

Unternehmen 01.10.2016

„Ein gutes Team kann alles bewegen“

Seit Oktober 2015 ist Oliver Blume Porsche Vorstandsvorsitzender. Sein erstes Amtsjahr fiel in eine Zeit des Umbruchs – die Automobilindustrie steht weltweit vor Veränderungen. Zeit für eine erste Zwischenbilanz.



Herr Blume, vor einem Jahr sind Sie zum Vorstandsvorsitzenden berufen worden. Was vermissen Sie gegenüber früher am meisten? „Vermissen“ ist vielleicht das falsche Wort. Es ist sehr viel Neues dazugekommen. Als Produktionsvorstand, also in meiner vorherigen Funktion, war ich oft in der Fertigung, im Werk und direkt am Band. Dafür habe ich jetzt leider weniger Zeit. Auf der anderen Seite ist die Arbeit am Produkt mit all seinen Facetten deutlich umfangreicher geworden. Neben den Aufgaben der Unternehmensführung hat gerade die Design- und Konzeptarbeit große Bedeutung.

Was hat sich für Sie persönlich verändert?

Eines ist klar: Die Verantwortung ist deutlich größer geworden. Die Vielfältigkeit meines aktuellen Aufgabenspektrums erfordert klare Prioritäten – und präzises Zeitmanagement. Dazu kommt, dass ich jetzt viel stärker in der Öffentlichkeit stehe. Trotzdem lebe ich heute nicht anders als früher – die Zeit für meine Familie und Freunde hat für mich einen großen Stellenwert. Mir war und ist es wichtig, mich als Mensch und nicht über meine Funktion zu definieren.

Was ist Ihnen als Porsche Chef besonders wichtig?

An erster Stelle: die Menschen. Sie stehen bei Porsche im Mittelpunkt. Ein gutes Team kann alles bewegen. Ein gutes Team braucht aber immer auch eine gute Führung. Wertschätzung, Vertrauen, Verbindlichkeit und ein offener Umgang – darauf lege ich großen Wert. Auch extrem wichtig ist aus meiner Sicht eine klare Organisation mit effizienten, gut funktionierenden Prozessen. Und schließlich eine zukunftsweisende Strategie mit eindeutigen Zielen und transparenten Meilensteinen. Dazu kommt eine gesunde Portion Ehrgeiz, immer für die beste Lösung zu kämpfen. Das macht Porsche aus.

Wenn Sie das vergangene Jahr Revue passieren lassen – welche Highlights fallen Ihnen dazu ein?

Es war extrem anspruchsvoll. Gestartet bin ich mit einem weitgehend neuen Vorstandsteam. Die Markteinführungen des 718 Boxster und 718 Cayman, des 911 R und des neuen Panamera haben für Aufsehen gesorgt, aber auch die Entscheidung zur Produktion des Mission E. Sportlich gesehen war der erneute Sieg bei den 24 Stunden von Le Mans ein hochemotionales Erlebnis. Mit der Porsche Strategie 2025´ haben wir die Weichen für die nächste Dekade gestellt. Die Gründung der Digital GmbH in Ludwigsburg und der Start unseres Digital Labs in Berlin markieren ebenfalls wichtige strategische Entscheidungen.

Und wie beurteilen Sie die aktuelle Situation des Unternehmens?

Porsche ist rasant gewachsen; innerhalb von fünf Jahren haben wir fast alle Kennzahlen nahezu verdoppelt. Inzwischen produzieren wir mit mehr als 25.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern deutlich mehr als 200.000 Fahrzeuge pro Jahr – eine Rekordzahl, an die Ende des vergangenen Jahrzehnts keiner im Traum gedacht hätte. Und was noch wichtiger ist: 2015 haben wir das operative Ergebnis gegenüber dem Vorjahr um 25 Prozent auf 3,4 Milliarden Euro gesteigert und lagen mit einer Umsatzrendite von über 15 Prozent auf einem extrem hohen Niveau. Daran knüpfen wir in diesem Jahr nahtlos an.

Welche Perspektiven hat Porsche?

Die Chancen sind sehr gut – aber wir müssen sie konsequent nutzen. Aktuell haben wir einen Spagat zu meistern: Einerseits erhebliche Investitionen in künftige Produkte und neue Technologien, andererseits wollen wir unser hohes Renditeniveau nachhaltig absichern. Aber ich bin zuversichtlich: In den kommenden Jahren werden wir unseren Unternehmenserfolg weiter ausbauen und moderat wachsen. Wichtiger als Stückzahlen sind uns dabei begeisterte Kunden, gute finanzielle Ergebnisse sowie sichere und attraktive Arbeitsplätze.

Wie ist Porsche technologisch und bei den Produkten aufgestellt?

In den vergangenen Monaten haben wir ein Produktfeuerwerk gezündet. Und so wird es in den nächsten Jahren weitergehen. Wie wir bereits mit dem neuen Panamera gezeigt haben, werden wir in Zukunft verstärkt digitale Innovationen und modernste Antriebskonzepte mit sportlicher Fahrdynamik verknüpfen. Und gleichzeitig werden wir die Fans der Marke immer wieder mit klassischen, besonders puristischen Sportwagen begeistern. Die Strategie 2025 steht unter dem Motto „Die Zukunft des Sportwagens“.

