

Digitaloffensive bei Porsche

Dieser Artikel gibt den Stand zum Zeitpunkt seiner Veröffentlichung wieder. Der Inhalt kann inzwischen veraltet sein.

24/01/2017 Porsche CFO Lutz Meschke: „Porsche will mittelfristig einen zweistelligen Prozentsatz seines Geschäfts mit digitalen Diensten erwirtschaften."

Porsche investiere massiv in die Elektrifizierung seiner Produktpalette und in die Konnektivität seiner Fahrzeuge. So wolle man Wachstumspotenziale erschließen und den Kunden auch in Zukunft ein faszinierendes Fahrerlebnis ermöglichen. „Bisher haben wir vor allem in die klassische Fahrzeugentwicklung investiert, jetzt stärken wir die Entwicklung von Diensten deutlich", so Meschke. „Wir verbinden die traditionellen Porsche-Gene mit modernster Technologie." Der Mission E, der erste rein elektrisch betriebene Porsche, komme Ende des Jahrzehnts auf den Markt und werde als „der digitalste Porsche, den es bisher gab" neue Maßstäbe setzen.

„Wenn wir nicht zum reinen Hardware-Lieferanten herabgestuft werden wollen, müssen wir jetzt unsere digitale Kompetenz unter Beweis stellen", sagte Meschke mit Blick auf neue Wettbewerber aus der IT- und Softwarebranche. „Die Automobilindustrie verändert sich in den nächsten fünf Jahren

stärker als in den 50 Jahren davor."

Porsche startete bereits Projekte wie Porsche Digital GmbH und Digital Lab

Im vergangenen Jahr seien schon einige große Projekte an den Start gebracht worden. So wurde im Juni 2016 die Porsche Digital GmbH gegründet. Unter Leitung von Thilo Koslowski, der 20 Jahre lang bei Gartner im Silicon Valley tätig war, soll die Porsche-Tochter digitale Kundenerfahrungen, Produkte, Geschäftsfelder und -prozesse identifizieren und weiterentwickeln.

Außerdem eröffnete der Stuttgarter Sportwagenhersteller im September 2016 das Porsche Digital Lab in Berlin. Dort werden innovative Informationstechnologien identifiziert und erprobt. Das Lab bildet eine Plattform für die Kooperation mit Technologie-Unternehmen oder Start-ups.

Porsche öffnet sich bewusst für die Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen und Wissenschaft. Beispiele sind die Investition der Porsche Digital GmbH in das Start-up Evopark, die Kooperation mit der HHL Leipzig Graduate School of Management oder die Beteiligung am Venture Capital-Fond Eventures.

Aufbau eines ressortübergreifenden Innovationsmanagements

Basis ist die digitale Transformation innerhalb des eigenen Unternehmens mit dem Ziel, Arbeitsplätze zu modernisieren und Prozesse effizienter zu gestalten. Zudem werden unternehmensintern der Aufbau eines ressortübergreifenden Innovationsmanagements sowie die systematische Erfassung und Förderung von Ideen vorangetrieben.

Mit 237.778 ausgelieferten Fahrzeugen erzielte Porsche 2016 einen neuen Rekord. Bei dem Stuttgarter Sportwagenhersteller arbeiten derzeit rund 27.000 Mitarbeiter.

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/unternehmen/porsche-digital-offensive-cfo-lutz-meschke-investitionen-13354.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/6a0ec355-9d03-49ac-b637-d79d6dfd687a.zip

Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft
Porscheplatz 1
70435 Stuttgart