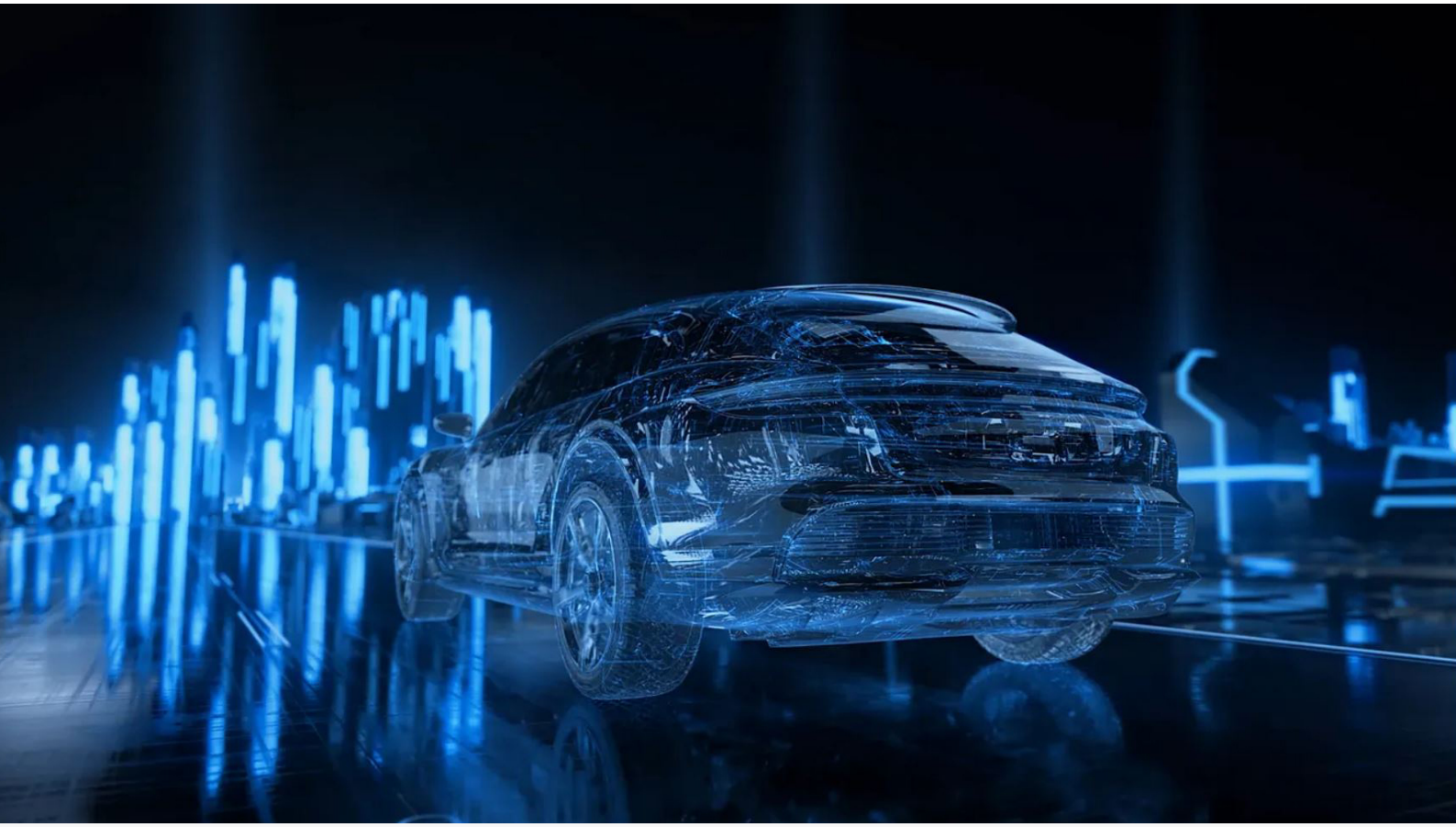


Digitalisierung, Datenschutz und Corporate Digital Responsibility

28/07/2026 In der Porsche Strategie 2030 ist die digitale Transformation als Querschnittsstrategie verankert. „Corporate Digital Responsibility“ wird daher weiter ausgebaut.

In der Porsche Strategie 2030 ist die digitale Transformation als Querschnittsstrategie verankert. Hier sind auch die Grundlagen für eine erfolgreiche Digitalisierung definiert: zukunftsweisende IT-Architektur, Cloud- und Plattformlösungen, IT-Sicherheit, künstliche Intelligenz und Datenstrategien sowie neue, agile Arbeitsweisen und Organisationsformen.

„Corporate Digital Responsibility“ (CDR) ist eines der Ziele aus der Strategie von Porsche und wird daher weiter ausgebaut. Unter CDR versteht Porsche Unternehmensverantwortung im Zeitalter der digitalen Transformation. Die unternehmerische Verantwortung ist ein wesentlicher Baustein, um die Digitalisierung gemeinwohlorientierter zu gestalten. Auf der Grundlage datenethischer Konzepte stellt CDR die digitale Transformation in den Dienst von Beschäftigten, Kunden und Gesellschaft.

