögliche Volatilitäten im Marktumfeld. Hierzu wurden die fixkostenbezogenen Maßnahmenpakete zur Abfederung der Auswirkungen der letzten Absatz- und Finanzkrise in 2008 und 2009 konsequent weiterentwickelt und ausgebaut.

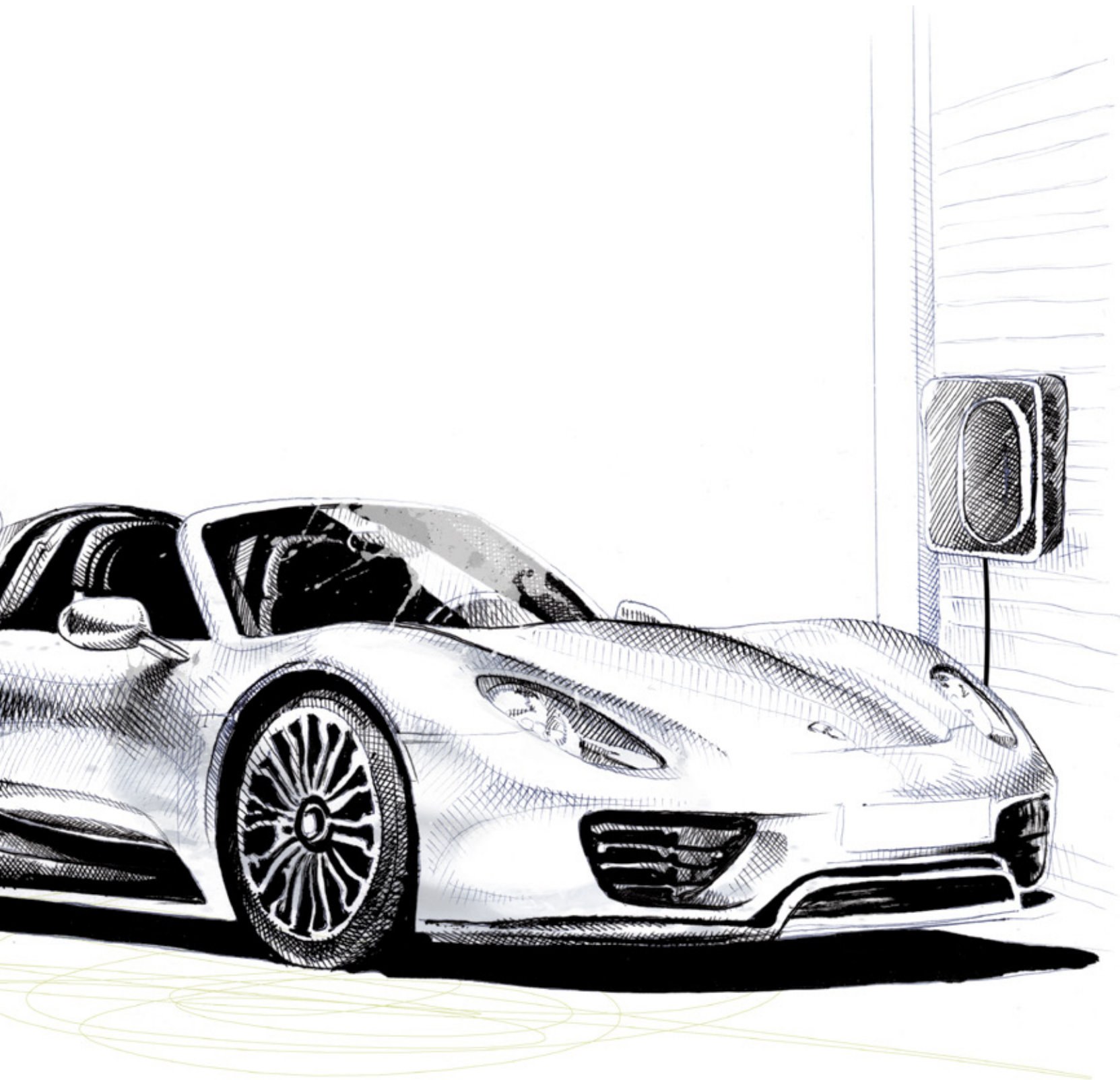
Bei der Steuerung des Produktportfolios setzt Porsche auf die konsequente Priorisierung und Absicherung der Wirtschaftlichkeit strategischer Projekte und Vorhaben unter Berücksichtigung der für die Geschäftsjahre definierten Budgets.



PRODUKTVERANTWORTUNG



Als Hersteller von Sportwagen legt Porsche besonderen Wert auf die kontinuierliche Steigerung der Fahrleistung bei gleichzeitig konsequenter Verbrauchsreduzierung. Beides in Einklang zu bringen und den scheinbaren Widerspruch zwischen Performance und Ökologie mit stetiger Effizienzsteigerung aufzulösen, ist eine Herausforderung für unsere Ingenieure. Deshalb investiert Porsche in großem Umfang in die Langlebigkeit seiner Fahrzeuge, in die Entwicklung alternativer Antriebe sowie in die ständige Verbesserung konventioneller Antriebe.





ELEKTRISIEREND

Die ganze Aufmerksamkeit auf dem Laufband gilt dem eigenen Körper – und der Geräteanzeige, die den Fitnessfortschritt anzeigt. Die ganze? Der Blick schweift immer wieder ab. Was gibt es morgens um halbsieben alle paar Minuten so Faszinierendes auf dem Display des Mobiltelefons zu entdecken, das in der Ablage liegt? Es ist mit einem ganz besonderen Porsche verbunden. Nicht nur der Fahrer, auch sein Porsche tankt in diesem Moment Energie.



Mit voller Batterie fährt
der Panamera S E-Hybrid
im NEFZ* 36 Kilometer
rein elektrisch.

In der Garage lädt der Panamera S E-Hybrid nach Programm die erste Energie des Tages aus der Steckdose, der Innenraum wird dabei gleichzeitig vorkonditioniert – aufgeheizt oder gekühlt, je nach herrschender Außentemperatur. Weil das mit der Energie aus der Steckdose geschieht, wird der Akku geschont und es steht mehr Energie fürs elektrische Fahren zur Verfügung. Laden und Klimatisierung kann per App auch aus der Ferne gesteuert werden. Nur der letzte Schritt wird immer ein manueller bleiben – einsteigen und starten. Im neuen Panamera S E-Hybrid, dem erste Plug-in-Hybrid der Oberklasse, ist aber auch das ein nachhaltiger Vorgang: Denn mit voller Batterie fährt er bis zu 36 Kilometer (NEFZ) rein elektrisch. Ein Hybridantrieb ist eine technisch höchst anspruchsvolle Lösung, denn er verbindet zwei unterschiedliche Antriebssysteme, Verbrennungs- und Elektromotor. Vor über hundert Jahren von Ferdinand Porsche erfunden, eröffnet er mit den technischen Möglichkeiten von heute den Weg nach morgen.

Den Aufbruch in die Elektromobilität geht Porsche in gewohnter Manier an – sehr sportlich. Mit technischen Lösungen, die den Fahrspaß noch unterstützen. Das hat etwas mit dem Unternehmensprinzip zu tun: Vorausdenken ist für Porsche immer noch die liebste Art der Beschleunigung. Und eine gewisse Eile tut auch Not, denn die Automobilindustrie steht vor dem vielleicht größten Umbruch ihrer Geschichte. Emissionsverringern, Klimaschutz, Ressourcenknappheit und weniger Abhängigkeit vom Öl stacheln

den Ehrgeiz der Ingenieure auf neuen Entwicklungsfeldern an. Porsche sieht sich allein schon aufgrund seiner technischen Kompetenz in der Verantwortung, sich beim Aufbruch in die E-Mobilität mit höchstem Einsatz an die Spitze zu arbeiten.

VERBRAUCH UND
EMISSIONEN MÜSSEN
BEI JEDEM NEUEN
MODELL SINKEN

Die Vorgaben im Unternehmen sind klar festgeschrieben: Bei jedem neuen Modell müssen Verbrauch und Emissionen um 10 bis 15 Prozent sinken – ohne dass die Ansprüche der Kunden darunter leiden dürfen. Für Porsche typische Performance, nur neu definiert. Es handelt sich ausdrücklich um keine Verzichtsstrategie – was einen enormen Spagat für die Fahrzeugentwickler bedeutet. Auch einen enorm reizvollen. Die vielversprechendste Technologie, um die Brücke zwischen Performance, Komfort und Effizienz zu bauen, ist der Plug-in-Hybrid. Dabei handelt es sich um ein Antriebskonzept, bei dem die Hochvolt-Batterie für den Elektromotor nicht nur deutlich mehr Energie speichert als bei einem herkömmlichen Vollhybriden, sondern zusätzlich über das Stromnetz extern geladen werden

* NEFZ = Neuer europäischer Fahrzyklus

kann. Auch während der Fahrt kann dies geschehen, wenn der Ladezustand der Batterie nicht mehr ausreicht, um später am Ziel rein elektrisch zu fahren. Zum Beispiel in einer Innenstadt, in die nur Elektrofahrzeuge einfahren dürfen. Dabei wird die Batterie durch die E-Maschine geladen, die in dem Fall als Generator arbeitet und vom Verbrennungsmotor angetrieben wird. Die Zeitenwende in Sachen Elektromobilität ist 2013 zum großen Thema in der Öffentlichkeit geworden. Sie kann nicht nur auf Automobilausstellungen besichtigt werden, wo Modelle wie der Panamera S E-Hybrid oder der 918 Spyder jeweils als erste in ihrem Segment debütieren. Letzterer verfügt über einen Verbrennungsmotor und sogar zwei E-Maschinen. Auch im Forschungs- und Entwicklungszentrum von Porsche in Weissach war 2013 in dieser Hinsicht ein Schlüsseljahr. Die Denkfabrik investiert momentan einen erheblichen

FAHRPROFIL RUND UM STUTTGART



Anteil ihres Jahresbudgets in die Entwicklung von alternativen Antrieben und verbrauchsmindernden Maßnahmen für alle Baureihen. Damit ist die Effizienzsteigerung von Fahrzeugen das tägliche Top-Thema für viele Mitarbeiter geworden.

Matthias Müller, Vorstandsvorsitzender der Porsche AG, fasst es in Worte: „Effizienz und Nachhaltigkeit sind für Porsche keine Fremdwörter. Unser Ursprung liegt im Motorsport, da spielen geringes Gewicht und Motoren, die im Vergleich weniger verbrauchen, schon immer die entscheidende Rolle. Der Panamera war unser Einstieg in die Elektromobilität, bei der Plug-in-Hybride ein Zwischenschritt sind. Nach dem Panamera und dem 918 Spyder werden wir das System sicherlich als nächstes beim Cayenne einsetzen. Der Macan bietet sich ebenfalls an.“ Um diese ehrgeizigen Ziele zu verwirklichen, begeben sich die Entwickler auf ein kundenrelevantes Fahrprofil rund um Stuttgart, das mit entsprechenden Anteilen an Überlandfahrt, Autobahn und Stadtverkehr reale Fahrstrecken abbildet. Wer diese 65-Kilometer Runde Berg und Tal in und um die Porsche Heimatstadt mit einem kurzen Stopp im Stadtbereich verbindet und dabei nochmal „nachlädt“, der drückt den errechneten Gesamtverbrauch des Panamera S E-Hybrid auf unter 2 Liter pro 100 Kilometer. Ein spielerisches Szenario, gewiss – aber kein abwegiges. Es zeigt, wohin Wege führen können, wenn die technische Weiterentwicklung sie erst einmal eröffnet hat. Herausforderungen in Sachen Sparsamkeit und Umwelt sind

für die Porsche Fahrzeugbauer nicht neu. Schon in den siebziger Jahren, Stichwort Ölkrise, und angesichts der bis heute strengen kalifornischen Gesetzgebung haben sie diese Art Verantwortlichkeit praktiziert. Wolfgang Hatz, Entwicklungsvorstand bei Porsche, hat aus seinen vormaligen Ingenieurs-Aufgaben das Credo mitgenommen: „Porsche war schon immer effizient.“ Mit Blick auf Gegenwart und Zukunft manifestiert er: „Die niedrigen Werte machen auf den ersten Blick klar: Sportwagen sind keine unvernünftigen Fahrzeuge.“

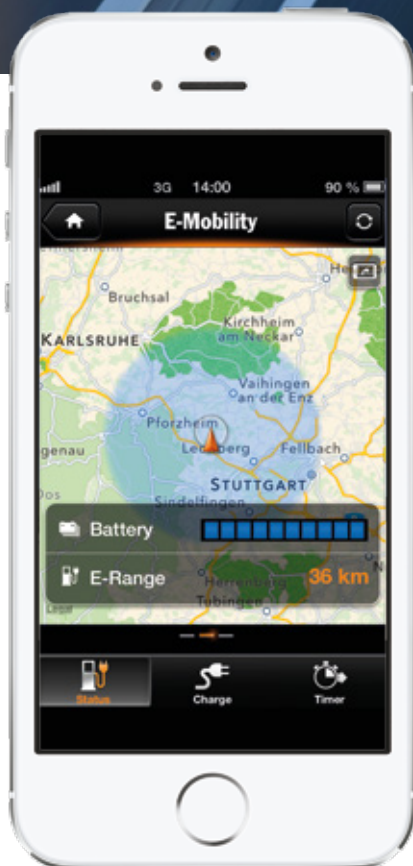
Ein Plus für den Alltag. Was der Panamera S E-Hybrid an Flexibilität vormacht, hat auch viel mit der Faszination des 918 Spyder zu tun. Er trägt nicht umsonst die Kontrastmerkmale in acidgrün, die ihn als E-Hybrid kennzeichnen. Auf der Internationalen Automobil-Ausstellung in Frankfurt 2013 wurde der 652 kW (887 PS) starke Hochleistungsportler als „Zeitmaschine“ gefeiert, weil er sein Rennstreckenpotenzial mit der Effizienz zweier schnell ansprechender Elektromaschinen kombiniert. Im 918 Spyder steckt der Genpool für die Porsche Sportwagen der Zukunft. Ein findiger Texter unterstreicht den Weg mit dem Slogan: „Für alle Ewigmorgigen.“ Elektromobilität hat vor allem dann eine große Zukunft, wenn global die Anstrengungen der Kommunen mit denen der Automobilindustrie Schritt halten und das Netz an Ladestationen dichter wird. Porsche fördert dieses Denken in Deutschland bereits durch die Beteiligung an verschiedenen Initiativen. Das reicht bis zu der Frage, woher der getankte Strom

Vergleich zwischen der letzten Fahrzeuggeneration, dem aktuellen Downsizing und der Hybridvariante des Panamera

	Panamera S (V8, MJ ¹⁾ 2012)	Panamera S Biturbo (V6, MJ ¹⁾ 2013)	Panamera S E-Hybrid (MJ ¹⁾ 2013)
Leistung	294 kW (400 PS)	309 kW (420 PS)	306 kW (416 PS)
Verbrauch im NEFZ (kombiniert)	10,5/100km	8,7/100km	3,1 l/100km
CO ₂ -Emissionen im NEFZ	261 g/km	204 g/km	71 g/km
Beschleunigung 0–100 km/h	5,4 s	5,1 s	5,5 s
Höchstgeschwindigkeit	283 km/h	287 km/h	270 km/h

¹⁾ MJ = Modelljahr

Der Panamera ist
der Einstieg von Porsche
in die Elektromobilität.



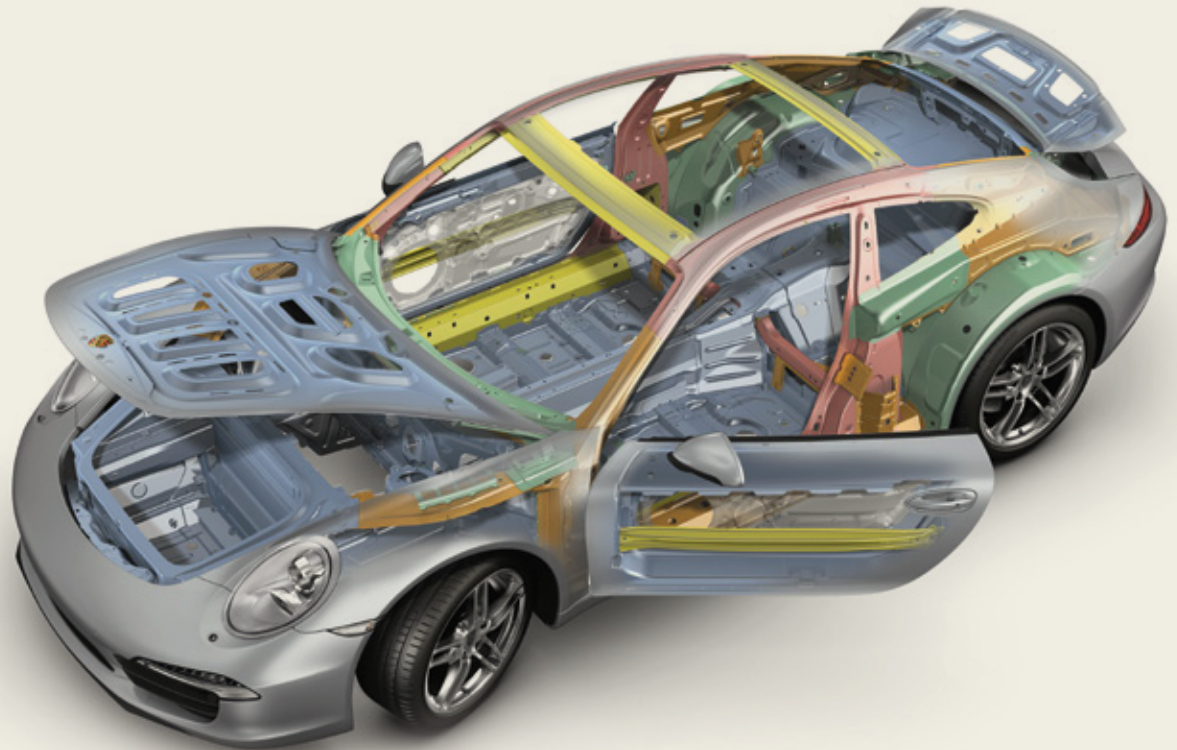
kommt. Dieses Thema ist von großer Bedeutung, denn Plug-in-Hybridfahrzeuge fahren nur dann wesentlich CO₂-reduziert, wenn der Strom für die Batterien aus regenerativen Energiequellen stammt. Aus diesem Grund hat Porsche in Deutschland eine Kooperation mit dem Ökostromanbieter „LichtBlick“ abgeschlossen. Er bietet Privatkunden Strom, der vollständig aus erneuerbaren Energien stammt. Die Reichweiten-Anzeige im Panamera führt für den Fahrer zu einer Art Wettbewerb mit sich selbst. Kaum jemand, der nicht durch bewusstes Fahren die 36 Kilometer im reinen Elektrobetrieb zu übertreffen versucht. Auf dem Weg zurück in die Garage, wo die eigens für diesen Zweck gestaltete Ladestation auf die Heimkehr des Panamera S E-Hybrid wartet, spielt das haptische Gaspedal eine Rolle. Bei ihm nimmt der Widerstand zu, wenn der Fahrer so stark beschleunigt, dass der Elektromodus verlassen wird. Erst ab diesem Druckpunkt schaltet sich der Verbrennungsmotor ein.

Später am Abend liegt das mit Porsche Car Connect ausgerüstete Mobiltelefon scheinbar achtlos auf dem Tisch. Aber wer genau hinschaut, der sieht, dass es genau in der Sichtachse von der Couch zum Fernseher platziert ist. Ein Tag in der Elektromobilität geht eben nie zu Ende.

**3,1 Liter/
100 km**

**NORMVERBRAUCH (NEFZ)
PANAMERA S E-HYBRID**

PRODUKTÖKOLOGIE



- Leichtmetall
- Tiefziehstähle
- warm umgeformte ultrahochfeste Stähle
- mikrolegierte höherfeste Stähle
- Dualphasenstähle (Mehrphasenstähle)

EFFIZIENZSTEIGERUNG UND VERBRAUCHSREDUKTION

Leichtbau

Ein Erfolgskonzept für mehr Effizienz im Fahrbetrieb ist der intelligente Leichtbau. An jeder Stelle im Fahrzeug wird der aufgrund seiner Eigenschaften optimale Werkstoff eingesetzt. Grundsätzlich wird Leichtbau bei Porsche über das ganze Fahrzeug hinweg konsequent umgesetzt – durch den Rennsport hat dieser Gedanke bereits eine lange Tradition.

Besondere Aufmerksamkeit richten die Konstrukteure in der Karosserie auf den Mischbau. Dort wird ganz gezielt ein sehr breites Spektrum von Stahllegierungen unter-

schiedlicher Festigkeit in direkter Verbindung mit Leichtmetalllegierungen verwendet.

Beim aktuellen Modell des 911 konnte Porsche erstmals die Gewichtsspirale des Sportwagens umkehren. Trotz höherer Craschanforderungen und neuer Funktionen ist das Fahrzeug um bis zu 65 Kilogramm leichter als sein Vorgänger. Dies wurde unter anderem durch ein ganz neues Rohbaukonzept mit einem Anteil an Leichtmetallen von rund 45 Prozent in der Mischbauweise erreicht.

Für künftige Fahrzeuggenerationen entwickelt Porsche innovative Konzepte. Der neue Sportwagen 918 Spyder ist mit seiner tragenden Struktur aus kohlefaserverstärktem Kunststoff (CFK) einer der Vorreiter für neue Leichtbau-Technologien. Neben diesem hochmodernen Werkstoff wird Porsche weiterhin den Einsatz von Aluminium und Magnesium ausbauen.

9%

WENIGER VERBRAUCH
DURCH DOWNSIZING
BEIM PANAMERA S

Downsizing

Ein wichtiger Aspekt der Leistungs- und Effizienzsteigerung ist das sogenannte Downsizing, bei dem die Hubraumgröße und das Gewicht des Motors bei gleichbleibender oder sogar steigender Leistung reduziert werden. Der verkleinerte Hubraum und die dadurch abnehmenden Energie- und Reibungsverluste ermöglichen einen erheblich reduzierten Energieverbrauch; Turboaufladung sorgt gleichzeitig für eine Leistungssteigerung. Beim Panamera hat die Anwendung des Downsizing-Konzepts einen völlig neuen Motor, den V6 mit drei Liter Hubraum und Aufladung mit zwei Turboladern, hervorgebracht. Die Eckdaten machen den Fortschritt deutlich – 15 kW (20 PS) mehr Leistung und 20 Nm mehr Drehmoment stehen bis zu 9 Prozent weniger Verbrauch gegenüber.

Segeln

In Verbindung mit dem Porsche Doppelkupplungsgetriebe (PDK) ist eine weitere Verbrauchersparnis mittels des sogenannten Segelns möglich. Dabei wird durch die Abkopplung des Motors dessen Bremswirkung vermieden; das Fahrzeug kann so seine Bewegungsenergie optimal ausnutzen und eine längere Strecke rollen. Nimmt der Fahrer Gas weg, entkoppelt das PDK automatisch den eingelegten Gang, und das Fahrzeug segelt so lange mit minimalem Kraftaufwand bei Leerlaufdrehzahl, bis die gewünschte Geschwindigkeit erreicht ist.

Benzin-Direkteinspritzung (DFI)

Das System der Benzin-Direkteinspritzung (DFI) trägt zur Effizienzsteigerung bei. DFI befördert den Kraftstoff mit bis zu 120 bar Druck direkt und millisekundengenau über elektromagnetisch betätigte Einspritzventile in den Brennraum. Geregelt wird die Einspritzung durch das elektronische Motormanagement. Zur Optimierung des Verbrennungsverlaufs und des Kraftstoffverbrauchs regelt die Motorsteuerung bei der direkten Einspritzung den Einspritzzeitpunkt individuell für jeden Zylinder, sowie die Einspritzmenge für jede Zylinderbank.

Abgasreinigung

Alle neueren Porsche Fahrzeuge zeigen in ihrer jeweiligen Kategorie, dass selbst leistungsstarke Sportwagen moderate Emissions- und Schadstoffwerte erreichen. Hierzu tragen die vielfältigen Motorenkonzepte vom Hybrid- über den Diesel- bis zum Benzinantrieb bei. Durch die schnelle Aufheizung des Katalysatorsystems nach dem Start wird außerdem die optimale Betriebstemperatur früh erreicht – dies führt zu einer Schadstoffminderung. Beim Macan S Diesel, der 2014 in den Markt eingeführt wird, werden die Stickoxid-Emissionen gezielt durch ein SCR-System reduziert.

InnoDrive: Fahrstrategie für verbrauchsoptimiertes Fahren

Mit neuen Maßnahmen zur Verbrauchsreduzierung steigt einerseits das Spektrum an individuellen Fahrprogrammen, andererseits aber auch die Bedienkomplexität für den Fahrer. Porsche entwickelt aus diesem Grund für die Zukunft das Assistenzsystem InnoDrive für maximale Effizienz, individuelle Dynamik und maximalen Komfort. Das System blickt auf Basis von Navigationsdaten vorausschauend auf die zu bewältigende Strecke und gewinnt so Informationen zur Steuerung von Motor, Getriebe und Bremsen für ein verbrauchsoptimiertes Fahren.



Der Hochleistungs-Hybrid „Made in Zuffenhausen“: Gen-Pool für die nächsten Sportwagen-Generationen

HYBRIDISIERUNG

Die Hybridisierung gilt als zentraler Baustein, wenn es um Ressourcenschonung und die Senkung von Energiebedarf und Emissionsausstoß geht. Die Ausstattung der Modelle Cayenne und Panamera mit Hybridantrieben sowie die Entwicklung des 918 Spyder qualifizieren Porsche im Premiumsegment zum Vorreiter auf diesem Gebiet. Für die Zukunft setzt Porsche weiter auf den Hybridantrieb. Dabei wird eine klare und markentypische Strategie verfolgt: Die Kombination von Performance und Effizienz bei gleichzeitiger Alltagstauglichkeit.

Panamera S E-Hybrid

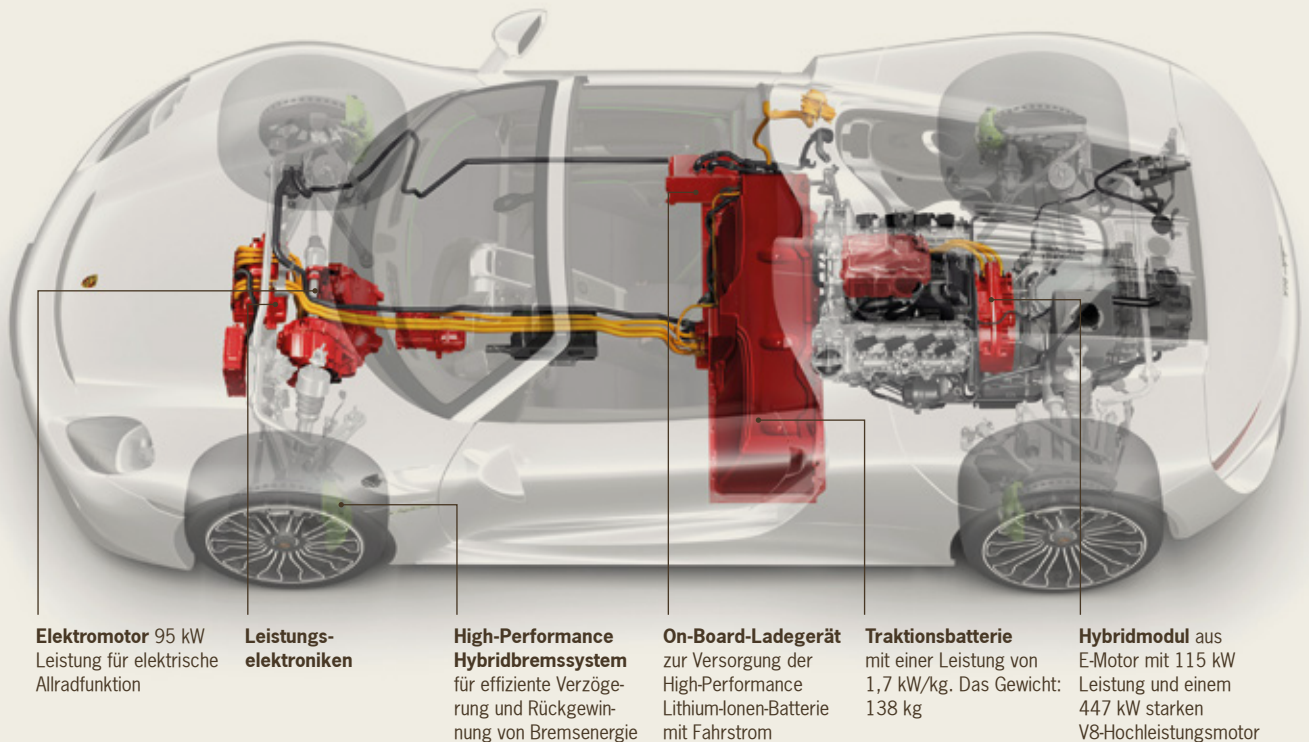
Der Panamera S E-Hybrid ist die konsequente Weiterentwicklung des Parallel-Vollhybrids und weist deutliche Verbesserungen gegenüber dem Vorgängermodell auf. Mit 70 kW (95 PS) leistet der Elektroantrieb mehr als doppelt

so viel wie die vorherige E-Maschine – bei einem zeitgleich um 56 Prozent sinkenden Verbrauch im Norm-Fahrzyklus NEFZ (von 7,1 Liter auf 3,1 Liter pro 100 Kilometer). Substanzielle Verbesserungen sind außerdem bei der Beschleunigung, Reichweite und Höchstgeschwindigkeit von 135 km/h im elektrischen Fahrbetrieb messbar. Die neu entwickelte Lithium-Ionen-Batterie, die über eine Industriesteckdose innerhalb von zweieinhalb Stunden und über einen haushaltsüblichen Anschluss in weniger als vier Stunden aufgeladen werden kann, verfügt mit 9,4 kWh zudem über mehr als den fünffachen Energieinhalt der bisherigen Technik. Der Panamera S E-Hybrid profitiert von Rekuperation: Bei der Betätigung des Bremspedals wird Energie über den Generatorbetrieb der Elektromaschine zurückgewonnen.

