

Internationaler Frauentag: Frauen, die Porsche antreiben

08/03/2026 Sechs Frauen. Sechs Wege. Ein gemeinsames Ziel: die Zukunft von Porsche zu gestalten – auf der Straße, in der Entwicklung, der IT und darüber hinaus.

In der gesamten Porsche-Welt – von Entwicklung und IT über Marketing bis hin zum Motorsport – gestalten Frauen auf vielen Ebenen die Zukunft des Sportwagenherstellers mit. Ob sie globale Teams führen und Kundenerlebnisse neu definieren oder Innenräume und digitale Ökosysteme der nächsten Generation entwickeln: Ihr Einfluss reicht in alle Bereiche des Unternehmens und ist für alle Kunden spürbar.

Der Weltfrauentag bedeutet bei Porsche nicht, einfach nur einen Tag im Kalender hervorzuheben; er steht für die Anerkennung von Talent, Leidenschaft und Expertise – an 365 Tagen im Jahr. Porsche setzt sich konsequent für Chancengleichheit und eine Unternehmenskultur ein, in der Vielfalt – insbesondere Geschlechtergleichstellung – als zentraler Erfolgsfaktor verstanden und strategisch verankert ist. Denn ein diverses Arbeitsumfeld stärkt Innovationskraft, Leistungsfähigkeit und Zukunftsfähigkeit des Unternehmens.

Dies ist nur eine kleine Auswahl der starken Frauen, die Porsche heute prägen – und Generationen von Frauen inspirieren, die folgen werden.

Maren Springmann: Von einer der Wenigen zur CIO

Als CIO von Porsche verantwortet Maren Springmann das digitale Rückgrat einer der weltweit ikonischsten Sportwagenmarken – gemeinsam mit einem Team von rund 700 Mitarbeitenden. Von Systemen für die Fahrzeugentwicklung über Vertriebsplattformen bis hin zu Cybersicherheit und KI: Ihr Verantwortungsbereich ist enorm. Doch während sie heute viele führt, gehörte sie einst zu den wenigen.

„Als ich mein Informatikstudium begann, war ich eine von vielleicht drei Frauen in einem Hörsaal mit 200 männlichen Kommilitonen", sagt sie. Es hat sie nie ausgebremst – aber es war das erste Mal, dass ihr bewusst wurde, in ihrer Profession zu einer Minderheit zu gehören.

In ihrer Karriere, die sie über verschiedene Automarken und internationale Märkte führte, hat die zweifache Mutter persönlich nie Diskriminierung erlebt, aber sie hat sie andernorts beobachtet. „Ich habe qualifizierte Frauen gesehen, die nicht eingestellt worden wären, wenn ich nicht beteiligt gewesen wäre", sagt sie. „Dagegen kämpfe ich entschieden. Genau deshalb ist Diversität so wichtig – um zu verhindern, dass so etwas überhaupt passiert."

Mentoring ist zu einer natürlichen Erweiterung dieser Überzeugung geworden. „Ich dachte lange, ich müsse mich anpassen, ‚männlicher' werden, um dazuzugehören", reflektiert sie. „Aber das stimmt nicht. Man muss nicht dazugehören. Es ist besser, einzigartig zu sein." Heute ermutigt sie Frauen in der Tech-Welt, emotionale Intelligenz als eine treibende Kraft zu begreifen, die Türen öffnet, Wandel ermöglicht und echte Führung auszeichnet.

Viel von diesem Selbstbewusstsein führt sie auf ihre Mutter zurück. „Sie hat nie in Klischees gedacht", erzählt Springmann. „Was immer ich machen wollte – sie hat mich unterstützt."

Anna Zahlava: Vom Centre-Court ins Zentrum der E-Mobilität

Bevor sie zu Porsche kam, gehörte Anna Zahlava (geb. Žaja) zu den besten Tennisspielerinnen der Welt. Sie trat bei allen Grand-Slam-Turnieren der WTA an – mehrmals auch beim Porsche Tennis Grand Prix in Stuttgart, wo erstmals die Idee einer Karriere jenseits des Sports Gestalt annahm.