Wo liegen die Schwerpunkte?

Im Mittelpunkt steht unser zukünftiges Produktportfolio. Der Sportwagen der Zukunft verbindet die Tradition und die Werte von Porsche mit innovativen Technologien und Nachhaltigkeit. Dabei spielen Themen wie Elektromobilität, Digitalisierung und Konnektivität eine wesentliche Rolle. Wir werden damit einen wichtigen Beitrag zur Mobilität von morgen leisten. Aber bei all den Neuerungen und Veränderungen gibt es eine Konstante: Porsche bleibt Porsche.

Was verstehen Sie unter „Mobilität der Zukunft“?

Wir wissen, dass sich sowohl die technologischen Möglichkeiten als auch die gesellschaftlichen Ansprüche an die Mobilität erheblich verändern werden. Darauf bereiten wir uns sorgfältig vor. Etwa, indem wir heute damit beginnen, innovative Dienstleistungen rund um die Mobilität zu entwickeln. Ein derartiges Service- Angebot wird in Zukunft immer wichtiger. Das gilt auch für das autonome Fahren. Ein Porsche wird immer ein Fahrzeug sein, das man selbst fahren möchte. Das emotionale, markentypische Fahrerlebnis bleibt bei Porsche stets die Basis. Und trotzdem werden wir unseren Kunden künftig zahlreiche Funktionen als individuelle Optionen anbieten. Porsche und autonomes Fahren sind kein Widerspruch. Wenn der Kunde besondere Komfortmerkmale des autonomen Fahrens wünscht, können diese eine sinnvolle Ergänzung darstellen. Konkrete Beispiele sind Staupiloten oder Parkassistenten. Aber wir haben noch viele weitere Ideen.

Welche Chancen sehen Sie auf dem Gebiet der Digitalisierung?

Digitalisierung ist für uns kein Selbstzweck. Überall dort allerdings, wo sie Kundenfunktionen verbessert oder unsere Prozesse erleichtert, werden wir sie auch einsetzen. Dabei konzentrieren wir uns auf drei Kernfelder: erstens auf unsere Produkte und Services, zweitens auf unsere Kunden und den Handel sowie drittens auf das Unternehmen selbst. Im Mittelpunkt steht dabei immer der Mensch – ob als Kunde, als Geschäftspartner oder als Mitarbeiter. Entsprechend behutsam werden wir die Menschen an die Digitalisierung heranführen. Der Erfolg hängt aus meiner Sicht maßgeblich davon ab, ob digitale Technologien und Prozesse einfach und selbsterklärend zu bedienen oder anzuwenden sind und ob sie einen nachvollziehbaren Nutzen bringen.

Sie führen die Markengruppe „Luxus/ Sport“ im Volkswagen Konzern. Welche Philosophie steht dahinter? Und wo liegen die Potenziale?

Die Verbindung der Marken Porsche, Bentley und Bugatti in einer Gruppe bringt allen Beteiligten Vorteile. Das beginnt schon in der Entwicklung. Basis sind hier unsere neuen Baukästen und Module. So wird beispielsweise die von Porsche für den neuen Panamera entwickelte MSB-Plattform künftig auch von Bentley genutzt. Das schafft erhebliche Synergien und senkt die Kosten. Trotzdem bietet der modulare Aufbau der Plattform den Entwicklern ausreichend Flexibilität, um das spezifische Fahrerlebnis der jeweiligen Marke ohne Kompromisse zu gewährleisten. Darüber hinaus können wir zukünftig auch Qualitätsprogramme, Fertigungseinrichtungen, Finanzdienstleistungen oder Vertriebsprozesse gemeinsam nutzen. Beim Führen der Marken gilt die Maßgabe: Die Identitäten der Marken bleiben gewahrt; alle drei Marken agieren unabhängig vor dem Kunden.

Ihr Vorgänger, Matthias Müller, gilt als Erneuerer der klassischen Porsche Philosophie. Als was würden Sie sich nach einem Jahr Vorstandsvorsitz bezeichnen?

Das überlasse ich lieber anderen. Ich verstehe mich als Teamplayer – mit dem Mut, Porsche unter neuen Voraussetzungen neu zu definieren. Mein Ziel ist es, die Tradition von Porsche in die Zukunft zu tragen, also die klassischen Sportwagen- Gene mit den neuen technologischen Möglichkeiten zu verbinden. Bei dieser Entwicklung kommt es mir darauf an, dass es menschlich zugeht, dass wir wertschätzend miteinander umgehen und dass Porsche Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt übernimmt.

911 R: Kraftstoffverbrauch kombiniert 13,3 l/100 km; CO₂-Emission 308 g/km

718 Boxster: Kraftstoffverbrauch kombiniert 7,4 – 6,9 l/100 km; CO₂-Emission 168 – 158 g/km

718 Cayman: Fuel consumption combined 7.4 – 6.9 l/100 km; CO₂-emissions 168 – 158 g/km

Linksammlung

Link zu diesem Artikel

<https://goo.gl/dQ5dko>

Weitere Artikel

<https://goo.gl/FINsg4>

<https://goo.gl/8D9WtJ>

<https://goo.gl/RCKV45>

Media Package

<https://newsroom.porsche.com/media-package/porsche-oliver-blume-ceo-interview-ein-jahr-2>