918 Spyder: Porsche Gene für die Zukunft

Mit dem 918 Spyder hat Porsche auf der Internationalen Automobilausstellung 2013 in Frankfurt ein zukunftsweisendes Sportwagenkonzept präsentiert. Von Grund auf als Hochleistungs-Hybrid konzipiert, verkörpert der 918 Spyder die Spreizung zwischen der Performance eines

652 kW (887 PS) starken Supersportwagens und der fast lautlosen, emissionsfreien Fortbewegung eines Elektrofahrzeuges. Einer Beschleunigung von null auf 100 km/h in 2,6 Sekunden steht ein Normverbrauch von 3,0 bis 3,1 Litern auf 100 Kilometern gegenüber. Die elektrische Reichweite beträgt 31 Kilometer.



LANGLEBIGKEIT, WARTUNG, WERKSTOFFE UND RECYCLING

Zwei Drittel aller jemals gebauten Porsche sind heute noch auf der Straße unterwegs. Dies ist auch den langlebigen und verschleißarmen Materialien zu verdanken, die die Wartung eines Porsche auf ein Minimum reduzieren. Grundsätzlich ist es Porsche ein Anliegen, bei den Wartungen eine stetige Intervallverlängerung zu erreichen, zum Beispiel beim Ölfilterwechsel.

Alle verwendeten größeren Kunststoffbauteile sind mittels ihrer Werkstoffbezeichnung für ein späteres sortenreines Recycling gekennzeichnet. Überall dort, wo Kunststoffrezyklate die hohen technischen Anforderungen erfüllen, können sie eingesetzt werden. Zudem werden hauptsächlich umweltfreundliche Wasserbasislacke verwendet.

Porsche hat die gesetzlichen und unternehmensinternen Anforderungen an eine verwertungsgerechte Produktentwicklung und Konstruktion in einer eigenen Norm festgelegt, der Porsche Norm „PN 1002“. Sie dient mit weiteren bestehenden Normen dazu, gemeinsam mit den Lieferanten und deren Unterlieferanten ein Maximum an Umweltverträglichkeit zu erreichen. Die Umsetzung erfolgt unter anderem durch Demontagestudien mit einer Simulation der Altfahrzeugverwertung. Dabei wird unter realitätsnahen Arbeitsbedingungen und mit Original-Verwerterwerkzeug etwa eine für die Mitarbeiter sichere Deaktivierung der pyrotechnischen Bauteile oder eine möglichst zügige und vollständige Trockenlegung flüssigkeitsführender Bauteile wie dem Tank überprüft. Ein Porsche Fahrzeug kann nach diesen Demontagestudien heute schon die Gesetzesvorgabe 2015 mit 95 Prozent Verwertung und 85 Prozent Recycelfähigkeit erfüllen.

PRODUKTSICHERHEIT

Bei Porsche sorgt intelligente Technik für Ausgeglichenheit – auch hinter dem Steuer, auf langen Geraden und in engen Kurven. Ein Beispiel dafür sind Lichtsysteme, die den Fahrer entspannt vorausschauen lassen. Mit Bremsanlagen, die zu seiner inneren Ruhe beitragen. Und mit Assistenzsystemen, die nicht gängeln, sondern unterstützen.

Porsche Stability Management (PSM)

Das in allen Porsche Modellen serienmäßige Porsche Stability Management (PSM) ist zuständig für die Erhaltung von Stabilität und Traktion im fahrdynamischen Grenzbereich sowie in unvorhersehbaren kritischen Fahrsituationen. Zahlreiche Sensoren ermitteln dazu während der Fahrt ununterbrochen Richtung, Querbewegung sowie Fahr- und Giergeschwindigkeit des Fahrzeugs. Das PSM errechnet aus den erhobenen Daten die tatsächliche Bewegungsrichtung. Weicht diese von der gewünschten Spur ab, initiiert das Regelsystem gezielte Bremsvorgänge an einzelnen Rädern und ermöglicht auf diesem Weg die Stabilisierung des Fahrzeugs. Auch bei der Beschleunigung auf unterschiedlichen Oberflächen verbessert das PSM durch die Funktionen „Automatisches Bremsdifferenzial“ (ABD) und „Antriebsschlupfregelung“ (ASR) die Traktion und sorgt so für mehr Agilität, Kontrolle und Sicherheit. Kommt es bei einer Fahrt mit abgeschaltetem Regelsystem zu einer kritischen Fahrsituation – beispielsweise wenn sich eines der Vorderräder im ABS-Regelbereich befindet –, aktiviert sich das PSM zur Sicherheit des Fahrers automatisch.

Bremstechnologie

Den Bremsen wird bei Porsche eine ebenso hohe Bedeutung beigemessen wie den Motoren oder dem Fahrwerk. Bei einer starken Fahr-Performance ist eine hohe Bremsleistung unverzichtbar. Die S-Modelle des Boxster und 911 beispielsweise verfügen an den Vorderrädern im Vergleich zum jeweiligen Basismodell über im Durchmesser zehn



PSM: Stabilität auch unter extremen Bedingungen



Unverzichtbar: Höchste Bremsleistung bei starker Fahrperformance

oder fünfzehn Millimeter größere Bremsscheiben. Zur Sicherstellung bester Bremsperformance sind alle Porsche Modelle mit innen belüfteten Bremsscheiben ausgestattet. Die Bremsscheiben mit Loch- oder Nutstruktur sorgen zudem für ein verbessertes Ansprechverhalten bei Nässe.

Porsche Ceramic Composite Brake (PCCB)

Beste Bremstechnologie stellt die optional verfügbare Porsche Ceramic Composite Brake (PCCB) dar. Die gelochten Keramik-Bremsscheiben verfügen sowohl über einen deutlich höheren Härtegrad als auch größeren Durchmesser – beim 911 und Boxster beispielsweise 350 Millimeter an Vorder- und Hinterachse – und ermöglichen so eine besonders hohe Bremsleistung. Im Vergleich zur Grauguss-Bremse zeichnet sich die PCCB durch ein deutlich geringeres Gewicht aus. Die hohe Fading-Stabilität der PCCB steigert außerdem die Sicherheit beim wiederholtem Abbremsen aus hoher Geschwindigkeit.

Lichtkonzepte

Um eine bestmögliche Ausleuchtung der Fahrbahn bei Dunkelheit sowie schwierigen Witterungsverhältnissen zu ermöglichen, hat Porsche für seine Fahrzeuge spezielle Lichtkonzepte entwickelt. Die Modelle des 911, Panamera und Cayenne sowie der Boxster S verfügen beispielsweise über Bi-Xenon-Scheinwerfer und einen Fahrlichtassistenten, der bei zunehmender Dunkelheit automatisch von Tagfahrlicht auf Abblendlicht umschaltet. Eine weitere Funktion, die in kritischen Fahrsituationen die Sicherheit erheblich erhöht, wird durch die adaptiven LED-Bremslichter bereitgestellt. Im Fall einer Notbremsung pulsieren diese in ihrer Leuchtintensität, bei erreichtem Stillstand wird automatisch das Warnblinklicht aktiviert. Der nachfolgende Verkehr kann somit schnell und effektiv vor einer Gefahrensituation gewarnt werden.

Bi-Xenon-Hauptscheinwerfer inklusive Porsche Dynamic Light System (PDLS) beziehungsweise PDLS Plus

Die Bi-Xenon-Hauptscheinwerfer mit Halogen-Zusatzscheinwerfern, Scheinwerferreinigungsanlage und automatischer dynamischer Leuchtweitenregulierung sorgen für eine gleichmäßige Ausleuchtung der Fahrbahn bei Abblend- wie auch bei Fernlicht. Das dynamische Kurvenlicht schwenkt die Hauptscheinwerfer abhängig von Lenkwinkel und Fahrgeschwindigkeit in die Kurve. Bei den Panamera und Cayenne Modellen aktiviert das statische Kurvenlicht Zusatzscheinwerfer zur Ausleuchtung enger Kurven oder beim Abbiegen.

Das Porsche Dynamic Light Systems (PDLS) passt außerdem die Lichtverteilung der Geschwindigkeit an. Das Schlechtwetterlicht wird zusammen mit der Nebelschlussleuchte aktiviert. Das Ergebnis ist eine erhöhte Sicherheit – nicht nur nachts und in Kurven.

Das PDLS Plus bietet zwei zusätzliche Funktionen: Der Fernlichtassistent erkennt den vorausfahrenden und entgegenkommenden Verkehr und blendet das Fernlicht automatisch ab. Ist die Strecke frei, wird das Fernlicht wieder aktiviert. Durch Aktivierung des statischen Kurvenlichts werden Kreuzungen oder Einbuchtungen ausgeleuchtet.

LED-Hauptscheinwerfer

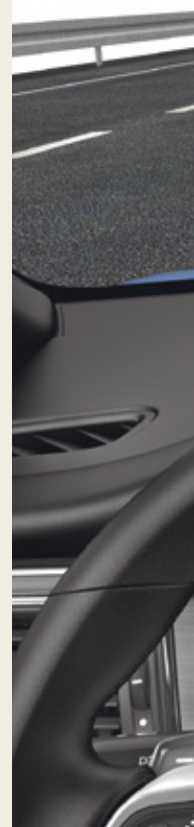
Die LED-Hauptscheinwerfer sind technisch und optisch eine komplette Neuentwicklung. Jedes Scheinwerfermodul besteht aus je zwei Lichtgehäusen in Stufenanordnung. Darin integriert ist das Vierpunkt-Tagfahrlicht. Die wesentlichen Vorteile des LED-Lichts liegen in der besonders hohen Leuchtkraft und langen Lebensdauer. LED verbrauchen nur wenig Energie und ermüden die Augen dank optimierter Nah-, Seiten- und Fernausleuchtung sowie der tageslicht-ähnlichen Farbe und der geringen Lichtstreuung weniger schnell als bei anderen Systemen.

Abstandsregeltempomat

Der Abstandsregeltempomat regelt die Geschwindigkeit abhängig vom Abstand zum vorausfahrenden Fahrzeug. Dabei überwacht ein Radarsensor im Bugteil den Bereich bis zu 200 Meter auf der vor dem Fahrzeug liegenden Fahrspur. Ist ein bestimmtes Tempo eingestellt und man nähert sich einem langsamer fahrenden Fahrzeug, erfasst der Radarsensor dieses. Das System reduziert die eigene Geschwindigkeit durch Gaswegnahme oder sanftes Bremsen, bis ein – vorher einstellbarer – Abstand entstanden ist. Das Fahrzeug folgt nun dem Vorausfahrenden mit reduzierter Geschwindigkeit. Bremsst dieser weiter ab, verringert der Abstandsregeltempomat kontinuierlich das Tempo – bis hin zum Stillstand. Ist die Fahrbahn wieder frei, beschleunigt das Fahrzeug erneut auf die ursprünglich eingestellte Geschwindigkeit. Der einstellbare Geschwindigkeitsbereich reicht dabei von 30 km/h bis 210 km/h. Die integrierte „Stop-and-go“-Funktion ermöglicht – auf Fahrerwunsch in einer Stausituation – ein automatisches Abbremsen und erneutes Anfahren. Für noch mehr Sicherheit sorgt das ebenfalls integrierte Porsche Active Safe (PAS). Bei zu zügigem Auffahren wird über ein akustisches Signal und einen Bremsruck gewarnt. Zudem kann das System eine vom Fahrer ausgelöste Bremsung verstärken.

Spurwechselassistent (SWA)

Der Spurwechselassistent (SWA) überwacht mittels Radarsensoren den Bereich seitlich hinter dem Fahrzeug sowie den „toten Winkel“. Ab einer Geschwindigkeit von 30 km/h und bis zu einer Geschwindigkeit von 250 km/h informiert das System durch ein optisches Signal in den Außenspiegeln über Fahrzeuge, die sich schnell von hinten nähern oder sich im „toten Winkel“ befinden. Gerade auf der Autobahn erhöht der Spurwechselassistent so den Komfort, greift jedoch nicht in die Fahrzeugführung ein und kann jederzeit deaktiviert werden.





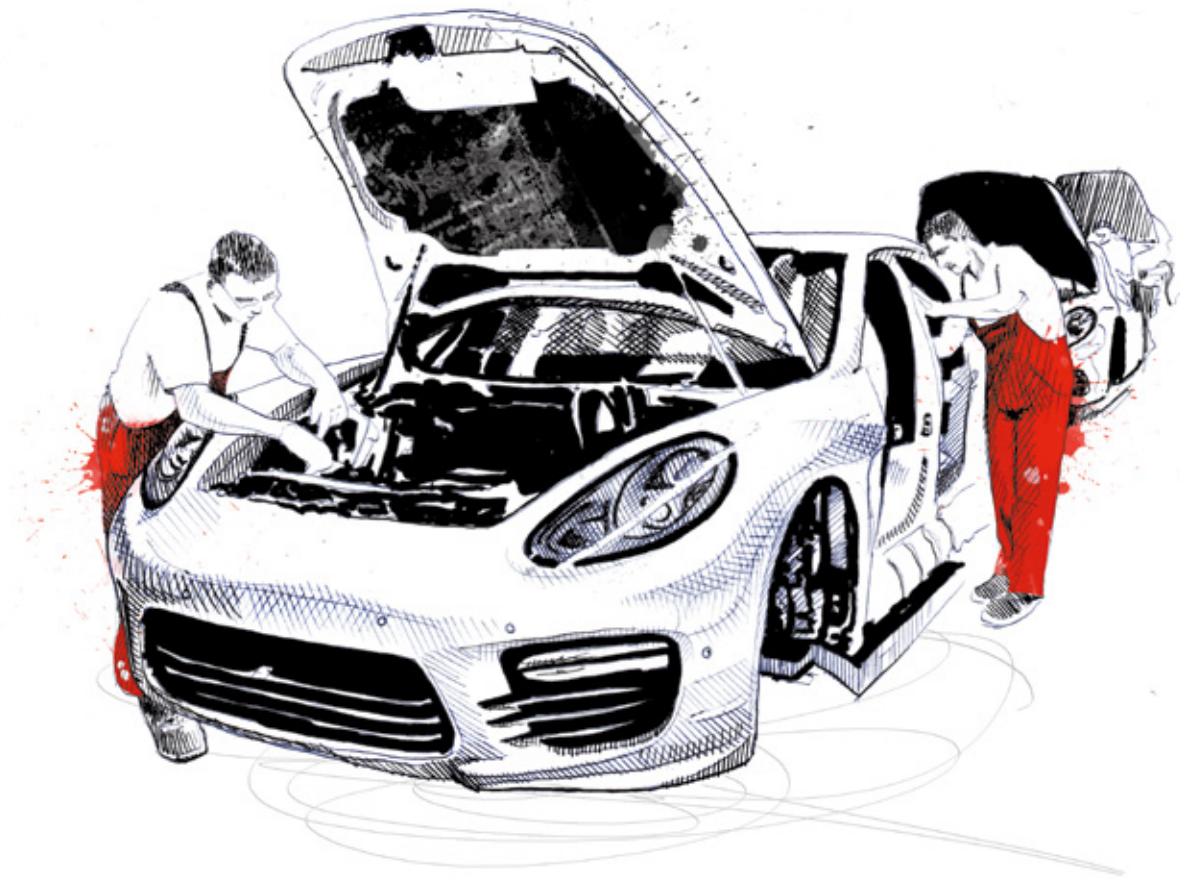
Spurhalte- und Spurwechselassistent beim Macan

Tempolimitanzeige

Die Tempolimitanzeige informiert den Fahrer über die aktuelle Verkehrssituation. Dabei erfasst eine Kamera Geschwindigkeitsbegrenzungen, Überholverbote und deren Aufhebungen. Wird ein Verkehrszeichen nicht erkannt, etwa bei starkem Regen oder Dunkelheit, wird automatisch die im Navigationsmodul hinterlegte Geschwindigkeitsbegrenzung angezeigt. Der Fahrer kann dadurch die volle Aufmerksamkeit dem Verkehr widmen.

Spurverlassenswarnung

Die Spurverlassenswarnung unterstützt den Fahrer auf allen mehrspurigen Straßen mit Fahrbahnbegrenzungslinien. Eine Kamera im Gehäuse des Rückspiegels überwacht den Fahrbahnbereich vor dem Fahrzeug. Nähert man sich einer Begrenzungslinie oder läuft Gefahr, die Fahrspur zu verlassen, ohne den Blinker gesetzt zu haben, warnt ein Hinweiston.



UMWELT UND ENERGIE AN DEN STANDORTEN

Neben dem produktbezogenen Umweltschutz hat Porsche schon frühzeitig in umwelt- und ressourcenschonende Herstellungsverfahren investiert. Wir legen höchsten Wert auf einen sparsamen Umgang mit Rohstoffen, Energie und Wasser, denn nur so erreichen wir unsere hohen Ziele – sei es bei der Minimierung der Abfallmenge, der Optimierung unserer Abwasserbehandlung oder der Reduzierung unserer CO₂-Emissionen im gesamten Unternehmen.





Gruppenbild mit Dame: Das Energie-Effizienzteam bei der Arbeit im Werk Leipzig

ZWEI WERKE EIN ZIEL

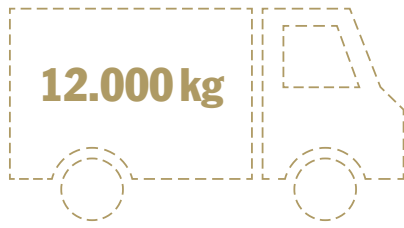
Motivierte Mitarbeiter, schlanke Prozesse und das kontinuierliche Streben nach mehr Effizienz – Ressourcensparen als Erfolgserlebnis

Höchste Effizienz wird jedem Porsche in die Wiege gelegt. Denn Sportwagen heißt: Aus einem Minimum von Energie das Maximum herausholen. Sportwagen sind die Leistungssportler unter den Autos. Produktionsstandorte von Porsche sind die Leistungssportler unter den Automobilwerken. Genau wie Leistungssportler messen sich die Werke untereinander. Mal liegt das Stammwerk in Stuttgart-Zuffenhausen mit einem Projekt an der Spitze. Dann über-

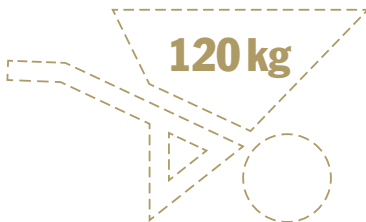
nehmen es die Kollegen in Leipzig – nach Möglichkeit verfeinert und weiterentwickelt. Mal hat das Werk Leipzig die Nase vorne, und Zuffenhausen geht im Anschluss aus dem Windschatten auf die Überholspur. Das Ergebnis ist immer Höchstleistung.

Beispiel Lackiererei: 2011 wurde in Zuffenhausen die weltweit umweltfreundlichste Lackiererei eines Autowerks eröffnet. Durch den Einsatz eines neuartigen elektrosta-

tischen Abscheidesystems für Farbnebel reduziert sich hier der konditionierte Frischluftanteil um 70 Prozent. Die wenigen anfallenden Lösemittel werden nicht wie sonst verbrannt, sondern über eine nass-chemische Abluftreinigung gefiltert und zurückgewonnen. So wird der Grenzwert für Lösemittlemissionen um über 50 % unterschritten. Dieses Verfahren hat Porsche zusammen mit einem regionalen Partner für die Serienlackierung weiterentwickelt



ERLAUBTE GESAMTSTAUBMENGE
DER LACKIEREREI PRO JAHR



TATSÄCHLICHE GESAMTSTAUBMENGE
DER LACKIEREREI PRO JAHR

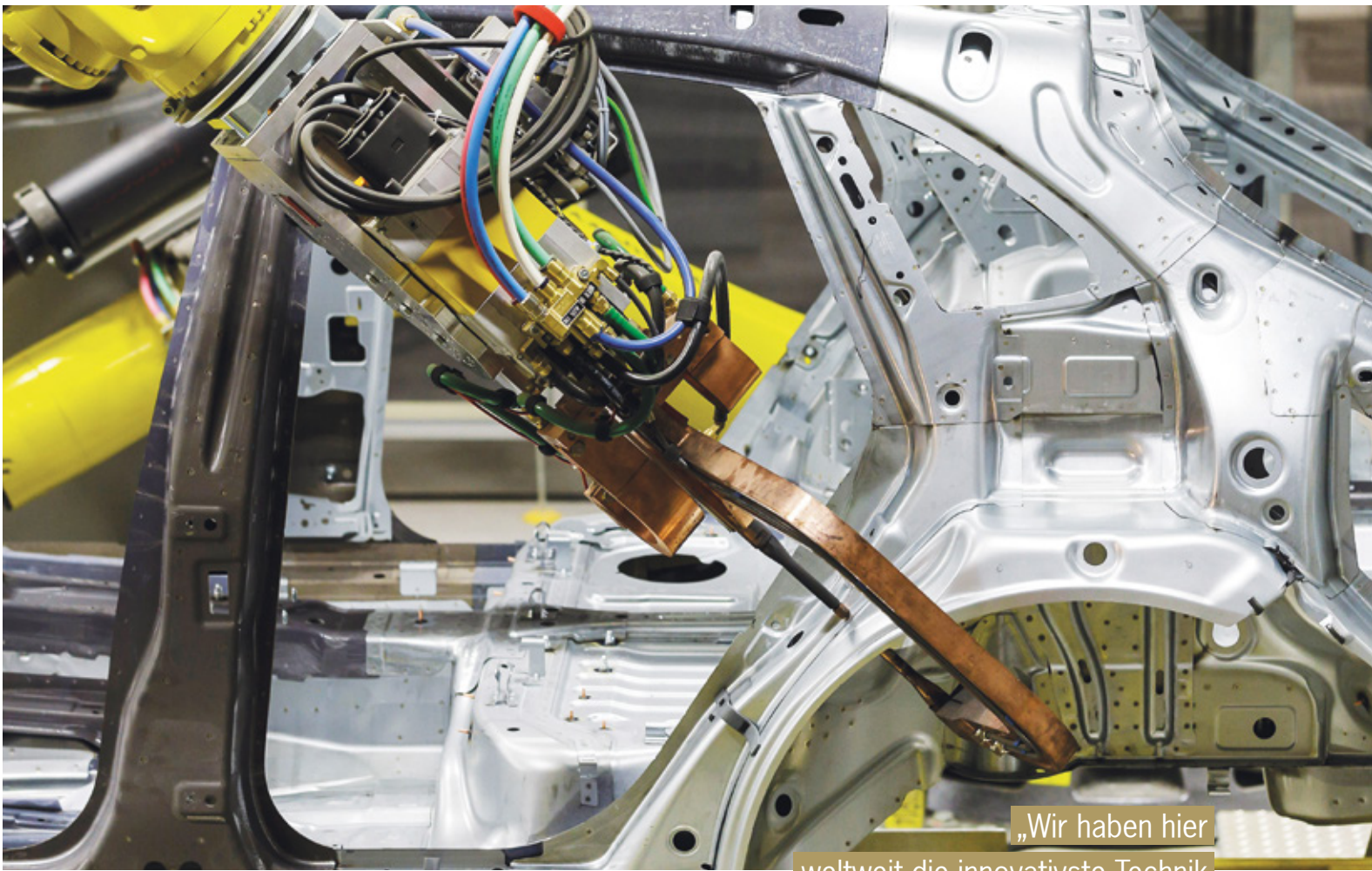
und erstmalig eingesetzt. „Die Emissionen der Lackiererei sind beispielhaft niedrig,“ erklärt Rolf Toczek, Leiter Umweltschutz. Die Spritzkabinenabluft dürfte nach den strengen Vorgaben der TA Luft (Technische Anleitung zur Reinhaltung der Luft) im Jahr 12.000 Kilogramm Gesamtstaub ausstoßen. Tatsächlich sind es nur 120 Kilogramm. Wer auch die neue Lackiererei im Werk Leipzig besucht, wird viele Gemeinsamkeiten entdecken.

Das Zusammenspiel der Werke verdeutlicht auch ein anderes Beispiel. Im Lichttunnel der Polierstation in Stuttgart-Zuffenhausen wird das Licht der Leuchtstoffröhren durch Spiegel vervielfacht. In Leipzig gewährleistet eine neue Anordnung der Spiegel eine perfekte indirekte Beleuchtung der frisch lackierten Karosserien, LED-Lampen sparen rund 30 Prozent Energie. „Die Übernahme dieser Weiterentwicklung in Stuttgart ist bereits beschlossen“, erklärt Christian Friedl, Leiter Produktionsorganisation der Porsche AG.



Energiesparen: Im Werk Leipzig wird in den Pausen das Licht gedimmt und der Roboter ausgeschaltet

Ressourcen lassen sich an vielen Stellen sparen. In Stuttgart hat man durch neue Behälter die Restmengen beim Kleben im Karosseriebau stark reduziert – eine Einsparung von rund 10 Prozent des zuvor verbrauchten Klebers ist das Ergebnis. In Leipzig setzt man auf eine intelligente Ladetechnik für Flurförderfahrzeuge. Dies reduziert bei 87 Ladestationen und 124 Flurförderfahrzeugen im Werk den Energieverbrauch pro Jahr um etwa 560.000



„Wir haben hier
weltweit die innovativste Technik
im Einsatz.“

Kilowattstunden und spart jährlich 75.000 Euro. Ökologie und Ökonomie gehen Hand in Hand – Vorbild für nachhaltiges Wirtschaften.

Siehe auch die Fertigung in Leipzig: Frühstückspause in der Cayenne und Panamera Montage. Die Szenerie ist in gedimmtes Licht getaucht. Maschinen und Fahrzeuge stehen fast im Dunkeln. Es sieht aus, als schlummerten sie – in den Pausen schalten sich die Maschinen und die Beleuchtung ab. Der Rundgang durch das Werk bringt weitere Überraschungen. Zur Reduzierung der „teureren“ Druckluft wurde damit begonnen, die von den Monteuren genutzten Schraubgeräte auf energieeffiziente Akku-geräte umzustellen.

„Energie kann man nicht sehen. Also muss man darüber reden“, erklärt Anke Höller, Energiemanagerin der Porsche AG. Deshalb tourt sie regelmäßig durch die Werke. In der nagelneuen Lackieranlage für den Macan arbeitet eine Software, mit der sich die Verbräuche in der gesamten Anlage visualisieren lassen. 169 Durchflusszähler und 127 Stromzähler messen permanent. Der Aufwand lohnt sich, denn nirgendwo im Werk ist der Energieverbrauch höher: 54 Prozent entfallen allein auf die Lackieranlage. Zusätzlich wurde eine übergeordnete Leittechnik für alle Gebäudeteile zur Erfassung sämtlicher Verbräuche installiert.