Heute, frisch aus der Elternzeit zurück, bringt sie eine neue Perspektive in ihre Arbeit ein – geprägt vom Leben mit einem kleinen Sohn und von der Fokussierung und Disziplin, die sie in der Weltrangliste bis auf Platz 145 im Doppel und Platz 184 im Einzel führten. Beide Rollen, sagt sie, haben ihre Geduld, Resilienz und die Fähigkeit gestärkt, unter Druck neu zu fokussieren.

Als Product Ownerin der My Porsche App verantwortet Zahlava die Integration von Ladelösungen. An

einer Schnittstelle von digitaler Innovation und Alltagstauglichkeit vernetzt sie Entwickler, Designerinnen und Manager – und übersetzt komplexe Systeme in intuitive Kundenerlebnisse. In Meetings ist sie häufig eine der wenigen Frauen. Es ist ein Spiegelbild dessen, dass die Tech- und IT-Landschaft noch immer stark männlich geprägt ist. „Ich habe mich aber nie ausgebremst gefühlt", sagt sie. „Im Gegenteil: Ich fühle mich für das anerkannt, was ich einbringe."

„Der Tennissport hat mich gelehrt, dass sich Momentum schnell verändern kann. Man lernt, sich neu zu fokussieren und weiterzugehen", fügt sie hinzu. Diese Haltung präge ihre Arbeit in einem der sich am schnellsten entwickelnden Bereiche bei Porsche: agil bleiben und bereit für den nächsten Aufschlag.

Samantha Balzano: Treibende Kraft im Engineering

„Ich erinnere mich daran, wie ich als Kind auf der Straße einen Porsche sah und mich automatisch umdrehte", erzählt Samantha Balzano. Die Leiterin der Innenkarosserie-Entwicklung kam vor 28 Jahren zu Porsche – „zu einer Zeit, in der nur sehr wenige Frauen in der Produktion arbeiteten."

Doch Balzano kam nie der Gedanke, dass ihr Geschlecht sie auf irgendeine Weise bremsen könnte – nicht als Kind, das von den Werkzeugen, Geräuschen und Gerüchen in der „magischen" Werkstatt ihres Großvaters begeistert war, und auch später nicht während ihrer beeindruckenden Ingenieurkarriere.

„Ich wurde immer von Kolleginnen und Kollegen unterstützt, die Kompetenz und Engagement höher schätzen als Klischees. Ich habe ausschließlich eine starke Kultur des Respekts, der Zusammenarbeit und eines echten Interesses an unterschiedlichen Perspektiven erlebt", sagt Balzano, die einst als erste Frau überhaupt zur Teamleiterin in der Produktion von Porsche ernannt wurde. „Je vielfältiger unsere Teams werden, desto mehr profitieren wir alle – und ich bin stolz darauf, zu dieser Entwicklung beizutragen."

Balzanos Begeisterung für das Automobil begann zweifellos bei ihrem Großvater – einem Techniker, der Motorradrennen fuhr. „Ich liebte alles an diesem technischen Umfeld", sagt sie. Heute ist dieser frühe Funke sowohl Beruf als auch Leidenschaft: Balzanos Team entwickelt vom Gepäckraum über Teppiche bis zur Akustik alles für den Innenraum – immer mit Blick auf die Kundenbedürfnisse. „In dieser Branche ist kein Platz für Schwäche. Man muss stets auf höchstem Niveau arbeiten."

Auch heute noch dreht sie sich nach dem 911 um – besonders, wenn es ein GTS ist. „Ich bin süchtig nach diesem Auto", sagt sie lachend. Wenn sie einen neuen Porsche auf der Straße sieht, in dem Wissen, dass sie ihn mitgestaltet hat, ist diese kindliche Magie immer noch da.