Porsche nimmt seine Verantwortung gegenüber Kunden und der Gesellschaft sehr ernst. Entsprechend

eng sind die Themen Datenschutz und CDR mit der Strategie und den Kernprozessen von Porsche verzahnt. Ziel ist es, alle Produkte in Einklang mit dem Datenschutz weiterzuentwickeln und von vornherein so zu gestalten, dass sich Kunden auf den Schutz ihrer Daten verlassen können.

Mit der Verabschiedung der Datenschutzstrategie hat sich Porsche ambitionierte Ziele für „Privacy" gesetzt. „Privacy" – insbesondere das Recht auf digitale Selbstbestimmung – ist ein wesentlicher Bestandteil des Fahrerlebnisses der Kunden. Der Schutz personenbezogener Daten hat daher bei Porsche hohe Priorität.

Zur laufenden Messung von Fortschritt und Zielerreichung bei der Digitalisierung hat Porsche feste Routinen und Strukturen etabliert. Der „Vorstandsausschuss Digitalisierung" verabschiedet und steuert die Digitalstrategie mit Handlungsfeldern wie „Produkte und Services", „Kundenbeziehungen", „Unternehmensprozesse", „Neue Geschäftsfelder" und „Datenschutz oder -sicherheit". An diesen Ausschuss wird vierteljährlich berichtet.

Die strategischen Projekte erfasst Porsche in einer zentralen Strategiedatenbank. Diese dient nicht nur der Zieldefinition, der Organisation der Projekte und dem Nachhalten des Fortschritts: Über die Datenbank lassen sich auch Statusberichte erstellen. Diese sind ebenfalls Bestandteil einer regelmäßigen Berichterstattung an den Vorstand. Die zahlreichen agilen Teams berichten zudem laufend an die jeweiligen fachlichen Verantwortlichen. Regeltermine und Priorisierungsmechanismen wie „Kanban" und „Weighted Shortest Job First" (WSJF) steuern die Prioritäten im Arbeitsalltag.

Für die Einhaltung anerkannter nationaler und internationaler Datenschutzstandards in internen Prozessen sorgt ein internes Kontrollsystem. Die kontinuierliche Weiterentwicklung dieses Ansatzes soll über eine turnusmäßige Überprüfung des Datenschutzmanagements sichergestellt werden. Dadurch soll die zügige Integration neuer Datenschutzanforderungen in die Prozesse und damit die Einhaltung regulatorischer Datenschutzanforderungen ermöglicht werden.

Die Datenschutzstrategie verbindet datengetriebene Innovation, den ethischen Umgang mit Daten und die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben. Porsche hat das Themenfeld Datenschutz auf der Grundlage einer Marktbefragung von 2021 global aufgestellt und im Jahr 2022 kontinuierlich weiterentwickelt.

Dabei treibt Porsche die Digitalisierung in allen Unternehmensbereichen voran – von seinen Fahrzeugen und zugehörigen Services, etwa für das Laden von Elektromodellen oder die Kommunikation mit dem Fahrzeug per Porsche-App, bis hin zu den zahlreichen digitalen Interaktionen mit den Kunden. Auch in internen Unternehmensprozessen treiben zahlreiche Aktivitäten und Projekte die digitale Transformation voran.

Aufgrund der steigenden Anzahl von Digitalisierungsprojekten wurde 2019 die Entscheidung getroffen, die Zusammenarbeit zwischen den Unternehmensbereichen agiler und skalierter aufzustellen. Um allen digitalen Produktteams einen gemeinsamen Rahmen für agile Arbeitsweisen zu liefern, wurde mit der Einführung des „Scaled Agile Framework" (SAFe) begonnen.

Ferner hat Porsche 2022 ein Team für das Thema „Daten und künstliche Intelligenz“ eingerichtet: Der „Agile Release Train“ (ART) für „Vehicle Data Analytics“ ist ein funktionsübergreifendes agiles Zusammenarbeitsmodell, das für alle Umfänge der Fahrzeugdatenanalyse eine zentrale Lieferorganisation vorsieht. Der ART liefert Lösungen für alle Stakeholder entlang des gesamten Produktlebenszyklus: Für Produktqualität, Produktbeobachtung, Kundenbetreuung und Produktentwicklung stellt das Modell die notwendige „Backbone“-Technologie bereit.

2022 wurde ein fachbereichsübergreifendes Projekt zu Corporate Digital Responsibility angestoßen. Die Projektlaufzeit sowie die daraus abgeleiteten Ergebnisse gehen über das Jahr 2022 hinaus.

Die Sicherheit personenbezogener Daten soll ein Datenschutz-Management-System gewährleisten. Es ist bei Porsche global organisiert und wird zentral gelenkt.

Beschwerden von Externen oder Behörden zu Datenschutzvorfällen bei Porsche gab es im Jahr 2022 nicht.

MEDIA ENQUIRIES



Maximilian Steiner

Team Lead Stakeholder Networks and Society
+49 (0) 170 / 911 6083
maximilian.steiner@porsche.de



Thomas Hagg

Director Politics and Society (ad interim)
+49 (0) 711 / 911 24542
thomas.hagg@porsche.de

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/nachhaltigkeit/transparenz-kommunikation/porsche-digitalisierung-datenschutz-und-corporate-digital-responsibility.html