Entscheidend ist es, so Höller, alle Mitarbeiter mitzunehmen. In Thomas Riediger,

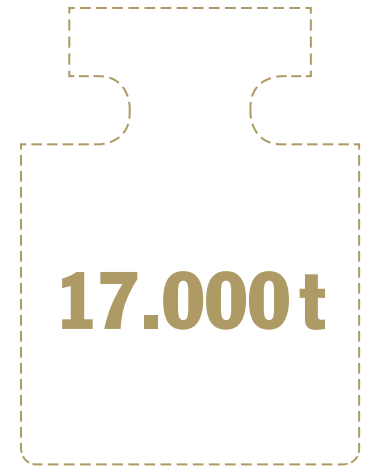
Leiter der Produktionsplanung im Werk Leipzig, hat sie einen starken Mitstreiter. In Umwelt- und Energieteams haben sich Mitarbeiter aus unterschiedlichen Bereichen zusammengefunden. Sie treffen sich regelmäßig und entwickeln neue Ideen. Ihr Engagement geschieht Hand in Hand mit dem betrieblichen Umweltschutz. „Wir haben von Anfang an Wert darauf gelegt, dass wir beim Thema Nachhaltigkeit nicht in verschiedenen Welten unterwegs sind“, sagt Riediger. „Es fruchtet, schnell und überall“, freut sich Höller. Ihr ist wichtig, dass das Thema keine „One-Woman-Show“ darstellt. Alle Beteiligten informieren und motivieren, das zählt zu den Kernaufgaben.



Auch schlanke Prozesse gehören dazu. Mit nur einem Formblatt wird jede einzelne Maßnahme erfasst und bearbeitet. So wenig Bürokratie wie möglich. Zur Schaffung von Transparenz werden alle Maßnahmen eines Standorts auf einer Roadmap zusammengestellt. Diese Roadmap nutzen alle Mitarbeiter als Planungstool. So kann jeder Mitarbeiter Schwachstellen in seinem Arbeitsumfeld lokalisieren und die Strom- und Energie-Fresser identifizieren. Bei den Schweißrobotern für den Macan zeigt sich der neue Geist besonders eindrucksvoll. „Wir haben hier die weltweit innovativste Technik im Einsatz“, sagt Timo Vogg, Planer für Betriebsmittel (Elektrik). So reduziert im Karosseriebau eine neu konzipierte Kühlung der Roboter-Schweißzangen durch Wärmerückgewinnung den Stromverbrauch um jährlich mehr als 365.000 kWh – das entspricht dem Jahresstromverbrauch von mehr als 70 Vier-Personen-Haushalten. Zusätzlich wird im gesamten Karosseriebau auf ein energieintensives 12 bar-Druckluftnetz verzichtet.

Zwar sind die neuen Roboter erst einmal teurer, aber die Strom-Einsparung macht sich innerhalb weniger Jahre bezahlt. Kühl kalkuliert wurde auch die Photovoltaik-Anlage. Auf dem Dach der neuen Karosserie-fertigung wurden knapp 4.650 Quadratmeter mit Solarpanels bestückt, mit denen eine Jahresleistung von circa 700.000 kWh erzielt wird. Die gesamte Energie nimmt das Werk Leipzig ab, die jährliche CO₂-Einsparung liegt dabei bei 930 Tonnen. Nur einen Steinwurf vom Leipziger Firmengelände ist Porsche auf eine Hackschnitzelanlage gestoßen. Sie beheizt das Werk seit einem Jahr zu 80 Prozent CO₂-neutral. Bis Porsche die Wärme genutzt hat, blies der Betreiber die warme Luft in den Himmel über Leipzig. Über 8.000 Tonnen CO₂-Reduktion erzielt Porsche damit.

Am Schluss erreicht der Macan Werks-neubau eine stolze Bilanz. Im Vergleich zu herkömmlichen Bauten spart das Energie-management am Standort Leipzig, auch durch den Einsatz verschiedener Technolo-gien wie der LED-Außenbeleuchtung oder der Schweißzangenkühlung, rund 12.000 Tonnen CO₂ jährlich. Macht zusammen mit den Verbesserungsmaßnahmen in den



**JÄHRLICHE CO₂-EINSPARUNG
AM STANDORT LEIPZIG
GEGENÜBER KONVENTIONELLER
TECHNIK**

bisherigen Werksteilen etwa 17.000 Ton-nen CO₂. Dafür könnten 10.000 Panamera jeweils rund 14.000 Kilometer im Jahr unterwegs sein.

Nachhaltiges und energiesparendes Wirtschaften ist bei Porsche die Summe vieler Teile. Und die Summe vieler Köpfe. Ähnliche Einrichtungen wie das Energie-Effizienzteam gibt es ebenfalls in Stuttgart. An beiden Standorten erarbeiten Mitarbeiter auch bei Teamsitzungen neue Ideen – nicht nur Schwaben tüfteln gern. Es dreht sich um die Bereiche Qualität, Pro-duktivität, Motivation und Logistik. Sie alle haben mit Nachhaltigkeit zu tun. Allein in Stuttgart-Zuffenhausen haben die Teams im vergangenen Jahr rund 2.000 Maßnahmen entwickelt. Umgesetzt wurden 98 Prozent – auch ein Beispiel für höchste Effizienz.

Die Produktion bei Porsche steht für Perfektion und Leidenschaft, deshalb ist nachhaltiges Wirtschaften hier selbstver-ständliches Tagesgeschäft.



Präzise Steuerung in der Produktion spart Energie

BETRIEBLICHES UMWELT- UND ENERGIEMANAGEMENT

Umwelt- und Ressourcenschonung ist für Porsche eine selbstverständliche Pflicht. Dies ist durchgängig auf allen Ebenen und an sämtlichen Standorten fest verankert. Die Umsetzung ist vielfältig, sie reicht von anspruchsvollen Zertifizierungen bis zu Auerochsen in Leipzig.

Über die Einhaltung von Umwelt- und Energiegesetzen hinaus gehören Ressourcenschonung und Klimaschutz, der Einsatz von erneuerbaren Energien, die Entwicklung von nachhaltigen Logistikkonzepten, der Erhalt der Biodiversität und die kontinuierliche Verbesserung der Umweltleistung an den Standorten zu den vorrangigen Zielen des Unternehmens. Die Umweltverträglichkeit aller betrieblichen Tätigkeiten wird genauso kontinuierlich überprüft wie die der Produkte. Die Integration innovativer Technologien und der effiziente Einsatz von Ressourcen und Energie unterliegen einem ständigen Verbesserungsprozess. Das Engagement im Umweltschutz und Energiemanagement bezieht Mitarbeiter, Dienstleister und Lieferanten sowie Kunden und die Öffentlichkeit mit ein.

UMWELTPOLITIK UND UMWELTLEITLINIEN

Die gesellschaftlichen und ökologischen Rahmenbedingungen sowie die Belastung der Umwelt durch Bevölkerungs- und Produktionswachstum erfordern ein neues Selbstverständnis für unternehmerisches Denken und Handeln. Die Auswirkungen sämtlicher betrieblicher Tätigkeiten und der hergestellten Produkte auf die natürlichen Lebensgrundlagen müssen ganzheitlich betrachtet und in das unternehmerische Handeln einbezogen werden. Es ist das erklärte Ziel von Porsche, bei allen Aktivitäten schädliche Einflüsse auf die Umwelt weitestgehend zu minimieren und darüber hinaus internationale Bemühungen für die Lösungen globaler Umweltschutzprobleme zu unterstützen. Hierzu hat das Unternehmen bereits seit 1995 eine eigene Umweltpolitik mit klaren Leitlinien definiert, die der Öffentlichkeit unter anderem in der jährlichen Umwelterklärung im Internet zugänglich gemacht werden. In gekürzter Form sind Umweltpolitik und -leitlinien nun auch Bestandteil der allgemein gültigen Nachhaltigkeitsgrundsätze.

UMWELT- UND ENERGIEMANAGEMENTSYSTEME

Auf Basis der Umweltpolitik hat Porsche an nahezu allen Standorten Umwelt- und Energiemanagementsysteme eingerichtet. Damit werden umwelt- und energiebezogene Aspekte bei verschiedenen unternehmerischen Entscheidungen berücksichtigt, wie etwa bei Bauvorhaben oder beim Betrieb von Anlagen, Werkstätten und Prüfständen. Orientiert an den Vorgaben der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 über die freiwillige Teilnahme von Organisationen an einem Gemeinschaftssystem für Umweltmanagement und Umweltbetriebsprüfung (EMAS), der ISO 14001 sowie der ISO 50001, versteht sich das Umwelt- und Energiemanagement als ein ganzheitliches System ineinander greifender Maßnahmen. Es regelt Abläufe, Verantwortlichkeiten und Zuständigkeiten im Umweltschutz und Energiemanagement und stellt sicher, dass jeder Mitarbeiter die Umweltauswirkungen seiner Tätigkeit nicht nur kennt, sondern auch berücksichtigt. Das funktionierende Umwelt- und Energiemanagementsystem hilft, dem Unternehmen ein zukunftsorientiertes Fundament zu geben: Denn seine Innovationsfähigkeit wird verbessert und die Umweltauswirkungen werden reduziert – und nicht zuletzt werden auch die Kosten gesenkt.

ZUFFENHAUSEN WELTWEIT ERSTES
AUTOMOBILWERK NACH ISO 50001

Bereits 1996 wurde das Umweltmanagementsystem des Produktionsstandorts Zuffenhausen erstmals nach EMAS validiert. EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) ist ein Gütesiegel der Europäischen Union und das weltweit anspruchsvollste System für nachhaltiges Umweltmanagement. Seit 1999 wird der Standort Zuffenhausen zusätzlich nach der internationalen Norm ISO 14001 zertifiziert. Weitere Meilensteine im Betrieblichen Umweltschutz waren die Zertifizierungen nach ISO 14001 an den Standorten Leipzig, Weissach und Sachsenheim sowie die Integration

des Porsche Ressourcen- und Energiemanagements in das bestehende Umweltmanagementsystem. 2011 erreichten die Umweltbemühungen der Porsche AG mit der Erst-Zertifizierung des Energiemanagementsystems ein neues Niveau. Die Porsche Produktion in Zuffenhausen erfüllte als weltweit erstes Werk der Automobilindustrie die neue Norm ISO 50001 („Anforderungen an ein Energiemanagementsystem“). Auch die Porsche Leipzig GmbH und das Zentrale Ersatzteillager in Sachsenheim haben 2011 die Zertifizierung nach ISO 50001 erfolgreich bestanden.

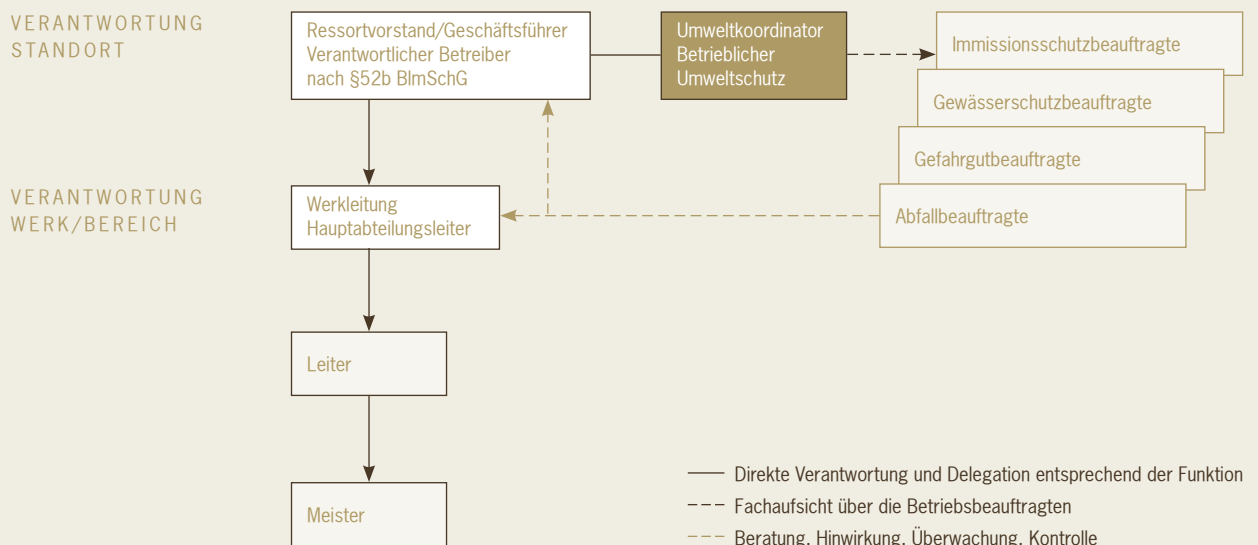
Als internes Instrumentarium werden jährlich Umwelt- und Energieaudits durchgeführt. Im Rahmen eines System- und Prozessaudits werden insbesondere die Einhaltung der Umwelt- und Energiegesetze (Compliance Audit) und der Porsche Umweltpolitik, die Funktionsfähigkeit des Umwelt- und Energiemanagementsystems, die Verfolgung der Umwelt- und Energiekennzahlen sowie die Verbesserung der Umweltleistung insgesamt auditiert. Porsche setzt hohe Maßstäbe bei den internen Audits an, die unter Einbeziehung eines externen Beraters mit der Qualifikation

eines Umwelt- und Energieauditors durchgeführt werden. Als Konsequenz dieser sorgfältigen Auditierungs- und Prüfungsprozesse wurden Porsche im Berichtszeitraum keine signifikanten Strafzahlungen oder Geldbußen für die Nichteinhaltung von Rechtsvorschriften im Umweltbereich auferlegt.

KONZERNRICHTLINIE „UMWELTMANAGEMENT“

Mit der Einführung der Konzernrichtlinie „Umweltmanagement“ im Jahr 2011 verfolgt Porsche das Ziel, im gesamten Porsche Konzern standardisierte Grundsätze im Umweltschutz anzuwenden, um Ressourcen zu schonen, Rechtssicherheit zu gewährleisten und Umweltrisiken zu minimieren. Die Konzernrichtlinie regelt die wesentlichen Verantwortlichkeiten und Prozesse im Bereich des betrieblichen Umweltschutzes und legt somit eine einheitliche Vorgehensweise im Umweltmanagement des Porsche Konzerns fest.

ORGANISATION BETRIEBLICHER UMWELTSCHUTZ



MEILENSTEINE IM UMWELT- UND ENERGIEMANAGEMENT**1995**

Verabschiedung der Umweltpolitik
der Porsche AG

Implementierung und Weiterentwicklung
des Umweltmanagements

2005

Teilnahme am
Treibhausgasemissionshandel

1999

Zertifizierung nach ISO 14001 – Standorte
Zuffenhausen, Weissach, Sachsenheim und Leipzig

1996

Validierung nach EMAS – Standort
Zuffenhausen

2011

Implementierung der Konzernrichtlinie
„Umweltmanagement“

Zertifizierung nach ISO 50001 –
Energiemanagement – Standorte Zuffenhausen,
Sachsenheim und Leipzig

STANDORTE**Stuttgart-Zuffenhausen**

Der Produktionsstandort Zuffenhausen liegt am Nordwest-Rand von Stuttgart in unmittelbarer Nähe zu allgemeinen Wohngebieten. Auch deshalb setzt Porsche mit der neuen Lackiererei weltweit neue Maßstäbe. Innovative Technologien kommen hier zum Einsatz und begünstigen das fortschrittliche Konzept: Weniger Emissionen sowie geringerer Energie- und Ressourcenverbrauch. Eine dieser Technologien ist die erstmals in der Automobilindustrie eingesetzte Abluftreinigungsanlage (AWS-Technologie) zur Lösemittelreduktion. Die regenerative Fallfilm-Technologie reduziert die Lösemittelkonzentration auf ein Mindestmaß, ohne fossile Brennstoffe einzusetzen. Durch den effizienten Materialeinsatz und die Aufbereitungsanlagen werden Abfälle vermieden, verringert oder eine Wiederverwertung ermöglicht. Das intelligente Energiemanagement, die konsequente Wärmerückgewinnung und die Isolation der zwischengeschalteten Trockner sparen zusätzlich Energie.

Weissach

Am Standort Weissach wurden die ersten Projekte zur Erweiterung des Forschungs- und Entwicklungszentrums begonnen. Die Baumaßnahmen für den Ausbau der Energiezentrale mit Blockheizkraftwerk wurden im Berichtsjahr abgeschlossen. Durch neueste, effiziente Anlagentechnik werden Ressourcen geschont und Emissionen vermieden.

Leipzig

Bei der Porsche Leipzig GmbH wurde der Produktionsstart des Macan vorbereitet. Die termingerechte Genehmigungs- und Ausführungsplanung sowie die Durchführung der immissionsschutzrechtlichen Genehmigungsverfahren mit Öffentlichkeitsbeteiligung waren eine große Herausforderung. Schließlich handelte es sich um den Ausbau eines Montagewerks in ein vollwertiges Produktionswerk mit Karosseriebau und Lackiererei. Bereits im frühen Vorfeld wurden daher die Nachbarn in einer Bürgerinformation über die Werkserweiterung unterrichtet. Der Ausbau am Standort Leipzig mit den neuen Produktionsanlagen Karosseriebau und Lackiererei war mit vielen effizienzsteigernden und ressourcenschonenden Maßnahmen verbunden. Insgesamt erbrachte die Werkserweiterung gegenüber einer konventionellen Bauweise eine jährliche CO₂-Ersparnis von 11.637 Tonnen CO₂. Den größten Beitrag zur CO₂-Reduktion leistet die Nutzung einer Holzschnitzelfeuerungsanlage. Damit erfolgt die Wärmeversorgung am Standort Leipzig zu 80 Prozent CO₂-neutral.



**CO₂-NEUTRALITÄT
DER WÄRMEVERSORGUNG
AM STANDORT LEIPZIG**

Die Straßenbeleuchtung im Neubau Leipzig erfolgt durch LED-Leuchten. Daraus resultiert eine CO₂-Ersparnis von 927 Tonnen. Ein weiterer Austausch bestehender Beleuchtungsanlagen durch LED ist geplant. Bereits in der Planungsphase haben sich die Gewerke Produktion und Bau über energieeffiziente Maßnahmen verständigt. Durch Wärmerückgewinnung aus den Kühlkreisläufen der Fertigungseinrichtung kann z. B. die Abwärme über Kreislaufverbundsysteme in den Lüftungsanlagen genutzt werden. Diese Maßnahmen reduzieren den jährlichen Energiebedarf. Energieeffizienzmotoren im Bereich der Infrastruktur der Baureihe Macan, wie etwa bei der Gebäudebelüftung, gehören über gesetzliche Anforderungen hinaus zum Standard. Die durch diese Motoren erzielte Ersparnis beträgt jährlich 311 MWh. Dies entspricht einer jährlichen CO₂-Reduzierung von 187 Tonnen.

Der zukünftige Verbrauch wird auf Basis eines Zählkonzepts erfasst. Mit den eingebauten Zählern ist es möglich, den Verbrauch im Detail zu identifizieren und entsprechende Verbesserungsmaßnahmen zu ergreifen. Mit dem nach ISO 50001 zertifizierten PDCA-Prozess (Plan-Do-Check-Act) werden künftig nicht nur die Verbräuche gemessen, sondern auch Nichtkonformitäten aufgezeigt. Diese können dann kurzfristig beseitigt werden. Umwelt- und energierelevante Prozesse werden strategisch optimiert und daraus neue Ziele abgeleitet.

AUSWIRKUNGEN AUF SCHUTZGEBIETE

Anders als in Zuffenhausen grenzen die Standorte Leipzig und Weissach teilweise an NATURA2000-Gebiete, so dass die Umgebung als sehr artenreich einzustufen ist. Grundsätzlich können von den Porsche Standorten Wirkungen auf die angrenzenden Schutzgebiete oder umliegend besonders geschützte Biotope ausgehen. Im Zuge der Erweiterungen wurden jedoch alle erforderlichen Umwelt- und Artenschutz- sowie FFH-Verträglichkeitsprüfungen durchgeführt (FFH = Fauna-Flora-Habitat). Diese haben gezeigt, dass keine Wirkungen von den Standorten ausgehen, die zu wesentlichen Beeinträchtigungen führen.

IMMISSIONSSCHUTZ

Emissionsrechtehandel

Seit 2005 unterliegt die Porsche AG mit der Energiezentrale am Standort Zuffenhausen dem europäischen Emissionshandel. Mit der Erneuerung und dem Ausbau der Energiezentrale wurde ein entscheidender Schritt gemacht, um Ressourcen zu schonen und Emissionen zu verringern. So wurde beispielsweise die alte Kesselanlage durch ein Blockheizkraftwerk ersetzt. Dies erlaubt einen wesentlich effizienteren Einsatz von Brennstoffen zur kombinierten Wärme- und Stromerzeugung. Andererseits steigt der Energiebedarf durch die kombinierte Stromerzeugung in der effizienten Kraft-Wärme-Kopplung sowie durch die kontinuierliche Ausweitung der Produktionsanlagen und dem Anschluss weiterer Gebäude am Standort. Dies führt auch zu einer Erhöhung der absoluten CO₂-Emissionen.

Lärm

Porsche ist sich der Verantwortung gegenüber seinen Nachbarn bewusst und trifft sowohl technische als auch organisatorische Maßnahmen zur Vermeidung bzw. Minimierung von Lärmemissionen. Ein strategisches Planungsinstrument ist dabei das Lärmkataster. Durch die ständige Weiterentwicklung und Aktualisierung des Lärmkatasters ist bei Neuplanungen oder Änderungen von Anlagen oder Logistikwegen eine detaillierte Aussage über die

schalltechnischen Auswirkungen möglich. Auf Grundlage dieser stationären Schallquellen sowie der Erfassung der Schallemissionen durch Fahrzeugbewegungen können grundsätzlich Lärmprognosen bei Neuplanungen oder Änderungen von Anlagen erstellt werden. Diese Prognosen dienen – neben den regelmäßig durchgeführten Immissionsmessungen – zur Sicherung der gesetzlichen Immissionsrichtwerte nach der „Technischen Anleitung Lärm“ (TA Lärm). Zusätzlich zeigen die Ergebnisse mögliche Lärmreduzierungspotentiale auf und legen die Entwicklung der Lärmsituation am Standort dar. Die durchgeführten Kontrollmessungen bestätigen die Einhaltung der Grenzwerte.

GEWÄSSERSCHUTZ

Wasser/Abwasser

Bewusster und sparsamer Umgang mit Wasser ist ein wesentlicher Bestandteil der Umweltaktivitäten von Porsche. In der Produktion leistet Porsche durch den Einsatz von neuen, effizienten Technologien einen Beitrag zum nachhaltigen Umgang mit der Ressource Wasser und zum vorbeugenden Schutz von Boden und Gewässern. Durch die konsequente Weiterentwicklung von Kreislaufsystemen und Mehrfachverwendung konnte der Wasserverbrauch in den vergangenen Jahren stetig reduziert werden. Durch die umfangreichen Werkserweiterungsmaßnahmen an den verschiedenen Standorten erhöhte sich der Wasserverbrauch im Berichtszeitraum.

Belastete Abwässer aus der Produktion werden dezentral aufbereitet. Hierfür sind wasserrechtlich genehmigte Abwasserbehandlungsanlagen wie Leichtstoffabscheider oder die Neutralisationsanlage der Lackiererei in Betrieb. Die Abwasserbehandlungsanlagen werden regelmäßig an den Stand der Technik angepasst, wodurch die Grenzwerte deutlich unterschritten werden.

Umgang mit wassergefährdenden Stoffen

An den Porsche Standorten werden wassergefährdende Stoffe aller Wassergefährdungsklassen abgefüllt, verladen oder innerbetrieblich transportiert. Um Wartungs-, Instandhaltungs- und Instandsetzungsaufgaben an Anlagen zum Umgang mit wassergefährdenden Stoffen selbst durchführen zu können, ist die Porsche AG an den Standorten Zuffenhausen und Weissach zusätzlich seit 1998 Fachbetrieb nach dem Wasserhaushaltsgesetz. Porsche hat das Risiko für Betriebsstörungen beim Umgang mit

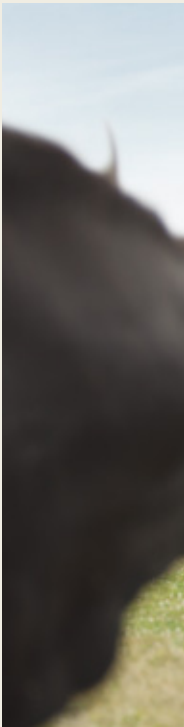
wassergefährdenden Stoffen durch die Qualifizierung der Mitarbeiter und durch den hohen Standard an technischen Schutzeinrichtungen bei den Produktionsanlagen erheblich minimiert.

ALTLASTEN

Zur Einhaltung des Bodenschutzgesetzes wurden an allen Standorten der Porsche AG historische Erkundungen sowie Altlastenbewertungen durchgeführt und dokumentiert. Bei jedem Grundstückskauf wird eine Bewertung von altlastenverdächtigen Flächen vorgenommen und bei Bedarf eine gutachterliche Untersuchung veranlasst. Dadurch sind altlastenverdächtige Flächen bekannt – die gegebenenfalls erforderlichen Maßnahmen sind mit den Behörden abgestimmt und werden umgesetzt. Beispielsweise wurde die neue Lackiererei am Standort Zuffenhausen auf einem zugekauften Grundstück mit industrieller Vornutzung errichtet. Nachdem auf dem Grundstück Altlasten festgestellt wurden, fand in Abstimmung mit den Behörden eine Sanierung mit einer wasserrechtlich genehmigten Grundwasserreinigungsanlage über Aktivkohle statt.

ABFALLWIRTSCHAFTSKONZEPT

Im bestehenden Abfallwirtschaftskonzept der Porsche AG ist der Umgang mit Abfällen geregelt. Grundlage dieses Abfallwirtschaftskonzepts ist die konsequente Getrenntsammlung einzelner verwertbarer Abfallarten am jeweiligen Entstehungsort der Abfälle. Alle Abfallsammelstellen und -behälter sind einheitlich gekennzeichnet. Das Abfallwirtschaftskonzept ist Voraussetzung zur Verbesserung des Umweltschutzes – bei gleichzeitiger Beachtung wirtschaftlicher Lösungsmöglichkeiten der Entsorgungstechnik. Bei der Beschaffung von neuen Produktionsanlagen werden beispielsweise bereits im vorgelagerten Planungsprozess entstehende Abfälle bewertet. In der Betriebsmittelvorschrift „Umweltschutz“ werden hierzu entsprechende Anforderungen zur Abfallvermeidung und zum Einsatz abfallarmer Technologien definiert und an die Lieferanten weitergegeben. Zur Sicherstellung der rechtskonformen Entsorgung werden Abfallentsorgungsunternehmen grundsätzlich vor der Beauftragung von der Umweltschutzabteilung auditiert und freigegeben. Im Rahmen dieser Entsorgungsaudits werden insbesondere die Rechtssicherheit sowie die Entsorgungswege und -verfahren überprüft.





„Tierische Kollegen“: Das Beweidungskonzept am Standort Leipzig

NATURSCHUTZ UND ARTENVIELFALT

Mit dem Auf- und Ausbau des Werks Leipzig hat Porsche auch verschiedene Ausgleichsmaßnahmen begonnen. Das Beweidungsprojekt auf dem ehemaligen Exerzierplatz Lindenthal am Werksstandort Leipzig wurde 2002 unter anderem als Ausgleichsmaßnahme zum Bau und zum Betrieb der Porsche Geländestrecke mit einer Größe von circa 65 Hektar gestartet. Durch seine unmittelbare Nähe zum Werk ist diese Fläche einzigartig in der Automobilindustrie. Es sichert die Pflege des ehemaligen Truppenübungsplatzes mit seinen wertvollen Biotopen, Pflanzen und Tieren. Dadurch wird die Sicherung des hohen naturschutzfachlichen Wertes der Fläche mit Aurochs und Wildpferden garantiert.

2004 wurde ein internes Indikatorensystem (Monitoring) installiert, mit dem die Wirkungen des Beweidungsprojekts auf den Naturhaushalt dokumentiert und zielgerichtet geleitet werden. Das Monitoring erfolgt in regelmäßigen Abständen. Aktuell leben circa 75 Aurochs und 20 Wildpferde in zwei Herden auf dem ehemaligen Exerzierplatz. Zudem werden Vogelarten wie Wachtelkönig, Wendehals, Schafstelze, Schwarz- und Braunkehlchen, Dorn- und Sperbergrasmücke, Neuntöter und Grauammer beobachtet.

Nach mittlerweile zehn Jahren sind bei einzelnen Arten eindeutige, erfreuliche Entwicklungstendenzen erkennbar, die auf die Beweidung (Offenhaltung) zurückzuführen sind. Somit wurden die naturschutzfachlichen Ziele der ganzjährigen Extensivbeweidung auch im Hinblick auf die Bestandssicherung dieser Populationen erreicht und in Teilen sogar übertroffen.