Ayesha Coker: Die Wegbereiterin

Bei Porsche Cars North America vermarktet Ayesha Coker die Marke nicht einfach – sie gestaltet, wie sie erlebt wird. Als Marketingchefin verantwortet sie Kundenbeziehungsmanagement,

Marketingkommunikation, Händlermarketing, die Porsche Track Experience, die Porsche Experience Center in Atlanta und Los Angeles sowie nationale Erlebnis- und Motorsportprogramme. Ihr Ziel: sicherzustellen, dass jeder Kundenkontakt die Performance und Emotion widerspiegelt, die Porsche ausmachen.

Coker begann ihre Karriere 2010 in einer Einstiegsposition im Eventbereich und arbeitete sich in den folgenden zwölf Jahren kontinuierlich durch die Führungsebenen. 2022 wurde sie Mitglied des US-Vorstands – als erste afroamerikanische Frau in der Geschichte des Unternehmens. Ein Meilenstein, der weit über ihre Familie und ihr Kollegium hinaus Wirkung zeigte und auch die Community berührte, die sie repräsentiert.

„Ich wurde von den Frauen in meiner Familie geprägt. Sie haben Karriere, Haushalt und ehrenamtliches Engagement miteinander vereint, ohne jemals ihre Ansprüche zu senken. Sie sprachen nicht viel über Resilienz – sie lebten sie", sagt sie. „Schon früh habe ich verstanden: Exzellenz war keine Option, sondern Erwartung."

Diese Überzeugung prägt bis heute ihren Führungsstil. Für Coker bedeutet echter Fortschritt, vielfältige Perspektiven bewusst zu stärken und Räume zu schaffen, in denen Menschen ihr volles Potenzial einbringen können. „Innovation entsteht nicht im Alleingang", sagt sie. „Sie entsteht durch Neugier, den Mut, anders zu denken, und durch Teams, in die wir investieren und an die wir glauben."

Ihr Fokus liegt auf dem Vermächtnis, das sie aufbaut – einem, in dem kulturelle Kompetenz und strategische Konsequenz Türen für die nächste Generation öffnen.

Carolina Maag: Das menschliche Benutzerhandbuch

Jede Person, die in einem neuen Cayenne oder Macan Platz nimmt, erlebt Carolina Maags Arbeit unmittelbar. Als sie jedoch 2019 als Event-Praktikantin bei Porsche begann, war sie sich nicht einmal sicher, ob sie eingestellt werden würde. „Ich weiß noch, wie ich dachte: ‚Das ist so ein großes Unternehmen – die nehmen mich bestimmt nicht'", sagt sie lächelnd. Sieben Jahre später ist Maag als Gesamt-Projektleiterin HMI verantwortlich für alles, was Fahrerinnen und Fahrer auf den Bildschirmen im Fahrzeug sehen und bedienen – vom Instrumentencluster bis zum Zentraldisplay.

Ihr Weg, sagt sie, „war keine gerade Linie, sondern ständiger Wandel und Weiterentwicklung." Der Schritt in komplexe Softwareprojekte erforderte technisches Wachstum und Selbstvertrauen. Alles, woran sie arbeitet, soll intuitiv und immersiv sein – ob es sich um 3D-Visualisierungen des eigenen Fahrzeugs handelt, das auf dem Bildschirm zum Leben erwacht, oder Widgets, die direkten und ablenkungsfreien Zugriff auf Lieblings-Apps ermöglichen.

In einem Umfeld, das sie selbst als noch immer stark männlich geprägt beschreibt, hat sie ihre Stärke in der Kommunikation gefunden – sie koordiniert die Beiträge von mehr als 100 Kolleginnen und Kollegen. „Meine größte Fähigkeit ist es, eine Übersetzerin zu sein – unterschiedliche Persönlichkeiten und

Hierarchieebenen zusammenzubringen, um das beste Produkt für die Kundinnen und Kunden zu liefern."