Im Umfeld des Standorts Leipzig befindet sich östlich angrenzend an die Geländestrecke das FFH-Gebiet „Brösen Glesien und Tannenwald“. Davon ist eine kleine Teilfläche von etwa 4,6 Hektar im Eigentum von Porsche. Außerdem gibt es im Bereich der Geländestrecke zahlreiche nach dem Naturschutzgesetz Sachsen besonders geschützte Biotope. Im Umfeld des Standortes Zuffenhausen liegt das FFH-Gebiet „Stuttgarter Bucht“ mit drei Teilflächen. Die nächstgelegene Teilfläche, der „Greutter Wald“, ist rund 0,5 Kilometer südwestlich vom Betriebsgelände entfernt.

Im Umfeld des Entwicklungszentrums befinden sich zwei FFH-Gebiete. Eine kleine Teilfläche von rund 0,3 Hektar des direkt angrenzenden Gebiets „Strohgäu und unteres Enztal“ ist im Eigentum der Porsche AG; das Gebiet „Calwer Heckengäu“ liegt in etwa 3,1 Kilometer Entfernung. Außerdem gibt es im näheren Umfeld des Entwicklungszentrums zahlreiche nach dem Naturschutzgesetz Baden-Württemberg besonders geschützte Biotope. Zwei besonders geschützte Biotope befinden sich auf Porsche eigenen Flächen außerhalb des aktuellen Betriebsgeländes.

GEFAHRENABWEHRORGANISATION

Die Porsche Gefahrenabwehrorganisation gewährleistet, dass die bestehenden Risiken, wie beispielsweise Person unfälle, Brand, Explosion sowie Unfälle mit umweltgefährdenden Stoffen, auf der Grundlage einer Risikostrategie frühzeitig identifiziert, bewertet und Schadensfälle mit geeigneten Mitteln behoben werden. Zudem stellt die Gefahrenabwehrorganisation sicher, dass Schäden oder Unfälle in klar nachvollziehbarer und geordneter Weise zeitnah an die verantwortlichen Entscheidungsträger kommuniziert werden, so dass diese den jeweiligen Fall anhand eines dreistufigen Maßnahmenkatalogs zielgerecht koordinieren und beheben können. An den Porsche Standorten werden potenziell umweltgefährdende Stoffe unter Einhaltung der umweltrechtlichen Anforderungen transportiert, abgefüllt, gelagert und verwendet. Umweltrelevante Betriebsstörungen werden nach der Porsche Gefahrenabwehrorganisation abgearbeitet. Im Berichtszeitraum wurden keine wesentlichen Freisetzungen festgestellt.



MITARBEITER



Ohne die Motivation und Leistungsbereitschaft unserer Mitarbeiter wäre der wirtschaftliche Erfolg von Porsche nicht denkbar. Über alle Standorte und Märkte hinweg identifiziert sich die Belegschaft mit den Produkten und Zielen des Unternehmens, verfolgt diese beherzt und ist immer bestrebt, die Messlatte nach bereits erreichten Zielen noch „ein Stückchen höher“ zu legen.



Die wichtigste Ressource eines Unternehmens sind seine Mitarbeiter. Motivierten Menschen verdankt Porsche seinen Erfolg. Das Fundament dafür bilden gute Tarifverträge und Betriebsvereinbarungen, von denen die Beschäftigten profitieren. Die Investition in die Ausbildung junger Nachwuchskräfte ist ein wichtiger Garant, um auch in Zukunft mit optimal ausgebildeten Mitarbeitern hervorragende Sportwagen zu bauen. So starteten 2013 im Ausbildungszentrum in Stuttgart-Zuffenhausen 150 Berufsanfänger ihre Karriere – so viele wie noch nie in der Geschichte von Porsche. Und noch nie hatten Herkunft und schulische Voraussetzung dieser jungen Männer und Frauen eine solche Bandbreite.



Datenanalyse: Einen Cayenne verstehen lernen

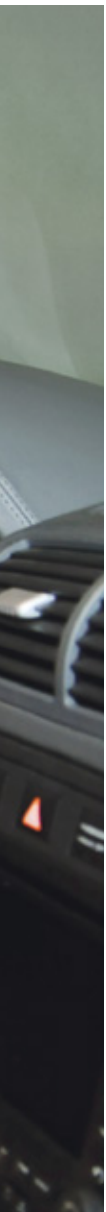
REISE IN EINE HELLERE ZUKUNFT

Junge Filipinos aus Manilas Armenvierteln bekommen bei Porsche mehr als einen Ausbildungsplatz. Die jungen Mechaniker starten direkt durch – in eine bessere Zukunft.

Durch den morgendlichen Stoßverkehr im schwül-heißen Millionen-Moloch Manila quält sich ein vollbesetzter Linienbus. Ein Fahrgast harrt bereits seit fast zwei Stunden auf der harten Sitzbank aus. Christian „Chris“ Laxa heißt der schlaksig-schmäch-tige Mann aus einem wenig schmucken Vorort weit im Osten der Kapitale, wo sich Hütten und kleine Häuser endlos an die Hügel reihen. Chris wohnt dort im Haus seiner Großmutter, zusammen mit seinen Eltern und neun Geschwistern. Der 22-Jährige ist wie jeden Morgen auf dem Weg zum Porsche Training and Recruitment Center Asia (PTRCA) im Zentrum Manilas. Die Lehrwerkstatt schreibt seit fünf Jahren eine wahre Erfolgsgeschichte: Sie bietet unterprivilegierten Jugendlichen eine dauerhafte Aufstiegschance und bildet top-motivierte Fachkräfte für Porsche Servicezentren in ganz Asien aus. Soziales Engagement und vorausschauendes Personalmanagement arbeiten hier Hand in Hand.

Torsten Klavs, bei Porsche im After Sales zuständig für Qualifizierungskonzepte, war im PTRCA Manila der Mann der ersten Stunde. Das philippinische Modell gilt bereits nach

fünf Jahren Praxis als vorbildhaft. Dass die erste Wahl für die Mechatroniker-Ausbildungsstätte auf die Philippinen fiel, war kein Zufall, sondern das Ergebnis einer intensiven Standort-Analyse. So beherrscht in dem Inselstaat die Mehrheit der Einwohner die englische Sprache – zumindest in Grundzügen. Noch viel entscheidender aber sind die Mentalität der Menschen und die seit Generationen gelebte Praxis, dass junge Männer und Frauen ihr berufliches Glück im Ausland suchen und finden. So „schippern“ Hunderttausende Filipinos auf Fracht- und Passagierschiffen als Matrosen, Maschinisten oder Küchenhelfer über die Weltmeere. „Natürlich haben alle diese Männer und Frauen schreckliches Heimweh, doch niemand wirft deshalb seinen Job hin“, sagt Torsten Klavs. Für seine Schützlinge gilt das angesichts der guten Arbeitsbedingungen und einem Jahresurlaub von 25 Tagen noch viel mehr. Bei den jungen Absolventen des PTRCA beobachtet Klavs ohnehin immer wieder, wie schnell sie Teil der Porsche Familie werden und sich dann im Ausland bewähren und behaupten. Und auch gegen das Heimweh gibt es ein Rezept.



Klavs: „Nach drei Monaten im Ausland kaufen die Jungs Computer – für sich und ihre Familien zu Hause – und dann skypen sie an jedem Feierabend.“ Der Auslandseinsatz für Chris Laxa startet erst in einigen Monaten. Doch sein Berufsweg war bis heute schon viel mühsamer als die tägliche Strecke nach Manila. Mit 16 verließ der Junge die High-School und begann bei seinem Onkel als Müllsortierer. „Es war hart und schmutzig“, erinnert sich Chris, „aber ich war stolz, dass ich mit dieser Arbeit meine Familie unterstützen konnte.“ Mit 18 wechselte er in eine Schnellimbiss-Kette und büffelte gleichzeitig in einer Abend-schule, um einen höheren Abschluss zu erreichen. Doch das Geld reichte nicht. Bücher und Kosten für die Fahrten zur Schule waren zu teuer. Er wollte die Schule schon aufgeben und sich als Sandwich-Verkäufer selbstständig machen, als er einen ehemaligen Schulfreund traf.

 ES GILT, DEN
 TEUFELSKREIS DER ARMUT
 ZU DURCHBRECHEN

„Er erzählte mir von der Ausbildung bei Don Bosco und dass sie einem dort ein Stipendium geben“, erzählt Chris. Seine Bewerbung um eine Lehrstelle war erfolgreich: „Gott hat seine Hände über mich gehalten.“

Es gilt, den Teufelskreis der Armut zu durchbrechen. Der katholische Salesianerorden betreibt in 130 Ländern Don Bosco-Ausbildungsstätten für junge Menschen. Vollstipendien ermöglichen Jugendlichen und Heranwachsenden aus armen Bevölkerungsschichten den Einstieg in einen Beruf mit Zukunft. „Wir geben jungen Menschen überall in der Welt eine faire Chance, damit sie den Teufelskreis der Armut durchbrechen können“, beschreibt Christian Osterhaus, Geschäftsführer der Weltzentrale von Don Bosco Mondo in Bonn, den globalen Auftrag. Am Don Bosco Technical



„Das Konzept ist dabei so ausgelegt, dass es ohne Subventionen oder andere staatliche Fördermittel auskommt.“

Institute in Manila absolvieren seit 1960 junge Männer innerhalb von 15 Monaten eine technische Lehre. Auf dieser soliden Basis baut Porsche seit 2008 auf. Rund 40 junge Männer führen nach zehn Monaten Don Bosco-Zeit für weitere neun Monate im PTRCA ihre Ausbildung zum Porsche Service-Mechatroniker fort. Die Auszubildenden wissen dabei schon von Anfang an, dass sie nach dieser Phase einen festen Job bekommen – am häufigsten in den arabischen Golfstaaten. „Das Konzept ist dabei so ausgelegt, dass es ohne Subventionen oder andere staatliche Fördermittel auskommt“, sagt Klavs. Die Kosten für die Ausbildung übernehmen die Importeure und Niederlassungen, die „ihre“ fertig ausgebildeten Kräfte übernehmen. Die jungen Mechatroniker und

ihre Familien, das Institut von Don Bosco, die Porsche Stützpunkte in Asien – das Programm kennt nur Gewinner.

Der nachhaltige Erfolg gibt Klavs Recht. Von den ehemaligen 160 PTRCA-Azubis sind immer noch 157 weltweit für Porsche im Einsatz. Bereits das Don Bosco Technical Institute vermittelt den Schülern die außerordentliche Chance, die Porsche bietet. „Das ist wichtig, weil die Jungs vorher noch nie von Porsche gehört und auch noch nie einen 911 gesehen haben“, sagt Klavs. Chris Laxa stimmt lächelnd zu: „Wir kennen hier eigentlich nur asiatische Autos.“ Auch in der Don Bosco-Werkstatt schraubten sie vor dem Auftritt von Porsche nur an betagten japanischen Fabrikaten herum.

THORSTEN HAGEL (BILD LINKS) HÄLT AUCH NACH SEINER ZEIT ALS AUSBILDER IM PTRCA KONTAKT – VIA FACEBOOK

JAYSON MARIANO SUPAN

am 27.09.2013 an die Pinnwand von Thorsten Hagel gepostet

„Vielen Dank für Ihre Riesenunterstützung!“

THORSTEN HAGEL

Antwortkommentar

„Glückwunsch zur Auszeichnung als zertifizierter Porsche Techniker Silber. Meinen größten Respekt, das hast Du Dir alles selbst erarbeitet.“

JAYSON MARIANO SUPAN

Antwortkommentar

„Das habe ich zum Großteil Ihnen zu verdanken. Danke nochmals für Alles!“



Mit der für Porsche typischen Performance erreichen die Auszubildenden am Ende den erforderlichen hohen Standard. Es ist ein langer und harter Weg bis zum erfolgreichen Abschluss, denn zu Beginn fehlt den Azubis das in Deutschland selbstverständliche theoretische Rüstzeug. „Ganz wichtig ist der Gedanke, dass wir unser deutsches duales Ausbildungssystem den Philippinen nicht eins zu eins überstülpen können. Es fehlt schlicht an der Vorbildung. Wir konzentrieren uns vielmehr darauf, die wesentlichen Elemente der deutschen Ausbildung umzusetzen. Wir müssen uns an die bestehenden Bedingungen anpassen“, sagt Klavs. Das persönliche Engagement der hochmotivierten, jungen Männer und Frauen macht ohnehin vieles wett. Mit Feuereifer sind Chris Laxa und seine Kollegen bei der Sache, hängen bei jeder Erklärung an den Lippen ihrer Ausbilder. Sie bestaunen die Sonderwerkzeuge, beinahe ehrfurchtsvoll hantieren sie mit den ungewohnten Geräten. Die anfängliche Scheu vor den Diagnose-Computern verlieren sie – typisch für diese Generation – sehr schnell. Gierig saugen sie jede Information auf. Und selbst

beim allabendlichen Putzen geht es zu, als ob es einen Preis für die sauberste Ecke in der Werkstatt gäbe. Der engagierte Einsatz und der unerschütterliche Optimismus der Menschen aus den Armenvierteln sind geradezu ansteckend. Auch bei einem Mann wie Thorsten Hagel – Typ raue Schale, weicher Kern – hat der Einsatz als Ausbilder Spuren hinterlassen. Die jungen Männer nennen ihren Ausbilder „Papa“. Und jedes Mal, wenn Papa Hagel die Geschichten seiner Jungs erzählt, strahlt er übers ganze Gesicht. Über Facebook halten seine ehemaligen Schützlinge den Kontakt zu ihrem Papa, auch wenn der längst im vergleichsweise beschaulichen Ludwigsburg wohnt.

Es ist Abend geworden im Zwölf-Millionen-Moloch Manila. Der Linienbus schaukelt einen müden, aber glücklichen Chris Laxa über die Hügel zurück in seinen Vorort. Das große Ziel liegt aber noch in viel größerer Ferne. Ende 2014 wird er als frisch ausgebildeter Service-Mechatroniker für Porsche in den Golfstaat Kuwait aufbrechen. „Es wird eine Reise in eine hellere Zukunft – für mich und meine ganze Familie.“

Soforthilfe nach Tropensturm „Haiyan“

Nach dem verheerenden Taifun „Haiyan“, der Anfang November 2013 auf den Philippinen zahlreiche Opfer forderte und erheblichen Schaden verursachte, leistete Porsche finanzielle Hilfe. Mit einer Spende von insgesamt 50.000 Euro unterstützt Porsche die Nichtregierungsorganisation Don Bosco Mondo e.V., die auf den Philippinen nach den Verwüstungen des Taifuns Soforthilfe ausführte. Mit dem Geld soll der Wiederaufbau von Schulen finanziert werden, die durch den Sturm zerstört wurden. „Es ist nun wichtiger denn je, den Jugendlichen in ihrer Not Zukunftsperspektiven zu eröffnen“, sagt Torsten Klavs, zuständig für Qualifizierungskonzepte bei Porsche. Daher wird das Porsche Training and Recruitment Center Asia (PTRCA) 2014 vor allem Jugendlichen aus den Krisenregionen eine Ausbildung ermöglichen.

MIT JUNGEN MENSCHEN IN DIE „ZUKUNFT PORSCHE“



150 Auszubildende starteten 2013 allein in Stuttgart-Zuffenhausen ins Berufsleben

Aber nicht nur auf den Philippinen, sondern auch am Stammsitz in Stuttgart-Zuffenhausen bietet Porsche vielfältige Chancen für jugendliche Berufseinsteiger. Mit jungen und motivierten Menschen möchte das Unternehmen seinen Weg als einer der weltweit profitabelsten Autohersteller fortsetzen. „Leistungsorientierung und soziale Verantwortung zeichnen Porsche seit Jahrzehnten aus und sind Teil unseres Erfolgsrezepts. Das zeigt auch der Mix bei unseren Auszubildenden“, beschreibt Ausbildungsleiter Dieter Esser die Unternehmenskultur. In zwei Schritten hat Porsche in Zuffenhausen von 2011 bis 2013 die Zahl der Ausbildungsplätze von 100 auf 150 gesteigert. Im Ausbildungszentrum Zuffenhausen stehen den Bewerbern allein im technischen Bereich 106 Ausbildungsplätze in neun Berufsbildern offen. Vom KFZ-Mechatroniker über den Industriemechaniker „Automobilbau“ bis zum Fahrzeuginnenausstatter reicht die Palette der Lehrberufe. Alle diese Ausbildungsberufe stehen auch Hauptschulabsolventen offen. Zum Ausbildungsbeginn im Herbst 2013 war einer von drei Berufsstartern ein junger Mann oder eine junge Frau mit Hauptschulabschluss. Jeder zehnte Lehrling hat Abitur. Es ist erklärtes Ziel bei Porsche, dass in jeder Berufsgruppe Hauptschüler, Real-schüler und Abiturienten vertreten sind.

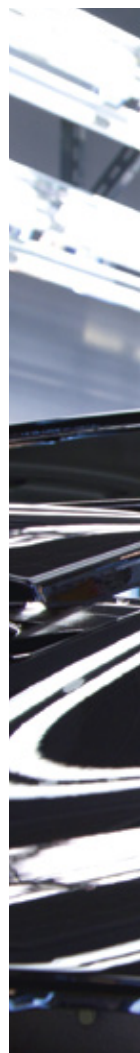
Porsche stellt sich der Herausforderung, bei der Einstellung von Auszubildenden nicht nur nach Leistungskriterien zu entscheiden, sondern auch Raum zu lassen, um benachteiligten Jugendlichen Chancen auf einen Ausbildungsplatz zu bieten. Porsche hat ebenfalls den Anspruch, herausragende junge Männer und Frauen für das Unternehmen zu begeistern. Pro Jahr bietet Porsche – in Kooperation mit der Dualen Hochschule Baden-Württemberg – 34 Abiturienten die Möglichkeit, ein duales ingenieurs- oder wirtschaftswissenschaftliches Studium mit Bachelor-Abschluss zu absolvieren. Der Anteil der Frauen lag 2013 über alle Berufsbilder hinweg gerechnet bei knapp 25 Prozent. Ein Wert, der über dem Branchendurchschnitt liegt. Im vergangenen Jahr lag der Anteil der Jugendlichen mit einem körperlichen Handicap unter den neuen Auszubildenden bei knapp fünf Prozent.

Besonders erfreulich ist, dass vermeintlich chancenlose Jugendliche die ihnen gebotene Chance nutzen. So konnten neun von elf jungen Männern und Frauen, die ein sogenanntes Förderjahr bei Porsche absolviert haben, anschließend in ein Ausbildungsverhältnis übernommen werden. Porsche ist es ein besonderes Anliegen, den Durchhaltewillen dieser Jugendlichen

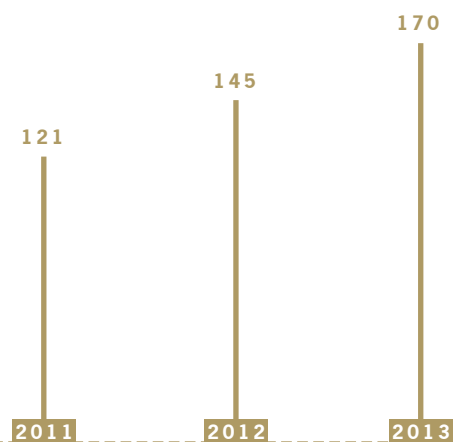
zu honorieren. Junge Menschen mit den unterschiedlichsten Eingangsvoraussetzungen haben damit eine Chance auf eine Karriere bei Porsche bekommen.

ALLE AZUBIS WERDEN
UNBEFRISTET
ÜBERNOMMEN

Für sie kann die „Zukunft Porsche“ beginnen. Nach erfolgreichem Abschluss der Ausbildung übernimmt das Unternehmen alle seine Auszubildenden in ein unbefristetes Arbeitsverhältnis. Die Menschen bleiben für Ausbildungsleiter Dieter Esser der wichtigste Erfolgsfaktor: „Wir freuen uns zu wissen, dass alle diese jungen Mitarbeiter stolz darauf sind, bei Porsche zu arbeiten.“



NEU EINGESTELLTE AUSZUBILDENDE
IN ZUFFENHAUSEN UND LEIPZIG



Der Wachstumskurs des Unternehmens spiegelt sich auch in der Mitarbeiterzahl wider. Diese stieg im Berichtsjahr erneut auf einen Rekordwert. Zum 31. Dezember 2013 waren bei der Porsche AG und der Porsche Leipzig GmbH insgesamt 14.021 Mitarbeiter beschäftigt – verglichen mit 12.458 Mitarbeitern im Jahr 2012 ein deutliches Wachstum. Ihnen wollen wir ein attraktiver Arbeitgeber sein.

PORSCHE KULTUR

Im Rahmen der „Unternehmensstrategie 2018“ wurde im Jahr 2011 auch die Strategie für das Ressort „Personal- und Sozialwesen“ festgelegt und seitdem kontinuierlich weiterentwickelt. Im Berichtsjahr konnten wichtige Meilensteine umgesetzt werden. Alle strategischen Entscheidungen zum Thema Mitarbeiter fallen in den Verantwortungsbereich dieses Ressorts und werden mit den Betriebsräten abgestimmt. Dabei ist es im Rahmen der Porsche Kultur selbstverständlich, dass die Strategie im Einklang mit den geltenden Tarifverträgen und Betriebsvereinbarungen ist.

ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT

Die Unternehmenskultur und -werte wurden im Rahmen der Strategie 2018 als wichtiges Querschnittsthema definiert. Vor dem Hintergrund der Neuausrichtung des Unternehmens und der Integration in den Volkswagen Konzern ist die Weiterentwicklung der Unternehmenskultur, und damit zugleich die Steigerung der Attraktivität als Arbeitgeber, ein zentrales Anliegen. Aus den wichtigsten Handlungsleitlinien, die die Kultur des Unternehmens prägen – den Porsche Führungsleitlinien, dem Porsche Compliance Kodex und den Porsche Business Rules – wurden wichtige Handlungsfelder definiert. Dazu zählen die Erhaltung der Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter, Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie oder Chancen für junge Menschen, die sonst keine oder nur schlechte Perspektiven für ihr Berufsleben hätten. Die Begleitung der Weiterentwicklung der Unternehmenskultur gehört zu den wichtigsten Führungsaufgaben.

Gemäß der gesetzten Ziele haben sich Vorstand und Gesamtbetriebsrat Ende 2012 mit dem Regelungskpaket „Arbeitsmarkt der Zukunft“ auf ein Maßnahmenprogramm für zusätzliche Flexibilitäts- und Produktivitätssteigerungen

sowie für eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie verständigt. Dieses wurde mit verschiedenen Modellen im Geschäftsjahr 2013 aktiv umgesetzt. Die Arbeitszeit in der Produktion wurde beispielsweise als Belastungsausgleich für die gestiegene Produktivität um eine Stunde auf 34 Stunden pro Woche verkürzt – bei vollem Lohnausgleich. Ingenieure können dagegen bis zu 40 Stunden arbeiten, auf freiwilliger Basis und mit entsprechend höherem Entgelt. Für Leih- und Zeitarbeiter wurden ebenfalls attraktive Rahmenbedingungen geschaffen, die unter anderem den Zugang zur Porsche Stammbesellschaft vereinfachen und für eine gleichwertige Bezahlung („Equal Pay“) sorgen. Auch die Anzahl und maximale Einsatzdauer der Leiharbeiter wurde auf Basis eines Tarifvertrags bereichsbezogen neu geregelt.

INTERNATIONALITÄT

Porsche ist ein weltoffenes Unternehmen, an dessen Standorten Mitarbeiter aus über 60 Nationalitäten beschäftigt sind. Der Vorstand und der Gesamtbetriebsrat beteiligen sich seit 2011 an der bundesweiten Initiative „Respekt! – Kein Platz für Rassismus“. Die Initiative, die ihren Ursprung im Sport hat, bekämpft Rassismus und Diskriminierung in der Gesellschaft und in Betrieben. Die Initiative wird bei Porsche immer wieder mit Aktionen begleitet – wie zum Beispiel mit Filmbeiträgen für das Mitarbeiterfernsehen, der Anbringung von „Respekt“-Schildern an den Werkstoren sowie kleinen „Respekt“-Pins und -Bällen für die Mitarbeiter. Uwe Hück, Gesamtbetriebsratsvorsitzender der Porsche AG und seit 2011 „Respekt“-Botschafter, sagte anlässlich des Mitarbeiterfests 2011: „Für uns Porscheaner steht das Menschsein im Mittelpunkt. Hier ist der Respekt gegenüber den anderen wichtig. Rassismus hat bei uns keinen Platz.“



Vereinte Nationen: Mitarbeiter aus über 60 Ländern arbeiten an Porsche Standorten in Deutschland



Aus der ganzen Welt zu Gast in Stuttgart: Teilnehmer der 2. Internationalen Porsche HR Konferenz

SCHUTZ VOR DISKRIMINIERUNG

Aus dem Wunsch nach einer von Vielfalt, Internationalität und Gleichberechtigung geprägten Unternehmenskultur ergibt sich für Porsche auch die Verantwortung, die eigenen Mitarbeiter vor jeglicher Form von Diskriminierung zu schützen. Gemäß der Porsche Konzernrichtlinie „Arbeits- und Sozialrechtsberatung“ ist die Abteilung Arbeitsbeziehungen, Grundsatz- und Arbeitsrecht verantwortlich für die Durchführung und das Management von gerichtlichen und außergerichtlichen arbeits- und sozialrechtlichen Streitigkeiten, zu denen auch Verstöße gegen das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz (AGG) zählen. Im Jahr 2013 traten weder bei der Porsche AG noch bei der Porsche Leipzig GmbH Diskriminierungsfälle auf.

VEREINBARKEIT VON BERUF UND FAMILIE

Porsche möchte seinen Mitarbeitern neben einem positiven Arbeitsumfeld auch ein größtmögliches Maß an Lebensqualität ermöglichen – die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist daher eine der großen Zukunftsaufgaben im Personal- und Sozialwesen des Unternehmens.

Bei der Kinderbetreuung arbeitete Porsche im Berichtsjahr weiter an der Umsetzung seines Konzepts, das die Schaffung von Betreuungsplätzen durch Kooperationen

mit Kindertagesstätten zum Ziel hat. Seit 2012 besteht in Mönshausen, nahe dem Entwicklungszentrum Weissach, eine Kooperation über sechs Kita-Belegplätze mit der „Villa Kunterbunt“. In Zuffenhausen wurden im Berichtsjahr durch die Eröffnung der Einrichtung „Belle-Terrasse“ weitere 45 Plätze zur Verfügung gestellt. Die in Sachsenheim geschaffenen zehn Plätze werden im Jahr 2014 um fünf weitere ergänzt. Darüber hinaus sind 45 Belegplätze in der Gemeinde Weissach in Planung. Die Angebote zur Kinderbetreuung werden ergänzt durch eine Schulferienbetreuung am Standort Weissach und die enge Zusammenarbeit mit dem „PME Familienservice“, der individuelle Betreuungslösungen in jeder Lebenslage anbietet. Auf diesen Service können Porsche Mitarbeiter beispielsweise auch für Unterstützung bei familiären Pflegefällen zurückgreifen.

Darüber hinaus hat Porsche zum Thema Pflegezeit gemeinsam mit dem Betriebsrat eine Regelung vereinbart, die weit über die gesetzlichen Vorgaben hinaus geht. Bei einer akut auftretenden Pflegesituation von nahen Angehörigen können Mitarbeiter für maximal drei Monate von der Arbeit freigestellt werden – erhalten aber weiterhin 75 Prozent ihres Bruttomonatsentgelts. Eine Aufstockung des Entgelts auf maximal 100 Prozent ist auf Antrag durch Vergütung von Zeitguthaben möglich.

Auch die flexible Gestaltung von Arbeitsort und -zeiten steht bei Porsche im Fokus. Die Möglichkeit, „Home Office“- und

„Sabbatical“-Regelungen in Anspruch zu nehmen, wird ergänzt durch die im Berichtsjahr geschaffene Betriebsvereinbarung zur „lebensphasenorientierten Wahlarbeitszeit“. Durch sie können Mitarbeiter ihre Arbeitszeit für einen bestimmten Zeitraum auf bis zu 20 Stunden wöchentlich reduzieren, ohne ihren Anspruch auf die zuvor vereinbarte Arbeitszeit zu verlieren.

FÖRDERUNG VON FRAUEN

Die Förderung von Frauen in der Arbeitswelt ist Porsche ein besonderes Anliegen. Aus diesem Grund wurde die Steigerung des Frauenanteils als Initiative im Handlungsfeld „Förderung von Vielfalt“ in die „Strategie 2018“ aufgenommen. Die Umsetzung erfolgt beispielsweise durch Qualifizierungs- und Weiterbildungsmaßnahmen wie Workshops und Seminare, den Erfahrungsaustausch von Meisterinnen sowie Mentoring-Programme.

Seit 2001 ist das Unternehmen Gründungsmitglied des „Femtec.Network“, das Frauen in ingenieurs- und naturwissenschaftlichen Studiengängen fördert. Porsche bietet den Mitgliedern jährlich ein Kontingent an Praktikumsplätzen und Abschlussarbeiten an. Im Rahmen des „Girls Day 2013“ erhielten 70 junge Frauen von umliegenden Gymnasien, Real- und Hauptschulen Einblicke in die Berufsausbildung in Zuffenhausen und an weiteren Standorten.

LEISTUNGSFÖRDERUNG UND -VERGÜTUNG

Geschlechtsneutrale Vergütung

Zu einer umfassenden Förderung von Frauen zählt bei Porsche auch die faire Vergütung ihrer Leistungen. Da sich die Entlohnung der Mitarbeiter auf ihre ausgeübten Tätigkeiten bezieht, ist die Vergütungssystematik im Unternehmen geschlechtsneutral organisiert. Die an einen Tätigkeits- oder Aufgabenbereich gestellten Anforderungen werden dabei mittels des Porsche Arbeitsbewertungssystems festgelegt. Grundsätzlich orientiert sich die Vergütungssystematik der Porsche AG am Entgeltrahmen-Tarifvertrag für Beschäftigte der Metall- und Elektroindustrie in Baden-Württemberg und wird konkret durch die „Rahmenbetriebsvereinbarung über die Anwendung des Porsche Entgeltrahmens (P-ERA)“ definiert. Für die Porsche Leipzig GmbH ist die Vergütungssystematik im Haustarifvertrag festgelegt.

Vorstandsvergütung

Die Mitglieder des Vorstands der Porsche AG erhalten eine feste jährliche Vergütung und darüber hinaus kurzfristige (jährliche) und langfristige variable Vergütungsbestandteile.



Porsche legt großen Wert auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie

Die Höhe der variablen Vergütungskomponente der Mitglieder des Vorstands wird vom Aufsichtsrat festgelegt und orientiert sich insbesondere an der Erreichung der strategischen Unternehmensziele, in denen ein Nachhaltigkeitsbezug unter anderem in Themen wie CO₂-Strategie, E-Mobility sowie exzellenter Arbeitgeber und Wirtschaftspartner verankert ist.

Die Vergütungsstruktur ist gemäß den Grundsätzen für die Bezüge der Vorstandsmitglieder (§ 87 Abs. 1 AktG) auf eine nachhaltige Unternehmensentwicklung ausgerichtet und entspricht den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex.

PORSCHE BETRIEBSSPORT

Den Porsche Betriebssport gibt es mittlerweile seit 60 Jahren, die Gründung war im Jahre 1954 mit der ersten Fußballgruppe. Im Jahr 2013 hat sich der Betriebssport auf 32 verschiedene Sparten mit rund 1.250 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erweitert. Im Fokus der Sportsparten steht nicht die Höchstleistung, sondern das sportliche und gesellschaftliche Miteinander, egal welcher Nationalität, Herkunft, Hautfarbe oder Religion. Die regelmäßige sportliche Betätigung in den verschiedenen Betriebssportgruppen bietet dabei den Ausgleich zu den wachsenden Belastungen im Beruf sowie des Alltags und ist letztlich auch eine vorbeugende Gesundheitsmaßnahme. Der Porsche Betriebssport

fördert die sozialen Kontakte über funktionale und betriebliche Hierarchien hinweg und schafft so die Grundlage für die Integration aller Mitarbeiter im Unternehmen.

SOZIALER EINSATZ

Bei Porsche in Leipzig haben Führungskräfte seit 2007 die Möglichkeit, eine Woche lang in einer sozialen Einrichtung mitzuarbeiten. Dieser „Seitenwechsel“ eröffnet den Teilnehmern neue Perspektiven. Mit dem Projekt soll die soziale und persönliche Kompetenz der Führungskräfte gezielt gefördert und gleichzeitig ein Beitrag zum Gemeinwohl geleistet werden. So können vom Führungskräfte-Programm „MaxSpeed2“, das im Berichtsjahr anlief, nicht nur die teilnehmenden Mitarbeiter selbst, sondern auch das Unternehmen als Ganzes und die sozialen Einrichtungen profitieren. Dazu gehören die Justizvollzugsanstalt Leipzig, eine Kindertagesstätte, ein Altenheim sowie eine Kontaktstube für Bedürftige und Wohnungslose. Den Abschluss des Projekts bilden ein gemeinsamer Workshop mit allen Beteiligten und ein Besuch von Vertretern der entsprechenden sozialen Einrichtungen im Leipziger Porsche Werk.

BETEILIGUNG

Mitbestimmung

Die im Betriebsverfassungsgesetz verankerte Mitbestimmung schreibt vor, dass Themen wie Arbeitszeiten, Mehrarbeit, Leistungs- und Verhaltenskontrolle, Gestaltung von Arbeitsplätzen und Arbeitsschutz nicht einseitig vom Arbeitgeber festgelegt werden können. Die Verzahnung von Personalbereich und Betriebsrat in allen die Arbeitnehmer betreffenden Themen ist Teil der Porsche Kultur. Der Umgang zwischen Unternehmensleitung und Mitarbeitern beziehungsweise deren Interessenvertretern ist offen und vertrauensvoll. Bei allen relevanten Unternehmensentscheidungen und die Mitarbeiter betreffenden Regelungen sind die Arbeitnehmervertreter in Form des Betriebsrates beteiligt.

Unternehmensinterner Dialog

Für Mitarbeiter existiert bei Porsche eine Vielzahl an Möglichkeiten, sich mit eigenen Vorschlägen und Anliegen an Entscheidungsorgane und -gremien zu wenden. Hierzu bestehen zum einen offene und transparente Kommunikationswege – beispielsweise in Form direkter E-Mails oder einer organisierten Fragenaktion an den Vorstandsvorsitzenden – und zum anderen „mittelbare“ Kommunikations- und Eskalationswege über den jeweiligen Vorgesetzten, Abteilungs- und Hauptabteilungsmeetings sowie weitere Gremien.

Als wesentlicher Bestandteil der Unternehmenskultur ist der Anspruch einer offenen und direkten Kommunikation in den Porsche Führungsleitlinien verankert. Unternehmensmedien, wie etwa Führungskräfte-Informationen, Intranet, interne Zeitschriften und Unternehmens-TV sind wichtige Informationskanäle.

Innerhalb des Unternehmens ist es gelebte Praxis, alle Mitarbeiter und ihre gewählten Vertreter rechtzeitig und umfassend über wesentliche Änderungen hinsichtlich des Betriebsablaufs und der -organisation zu informieren. Dies erfolgt unter Berücksichtigung der nationalen Gesetze; entsprechende Mitteilungsfristen sind aber nicht konkret in bestehenden Betriebsvereinbarungen festgeschrieben. Die Einhaltung dieser Unternehmenspraxis ist auf vielfältige Weise sichergestellt, unter anderem durch einen paritätisch besetzten Aufsichtsrat, die Betriebsratsgremien, den Wirtschaftsausschuss oder die ständige Pflege der Betriebsvereinbarungsdatenbank im unternehmensinternen Intranet. In regelmäßigen Abständen finden zudem ordentliche Betriebsversammlungen statt, bei denen die Belegschaft über aktuelle Geschehnisse informiert wird.

Kollektivvereinbarungen

Für alle Mitarbeiter des Unternehmens, mit Ausnahme der leitenden Angestellten, gelten Kollektivvereinbarungen. Die Porsche AG ist als Mitgliedsunternehmen des Arbeitgeberverbandes Südwestmetall Teil der aktiv gelebten Sozialpartnerschaft zwischen der Metall- und Elektroindustrie und der IG Metall. Dementsprechend fallen alle Mitarbeiter der Porsche AG unter den vereinbarten Flächentarifvertrag; für die Beschäftigten der Porsche Leipzig GmbH gilt der vereinbarte Haustarifvertrag.

Stimmungsbarometer

Erstmals wurde 2013 bei der Porsche AG mit dem Stimmungsbarometer eine unternehmensweite Mitarbeiterbefragung durchgeführt. 9.221 Mitarbeiter (88 Prozent der Teilnahmeberechtigten) nutzten die Möglichkeit, ihre Meinung hinsichtlich zentraler Themen wie der Zusammenarbeit mit Kollegen und Vorgesetzten, der Arbeitsqualität oder Versorgung mit Informationen hinsichtlich aktueller Entwicklungen bei Porsche kundzutun. Die Ergebnisse zeigen eine hohe Zufriedenheit der Mitarbeiter. So sagen 95 Prozent der Befragten „Ich arbeite gerne bei Porsche“. Die Erhebung des Stimmungsbilds in der Belegschaft dient als Grundlage für individuelle Ergebnisbesprechungen der Führungskräfte mit ihren Teams. Ziel ist dabei die Analyse der Ergebnisse und Erarbeitung von Verbesserungsmaßnahmen.

MITBESTIMMUNG UND NACHHALTIGKEIT



Uwe Hück, Konzern- und Gesamtbetriebsratsvorsitzender der Porsche AG und stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender

Mitbestimmung ist Mitverantwortung. Und Mitverantwortung bedeutet Nachhaltigkeit. Wir bei Porsche leben Mitbestimmung und sehen sie als wichtige Stütze für unternehmerischen Erfolg. Das Ergebnis ist unsere einzigartige Porsche Kultur. Sie spiegelt sich in motivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wider, die außergewöhnliche Leistungen bringen und gleichzeitig eine fast beispiellose emotionale Bindung zu Produkten und Unternehmen haben. Porsche Kultur heißt: Wir brauchen Gewinne um das Soziale abzusichern. Das ist nur möglich, weil bei Porsche Produktivität und Flexibilität keine Schimpfwörter sind. Soziale Absicherung der Beschäftigten, leistungsgerechte Vergütung, gute Arbeitsbedingungen, permanente Qualifizierung und Weiterentwicklung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Chancengleichheit ohne Ansehen von Herkunft, Religion oder Geschlecht und kontinuierliche Verbesserung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

Von diesem Modell profitieren letztlich Beschäftigte und Unternehmen gleichermaßen. Durch die funktionierende Sozialpartnerschaft zwischen den Tarifparteien

IG Metall und Südwestmetall sowie zwischen Betriebsrat und Unternehmensleitung gelingen uns Regelungen und Vereinbarungen, die Porsche häufig zum Vorreiter der Branche machen. Beispiel „Arbeitsmarkt der Zukunft“: Mit dem Regelungspaket haben wir Rahmenvereinbarungen zu Themen getroffen, die es erst in den kommenden Tarifrunden auf die Agenda der Tarifparteien schaffen werden.

Bei Porsche profitieren die Beschäftigten von zahlreichen Sozialleistungen des Unternehmens, von fortschrittlichen und zukunftsweisenden Arbeitszeitmodellen sowie der Beteiligung aller Beschäftigten am Unternehmenserfolg durch jährliche einzigartige Sonderzahlungen. Beispiele sind die Betriebsrente, die VarioRente, die Porsche Altersteilzeit, Pflegezeiten, Home Office, freiwillige persönliche Auszeiten, die 34-Stunden-Woche bei vollem Lohnausgleich in der Produktion und die 40-Stunden-Woche für Ingenieure auf freiwilliger Basis.

Weitere Stütze der Porsche Kultur ist die Förderung junger Menschen. Betriebsrat und Unternehmensleitung haben die Zahl der neuen Ausbildungsplätze von 100 in 2011 auf jetzt 150 pro Jahr erhöht. Damit alle Auszubildenden auf dem neuesten Stand der Technik ausgebildet werden, bauen wir in Zuffenhausen bis 2015 ein hochmodernes und zukunftsweisendes Ausbildungszentrum mit einer Kapazität für über 500 Azubis.

Porsche Kultur heißt auch, jungen Menschen eine Chance zu geben, die sonst womöglich „durch den Rost“ fallen. Aus dieser gesellschaftlichen Verantwortung heraus sind bei Porsche 40 Prozent der Ausbildungsplätze in den technischen Berufen für Haupt- und Werkrealschüler vorgesehen. Zudem setzen wir seit 2013 mit großem Erfolg das zwischen den Tarifparteien vereinbarte Förderjahr um und bereiten Jugendliche, die als nicht

ausbildungsfähig abgestempelt wurden, gezielt auf eine Ausbildung bei Porsche vor. Das Motto für die Jugend muss aber lauten: Das Trikot schwitzt nicht von alleine.

Nachhaltigkeit bedeutet auch, prekäre Beschäftigung wie Leiharbeit, Werkverträge und Befristungen soweit es geht einzudämmen. Das heißt: Um den durch das Wachstum steigenden Personalbedarf decken zu können, übernehmen wir Leiharbeiter und befristet Beschäftigte in eine Festanstellung bei Porsche, bevor Stellen extern ausgeschrieben und besetzt werden.

Unsere Kolleginnen und Kollegen an dem Erfolg, den Porsche durch ihre Arbeit erwirtschaftet, zu beteiligen, ist uns wichtig. Das geschieht nicht nur über die jährlich zwischen Betriebsrat und Arbeitgeber vereinbarte Sonderzahlung. Mit den ergebnisabhängigen Bestandteilen der Betriebsrente und der eigenfinanzierten VarioRente stellen wir uns aktiv gegen drohende Altersarmut und bieten den Beschäftigten attraktive Möglichkeiten zur Altersvorsorge.

Dieser Auszug aus der Fülle an Themen, die zwischen Arbeitnehmern und Arbeitgebern bei Porsche geregelt sind, zeigt: Porsche baut nicht nur schnelle und umweltfreundliche Autos, sondern nimmt Nachhaltigkeit sehr ernst – weil für uns Mitbestimmung keine Worthülse ist, sondern weil wir sie leben und praktizieren.

Ihr

AUS- UND WEITERBILDUNG

BERUFSAUSBILDUNG

Junge Menschen sind eine der wichtigsten Ressourcen für Porsche. Deshalb kümmert sich das Unternehmen mit besonderer Aufmerksamkeit um sie. Die Plätze für neue Auszubildende bei der Porsche AG wurden zwischen 2011 und 2013 von 100 auf 150 erhöht. Insgesamt waren damit zum Ende des Berichtsjahres 408 Auszubildende in Zuffenhausen beschäftigt. Bei der Porsche Leipzig GmbH waren zum Ende des Geschäftsjahres 2012 insgesamt 51 Auszubildende und Ende 2013 insgesamt 61 Auszubildende beschäftigt. Für die Fertigung des neuen Modells Macan wurde das Werk Leipzig stark erweitert. Auch die Anzahl der Auszubildenden wurde erhöht. Um auch künftig in hoher Qualität ausbilden zu können, wurde die Ausbildungswerkstatt vergrößert und ein neuer Ausbildungsbereich für Mechatroniker in Betrieb genommen. Wer seine Ausbildung erfolgreich abschließt, wird von Porsche als fester Mitarbeiter übernommen, ganz so wie es der geltende Tarifvertrag und eine Betriebsvereinbarung vorsehen. In den technischen Berufen sind bis zu 40 Prozent der Ausbildungsplätze für Absolventen von Haupt- und Werkrealschulen reserviert. Diese Quote hilft, die Chancen von Hauptschülern auf dem Arbeitsmarkt zu verbessern. Ein Teil des Erfolgsrezepts ist dabei die Mischung in den Auszubildendengruppen aus Hauptschülern, Realschülern und Gymnasiasten. Die Leistungen der „Stärkeren“ in der Gruppe wirken motivierend auf alle anderen Auszubildenden. Bei der Besetzung der Ausbildungsplätze in den technischen Berufen und in den Ingenieurs-Studiengängen legt Porsche besonderes Augenmerk darauf, junge Frauen zu gewinnen.

Förderjahr für Jugendliche

Erstmals wurde 2012 das sogenannte „Förderjahr“ angeboten. Dieses tarifvertraglich vereinbarte Fördermodell hat zum Ziel, Jugendlichen mit individuellen Defiziten, z. B. schulischer Art, Chancen auf eine qualifizierte Ausbildung zu ermöglichen. Ausgewählt werden die Teilnehmer individuell durch ein aus Arbeitnehmer- und Ausbildungsvertretern bestehendes Gremium – standardisierte Kriterien existieren nicht. Die Teilnehmer des Förderjahres absolvieren ein zehnmonatiges Qualifizierungsprogramm, das sie in die Lage versetzen soll, eine reguläre Ausbildung erfolgreich zu absolvieren. Von elf Teilnehmern konnten neun das Förderjahr erfolgreich abschließen und werden bei Porsche seit September 2013 ausgebildet, gleichzeitig sind 2014 erneut elf Jugendliche in ihr Förderjahr gestartet.

Zusammenarbeit mit Berufsbildungswerken

Um auch Jugendlichen mit einer erheblichen Hör-, Sprach- oder Sehbehinderung die Möglichkeit einer Ausbildung bei Porsche zu bieten, arbeitet die Berufsausbildung mit der Paulinenpflege in Winnenden (Hör- und Sprachbehinderung) und der Nikolauspflege in Stuttgart (Sehbehinderung) zusammen. Die Experten der Berufsbildungswerke können aufgrund ihrer Betriebskenntnisse Jugendliche kompetent beraten, ob und gegebenenfalls unter welchen Voraussetzungen eine betriebliche Ausbildung möglich ist. Im regelmäßigen Austausch können Berufsbildungswerk und Porsche besprechen, wie in Einzelfällen eine Ausbildung zu gestalten ist und welche Unterstützung für den Betrieb und die Jugendlichen organisiert werden kann.

Neues Ausbildungszentrum in Zuffenhausen

Um das geplante Wachstum erfolgreich zu unterstützen, investiert Porsche gezielt in den Ausbau der Berufsausbildung. Im Zuge der Strategie 2018 wurde die Gesamtzahl der Ausbildungsplätze von bisher 300 auf 450 erhöht. Da die Kapazität des bisherigen Ausbildungsstandorts damit erschöpft war, entsteht am Stammsitz Zuffenhausen für rund 30 Millionen Euro ein hochmodernes und zukunftsweisendes Ausbildungszentrum für mehr als 500 Berufsanfänger, das 2015 eröffnet werden soll.

MITARBEITERENTWICKLUNG

Ein wesentlicher Eckpfeiler der Personal- und Führungskräfteentwicklung bei Porsche ist die konsequente Weiterentwicklung aller Mitarbeiter. Der Ausbau individueller Fähigkeiten, Kompetenzen und Kenntnisse steht hierbei im Vordergrund. In den jährlichen Kompetenz- und Potenzialplanungsrunden wird hierfür die Grundlage geschaffen. Im Berichtsjahr 2013 erfolgte neben dem Ausbau bestehender Weiterbildungsangebote und -standards auch eine Beratung der einzelnen Fachbereiche hinsichtlich möglicher, die Weiterbildung der Fachmitarbeiter unterstützender Veränderungen.

Porsche Management Programm

Die Förderung und Qualifizierung erfahrener Mitarbeiter im Führungskräftebereich erfolgt im Unternehmen über das Porsche Management Programm. Im Mittelpunkt dieses modular aufgebauten und in enger Kooperation mit renommierten Business Schools konzipierten Programms stehen die Förderung der General Management Kompetenz, der Ausbau eines gemeinsamen Führungsverständnisses

sowie die Netzwerkbildung im Konzern. Von Ende 2011 bis Juli 2013 wurde das fünfte Porsche Management Programm durchgeführt, das 77 Führungskräfte erfolgreich absolviert haben. Insgesamt haben mittlerweile mehr als 300 Führungskräfte an diesem Programm teilgenommen.

Nachwuchsförderung

Durch die auf zwei Jahre angelegte Porsche Nachwuchsförderung werden junge Potenzialträger identifiziert, gefördert und in das Unternehmen integriert. Das Programm besteht aus Grundinhalten, die allen Teilnehmern vermittelt werden, sowie individuellen Bausteinen, die gezielt auf die betreffende Nachwuchskraft zugeschnitten sind. Im Berichtsjahr erfolgte

der mittlerweile siebte Programmdurchlauf mit rund 100 Teilnehmern – insgesamt haben dieses Programm über 500 Personen absolviert.

Bei der Personalentwicklung orientiert sich Porsche in zunehmendem Maße an den spezifischen Bedarfen der verschiedenen „Berufsfamilien“. Die Qualifizierung und der Kompetenzaufbau der Mitarbeiter erfolgt daher nach den Erfordernissen ihrer jeweiligen aktuellen Tätigkeit. Durch die zunehmende Verzahnung der „Berufsfamilien“ im Volkswagen Konzern konnten im Berichtsjahr Synergien genutzt und konzernweite Weiterbildungsangebote entwickelt werden. Ein Beispiel hierfür ist die „Konzern IT-Akademie“.

VORSORGE UND BERATUNG

BETRIEBLICHE ALTERSVORSORGE

Neben der gesetzlichen Rentenversicherung gewinnt die betriebliche Altersvorsorge immer mehr an Bedeutung. Diese beruht auf Leistungsplänen, wobei die Leistung direkt durch Porsche zugesagt wurde und das Unternehmen diese aus eigenen Mitteln erfüllt. Die Regelung der Leistungen erfolgt anhand von Betriebsvereinbarungen und Planzusagen. Die rein arbeitgeberfinanzierte Betriebsrente wurde 2012 um ein zusätzliches Erfolgskonto ergänzt. Die Porsche Mitarbeiter profitieren damit auch bei ihrer Altersvorsorge vom Erfolg des Unternehmens. Abhängig von der Umsatzrendite des abgelaufenen Geschäftsjahres leistet Porsche im sogenannten „Erfolgskonto“ Zusatzbeiträge für die Mitarbeiter. Damit kann sich der jährliche Rentenbaustein in wirtschaftlich erfolgreichen Zeiten um bis zu 50 Prozent erhöhen. Porsche stellt dafür jährlich bis zu zehn Millionen Euro zusätzlich zur Verfügung.

Seit 2002 gibt Porsche seinen Mitarbeitern mit der Porsche VarioRente die Möglichkeit, durch eigene Beiträge eine zusätzliche Altersversorgung aufzubauen. Hierbei können die Mitarbeiter einen Teil ihres Entgelts zu attraktiven Konditionen in Versorgungsansprüche umwandeln. Spart Porsche durch diese Mitarbeiterbeiträge Sozialabgaben, erhält der Mitarbeiter vom Unternehmen einen Zusatzbeitrag in gleicher Höhe. Zudem übernimmt Porsche sämtliche Verwaltungskosten der VarioRente.

Bei der Porsche AG liegt die Teilnehmerquote an den arbeitgeberfinanzierten Versorgungsplänen bei 100 Prozent, auf Arbeitnehmerseite bei 66 Prozent. Die Teilnahmequote

an den arbeitnehmerfinanzierten Versorgungsplänen der Porsche Leipzig GmbH liegt bei 20 Prozent, die Einführung einer arbeitgeberfinanzierten Zusage für die Mitarbeiter ist für das Jahr 2014 vorgesehen.

PORSCHE ALTERSTEILZEIT

Nicht alle Beschäftigten können aus gesundheitlichen Gründen, wie z. B. körperlichen Beschwerden durch Schichtarbeit, bis zum Eintritt in die gesetzliche Rente arbeiten. Mit der Altersteilzeit wird älteren Mitarbeitern ein fließender Übergang in den Ruhestand zu fairen Bedingungen ermöglicht. Gleichzeitig schlägt Porsche mit diesem Weg eine Brücke zur jungen Generation, denn jeder durch Altersteilzeit freierwerdende Arbeitsplatz wird unbefristet durch eigene Mitarbeiter wiederbesetzt. Das Besondere an der Porsche Altersteilzeit: Während der gesamten Dauer bekommen die Beschäftigten bis zu 100 Prozent ihrer vormaligen monatlichen Nettovergütung.

SOZIALBERATUNG

Porsche bietet seinen Mitarbeitern schnellen und unkomplizierten Zugang zu einer internen Sozialberatung an. Dieses Angebot fachlicher Hilfe kann von jedem Mitarbeiter in Anspruch genommen werden. Die Sozialberatung arbeitet mit Stellen innerhalb und außerhalb der Porsche AG zusammen. Alle Mitarbeiter der Sozialberatung unterliegen strengen Verschwiegenheitsverpflichtungen. Zu den Kernaufgaben zählen Sucht-, Schuldner- und Krisenberatung,

Beratung langzeiterkrankter Mitarbeiter sowie Beratung in sonstigen Lebensfragen. Darüber hinaus bietet die Sozialberatung Unterstützung bei psychischen Belastungen und Erkrankungen. Eine Betriebsvereinbarung zum Umgang mit Suchterkrankungen besteht seit 1992. In regelmäßigen Schulungen werden die Führungskräfte über Erkennungsmerkmale und Möglichkeiten zur Primärprävention informiert. Innerhalb der Seminarreihe „Psychische Gesundheit“ werden die Führungskräfte zudem für die frühzeitige Erkennung psychischer Belastungen bei den eigenen Mitarbeitern sensibilisiert.

BETRIEBLICHES GESUNDHEITSMANAGEMENT

Das betrieblich integrierte Gesundheitsmanagement stellt durch umfassend ausgebildete Ärzte und Rettungsassistenten die medizinische Akut- und Notfallversorgung im Entwicklungszentrum und an den Produktionsstandorten sicher. Darüber hinaus ist das betriebsmedizinische Personal verantwortlich für die Durchführung von arbeitsmedizinischen Vorsorgeuntersuchungen und Präventionsprogrammen. Es bietet Beratungen zu unterschiedlichen Gesundheitsthemen an.

Im Rahmen der Unternehmensstrategie 2018 soll es zukünftig an allen Standorten ausschließlich ergonomisch optimal gestaltete Arbeitsplätze geben. Seit 1999 werden bei der Porsche AG die gewerblichen Arbeitsplätze in der Produktion speziell auf ihre physische Belastung hin untersucht und ergonomisch bewertet. Bei der Planung und Einrichtung neuer Arbeitsplätze werden alle entscheidenden ergonomischen Kriterien von Anfang an berücksichtigt. Alle neu einzurichtenden Büroarbeitsplätze werden schon heute standardmäßig mit elektrisch höhenverstellbaren Schreibtischen ausgerüstet.

Bei länger erkrankten Mitarbeitern bietet Porsche in der Regel ab der 7. Krankheitswoche den Betroffenen über das sogenannte Integrationsmanagement weitergehende medizinische Beratung in Form eines vertraulichen Gesprächs an. Ein Integrationsteam – bestehend aus Betriebsarzt, Betriebsrat, Personalabteilung, Sozialberatung, Schwerbehinderten- und Fachbereichsvertretung – ermittelt dabei die Möglichkeiten eines fähigkeitsgerechten Einsatzes für Mitarbeiter, die in Folge eines Unfalls oder einer Erkrankung nicht mehr ihrer ursprünglichen Arbeit nachgehen können. Hier können beispielsweise Fragen hinsichtlich des Arbeitsplatzes, der finanziellen Unterstützung oder der stufenweisen Wiedereingliederung besprochen werden.

Der Vorstand der Porsche AG hat sich für das Konzept eines Gesundheitszentrums am Standort Zuffenhausen ausgesprochen. Vor dem Hintergrund des demographi-

schen Wandels mit einer älter werdenden Belegschaft ist es das Ziel, die Gesundheit und Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter zu erhalten und individuell zu verbessern. Das geplante Leistungsspektrum umfasst arbeitsplatzbezogene Gesundheitsförderungs- und Trainingsprogramme sowie Physiotherapie.

Mit dem Projekt „Boxenstopp“ leistet Porsche seit 1998 ein medizinisches Vorsorge-Programm zur gesundheitlichen Prävention und Früherkennung. Die Zielgruppe umfasst die Führungskräfte der zweiten und dritten Ebene der Porsche AG und der Tochtergesellschaften. Aus einer jährlichen Evaluation werden betriebliche Gestaltungsmaßnahmen und zielgruppenspezifische Gesundheitsförderungsmaßnahmen abgeleitet. Das avisierte Präventionsprogramm „Porsche Check-up“ ist an den „Boxenstopp“ angelehnt und richtet sich an alle Mitarbeiter. Daraus werden zeitnah zielgruppenspezifische Handlungsbedarfe abgeleitet.

Seit 2003 existiert das Trainingsprogramm „Prevention First“. Darin werden den Mitarbeitern die Möglichkeiten einer vorbeugenden und gesunden Lebensführung aufgezeigt. Das Programm umfasst 26 Trainingseinheiten, die sich über einen Zeitraum von 13 Wochen in Gruppen- und Einzeltrainings erstrecken. Porsche beteiligt sich dabei an den Kosten.

Innerhalb des Unternehmens wurden keine Arbeitsbereiche identifiziert, in denen signifikant gehäuft Krankheitsfälle auftreten. Ebenso wenig gibt es Arbeitsbereiche, in denen betriebliche Tätigkeiten ausgeübt werden, mit besonders hohem Risiko an einer bestimmten Krankheit zu erkranken.