Maag schreibt ihren Führungsstil ihren Eltern zu: Ihr Feingefühl kommt von ihrer Mutter, ihr ausgeprägter Business-Fokus von ihrem Vater. Zuhause hat ihr diese Mischung einen Spitznamen eingebracht: Ihr Mann nennt sie liebevoll das „menschliche Bedienhandbuch" – die Person, die nicht nur erklären kann, wie etwas funktioniert, sondern auch warum.

Nina Braack: Neues Spielfeld, gleicher Ehrgeiz

Leistungssport stand für Nina Braack schon immer im Mittelpunkt. Zehn Jahre lang spielte sie professionell Volleyball in der ersten und zweiten Bundesliga – parallel dazu absolvierte sie einen Master in Unternehmenskommunikation. Diese Kombination aus sportlichem Ehrgeiz und strategischem Denken prägte sie lange bevor sie 2022 zu Porsche kam.

Heute verantwortet Braack als Managerin Esports bei Porsche Motorsport das Porsche Coanda Esports Racing Team – ein Werksteam, das in der höchsten Liga des Simracing antritt. Für sie ist Esports weit mehr als „nur Gaming": Es ist eine ernstzunehmende Motorsportdisziplin, die Porsche mit einer technikaffinen, globalen Zielgruppe verbindet und das traditionsreiche Rennsportengagement der Marke sinnvoll ergänzt.

Zwar ist die Branche nach wie vor stark männlich geprägt, doch Geschlechterrollen haben für Braack keine Bedeutung. „Im Wettkampf musst du die beste Version deiner selbst sein. Es zählt nicht, mit wem du spielst oder gegen wen – und genau so ist es heute in meiner Rolle." Auch wenn sie bei internationalen Veranstaltungen oft eine von nur wenigen Frauen ist, sieht sie darin kein Hindernis. „Entscheidend ist dein Einsatz", sagt sie. Tatsächlich gilt Esports als Bereich, der den Zugang zum Motorsport erweitert und Menschen neue Chancen eröffnet, die sich dort zuvor vielleicht nicht gesehen haben.

Ihr Rat an junge Frauen ist klar: „Sagt Ja. Nutzt die Möglichkeiten, die sich euch bieten. Wenn etwas nicht passt, kann man den Weg später immer noch anpassen – aber zuerst muss man den Schritt nach vorne wagen."

MEDIA ENQUIRIES



Sandro Kälin

Head of Communications Porsche Schweiz AG
+41 41 487 91 16
sandro.kaelin@porsche.ch



Siraya Schäfer

Press and Public Relations Specialist, Porsche Schweiz AG
+41 41 487 91 47
siraya.schaefer@porsche.ch

Consumption data

Macan Turbo (WLTP)*: Stromverbrauch kombiniert: 20,6 – 18,3 kWh/100 km; CO_2-Emissionen kombiniert: 0 g/km; CO_2-Klasse: A

Taycan Turbo GT mit Weissach-Paket (WLTP)*: Stromverbrauch kombiniert: 24,8 – 20,6 kWh/100 km; CO_2-Emissionen kombiniert: 0 g/km; CO_2-Klasse: A

*Further information on the official fuel consumption and the official specific CO_2 emissions of new passenger cars can be found in the "Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO_2-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen" (Fuel Consumption, CO_2Emissions and Electricity Consumption Guide for New Passenger Cars), which is available free of charge at all sales outlets and from DAT (Deutsche Automobil Treuhand GmbH, Helmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen, www.dat.de).

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/de_CH/2026/unternehmen/porsche-internationaler-frauentag-41854.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/54605e0a-ce48-45d4-bd3a-ebc1fb645119.zip

External Links
https://newsletter.newsroom.porsche.com/prod/pag/NewsletterNewsroom.nsf/NewsletterActions?ReadForm&action=subscribe&language=PCH-de