ARBEITSSCHUTZ UND ARBEITSSICHERHEIT

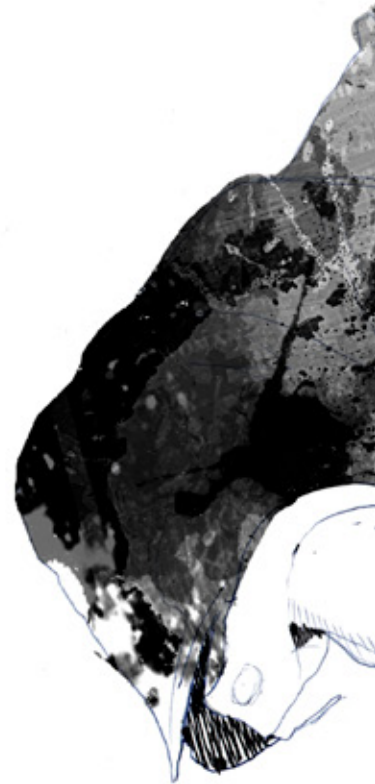
Porsche ist der Sicherheit und Gesundheit seiner Mitarbeiter verpflichtet. Ein organisiertes und strukturiertes Arbeitsschutzsystem gewährleistet die Umsetzung der rechtlichen Vorgaben. Es dient der Vermeidung von Arbeitsunfällen, Berufskrankheiten und arbeitsbedingten Gesundheitsgefahren. Dies wird durch die Konzernrichtlinie „Arbeitsschutz“ geregelt. Sie regelt eine einheitliche Vorgehensweise sowie erforderliche Maßnahmen für die Organisation des Arbeitsschutzes. Als Konzernrichtlinie des Themenfelds Arbeitssicherheit ist sie ein wesentliches Element des Compliance Management Systems des Unternehmens und für alle Mitarbeiter gültig. Vorgesetzte haben darauf zu achten, dass ihre Mitarbeiter die Vorgaben der Richtlinie kennen und deren Bestimmungen einhalten. Unterstützend stehen dabei allen Mitarbeitern die Fachkräfte für Arbeitssicherheit zur Verfügung.



GESELLSCHAFT

Einen Beitrag für die Gesellschaft zu leisten, ist für Porsche sowohl Pflicht als auch Kür.

Unser vielfältiges Engagement umfasst dabei die Bereiche Soziales, Bildung und Wissenschaft, Kultur und Sport. Als lokal verankertes und international handelndes Unternehmen bezieht es sich sowohl auf unsere Standortgemeinden als auch auf unser nationales und internationales Umfeld.







Trompeter Jonathan Müller und Bratschist Heiner Stolle im großen Saal des Gewandhauses

PREMIUM TRIFFT

PREMIUM

Mit dem Gewandhausorchester zu Leipzig und dem Stuttgarter Ballett unterstützt Porsche kulturelle Spitzenleistungen. Der schöpferische Geist wird hier wie dort von Generation zu Generation weitergetragen – wie auch bei Porsche. Musiker und Tänzer sind von dem Willen beseelt, sich mit dem Erreichten niemals zufrieden zu geben und die Grenzfällen ihrer Kunst immer wieder neu zu definieren.



180

MUSIKER ZÄHLT
DAS GEWANDHAUS

Mit seinen 180 Musikern zählt das Gewandhaus zu den größten professionellen Orchestern der Welt. Das älteste von Bürgern einer Stadt gegründete Orchester ist es in jedem Fall. Seit 1743 geben die Musiker die „Großen Concerte“. Der Name Gewandhaus stammt von dem riesigen Dachboden der Tuchmacher-Kaufhalle, der ab 1781 als erster Konzertsaal diente. „Vor allem die neuen amerikanischen oder australischen Kollegen sind immer wieder verblüfft, wenn sie erfahren, dass es uns schon länger gibt als ihre Heimatländer“, erzählt Stolle. Oder ein Staat entsteht erst 200 Jahre nach der Gewandhausgründung und ist doch schon wieder Geschichte – wie die DDR.

Ende der siebziger Jahre trotzte der damalige Kapellmeister Kurt Masur der seinerzeitigen Staatsführung den Bau einer neuen Spielstätte ab. Der 1981 mit Beethovens 9. Symphonie eröffnete wuchtige Quader sollte der einzige Konzerthausneubau in der DDR-Historie werden. Masur begründete mit seinem Engagement einen Ruf, der dem Gewandhaus bis heute vor allem in den USA Tür und Tor öffnet. Den charakteristischen Klang des Orchesters beschreibt Stolle als „dunkel, bronzen, erdig“. Und zur Tradition des Hauses gehöre es, diesen Klang zu erhalten. Johannes Brahms, Peter Tschaikowski oder Richard Strauß dirigierten in Leipzig ihre eigenen Werke und begründeten den Mythos des Gewandhauses. „Erst neulich habe ich eine Plattenaufnahme von 1967 angehört, und es war faszinierend, wie das Orchester damals klang. Es war der Klang des Gewandhausorchesters.“

SEIT 270 JAHREN EINEN TICK BESSER

Bratsche trifft Trompete. Ein erfahrener Musiker begegnet einem jungen Kollegen. Der eine spielt seit bald vier Jahrzehnten sein Streichinstrument, der andere ist seit wenigen Wochen Trompeter im traditionsreichsten Klangkörper der Welt.

Für den Konzerthausfuchs ist die Bratsche das Salz in der Suppe – für den Jungspund die Position des Solotrompeters eine Traumstelle. Heiner Stolle und Jonathan Müller heißen die beiden Männer, die ihren Traum zum Beruf gemacht haben: Mitglied im Gewandhausorchester zu Leipzig.



„Wenn wir jemanden aufnehmen,
muss er einen Tick besser sein als
die anderen Orchestermmitglieder.“



Jeder neue Musiker muss mit seinem Instrument zu diesem Klang passen. Und jeder neue Musiker muss vor dem gesamten Orchester vorspielen. Auch Jonathan Müller musste sich dieser Prüfung unterziehen. Zuletzt stand er in der Endauswahl im Wettbewerb mit zwei anderen Prüflingen. „Früher habe ich nie damit gerechnet, dass ich hier einmal spielen könnte“, sagt der bescheidene junge Mann. Viel Glück habe er gehabt, und sein Spiel habe ganz offensichtlich zum Gewandhaus gepasst. Eine absolute Mehrheit der Musiker hat sich für den Schwaben entschieden. Als Trompeter darf er außerdem regelmäßig bei den benachbarten Thomanern zum Kantatenspiel auftreten. Die Musiker des Gewandhauses stellen zusätzlich das Orchester für die Aufführungen des am Augustus-Platz gleich gegenüber liegenden Opernhauses.

Seinen ersten großen Solo-Auftritt am Gewandhaus absolvierte Müller bereits nach wenigen Wochen. Bei Mahlers 9. Symphonie hatte der 23-Jährige einen fulminanten Auftritt. „Das hat er gut gemacht. An der wichtigsten Stelle, so exponiert, ganz allein das Fortissimo zu spielen, das sind schon tolle Gehversuche“, lobt der Senior den Junior. „Gehversuche“ – das klingt doch schwer nach einer langen Lehrzeit unter den kritischen Augen und Ohren der etablierten Orchesterkollegen. Weit gefehlt! „Wenn wir jemanden aufnehmen, muss er einen Tick besser sein als die anderen Orchestermmitglieder“, beschreibt Stolle das Gewandhaus-Geheimnis. Und falls dieser „Einen-Tick-Besser-Musikus“ beim Vorspiel einmal nicht dabei sein sollte? Stolle: „Weil wir die Besten wollen, warten wir. Wenn es sein muss, auch ein paar Jahre. Wir wissen,

es gibt diesen Mann oder diese Frau, und er oder sie wird eines Tages auch zu uns kommen.“ Nur die Leistung zählt. Die Mehrheit der Musiker entscheidet über jeden Neuzugang. Das ist heute so wie vor 200 Jahren oder zu Zeiten der DDR. Da halfen auch keine guten Beziehungen oder das Parteibuch. „Wir waren auch in undemokratischen Zeiten demokratisch. Und das hat auch damals unseren Erfolg ausgemacht“, sagt Stolle. Reisen in die USA, Kanada und Westeuropa waren Höhepunkte in seinem Musikerleben. Aber das Etikett „Gewandhaus-Urgestein“ weist er weit von sich. „Bei 270 Jahren Gewandhaus-Tradition“, sagt er mit einem feinen Lächeln, „komme ich doch nur auf 37 Jahre.“

NATÜRLICH BRAUCHT MAN IDOLE

Das Stuttgarter Ballett verzaubert sein Publikum zu Hause und in der ganzen Welt mit seinem Repertoire von klassisch bis ganz modern. Zwei Tänzerinnen aus Spanien verkörpern perfekt den Erfolg dieser Spitzencompagnie.



Aus dem Baskenland ans Stuttgarter Ballett: Aiara Iturrioz mit Primaballerina Alicia Amatriain (rechts)

Braucht diese Frau Spitzenschuhe, ein Kostüm, die streng nach hinten gekämmten Haare? Nein! Mit Alicia Amatriain betritt eine Frau den Probenraum, die mit ihrer Ausstrahlung und jeder Faser auch ohne all dies und abseits vom großen Bühnenauftritt eine Primaballerina verkörpert.

Im Saal steht bereits eine junge Kollegin, die unwillkürlich strahlt, als sie Amatriain erblickt. „Für mich ist sie ein Idol“, sagt die 22-jährige Aiara Iturrioz. Schon als junges Mädchen hat sie ihre baskische Landsmännin auf DVD und YouTube-Aufnahmen studiert und bewundert. Es kommt ihr noch manchmal unwirklich vor, zusammen mit diesem großen Vorbild auf der Bühne zu stehen. Doch sie hat es geschafft. Mit 18 kam sie aus der spanischen Provinz nach Stuttgart an die John Cranko-Schule, wurde Elevin und gehört seit dieser Saison zum Corps de ballet. Mit ihrer Vorbildrolle hat Amatriain kein Problem. „Idole? Natürlich braucht man Idole“, bricht es aus der Primaballerina heraus, „ich habe hier in Stuttgart noch Marcia Haydée als tanzende Direktorin erlebt und Birgit Keil und Richard Cragun auf der Bühne gesehen.“ Mit ihrem impulsiven Plädoyer hat Amatriain das Stuttgarter Ballettwunder und seine Tradition schlaglichtartig beschrieben. Bis heute sind die Musen John Crankos, der 2012 verstorbene amerikanische Tänzer Cragun und „die deutsche Ballerina“ Birgit Keil, unvergessene Stars – für das fachkundige Publikum genauso wie für die aktiven Mitglieder der Compagnie.

JOHN CRANKO BEGRÜNDETE
DEN RUHM DES
STUTTGARTER BALLETTES

Eine bis heute ununterbrochene Linie von Tänzerinnen und Tänzern unter der Leitung des damaligen Direktors, John Cranko, begründete in den sechziger Jahren den Ruhm des Stuttgarter Balletts – gefeiert vor heimischer Kulisse wie auf den Tourne-

en auf allen Kontinenten. Im vergangenen Jahr tanzte die Compagnie erstmals „Romeo und Julia“ von John Cranko am Moskauer Bolschoi-Theater und wurde von den Russen geradezu frenetisch gefeiert. Amatriain genießt den Applaus, doch sie spricht auch von den Zweifeln und dem Stress, die jeden Künstler befallen und belasten. „Das ist schon ein enormer Druck, wenn ich allein vor 2.000 Menschen tanze.“ Als eine von aktuell sieben Ersten Solistinnen hat sich Amatriain in den vergangenen zwölf Jahren ein riesiges Repertoire erarbeitet. Über 30 tragende und 20 eigens für sie geschaffene Rollen demonstrieren die Bandbreite dieser Ausnahmekünstlerin. „Für mich ist das ganz wichtig. Je mehr Herausforderungen ich finden kann, umso besser.“

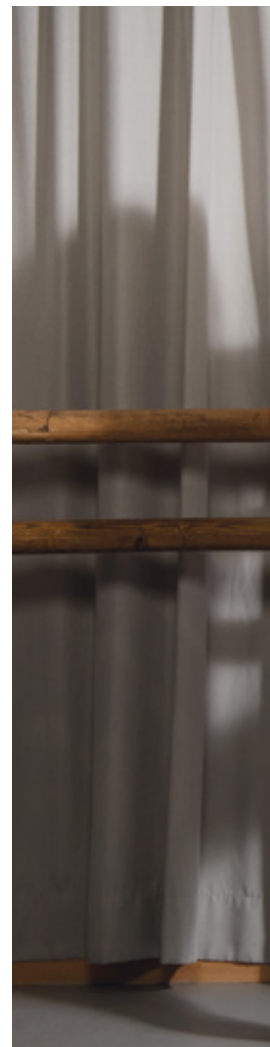
Von Giselle bis ganz modern

Die Mixtur aus klassischem und modernem Tanz zeichnet die Truppe seit Jahrzehnten aus. Die Bandbreite umfasst Klassik, Neo-Klassik, die Meister des 20. Jahrhunderts, zeitgenössische Stücke und Uraufführungen. „Evolution im Tanz ist sehr wichtig“, betont Amatriain, „nur Klassik geht nicht. Vor allem, wenn wir junge Menschen für das Ballett begeistern wollen.“ Mit Demis Volpis abendfüllendem Handlungsballett „Krabat“ – nach der Vorlage des Jugendbuchautors Ottfried Preußler – gelingt es der Compagnie, aus jugendlichen Zuschauern Ballett-

64

TÄNZERINNEN UND
TÄNZER AM STUTTGARTER
BALLETT

Fans zu machen. Auch in dieser Saison soll es wieder eine Uraufführung von Demis Volpi geben – erstmals mit gleichzeitig 30 Tänzerinnen auf der Bühne. Beinahe alle weiblichen Compagnie-Mitglieder sind dann im Einsatz. Wieder ein neues Stück, wieder harte Proben, Tag für Tag, bis das scheinbar Schwerelose jedem Einzelnen perfekt gelingt. Mit dem härtesten Richter für jede Tänzerin und jeden Tänzer: Der große Spiegel an der Wand zeigt jede kleinste Schwäche, sofort, ungeschminkt, gnadenlos. „Hinter dem mühelosen Eindruck steckt viel harte Arbeit“, sagt Aiara Iturrioz. „Im Spiegel sehe ich sofort den kleinsten Fehler.“ Bis zu neun Stunden, von Montag bis Samstag, proben sie vor dem unbestechlichen Richter ihrer Arbeit. Für ihre junge Kollegin findet Amatriain nur lobende Worte: „Aiara hat ihren eigenen Weg gefunden und sie ist sehr professionell.“ Gemeinsam freuen sie sich, dass sie nun eine kleine baskische Linie am Stuttgarter Ballett eröffnet haben. „Aiaras Eltern haben





„Evolution im Tanz ist sehr wichtig, nur Klassik geht nicht. Vor allem, wenn wir junge Menschen für das Ballett begeistern wollen.“

mich vor vier Jahren angerufen, als sie an der John Cranko-Schule aufgenommen wurde. Und ich habe ihnen versprochen, dass ich ein Auge auf sie haben werde.“ Aiaras Fleiß hat sich nun auszahlt: Nur die wenigsten Schüler schaffen den Sprung von der Schule zur E Levin oder gar zum Corps de ballet der Compagnie.

Ihre schwärzeste Stunde erlebte Amatriain vor fünf Jahren bei einer Vorstellung von „Onegin“. Bei einer schwierigen Hebe-Dreh-Figur mit ihrem Partner kugelte sie sich die rechte Schulter aus. Die Sehnen waren der dauernden Belastung nicht mehr gewachsen. Es war nicht das erste Mal. Bei einer Aufführung von „Schwanensee“ ließ sie sich die Schulter hinter dem Vorhang wieder einrenken und tanzte sofort weiter. Daran war dieses Mal nicht mehr zu denken. Amatriain musste unters Messer. Nach einer riskanten Operation – „die Chancen standen fifty-fifty“ – und nach sechs Monaten Reha-Training war sie wieder auf der

Bühne zu sehen. „Es war das schlimmste halbe Jahr meines Lebens, aber ich bin so viel stärker wieder rausgekommen, mit einem ganz anderen Kopf“, beschreibt Amatriain den Start in ihr zweites Leben als Tänzerin. „Am Anfang meiner Karriere, als ich jung war, habe ich mich mit voller Energie überall hineingeworfen. Heute ist mein Niveau höher, aber auch meine Ansprüche sind viel größer.“

Experten sagen der blonden Baskin noch viele aktive Jahre voraus. Ihre Physis gilt als ideal, um bis weit über 40 noch das gesamte Repertoire zu tanzen. Drei kleine OP-Narben über ihrer Schulter erinnern die Primaballerina indes daran, „dass es jeden Moment mit dem Tanzen vorbei sein kann“. Aiara Iturrioz schaut in diesem Moment ihr Idol ganz ernst an, und beide Frauen klopfen sofort mit ihren Fingerknöcheln auf das Holz ihrer Stuhllehnen. Bei allem Talent, Trainings-eifer und Tatendrang kann ein wenig Aberglaube offensichtlich nicht schaden.

SOZIALES

Kinder stärken und benachteiligten Menschen eine Chance geben – das sind zwei der wesentlichen Schwerpunkte des vielfältigen sozialen Engagements von Porsche.

SOZIALER EINSATZ GROSS GESCHRIEBEN

Im Inland...

Deutschlandweit aktiv war Porsche im Berichtsjahr 2013 mit seinem Projekt „Kids Driving School“. Bei diesem gemeinsam mit „Kinderüberraschung“ (Ferrero) entwickelten Konzept sollen Kinder spielerisch das richtige Verhalten im Straßenverkehr erlernen. Unter dem Motto „Mit Spaß sicher unterwegs“ absolvieren die Kinder, unterschieden nach den Altersklassen fünf bis sieben und acht bis zehn Jahre, einen Parcours mit abwechslungsreichen verkehrserzieherischen Spielen und Hindernissen und können so ihren Kids Driving School Führerschein erwerben. 2013 hat die Kids Driving School in Stuttgart, Berlin und Frankfurt Station gemacht und erfreute sich überall großer Beliebtheit.

Auch zahlreiche soziale Einrichtungen und Projekte hat Porsche im Berichtsjahr in finanzieller und materieller Hinsicht unterstützt – schwerpunktmäßig an den Unternehmensstandorten. Hierzu zählen in Stuttgart die Straßenzeitung Trott-war, die sozial benachteiligten Menschen einen Wiedereinstieg ins Berufsleben ermöglicht, oder Kinderstationen und -kliniken wie das „Olgäle“, aber auch die Bürgerstiftung Stuttgart, die Stiftung Kinderland Baden-Württemberg, Projekte für Menschen mit Handicap, Hospize, verschiedene Beratungsstellen und kirchliche Einrichtungen. Am Standort Leipzig unterstützt das Unternehmen vergleichbare Projekte und Institutionen.

Bei dem seit 2004 geförderten Projekt „Nummer gegen Kummer“ bietet eine anonyme Hotline Kindern und Erwachsenen Hilfestellung in psychischen Notlagen. Täglich 2.000 Gespräche an 92 Standorten belegen die Bedeutung dieses Sorgentelefon, für das Porsche jährlich 150.000 Euro spendet.

Finanzielle Hilfe erhielt auch die vom früheren Fußball-Nationalspieler und heutigen Trainer Jürgen Klinsmann gegründete Stiftung Agapedia, die Not leidende Kinder in Deutschland und Osteuropa unterstützt.

...wie im Ausland

Auch im Ausland ist Porsche im sozialen Bereich aktiv. In Lateinamerika, unter anderem in Brasilien, Argentinien und Chile, unterstützt Porsche die gemeinnützige Organisation „Un Techo Para Mi País“ (Ein Dach für mein Land). Diese kümmert sich seit 1997 und in mittlerweile 19 Ländern Lateinamerikas und der Karibik darum, dass sozial schwache und gesellschaftlich isolierte Menschen ein festes Zuhause erhalten und in eine stabile Gemeinschaft integriert werden. Auf diese Weise sollen sie eine aktive Rolle bei der Verbesserung der eigenen Lebensqualität und -umstände übertragen bekommen. Das Arbeitsmodell von „Un Techo“ besteht aus drei Phasen: dem Bau von Übergangshäusern, Programmen zur sozialen Inklusion und einer nachhaltigen Organisation des sozialen Umfelds. Auch dank der finanziellen Unterstützung von Porsche konnten im Laufe der zweijährigen Kooperation mehr als 250 Häuser gebaut und über 2.000 freiwillige Helfer gewonnen werden, unter anderem das Team von Porsche Latin America, aber auch Mitarbeiter der lokalen Porsche Importeure. In Chile erfolgte dank der lokalen Unterstützung des dortigen Porsche Importeurs die Sanierung und Renovierung von drei bestehenden Wohnsiedlungen, wodurch 44 Familien ein besseres Leben ermöglicht wurde. Insgesamt konnten Porsche und „Un Techo“ auf diese Art und Weise bis heute knapp 1.500 Menschen helfen. Porsche hat sich bereits zu einer Weiterführung der Zusammenarbeit mit „Un Techo“ bis mindestens Ende 2014 entschieden.



Früh übt sich: In der Kids Driving School lernt der Nachwuchs das sichere Verhalten im Verkehr

BILDUNG UND WISSENSCHAFT

Wie kommt ein Unternehmen zu hochqualifizierten Mitarbeitern? Am besten durch intensive Nachwuchsförderung. Porsche unterstützt deshalb begabte Jugendliche und Studierende sowie Schulen und Universitäten.

BILDUNGSPARTNERSCHAFTEN

Mit zwei MINT-Gymnasien (MINT = Mathematik – Informatik – Naturwissenschaften – Technik) in Stuttgart, dem Ferdinand Porsche Gymnasium und dem Friedrich-Eugens-Gymnasium, verbindet Porsche eine besondere Zusammenarbeit. Das Unternehmen engagiert sich an diesen Schulen mit einer Vielzahl von Aktivitäten, zum Beispiel mit Berufsinformationstagen, Fachvorträgen, Sachspenden zur Förderung des Unterrichts in MINT-Fächern oder Exkursionen für Schüler und Lehrer.

Als Kooperationspartner im universitären Bereich unterstützt Porsche die studentische Organisation AIESEC, den Konstruktionswettbewerb Formula Student und Fem.tec, eine Organisation zur Unterstützung von Frauen in Naturwissenschaft und Technik.

Mit der finanziellen Unterstützung von Porsche in Höhe von 300.000 Euro wurde 2013 der Lehrstuhl für Strategisches Management und Familienunternehmen an der Leipziger Handelshochschule gegründet. Der Lehrstuhl an der 115 Jahre alten Privathochschule am Porsche Produktionsstandort Leipzig hat zum Ziel, die Forschung in den Schwerpunkten der Professur mit einem klaren Praxisbezug zu entwickeln. Inhaber des Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG Lehrstuhls für Strategisches Management und Familienunternehmen ist Prof. Dr. Stephan Stubner.

Der „Porsche Automotive Campus“ (PAC) an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen bildet seit 2012 die Plattform für eine umfangreiche und langfristige Zusammenarbeit. Im Berichtsjahr wurden erstmals an besonders qualifizierte Studierende der Studiengänge Automobilwirtschaft (B.A.) und Automotive Management (M.A.) sechs Stipendien vergeben.

STIPENDIENPROGRAMME

Deutschlandweit hat Porsche im Berichtsjahr an 15 ausgewählten Universitäten und Fachhochschulen 36 sogenannte „Deutschlandstipendien“ vergeben und dafür 64.000 Euro investiert. Hinzu kommen sechs „Südweststipendien“ an zwei Fachhochschulen in Baden-Württemberg. Durch die Programme soll langfristig die Lehre und Forschung in Bachelor- und Masterstudiengängen gestärkt und zugleich herausragenden und sozial engagierten Studierenden eine finanzielle Unterstützung ermöglicht werden. Die Stipendien sind in erster Linie für technische und naturwissenschaftliche Studiengänge vorgesehen.

Seit fünf Jahren ist Porsche außerdem Fördermitglied der Stiftung der Deutschen Wirtschaft (sdw). Porsche ist bei der sdw unter anderem bei Auswahlverfahren zur Vergabe von Stipendien an Studierende und Doktoranden aktiv. Außerdem finden für sdw-Stipendiaten regelmäßig Exkursionen und Fachvorträge bei Porsche statt.

PREISE FÜR BESONDERE LEISTUNGEN

Zum zwölften Mal hat Porsche in Zusammenarbeit mit dem baden-württembergischen Ministerium für Kultus, Jugend und Sport im Berichtsjahr 2013 den „Ferry Porsche Preis“ verliehen. Ausgezeichnet wurden die 275 besten Abiturientinnen und Abiturienten ihres Jahrgangs in den Leistungsfächern Mathematik, Physik und Technik. Alle Preisträger wurden gemeinsam mit ihren Eltern zu einer Abendveranstaltung ins Entwicklungszentrum Weissach eingeladen. Sechs ausgeloste Preisträger werden in einer Tochtergesellschaft im Ausland ein Praktikum absolvieren. Der Preis soll die Attraktivität der Mathematik und der Naturwissenschaften steigern und die zukünftigen Studierenden zum Ingenieursstudium motivieren.

Zum ersten Mal hat Porsche im Berichtsjahr 2013 den Landespreis für Werkrealschulen für besondere Leistungen im Wahlpflichtfach Natur und Technik vergeben. Den Preis erhalten die zehn besten Absolventen dieses Fachs im Land Baden-Württemberg. Ziel der Preisvergabe ist es, neben der Förderung der praxisorientierten beruflichen Bildung an Werkrealschulen, auch die Werkrealschüler selbst bei ihrem möglichst direkten Übergang aus der Schule in eine duale Ausbildung zu unterstützen und zu begleiten.

KULTUR

Premium trifft Premium: Porsche fördert an seinen Hauptstandorten herausragende kulturelle Leistungen – das Stuttgarter Ballett und das Gewandhausorchester Leipzig.

PARTNER DES GEWANDHAUSORCHESTERS

Seit 2011 ist Porsche Hauptsponsor des Gewandhauses zu Leipzig. Die Kulturpartnerschaft mit dem weltberühmten Klangkörper wurde im vergangenen Jahr bis 2017 verlängert. Auf internationalen Tournée und Konzerten trägt das Orchester das Gütesiegel „Made in Leipzig“ als Porsche Botschafter in die ganze Welt. Höhepunkte waren dabei die Konzerte im Rahmen des Brahms-Zyklus in London, Paris und Wien. Das Gewandhausorchester gestaltete auch 2013 den Auftakt des Leipziger Opernballs. Erstmals hat Porsche bei diesem bürgernahen Ball die Rolle des Präsentators übernommen. Ab 2014 profitiert die Leipziger Bevölkerung noch mehr von der Partnerschaft zwischen dem Gewandhaus und Porsche. Nach dreijähriger Pause ermöglicht Porsche 2014 die bei den Bürgern beliebten „Rosental-Konzerte“ unter freiem Himmel. Die so genannten „Großen Concerte“ unter der Leitung des Dirigenten Alexander Shelley bieten an zwei Tagen populäre Werke aus dem Programm der „Last Night of the Proms“. Der Eintritt für die Sommerkonzerte ist für jedermann frei.



Eleganz und Perfektion: Die Compagnie des Stuttgarter Balletts

ENGE VERBINDUNG ZUM STUTTGARTER BALLETT

Das Motto „Premium trifft Premium“ gilt ganz besonders für die Beziehung zwischen dem Stuttgarter Ballett und Porsche. Die Compagnie der absoluten Spitzenklasse wirkt als Porsche Botschafter auf ihren weltweiten Tournée. Highlight des vergangenen Jahres waren die exklusiv von Porsche geförderten und vom fachkundigen Publikum begeistert gefeierten Auftritte im Moskauer Bolschoi-Theater. Porsche unterstützt außerdem den Neubau der John Cranko-Schule in Stuttgart für den Ballettnachwuchs. Mit der Förderung gibt Porsche ein deutliches Signal für eine dauerhafte und für beide Seiten gewinnbringende Partnerschaft.



„Leuchtturmprojekt“ der Porsche Kulturförderung: das Leipziger Gewandhausorchester

SPORT

Sport bedeutet für Porsche mehr als Automobilsport – das Unternehmen engagiert sich in Baden-Württemberg und Sachsen sowohl im Breiten- als auch im Spitzensport.

FÖRDERUNG DES SPITZENSPORTS

Bereits zum 36. Mal traf sich im Berichtsjahr die Weltspitze des Damentennis in Stuttgart zum Porsche Tennis Grand Prix. Die Veranstaltung im Rahmen der WTA Tour konnte mit 42.215 Besuchern einen neuen Publikumsrekord vermelden. Der Porsche Tennis Grand Prix wurde von den Spielerinnen bereits fünf Mal zum beliebtesten Turnier gewählt.

Im zweiten Jahr unterstützt Porsche die deutsche Tennis-Nationalmannschaft der Damen (Porsche Team Deutschland). Diese zunächst auf drei Jahre angelegte Sponsoring-Kooperation mit dem Deutschen Tennis Bund (DTB) umfasst auch die Nachwuchsförderung (Porsche Talent Team).

Zudem erhielten die beiden Landessportverbände in Baden-Württemberg und Sachsen jeweils 30.000 Euro. Mit diesen finanziellen Mitteln werden Leistungssportler auf ihrem Weg zu Olympischen Spielen und Weltmeisterschaften unterstützt.

FÖRDERUNG DES BREITENSSPORTS

Beispielhafte Projektarbeit in Sportvereinen hat die Porsche Sportförderung auch 2013 mit 500.000 Euro unterstützt. Damit legt die Porsche AG ein deutliches Bekenntnis für den Breitensport und ganz besonders für die Jugendarbeit in den Vereinen ab. Das Förderprogramm ist auf drei Jahre angelegt und wurde zum zweiten Mal in enger Abstimmung mit den Landessportverbänden an jeweils sieben Vereine in Baden-Württemberg und Sachsen vergeben. Die geförderten Konzepte überzeugen unter anderem durch ihren integrativen Ansatz. So übernehmen beispielsweise beim Kraft-Werk Schwarzach e.V. junge Gewichtheber die Patenschaft für Behindertensportler. Bei dieser Kooperation profitieren beide Seiten in der Entwicklung ihrer Persönlichkeit und ihres Sozialverhaltens. Die Porsche Sportförderung unterstützt diesen wertvollen, gesellschaftlichen Beitrag zur Inklusion mit 40.000 Euro. In Sachsen leistet die Porsche Sportförderung Aufbauhilfe nach dem verheerenden Hochwasser im Frühjahr 2013. So kann zum Beispiel



Großer Sport mit langer Tradition: Aufsichtsratschef Dr. Wolfgang Porsche (re.) und Matthias Müller gratulieren Maria Sharapova, der Siegerin des 36. Porsche Tennis Grand Prix

Geförderte Projekte in Baden-Württemberg

Kraft-Werk Schwarzach e.V., Inklusionsvorhaben im Bereich Kraftsport
 TG Mannheim e.V., Bau einer Schnitzelgrube für den Turnsport
 TSV Phönix Lomersheim e.V., Bau eines Kunstrasenplatzes
 SV Schwäbisch Gmünd e.V., Ausbau der Möglichkeiten für den Wassersport
 SpVgg Lahr 1926 e.V., Bau eines Rasenplatzes und Kleinspielfeldes
 SG Köndringen-Teningen e.V., Spofunns – Ausbildung ehrenamtlicher Mitarbeiter
 FC Wallbach ASV e.V., Bau eines Kunstrasenplatzes

Geförderte Projekte in Sachsen

SC Riesa e.V., Instandsetzung der Sportanlagen nach Hochwasser
 SG Leipziger Verkehrsbetriebe e.V., Sanierung Bootshaus
 MSV Bautzen 04 e.V., Kindersportkarussell und Kletterwand
 SV Sternburg Lützschen e.V., Ausbau des Vereins auf Grund eines hohen Bevölkerungszuwachses
 Rollhockeyclub Aufbau Böhlitz-Ehrenberg e.V., Sanierung eines Gebäudes nach Hochwasser
 Fechtclub Schkeuditz e.V., engagierte Nachwuchsarbeit
 Radefelder SV 1990 e.V., kontinuierliche Nachwuchsarbeit und Entwicklung der Mitgliederzahl

der SC Riesa e.V. mit 40.000 Euro seine beschädigten Sportanlagen wieder instand setzen. Beim Rollhockeyclub Aufbau Böhlitz-Ehrenberg e.V. helfen 10.000 Euro bei der Sanierung eines flutgeschädigten Vereinsgebäudes.

PERFORMANCE UND POTENZIALE

PERFORMANCE

Markteinführung des Panamera S E-Hybrid und Vorstellung des 918 Spyder: Mit den zukunftsweisenden Modellen setzte Porsche seine Hybridisierungsstrategie fort. Beide Modelle – sowohl die Premiumlimousine als auch der Supersportwagen – sind die ersten ihrer Klasse, die den Verbrauch eines Kleinwagens mit der Performance eines Sportwagens kombinieren.

Werksausbau in Leipzig nach hohen Energie- und Umweltstandards: Die Erweiterung am Standort Leipzig mit den neuen Produktionsanlagen Karosseriebau und Lackiererei ist mit vielen Effizienzsteigerungen und ressourcenschonenden Maßnahmen verbunden. Insgesamt erbrachten die umgesetzten Maßnahmen gegenüber einer konventionellen Bauweise eine jährliche CO₂-Ersparnis von rund 12.000 Tonnen. Die Energie- und Umweltmaßnahmen an den Standorten sollen ausgebaut werden.

Erstmalige Befragung der Mitarbeiter durch das Stimmungsbarometer: 2013 gab es mit dem Stimmungsbarometer erstmals eine unternehmensweite Mitarbeiterbefragung. 9.221 stimmberechtigte Mitarbeiter nutzten die Möglichkeit, ihre Meinung hinsichtlich Themen wie „Zusammenarbeit mit Kollegen und Vorgesetzten“, „Arbeitsqualität“ oder „Information über aktuelle Entwicklungen bei Porsche“ kundzutun. Die Ergebnisse belegen eine hohe Zufriedenheit der Mitarbeiter, wie die 95-prozentige Zustimmung zur Aussage „Ich arbeite gern bei Porsche“ belegt.

Kraftstoffverbrauch der Fahrzeuge muss weiter sinken: Alle wichtigen Automobilmärkte der Welt haben verschärfende Kraftstoffverbrauchs- und Emissionsgesetze etabliert. Porsche, als Hersteller von Sportwagen und sportlichen Oberklassefahrzeugen, kann die Grenzwerte dieser Gesetze alleine nicht erfüllen. In den vergangenen Jahren sind jedoch alle Porsche Fahrzeuge deutlich effizienter geworden. Diese Anstrengungen müssen in Zukunft noch verstärkt werden, damit die Porsche Fahrzeugflotte als Teil der veranlagten Verbrauchs- und Emissionsgemeinschaft der Volkswagen AG einen wesentlichen Beitrag zur Erfüllung der konzernweiten Ziele leisten kann.

Anteil von Frauen in Führungspositionen noch ausbaufähig: Auch wenn das Unternehmen in den vergangenen Jahren den Anteil von Frauen in Führungspositionen ausgebaut hat, besteht hier noch Nachholbedarf. Aus diesem Grund hat sich Porsche hierzu im Rahmen der Strategie 2018 und im Nachhaltigkeitsprogramm ambitionierte Ziele gesetzt.

Den Umgang mit Ressourcen weiter optimieren: Porsche hat in den vergangenen Jahren bereits weitreichende Verbesserungen hinsichtlich des Ressourcen- und Energieverbrauchs in der Produktion erreicht – und will sich auch künftig nicht auf dem Erreichten ausruhen. Durch steigende Produktionszahlen und die Werkserweiterungen in Leipzig und Zuffenhausen steht das Unternehmen vor großen Herausforderungen. Dem zunehmenden Energiebedarf wird Porsche mit weiteren Maßnahmen zur Effizienzsteigerung begegnen. Im Rahmen des Nachhaltigkeitsprogramms wurden dazu konkrete Ziele gesteckt.

POTENZIALE

PREISE UND AUSZEICHNUNGEN 2013

...im Bereich Wirtschaft:

Automotive Brand Contest 2013

„Brand of the Year“ (Marke Porsche)

„Brand Manager of the Year“ (Matthias Müller)

Fachtagung „600Minutes CFO“

CFO des Jahres (Lutz Meschke)

...für unsere Produkte:

J.D. Power-Studien ¹⁾

Initial Quality Study

Top rated nameplate

1. Platz (Marke Porsche)

Midsize Premium Sporty Car

1. Platz (911)

Compact Premium Sporty Car

1. Platz (Boxster)

APEAL-Studie ²⁾

Top rated nameplate

1. Platz (Marke Porsche)

Midsize Premium CUV

1. Platz (Cayenne)

Compact Premium Sporty Car

1. Platz (Boxster)

World Performance Car 2013

1. Platz (Boxster und Cayman)

China Green Car of the Year 2014

1. Platz (Panamera S E-Hybrid)

South African Car of the Year 2013

1. Platz (Boxster)

...als Arbeitgeber:

HR One Conference 2013

„Honour Award 2013“ für exzellente Personalarbeit

Trendence Arbeitgeberranking ³⁾

Graduate Barometer ⁴⁾

Business: 4. Platz Engineering: 3. Platz IT: 16. Platz

Young Professional Barometer

6. Platz

Schülerbarometer

5. Platz

Universum Arbeitgeberranking ³⁾

Student Survey ⁴⁾

Business: 3. Platz Engineering: 3. Platz IT: 14. Platz

Young Professional Survey ⁴⁾

Business: 3. Platz Engineering: 3. Platz IT: 9. Platz

¹⁾ Die genannten Studien des US-Marktforschungsinstituts J.D. Power beziehen sich auf den US-amerikanischen Markt

²⁾ Automotive Performance, Execution and Layout Study (APEAL)

³⁾ Befragung von Studenten/Absolventen/jungen Arbeitnehmern nach den beliebtesten Arbeitgebern

⁴⁾ Befragung von Studenten/Absolventen/jungen Arbeitnehmern mit Studienrichtung/-hintergrund „Business“, „Engineering“ und „IT“

KENNZAHLEN UND DATEN

ÖKONOMISCHE KENNZAHLEN

Die im Folgenden dargestellten ökonomischen Kennzahlen beziehen sich auf den Porsche AG Konzern (inklusive Tochtergesellschaften).

MENGENDATEN

		2011	2012	2013
Auslieferungen	Fahrzeuge	118.868	141.075	162.145
911	Fahrzeuge	19.377	25.457	30.205
Boxster/Cayman	Fahrzeuge	12.753	11.825	25.704
Cayenne	Fahrzeuge	59.898	74.763	84.041
Panamera	Fahrzeuge	26.840	29.030	22.032
Produktion	Fahrzeuge	127.793	151.999	165.808
911	Fahrzeuge	21.748	28.419	29.751
918 Spyder	Fahrzeuge	–	–	35
Boxster/Cayman	Fahrzeuge	12.207	13.316	28.996
Cayenne	Fahrzeuge	62.004	83.208	81.916
Panamera	Fahrzeuge	31.834	27.056	24.798
Macan	Fahrzeuge	–	–	312
Umsatz	Mio. €	10.928	13.865	14.326
Finanzen				
Bilanzsumme	Mio. €	21.556	22.747	24.560
Eigenkapital	Mio. €	7.001	7.402	9.039
Anlagevermögen	Mio. €	5.944	7.083	8.539
Investitionen ¹⁾	Mio. €	1.678	1.873	2.236
Materialaufwand	Mio. €	6.822	8.124	8.282
Personalaufwand	Mio. €	1.349	1.658	1.865
Abschreibungen	Mio. €	871	1.114	1.415
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	Mio. €	2.522	2.692	2.917
Operatives Ergebnis (EBIT)	Mio. €	2.045	2.429	2.579
Ergebnis vor Steuern	Mio. €	2.108	2.638	2.784
Ergebnis nach Steuern	Mio. €	1.460	1.833	1.939

¹⁾ Betrifft Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlage.

WERTSCHÖPFUNGSRECHNUNG DES PORSCHE KONZERNS

Die Wertschöpfungsrechnung stellt den im abgelaufenen Geschäftsjahr erwirtschafteten Wertzuwachs als Beitrag des Unternehmens zum Sozialprodukt des jeweiligen Lands sowie seine Verteilung dar. Der Wertzuwachs des Porsche Konzerns war im Berichtsjahr um 7,2 Prozent höher als im Vorjahr.

	2011		2012		2013	
Entstehung in Mio. €						
Umsatzerlöse	10.928		13.865		14.326	
Sonstige Erträge	448		400		443	
Materialaufwand	-6.822		-8.124		-8.282	
Abschreibungen	-871		-1.114		-1.415	
Sonstige Vorleistungen	-91		-622		-351	
Wertschöpfung	3.592		4.405		4.721	
Verteilung in Mio. €	2011	Anteil	2012	Anteil	2013	Anteil
an Aktionäre (Ergebnisabführung)	871	24,2 %	1.312	29,8 %	1.414	30,0 %
an Mitarbeiter (Löhne, Gehälter, Soziales)	1.349	37,6 %	1.658	37,6 %	1.865	39,5 %
an den Staat (Steuern, Abgaben)	449	12,5 %	667	15,1 %	689	14,6 %
an Kreditgeber (Zinsaufwand)	336	9,4 %	247	5,6 %	228	4,8 %
an das Unternehmen (Rücklagen)	587	16,3 %	521	11,8 %	525	11,1 %
Wertschöpfung	3.592	100 %	4.405	100 %	4.721	100 %

ZUWENDUNGEN DER ÖFFENTLICHEN HAND

Zuwendungen der öffentlichen Hand in Höhe von 0 Millionen Euro (2012: 2 Mio. Euro, 2011: 6 Mio. Euro) für Investitionen der Jahre 2007 bis 2010 wurden von den Anschaffungskosten der Sachanlagen abgesetzt. Für bereits in Vorjahren vorgenommene Abschreibungen auf die betreffenden Vermögenswerte des Sachanlagevermögens wurde ein Ertrag in Höhe von 0 Millionen Euro (2012: 1 Mio. Euro, 2011: 1 Mio. Euro) vereinnahmt. Sämtliche für die Gewährung staatlicher Zuwendungen erforderlichen Anträge wurden eingereicht bzw. zur Einreichung vorbereitet. Es wird davon ausgegangen, dass alle an die Zuwendung geknüpften Bedingungen erfüllt sind.

Erfolgsbezogene Zuwendungen der öffentlichen Hand beliefen sich im laufenden Geschäftsjahr auf 19 Millionen Euro (2012: 0 Mio. Euro, 2011: 0 Mio. Euro).

GETÄTIGTE SPENDEN

Die Porsche AG hat im Berichtsjahr rund 2,8 Mio. Euro an Spenden getätigt.

Die systematische Prüfung und Dokumentation von Spendenanfragen wird über ein eigens erstelltes CSR-Check-Formular sichergestellt.

UMWELT- UND ENERGIEKENNZAHLEN

Bei den im Folgenden dargestellten Umweltkennzahlen wird zwischen Produktionsstandorten und sonstigen Standorten unterschieden. Als Produktionsstandorte gelten die Werke Stuttgart-Zuffenhausen und Leipzig inklusive der Verwaltung. Bei den sonstigen Standorten sind Weissach (Entwicklung) und Ludwigsburg (Vertrieb) inbegriffen.

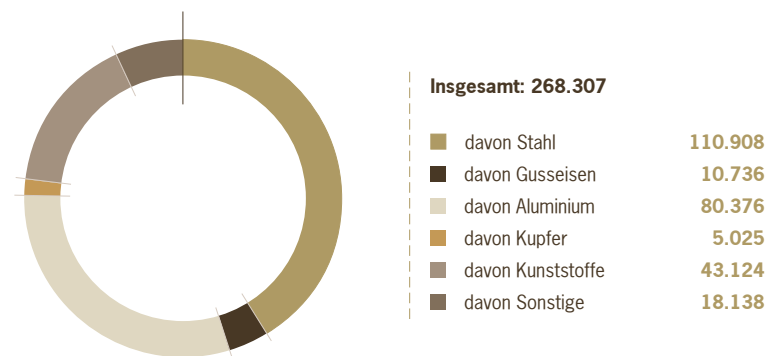
Der zu beobachtende Anstieg einiger der absoluten Umweltkennzahlen ist mit erhöhten Produktionszahlen

und den umfangreichen Werkerweiterungsmaßnahmen an den verschiedenen Standorten zu erklären. Hierzu zählen beispielsweise der Ausbau des Standorts Leipzig zum Vollwerk sowie die Integration des Werksgeländes 4 am Standort Zuffenhausen.

Alle Werte beziehen sich – sofern nicht anders angegeben – auf die Porsche AG und die Porsche Leipzig GmbH.

MATERIALIEN

Materialverbrauch 2013 in t ¹⁾

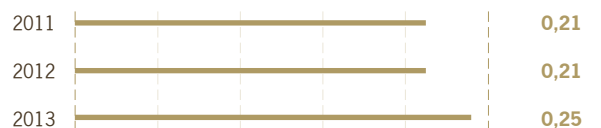
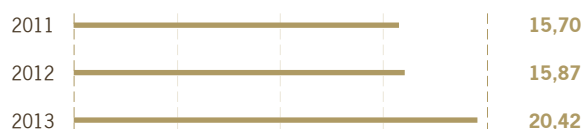


¹⁾ Hochgerechneter Wert auf Basis des Porsche 911, teilweise unter Verwendung von Werten aus Vorjahren.

ENERGIE

Direkter Energieverbrauch nach Primärenergiequellen in MWh	2011	2012	2013
Gesamt ¹⁾	170.463	197.714	286.300
Produktionsstandorte	136.260	149.192	223.406
Gas	133.669	124.281	203.762
Brenngas für Fertigungsprozesse	0	19.442	17.780
Heizöl für Wärme	2.591	5.469	1.720
Spezielle Energieprodukte	–	–	144
Sonstige Standorte	34.203	36.288	48.682
Gas	31.068	33.620	47.343
Heizöl für Wärme	3.135	2.668	1.333
Spezielle Energieprodukte	–	–	6
Kraftstoff (in Liter)	1.243.173	797.271	1.281.606
Produktionsstandorte	–	–	351.728
Sonstige Standorte	1.243.173	797.271	929.878

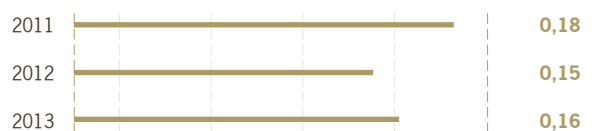
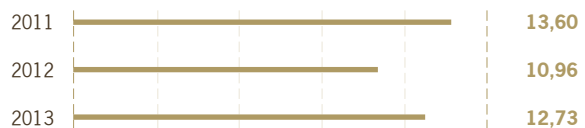
¹⁾ Gesamtsumme inkl. Blockheizkraftwerk

Direkter Energieverbrauch in MWh/Fzg ¹⁾¹⁾ nur Produktionsstandorte**Direkter Energieverbrauch in MWh/m²****Direkter Energieverbrauch in MWh/Mitarbeiter ²⁾**²⁾ Direkter Energieverbrauch gesamt (Porsche AG und Porsche Leipzig GmbH) im Verhältnis zur Anzahl an Mitarbeitern

Der Anstieg des Energieverbrauchs ist insbesondere auf den Ausbau des Standorts Leipzig zum Vollwerk, den Anlauf der neuen Baureihe Macan sowie die Integration des Werksge-
ländes 4 am Standort Zuffenhausen zurückzuführen.

Indirekter Energieverbrauch nach Primärenergiequellen MWh	2011	2012	2013
Gesamt	147.621	136.512	178.521
Produktionsstandorte	97.260	86.022	130.115
Elektrische Energie ¹⁾	97.260	86.022	109.777
Fernwärme	–	–	20.338
Sonstige Standorte	50.361	50.490	48.406
Elektrische Energie ¹⁾	42.697	46.479	44.369
Fernwärme	7.664	4.011	4.037

¹⁾ Die elektrische Energie setzt sich zusammen aus 49,2% Kohle, 8,5% Kernkraft, 4,8% Erdgas, 2,5% sonstigen fossilen Energieträgern, 29,4% erneuerbaren Energien (gefördert nach dem Erneuerbare-Energien-Gesetz) und 5,6% sonstigen erneuerbaren Energien.

Indirekter Energieverbrauch in MWh/Fahrzeug ¹⁾¹⁾ nur Produktionsstandorte**Indirekter Energieverbrauch in MWh/m²****Indirekter Energieverbrauch in MWh/Mitarbeiter ²⁾**²⁾ Indirekter Energieverbrauch gesamt (Porsche AG und Porsche Leipzig GmbH) im Verhältnis zur Anzahl an Mitarbeitern

EMISSIONEN

Emissionen in t	2011	2012	2013
Direkte und indirekte THG-Emissionen in t CO₂-Äquivalent (Scope 1 und 2)			
Gesamt	110.256	107.552	119.464
Produktionsstandorte	76.781	73.438	88.648
Sonstige Standorte	33.475	34.114	30.816
Direkte THG-Emissionen in t CO₂-Äquivalent (Scope 1)			
Produktionsstandorte	25.233	27.846	41.993
Sonstige Standorte	9.439	8.744	11.218
Indirekte THG-Emissionen in t CO₂-Äquivalent (Scope 2)			
Produktionsstandorte	51.548	45.592	46.655
Sonstige Standorte	24.036	25.370	19.598
Andere indirekte THG-Emissionen (Scope 3)			
Geschäftsreisen gesamt	–	–	9.435
Bahn ¹⁾	–	–	10
Flugzeug	–	–	9.425
NO_x-Emissionen			
Produktionsstandorte	21,8	23,9	35,8
Sonstige Standorte	5,5	5,9	7,8
SO_x-Emissionen			
Produktionsstandorte	0,13	0,14	0,22
Sonstige Standorte	< 0,05	< 0,05	< 0,05
Flüchtige organische Verbindungen (VOC)			
Produktionsstandorte	99,6	43,7	44,0
Sonstige Standorte	< 5	< 5	< 5
Staubemissionen			
Produktionsstandorte	0,15	0,18	0,24
Sonstige Standorte	0,06	0,05	0,06
Ozon abbauende Stoffe²⁾			

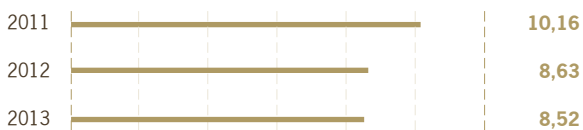
¹⁾ Aufgrund einer internen Systemumstellung konnte der Emissionswert nur für die Monate April bis Dezember 2013 erhoben werden.

Im Fernverkehr wird 100% Ökostrom genutzt, Emissionen entstehen daher nur im Nahverkehr.

²⁾ Im Berichtszeitraum gab es keine Emissionen von Stoffen, die in den Anhängen A, B, C und E zum Montreal-Protokoll über die Ozonschicht abbauenden Stoffe enthalten sind.

Direkte und indirekte Treibhausgasemissionen in t/Fahrzeug ¹⁾

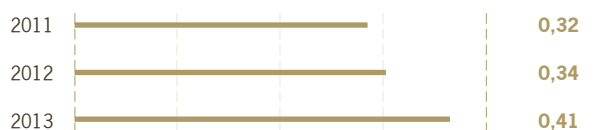
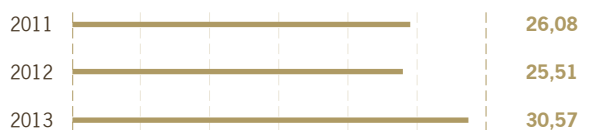
¹⁾ nur Produktionsstandorte

Direkte und indirekte Treibhausgasemissionen in t/m²Direkte und indirekte Treibhausgasemissionen in t/Mitarbeiter ²⁾

²⁾ Treibhausgasemissionen gesamt (Porsche AG und Porsche Leipzig GmbH) im Verhältnis zur Anzahl an Mitarbeitern

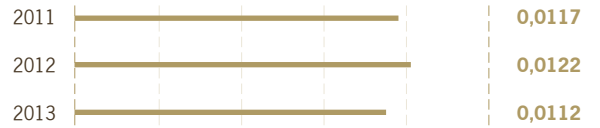
FRISCHWASSER UND ABWASSER

Wasserentnahme und -einleitung in m ³	2011	2012	2013
Wasserverbrauch (Trinkwasser)	331.792	317.776	365.704
Produktionsstandorte	222.941	203.091	253.829
Sonstige Standorte	108.851	114.685	111.875
Abwassermenge	273.657	245.425	286.592
Produktionsstandorte	202.245	165.911	226.049
Sonstige Standorte	71.412	79.514	60.543

Frischwassermenge in m³/Fahrzeug ¹⁾¹⁾ nur ProduktionsstandorteFrischwassermenge in m³/m²Frischwassermenge in m³/Mitarbeiter ²⁾²⁾ Frischwassermenge gesamt (Porsche AG und Porsche Leipzig GmbH)
im Verhältnis zur Anzahl an Mitarbeitern

ABFALL

Abfall nach Standort, Art und Entsorgungsmethode in t	2011	2012	2013
Gesamt	9.403	11.406	12.760
Produktionsstandorte	5.179	6.432	7.491
Abfälle zur Verwertung			
Gefährlicher Abfall	649	678	1.035
Nicht gefährlicher Abfall	3.321	3.723	4.062
Nicht produktionsspezifischer Abfall	102	290	144
Metallischer Abfall	976	1.340	1.841
Abfälle zur Beseitigung			
Gefährlicher Abfall	126	356	317
Nicht gefährlicher Abfall	0	40	79
Nicht produktionsspezifischer Abfall	5	5	13
Sonstige Standorte	4.224	4.974	5.269
Abfälle zur Verwertung			
Gefährlicher Abfall	352	639	538
Nicht gefährlicher Abfall	902	1.035	1.158
Nicht produktionsspezifischer Abfall	54	68	45
Metallischer Abfall	2.152	2.286	2.556
Abfälle zur Beseitigung			
Gefährlicher Abfall	2	3	4
Nicht gefährlicher Abfall	761	937	965
Nicht produktionsspezifischer Abfall	1	6	3

Gesamtabfallgewicht in t/Fahrzeug ¹⁾¹⁾ nur Produktionsstandorte**Gesamtabfallgewicht in t/m²****Gesamtabfallgewicht in t/Mitarbeiter ²⁾**²⁾ Abfall gesamt (Porsche AG und Porsche Leipzig GmbH)
im Verhältnis zur Anzahl an Mitarbeitern**VERPACKUNGSMATERIALIEN**

Anteil wiederverwerteter Verpackungsmaterialien für Ersatzteile	2011	2012	2013 ¹⁾
Papier, Pappe, Kartonage	82 %	87 %	92 %
Kunststoffe	84 %	94 %	97 %
Weißblech/Aluminium	–	100 %	100 %

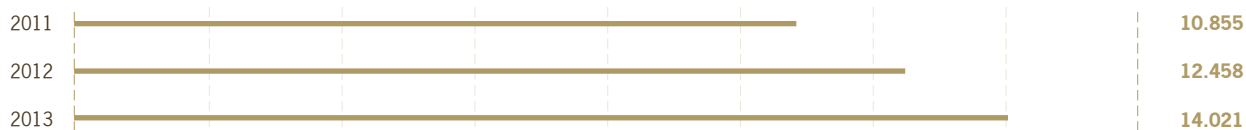
Porsche verfügt über ein dokumentiertes Verfahren für die Rücknahme und Verwertung von Verkaufsverpackungen. Neben der Teilnahme an einem behördlich anerkannten dualen Entsorgungssystem gibt das Unternehmen in jedem Kalenderjahr eine durch externe Dritte verifizierte Vollständigkeitserklärung über die erstmals in den Markt eingebrachten verpackten Waren ab. Zu diesem Zweck wird jährlich der für den Markt Deutschland entstandene Mengenstrom an Verpackungen ermittelt und dokumentiert. Die internen Verpackungsmaterialien der Porsche AG sind nicht in der Kennzahl enthalten.

¹⁾ Bei Redaktionsschluss lagen nur vorläufige Zahlen für das Jahr 2013 vor. Finale Kennzahlen werden im Rahmen der Aktualisierung 2015 veröffentlicht.

PERSONAL- UND SOZIALKENNZAHLEN

Die Porsche Gesamtbelegschaft wächst ständig und unterliegt auch hinsichtlich ihrer Struktur und Zusammensetzung stetigen Veränderungen. Die folgenden Personal- und Sozialkennzahlen zeigen dies und weitere mitarbeiterrelevante Aspekte im Überblick.

Alle Werte beziehen sich – sofern nicht anders angegeben – auf die Porsche AG und die Porsche Leipzig GmbH.

Gesamtbelegschaft

Mitarbeiter nach Art der Beschäftigung	2011	2012	2013
Vollzeitbeschäftigte	10.395	11.874	13.369
davon Auszubildende	375	399	469
Teilzeitbeschäftigte	460	584	652
Tarifbeschäftigte	9.549	10.995	12.459
Übertarifliche und Leitende Angestellte	1.306	1.463	1.562

Definition Vollzeitbeschäftigte: Vollzeitbeschäftigte sind alle Arbeitnehmer mit einer vertraglich vereinbarten Wochenarbeitszeit von mindestens 35 Stunden. Bei Mitarbeitern in der Produktion, die unter die Arbeitszeitverkürzung im Rahmen der „Betriebsvereinbarung Arbeitsmarkt der Zukunft“ fallen, gilt die dort vereinbarte verkürzte Arbeitszeit als maßgeblich für die Vollzeitbeschäftigung. Es treten keine saisonalen Schwankungen der Beschäftigtenzahlen auf.

Mitarbeiter nach Region und Geschlecht	2011	2012	2013
Anzahl der Mitarbeiter nach Region			
Baden-Württemberg	9.915	11.315	12.073
Sachsen	940	1.143	1.948
Anzahl der Mitarbeiter nach Geschlecht			
Weiblich	1.387	1.645	1.844
Männlich	9.468	10.813	12.177

Mitarbeiterfluktuation: Anteil der Mitarbeiter, die das Unternehmen verlassen haben

2011		0,71 %
2012		0,75 %
2013		0,61 %

Kennzahl wird ohne befristete Arbeitsverhältnisse, Renteneintritte und Altersteilzeit ermittelt.

Altersstruktur der Beschäftigten	2011	2012	2013
Porsche AG			
Beschäftigte, < 30 Jahre	18,0%	20,2%	20,8%
Beschäftigte, 30–50 Jahre	57,0%	55,8%	54,9%
Beschäftigte, > 50 Jahre	25,0%	24,0%	24,3%
Porsche Leipzig GmbH			
Beschäftigte, < 30 Jahre	39,8%	38,6%	36,5%
Beschäftigte, 30–50 Jahre	56,6%	57,2%	58,5%
Beschäftigte, > 50 Jahre	3,6%	4,2%	5,0%

Anteil ausländischer Mitarbeiter	2011	2012	2013
Porsche AG			
Ausländische Mitarbeiter	12,9%	13,0%	12,9%
Porsche Leipzig GmbH			
Ausländische Mitarbeiter	0,6%	0,8%	1,0%

Verteilung leitender Angestellter nach Geschlecht	2011	2012	2013
Weibliche Angestellte	0%	1,7%	5,3%
Männliche Angestellte	100%	98,3%	94,7%

Teilnehmer an Weiterbildungsmaßnahmen



Anzahl der Unfälle, Ausfalltage und Todesfälle	2011	2012	2013
Gesamt			
Unfälle	152	153	136
Ausfalltage	2.121	1.373	2.022
Todesfälle	0	0	0
Porsche AG			
Unfälle	142	139	125
Ausfalltage	2.037	1.252	1.908
Todesfälle	0	0	0
Porsche Leipzig GmbH			
Unfälle	10	14	11
Ausfalltage	84	121	114
Todesfälle	0	0	0

Kleine Verletzungen (sog. Bagatellunfälle) werden nicht in den Bericht aufgenommen. Unfälle ohne Ausfalltage (Kalendertage) gelten als Bagatellunfälle. Als Ausfalltage werden Arbeitstage (i. d. R. Mo–Fr) gezählt, der Unfalltag zählt nicht dazu (≥ 1 Kalendertag Ausfall). Mitarbeiter aus Arbeitnehmerüberlassung (ANÜs) und Fremdfirmen sowie selbständige Fremdfirmen und selbständige Auftragnehmer können nicht berichtet werden.

Verletzungsrate Porsche AG



Verletzungsrate Porsche Leipzig GmbH



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

WEITERE INFORMATIONEN



EMISSIONS- UND VERBRAUCHSANGABEN

Modell	Leistung kW (PS)	Kraftstoff- verbrauch innerorts (l/100 km)	Kraftstoff- verbrauch außerorts (l/100 km)	Kraftstoff- verbrauch kombiniert (l/100 km)	CO ₂ - Emissionen kombiniert (g/km)	CO ₂ - Effizienzklasse Deutschland
Boxster	195 (265)	11,4	6,3	8,2	192	G
Boxster PDK	195 (265)	10,6	5,9	7,7	180	F
Boxster S	232 (315)	12,2	6,9	8,8	206	G
Boxster S PDK	232 (315)	11,2	6,2	8,0	188	F
Cayman	202 (275)	11,4	6,3	8,2	192	G
Cayman PDK	202 (275)	10,6	5,9	7,7	180	F
Cayman S	239 (325)	12,2	6,9	8,8	206	G
Cayman S PDK	239 (325)	11,2	6,2	8,0	188	F
911 Carrera	257 (350)	12,8	6,8	9,0	212	G
911 Carrera PDK	257 (350)	11,2	6,5	8,2	194	F
911 Carrera S	294 (400)	13,8	7,1	9,5	224	G
911 Carrera S PDK	294 (400)	12,2	6,7	8,7	205	G
911 Carrera Cabriolet	257 (350)	13,1	7,0	9,2	217	G
911 Carrera Cabriolet PDK	257 (350)	11,4	6,7	8,4	198	F
911 Carrera S Cabriolet	294 (400)	14,1	7,2	9,7	229	G
911 Carrera S Cabriolet PDK	294 (400)	12,4	6,9	8,9	210	F
911 Carrera 4	257 (350)	13,2	7,1	9,3	219	G
911 Carrera 4 PDK	257 (350)	11,7	6,8	8,6	203	F
911 Carrera 4S	294 (400)	14,2	7,5	9,9	234	G
911 Carrera 4S PDK	294 (400)	12,7	7,0	9,1	215	G
911 Carrera 4 Cabriolet	257 (350)	13,5	7,2	9,5	224	G
911 Carrera 4 Cabriolet PDK	257 (350)	11,9	6,9	8,7	205	F
911 Carrera 4S Cabriolet	294 (400)	14,4	7,6	10,0	236	G
911 Carrera 4S Cabriolet PDK	294 (400)	12,9	7,1	9,2	217	F
911 Targa 4	257 (350)	13,1	7,5	9,5	223	G
911 Targa 4 PDK	257 (350)	11,8	6,9	8,7	204	F
911 Targa 4S	294 (400)	13,9	7,7	10,0	237	G
911 Targa 4S PDK	294 (400)	12,5	7,1	9,2	214	F
911 Turbo	383 (520)	13,2	7,7	9,7	227	G
911 Turbo S	412 (560)	13,2	7,7	9,7	227	G
911 Turbo Cabriolet	383 (520)	13,4	7,8	9,9	231	G
911 Turbo S Cabriolet	412 (560)	13,4	7,8	9,9	231	G
Jubiläumsmodell 50 Jahre 911	294 (400)	13,8	7,1	9,5	224	G
Jubiläumsmodell 50 Jahre 911 PDK	294 (400)	12,2	6,7	8,7	205	G
911 GT3	350 (475)	18,9	8,9	12,4	289	G

Modell	Leistung kW (PS)	Kraftstoff- verbrauch innerorts (l/100 km)	Kraftstoff- verbrauch außerorts (l/100 km)	Kraftstoff- verbrauch kombiniert (l/100 km)	CO ₂ - Emissionen kombiniert (g/km)	CO ₂ - Effizienzklasse Deutschland
Panamera	228 (310)	11,2	6,8	8,4	196	D
Panamera Diesel	221 (300)	7,7	5,6	6,4	169	B
Panamera 4	228 (310)	11,4	7,1	8,7	203	D
Panamera S	309 (420)	11,9	6,9	8,7	204	E
Panamera 4S	309 (420)	12,2	7,2	8,9	208	D
Panamera 4S Executive	309 (420)	12,4	7,3	9,0	210	D
Panamera GTS	324 (440)	15,7	7,8	10,7	249	F
Panamera Turbo	382 (520)	14,7	7,7	10,2	239	F
Panamera Turbo Executive	382 (520)	14,9	7,8	10,3	242	E
Panamera Turbo S	419 (570)	14,7	7,7	10,2	239	E
Panamera Turbo S Executive	419 (570)	14,9	7,8	10,3	242	E
Macan S	250 (340)	11,6–11,3 ¹⁾	7,6–7,3 ¹⁾	9,0–8,7 ¹⁾	212–204 ¹⁾	E–D ¹⁾
Macan S Diesel	190 (258)	6,9–6,7 ¹⁾	5,9–5,7 ¹⁾	6,3–6,1 ¹⁾	164–159 ¹⁾	B
Macan Turbo	294 (400)	11,8–11,5 ¹⁾	7,8–7,5 ¹⁾	9,2–8,9 ¹⁾	216–208 ¹⁾	E–D ¹⁾
Cayenne	220 (300)	15,9	8,5	11,2	263	G
Cayenne Tiptronic S	220 (300)	13,2	8,0	9,9	236	E
Cayenne Diesel	180 (245)	8,4	6,5	7,2	189	C
Cayenne S	294 (400)	14,4	8,2	10,5	245	E
Cayenne S Diesel	281 (382)	10,0	7,3	8,3	218	D
Cayenne S Hybrid	279 (380) ²⁾	8,7	7,9	8,2	193	B
Cayenne GTS	309 (420)	14,8	8,5	10,7	251	F
Cayenne Turbo	368 (500)	15,8	8,4	11,5	270	F
Cayenne Turbo S	405 (550)	15,8	8,4	11,5	270	F
Plug-in-Hybride						
Modell	Leistung kW (PS)	Stromverbrauch (kWh/100 km)		Kraftstoff- verbrauch kombiniert (l/100 km)	CO ₂ - Emissionen kombiniert (g/km)	CO ₂ - Effizienzklasse Deutschland
Panamera S E-Hybrid	306 (416)	16,2		3,1	71	A+
918 Spyder	652 (887)	12,7		3,1	72	A+
918 Spyder mit Weissach Paket	652 (887)	12,7		3,0	70	A+

¹⁾ Bandbreite in Abhängigkeit vom verwendeten Reifensatz²⁾ Gesamtleistung

BESCHEINIGUNG DES UNABHÄNGIGEN WIRTSCHAFTSPRÜFERS

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

Unser Auftrag

Wir haben eine prüferische Durchsicht der quantitativen Angaben im Kapitel „Kennzahlen und Daten“ des Nachhaltigkeitsberichts 2013 der Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG (im Folgenden: der Bericht) für den Berichtszeitraum vom 1. Januar 2013 bis 31. Dezember 2013 durchgeführt.

Grenzen unseres Auftrags

Unser Auftrag bezieht sich ausschließlich auf die deutsche Druckversion des Kapitels „Kennzahlen und Daten“ des Berichts.

Kriterien

Wir haben unsere Beurteilung anhand der in den Sustainability Reporting Guidelines G3.0 der Global Reporting Initiative (GRI) genannten Kriterien vorgenommen. Wir sind der Auffassung, dass diese Kriterien eine geeignete Grundlage für unsere prüferische Durchsicht bilden.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Der Vorstand der Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG ist verantwortlich für die Aufstellung und den Inhalt des Berichts in Übereinstimmung mit den oben genannten Kriterien. Diese Verantwortung umfasst auch die Konzeption, Implementierung und Aufrechterhaltung interner Kontrollen zur Aufstellung eines Berichts, der frei von wesentlichen Fehlern ist, in Übereinstimmung mit den genannten Kriterien aufgestellt ist und auf angemessenen Methoden zur Datenermittlung einschließlich unter den gegebenen Umständen begründeten Annahmen und Schätzungen zu einzelnen Nachhaltigkeitsangaben beruht.

Unsere Verantwortung

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der durchgeführten prüferischen Durchsicht eine Beurteilung der quantitativen Angaben im Kapitel „Kennzahlen und Daten“ des Berichts für den Berichtszeitraum vom 1. Januar 2013 bis 31. Dezember 2013 abzugeben.

Wir haben unsere prüferische Durchsicht unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 durchgeführt. Hiernach haben wir unsere Berufspflichten einzuhalten und den Auftrag so zu planen und durchzuführen, dass bei kritischer Würdigung mit einer begrenzten Sicherheit ausgeschlossen werden kann, dass die quantitativen Angaben im Kapitel „Kennzahlen und Daten“ des Berichts für den Berichtszeitraum vom 1. Januar 2013 bis 31. Dezember 2013 in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den oben genannten Berichtsgrundsätzen und Kriterien aufgestellt worden sind. Bei einer prüferischen Durchsicht sind unsere durchgeführten Arbeiten weniger umfangreich als bei einer Prüfung, die auf die Erlangung einer hinreichenden Sicherheit ausgerichtet ist, sodass dementsprechend eine geringere Sicherheit gewonnen werden kann.

Bei der Durchführung des Auftrags haben wir die Vorschriften des IFAC Code of Ethics for Professional Accountants zur Unabhängigkeit beachtet.

Wesentliche Arbeiten

Unsere Auftragsdurchführung umfasste im Wesentlichen folgende Arbeiten:

- Befragung von Mitarbeitern der zentralen Abteilung „Politik und Außenbeziehungen/Nachhaltigkeit und Themenmanagement“ hinsichtlich der Nachhaltigkeitsstrategie, der Nachhaltigkeitsgrundsätze und des Nachhaltigkeitsmanagements der Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG.
- Teilnahme an dem Workshop zur Beurteilung der Wesentlichkeit einzelner Nachhaltigkeitsaspekte auf Basis der Ergebnisse der Stakeholderumfrage.
- Befragung von Mitarbeitern der Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG, die in den Themenfeldern Nachhaltigkeitskoordination, Mitarbeiter, betrieblicher Umweltschutz, Arbeitssicherheit, Supply Chain Management, Produktion, Compliance sowie Corporate Citizenship mit der Datenerfassung und –konsolidierung sowie der Erstellung des Kapitels „Kennzahlen und Daten“ beauftragt sind, zur Beurteilung des Nachhaltigkeits-Berichterstattungssystems, der Methoden der Datengewinnung und -aufbereitung sowie der internen Kontrollen, soweit sie für die prüferische Durchsicht des Kapitels „Kennzahlen und Daten“ relevant sind.
- Einsichtnahme in die relevanten Dokumentationen der Systeme und Prozesse zur Erhebung, Analyse und Aggregation der Nachhaltigkeitsdaten im Berichtszeitraum sowie deren stichprobenartige Überprüfung.
- Analytische Handlungen auf Ebene der konsolidierten Kennzahlen (Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG und Porsche Leipzig GmbH) hinsichtlich der Qualität der berichteten Daten.
- Befragungen und Dokumenteneinsicht in Stichproben hinsichtlich der Erhebung und Berichterstattung ausgewählter Nachhaltigkeitsdaten im Rahmen von Vor-Ort-Besuchen an den Standorten Zuffenhausen und Leipzig.
- Durchsicht der wesentlichen qualitativen Aussagen im Bericht auf Plausibilität und Konsistenz mit den Erkenntnissen aus der prüferischen Durchsicht des Kapitels „Kennzahlen und Daten“.

Unsere Beurteilung

Auf der Grundlage unserer Arbeiten zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die quantitativen Angaben im Kapitel „Kennzahlen und Daten“ des Nachhaltigkeitsberichts 2013 der Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG für den Berichtszeitraum vom 1. Januar 2013 bis 31. Dezember 2013 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den genannten Kriterien aufgestellt worden sind.

München, 29. April 2014

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Nicole Richter
Wirtschaftsprüferin



ppa. Nina Müller
Wirtschaftsprüferin



Erklärung: Prüfung der Anwendungsebene durch die GRI

GRI bestätigt hiermit, dass **Porsche AG** ihren Bericht „Nachhaltigkeitsbericht 2013“ den GRI Report Services vorgelegt hat, die zum Schluss gekommen sind, dass der Bericht die Anforderungen der Anwendungsebene A+ erfüllt.

GRI Anwendungsebenen drücken den Umfang aus, in dem der Inhalt der GRI G3 in der eingereichten Nachhaltigkeitsberichterstattung umgesetzt wurde. Die Prüfung bestätigt, dass die geforderte Auswahl und Anzahl der Angaben für diese Anwendungsebene in der Berichterstattung enthalten ist. Die Prüfung bestätigt außerdem, dass der GRI-Content Index eine gültige Darstellung der vorgeschriebenen Offenlegungen gemäss den GRI G3 Richtlinien aufzeigt. Für die Methode siehe www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf

Anwendungsebenen geben keine Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistungen des Berichterstatters oder der Qualität der im Bericht enthaltenen Informationen wieder.

Amsterdam, 31. März 2014

Ásthildur Hjaltadóttir

Ásthildur Hjaltadóttir
Director Dienstleistungen
Global Reporting Initiative



Das „+“ wurde dieser Anwendungsebene hinzugefügt, weil Porsche AG für Teile des Berichts/ den Bericht eine externe Bestätigung eingeholt hat. GRI akzeptiert dabei die Beurteilung des Berichterstatters selbst bezüglich der Auswahl seines Assurance-Anbieters und des Umfangs des Untersuchungsgegenstandes der externen Bestätigung.

Die Global Reporting Initiative (GRI) ist eine netzwerkbasierte Organisation, die den Weg für die Entwicklung des weltweit meist verwendeten Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung bereitet hat und sich zu seiner kontinuierlichen Verbesserung und weltweiten Anwendung einsetzt. Die GRI-Leitfaden legen die Prinzipien und Indikatoren fest, die Organisationen zur Messung und Berichterstattung ihrer ökonomischen, ökologischen und sozialen Leistungen verwenden können. www.globalreporting.org

Disclaimer: Wo die entsprechende Nachhaltigkeitsberichterstattung externe Links enthält, einschliesslich audio-visuellen Materials, betrifft dieses Statement nur das bei GRI eingereichte Material zum Zeitpunkt der Prüfung am 25. März 2014. GRI schliesst explizit die Anwendung dieses Statements in Bezug auf jegliche spätere Änderungen dieses Materials aus.

IMPRESSUM

Herausgeber

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

www.porsche.de/nachhaltigkeitsbericht
nachhaltigkeit@porsche.de

Verantwortliche und Ansprechpartner

Christian Dau, Leiter Politik und Gesellschaft
Andreas Büchner, Leiter Politik und Außenbeziehungen
Dr. Carolyn Hutter, Politik und Außenbeziehungen/Nachhaltigkeit

Konzept & Design

heureka GmbH, Essen

Fotografie & Illustrationen

Christoph Bauer, Stuttgart
David Despau, Madrid
Gewandhaus zu Leipzig, Leipzig
Oliver Kröning, Stuttgart
Marco Prosch, Halle
Werkfotos Porsche AG, Stuttgart

Druck

druckpartner GmbH, Essen

Papier

Umschlag: Circle Offset Premium white (350 g/m²)
Innentext: Soporset (150 g/m², 170 g/m²)



GRI INDEX

		Erfüllung	Seiten
Strategie und Analyse			
1.1	Vorwort des Vorstands-/Aufsichtsratsvorsitzenden	voll	4f.
1.2	Zentrale Nachhaltigkeitsauswirkungen, -risiken und -chancen	voll	12–14, 16–21, 29
Unternehmensprofil			
2.1	Name des Unternehmens	voll	U2
2.2	Marken, Produkte und Dienstleistungen	voll	8–10
2.3	Geschäftsbereiche und Unternehmensstruktur	voll	11
2.4	Hauptsitz des Unternehmens	voll	11
2.5	Länder mit Geschäftstätigkeitsschwerpunkt	voll	10
2.6	Eigentümerstruktur	voll	11
2.7	Märkte	voll	10
2.8	Größe des Unternehmens	voll	11, 29, 86f.
2.9	Veränderungen der Größe, Struktur oder Eigentumsverhältnisse	voll	11
2.10	Auszeichnungen im Berichtszeitraum	voll	22, 85
Berichtsparameter			
3.1	Berichtszeitraum	voll	U2
3.2	Datum des letzten Berichts	voll	Erstbericht
3.3	Berichtszyklus	voll	U2
3.4	Ansprechpartner für Fragen zum Bericht	voll	U7
3.5	Vorgehensweise bei der Bestimmung der Berichtsinhalte	voll	U2, 13, 19
3.6	Berichtsgrenzen	voll	U2
3.7	Beschränkungen des Berichtsumfangs	voll	U2
3.8	Joint Ventures, Tochtergesellschaften, Outsourcing	voll	U2
3.9	Datenerfassung	voll	U2, 14
3.10	Änderung bei der Darstellung des Berichts	voll	Erstbericht
3.11	Änderung des Umfangs, der Berichtsgrenzen oder der Messmethoden	voll	Erstbericht
3.12	GRI Index	voll	U5, U6
3.13	Externe Verifizierung	voll	U2, 98f.
Governance, Verpflichtungen und Engagement			
4.1	Führungsstruktur des Unternehmens	voll	13f., GB 6–9
4.2	Unabhängigkeit des Aufsichtsratsvorsitzenden	voll	GB 8f.
4.3	Unabhängige Mitglieder der Unternehmensführung	voll	Nicht anwendbar, da es einen Aufsichtsrat gibt
4.4	Mechanismen für Empfehlungen von Aktionären/Mitarbeitern an den Vorstand	voll	67f.
4.5	Verknüpfung von Vorstandsvergütung und Unternehmensleistung	voll	66
4.6	Mechanismen zur Vermeidung von Interessenkonflikten	voll	26ff.
4.7	Expertise der Leitungsgremien im Bereich Nachhaltigkeit	voll	13f.
4.8	Leitbilder, Verhaltenskodizes und Prinzipien	voll	8, 14f., 26, 50
4.9	Verfahren des Vorstands zur Überwachung der Nachhaltigkeitsleistung	voll	13f., 27, 29
4.10	Verfahren zur Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistung des Vorstands	voll	66
4.11	Vorsorgeprinzip	voll	27, 70f.
4.12	Unterstützung externer Initiativen	voll	U2, 23f., 29, 50f.
4.13	Mitgliedschaften	voll	23, 28, 34
4.14	Einbeziehung von Stakeholdergruppen	voll	16–19
4.15	Auswahl der Stakeholder	voll	16–19
4.16	Ansätze für den Stakeholderdialog	voll	16–19, 67
4.17	Fragen und Bedenken von Stakeholdern	voll	14, 19
Leistungsindikatoren			
Ökonomie – Managementansatz			
EC1	Erwirtschafteter und verteilter Wert	voll	13, 15, 20, 80
EC2	Finanzielle Auswirkungen des Klimawandels ¹⁾	voll	29, 61, 80–83, 86f.
EC3	Betriebliche soziale Zuwendungen	teilweise	29, 33, 84
EC4	Finanzielle Zuwendungen der öffentlichen Hand	voll	70f., GB 119
EC6	Standortbezogene Zuliefererauswahl	voll	87
EC7	Beschäftigung lokaler Arbeitnehmer in Führungspositionen ²⁾	nicht berichtet	–
EC8	Infrastrukturinvestitionen und Dienstleistungen für das Gemeinwohl	voll	58–61, 67, 80–83

		Erfüllung	Seiten
Ökologie – Managementansatz		voll	15, 20, 30, 34, 44, 50f.
EN1	Eingesetzte Materialien	voll	39, 88
EN2	Recyclingmaterial ³⁾	nicht berichtet	–
EN3	Direkter Primärenergieverbrauch	voll	88f.
EN4	Indirekter Primärenergieverbrauch	voll	89
EN5	Energieersparnis durch Umweltmaßnahmen und Effizienzsteigerung	voll	46–49, 52f., 84, 88f.
EN7	Initiativen zur Verringerung des indirekten Energieverbrauchs	voll	47–49, 53
EN8	Gesamter Wasserverbrauch nach Quellen	voll	54, 91
EN11	Flächennutzung in geschützten Gebieten	voll	55
EN12	Auswirkungen von Aktivitäten in geschützten Gebieten	voll	53
EN16	Direkte und indirekte Treibhausgasemissionen	voll	52f., 90
EN17	Weitere relevante Treibhausgasemissionen	voll	53, 90
EN18	Initiativen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen	voll	34, 46, 49, 52f., 84, 90
EN19	Emissionen ozonabbauender Stoffe	voll	53, 90
EN20	NO _x , SO _x und andere wesentliche Luftemissionen	voll	53, 90
EN21	Abwassereinleitungen	voll	54, 91
EN22	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	voll	54, 91f.
EN23	Freisetzungen von Schadstoffen	voll	55
EN26	Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen der Produkte	voll	8–10, 34f., 36–39
EN27	Wiederverwendung von Verpackungsmaterial	voll	92
EN28	Sanktionen wegen Umweltverstößen	voll	51
Arbeitsumfeld- und Arbeitsbedingungen – Managementansatz		voll	15, 21, 58, 64–71
LA1	Mitarbeiter nach Beschäftigungsverhältnissen, Regionen und Geschlecht ⁴⁾	teilweise	64, 92f.
LA2	Mitarbeiterfluktuation nach Geschlecht, Altersgruppen und Regionen ⁵⁾	teilweise	93
LA4	Mitarbeiter unter Kollektivvereinbarungen	voll	67
LA5	Mitteilungsfristen in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen	voll	67
LA7	Verletzungen, Ausfalltage und Todesfälle	voll	71, 94
LA8	Risikokontrolle und Programme bezüglich schwerer Krankheiten	voll	70f.
LA10	Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter ⁶⁾	teilweise	69f., 94
LA13	Zusammensetzung der Mitarbeiterstruktur und der leitenden Organe ⁷⁾	teilweise	64f., 93f., GB 6–9
LA14	Entlohnung nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie ⁸⁾	voll	66
Menschenrechte – Managementansatz		voll	15, 24f., 65
HR1	Investitionsvereinbarungen mit Menschenrechtsklauseln	voll	24f.
HR2	Prüfung der Zulieferer in Bezug auf Menschenrechtsfragen	voll	24f.
HR4	Vorfälle von Diskriminierung und ergriffene Maßnahmen	voll	65
HR5	Vereinigungsfreiheit und Kollektivvereinbarungen	voll	15, 24f., 67
HR6	Geschäfte mit erhöhtem Risiko auf Kinderarbeit	voll	15, 24f.
HR7	Geschäfte mit erhöhtem Risiko auf Zwangsarbeit	voll	15, 24f.
Gesellschaft – Managementansatz		voll	15, 21, 26f., 28f.
SO1	Auswirkungen auf das Gemeinwesen	voll	52–54
SO2	Auf Korruptionsrisiken untersuchte Geschäftsbereiche	voll	26f.
SO3	Schulungen zur Antikorruptionspolitik	voll	26f.
SO4	Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	voll	26f.
SO5	Politische Teilhabe und Lobbying	voll	28f.
SO8	Sanktionen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften	voll	26f.
Produktverantwortung – Managementansatz		voll	15, 20, 22f., 28, 30
PR1	Auswirkungen auf die Gesundheit entlang der Produktlebensdauer	voll	15, 30, 40–43
PR3	Produktinformation und -kennzeichnung	voll	28
PR6	Standards in Bezug auf Werbung	voll	28
PR9	Sanktionen wegen Verstößen gegen Produkt- und Dienstleistungsaufgaben	voll	27

¹⁾ Wir berichten nicht, da die Daten nicht erfassbar sind. Die Quantifizierung dieser Angaben ist hoch komplex und unterliegt Faktoren, die außerhalb unserer Einflusssphäre liegen. Darum können wir auch in Zukunft diese Angaben nicht quantifizieren.

²⁾ Dieser Indikator ist nicht anwendbar, da sich die wesentlichen Standorte in Deutschland befinden.

³⁾ Auf diese Daten haben wir keinen Zugriff und können deshalb nicht darüber berichten.

⁴⁾ Aufgrund der gleichwertigen Bezahlung wird die Anzahl an Leih- und Zeitarbeitnehmern nicht separat berichtet.

⁵⁾ Wir berichten die Mitarbeiterfluktuation nicht aufgeteilt nach Altersgruppe, Geschlecht und Region, da diese Zahlen für uns nicht wesentlich, da nicht steuerungsrelevant, sind.

⁶⁾ Wir berichten die Anzahl der Teilnehmer an Weiterbildungsmaßnahmen statt der durchschnittlichen Weiterbildungsstunden pro Mitarbeiter, da diese Größe steuerungsrelevant für unsere jährliche Planung ist.

⁷⁾ Wir berichten nicht zu Minderheiten, da eine Erhebung aus Gründen der Wahrung der Persönlichkeitsrechte nicht durchgeführt werden darf.

⁸⁾ Wir berichten nicht das Verhältnis des Grundgehalts von Männern zu Frauen, da es aufgrund der geschlechtsneutralen Vergütung (S. 66) zur Zeit nicht valide ermittelt werden kann. Wir beabsichtigen, dazu ab 2015 zu berichten.

DR. ING. H.C. F. PORSCHE AG
POSTFACH
D-70432 STUTTGART
TELEFON +49 711 911-0