



N! NACHHALTIGES
WIRTSCHAFTEN



Kraftstoffverbrauch/Emissionen Taycan Turbo S: Stromverbrauch kombiniert 26,9 kWh/100 km; CO2-Emissionen kombiniert 0 g/km

WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2020

DR. ING. H.C. F. PORSCHE AG



Bericht im Rahmen der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit (WIN)
Baden-Württemberg

INHALTSVERZEICHNIS

Inhaltsverzeichnis

1.	Über uns.....	1
2.	Die WIN-Charta	2
3.	Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement.....	3
4.	Unsere Schwerpunktthemen	4
	Leitsatz 01 – Menschen- und Arbeitnehmerrechte.....	5
	Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen.....	8
	Leitsatz 05 – Energie und Emissionen.....	11
5.	Weitere Aktivitäten.....	14
	Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange	14
	Umweltbelange.....	15
	Ökonomischer Mehrwert.....	17
	Regionaler Mehrwert.....	20
6.	Unser WIN!-Projekt	23
7.	Kontaktinformationen	25
	Ansprechpartner	25
	Impressum	25

ÜBER UNS

1. Über uns

UNTERNEHMENDARSTELLUNG

Die Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG ist einer der führenden Hersteller exklusiver Sportwagen und einer der profitabelsten Autobauer weltweit. Performance, zeitloses Design und Qualität sind seit jeher Inbegriffe für Porsche-Sportwagen. Das Unternehmen, das seit 2012 als Marke in den Volkswagen Konzern integriert und in mehr als 120 Märkten weltweit vertreten ist, lieferte im Jahr 2019 insgesamt 280.800 Fahrzeuge an seine Kunden aus und erwirtschaftete einen Umsatz von 28,5 Milliarden Euro. Das operative Ergebnis betrug 3,8 Milliarden Euro. 2019 war damit das erfolgreichste Geschäftsjahr der Unternehmensgeschichte und das achte Rekordjahr in Folge bei Umsatz, operativem Ergebnis und Auslieferungen. Neben den westeuropäischen Ländern sind China und die USA die wichtigsten Absatzmärkte.

Mit der Sportwagen-Ikone 911 begründete Porsche vor über 50 Jahren das Sportwagen-Segment. Daneben haben sich mit dem 718 Boxster, 718 Cayman, Panamera, Macan und Cayenne weitere Modellreihen etabliert. Mit dem ersten rein elektrisch angetriebenen Sportwagen Taycan startete Porsche Ende 2019 in eine neue Ära. Die viertürige Sportlimousine schnürt ein einzigartiges Paket aus Leistung, Konnektivität und vollumfänglicher Alltagstauglichkeit. Durch die Einführung des Taycan entstehen am Standort Stuttgart-Zuffenhausen 2.000 neue Arbeitsplätze. Mit hohen Investitionen, neuen Produktionsmethoden und einer umfangreichen Qualifizierungsoffensive vollzieht der Sportwagenhersteller einen massiven Wandel und unterstreicht mit diesem klaren Bekenntnis zur Elektromobilität seine Zukunftsfähigkeit. Insgesamt beschäftigt der Sportwagenhersteller mehr als 35.000 Menschen in weltweit 70 Tochtergesellschaften. Produktionsstandorte sind Stuttgart-Zuffenhausen und Leipzig. Entwicklung und Design sowie der Motorsport sind im Entwicklungszentrum Weissach angesiedelt.

WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Nachhaltigkeitsarbeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Nachhaltigkeitssituation unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

DIE WIN-CHARTA

2. Die WIN-Charta

BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR REGION

Mit der Unterzeichnung der WIN-Charta bekennen wir uns zu unserer ökonomischen, ökologischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren wir uns mit der Region, in der wir wirtschaften.

DIE 12 LEITSÄTZE DER WIN CHARTA

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

Leitsatz 01 – Menschen- und Arbeitnehmerrechte: "Wir achten und schützen Menschen- und Arbeitnehmerrechte, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."

Leitsatz 02 – Mitarbeiterwohlbefinden: "Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen: "Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen."

Umweltbelange

Leitsatz 04 – Ressourcen: "Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: "Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."

Leitsatz 06 – Produktverantwortung: "Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."

Ökonomischer Mehrwert

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: "Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."

Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen: "Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen."

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen: "Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen."

Leitsatz 10 – Anti-Korruption: "Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie."

Regionaler Mehrwert

Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: "Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."

Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: "Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."

ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

Ausführliche Informationen zur WIN-Charta und weiteren Unterzeichnern der WIN-Charta finden Sie auf www.win-bw.com.

CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 28.11.2017

ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

	SCHWER-PUNKTSETZUNG	QUALITATIVE DOKUMENTATION	QUANTITATIVE DOKUMENTATION
Leitsatz 1	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 12	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: „Porsche hilft“

Schwerpunktbereich:

- | | | |
|--------------------------------------------|------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Energie und Klima | <input checked="" type="checkbox"/> Ressourcen | <input type="checkbox"/> Bildung für nachhaltige Entwicklung |
| <input type="checkbox"/> Mobilität | <input type="checkbox"/> Integration | |

Art der Förderung:

- Finanziell Materiell Personell

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

4. Unsere Schwerpunktthemen

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- Leitsatz 1: Menschen- und Arbeitnehmerrechte
- Leitsatz 3: Anspruchsgruppen
- Leitsatz 5: Energie und Emissionen

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Nachhaltigkeit ist für Porsche unternehmerische Pflicht. Verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln, das sowohl der Umwelt als auch der Gesellschaft zugutekommt, entspricht nicht nur den Erwartungen von Gesellschaft, Kunden, Investoren, Medien und Politik. Es ist in wachsendem Maße auch für die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit von Bedeutung. Gesellschaftliche Verantwortung, ökonomischer Erfolg und Effizienz sind in sich keine Widersprüche, sondern Grundbestandteile einer erfolgreichen, zukunftsweisenden Unternehmensführung. Unter strategischen Gesichtspunkten hat Nachhaltigkeit für Porsche daher in allen 12 Leitsätzen der WIN-Charta hohe Priorität. Ausdruck dafür ist unter anderem die Verankerung von Nachhaltigkeit als zentrales Querschnittsthema in der Porsche Strategie 2025. Die thematische Zuständigkeit liegt direkt im Ressort des Vorstandsvorsitzenden und wird durch eine Patenschaft vom Vorstand für Produktion und Logistik ergänzt. Das höchste Ziel der Porsche-Nachhaltigkeitsstrategie besteht darin, dass das Unternehmen seine negativen Umweltauswirkungen kontinuierlich reduziert und gleichzeitig die positive Wirkung auf die Gesellschaft weiter verstärkt. Porsche hat den Anspruch ein Pionier nachhaltiger Mobilität zu sein.

Aus den drei ausgewählten Schwerpunktthemen haben sich im Berichtsjahr für Porsche jeweils wichtige Herausforderungen, aber auch neue Gestaltungs- und Innovationsmöglichkeiten ergeben. Anhand der Leitsätze eins, fünf und neun zeigt das Unternehmen aktuelle Entwicklungen auf: wie es umwelt- und sozialverträglich handelt und dabei unter Beachtung der Stakeholderanforderungen einen Beitrag zum ökonomischen Erfolg leistet.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Leitsatz 01 – Menschen- und Arbeitnehmerrechte

ZIELSETZUNG

Der Mensch steht bei Porsche im Mittelpunkt – der Mitarbeiter genauso wie die Gesellschaft an sich, als deren Teil sich das Unternehmen versteht. Ethisches Verhalten ist für Porsche daher essenziell. Das Unternehmen fördert Vielfalt und Chancengleichheit, geht systematisch gegen Korruption vor und setzt sich für die Einhaltung international anerkannter Menschenrechte ein.

Diese Verantwortung hört bei Porsche nicht an den eigenen Werkstoren auf. Mit wirtschaftlichem Erfolg, der Erweiterung des Produktpportfolios und dem Einsatz neuer Technologien gewinnt die Lieferkette eines Unternehmens stetig an Bedeutung. Der Zuwachs an Lieferteilen aufgrund steigender Auslieferungszahlen oder der verantwortungsvolle Bezug neuartiger Komponenten stellen zwei Beispiele für diese Entwicklung dar. Porsche hat das Ziel die Lieferkette gemeinsam mit Lieferanten und Sublieferanten nachhaltig und wertschöpfend zu gestalten.



ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Einführung des Sustainability-Ratings (S-Rating) für Lieferanten, durch das Nachhaltigkeit zu einem verbindlichen Vergabekriterium wird. Geprüft werden zum einen Risiken in den Bereichen Soziales und Umwelt, zum anderen im Bereich Compliance – einschließlich eines ethisch korrekten Verhaltens.
- Aktive Beteiligung mit dem Volkswagen Konzern am Branchendialog zum „Nationalen Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte“ der Bundesregierung sowie Mitgliedschaft in der „Global Battery Alliance“ des Weltwirtschaftsforums.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- Definition und Analyse von Hochrisiko-Rohstoffen in Zusammenarbeit mit ausgewählten Lieferanten zur frühzeitigen Erkennung menschenrechtlicher Risiken und einer dementsprechenden Ergreifung von Maßnahmen.
- Pilotprojekt zur Herkunftsidentifizierung von Materialien zur Schaffung einer ganzheitlichen Transparenz in der Wertschöpfungskette mittels Blockchain-Technologie am Beispiel von Cockpit-Teilen aus Leder.
- Markenspezifische Richtlinie zur Nachhaltigkeit, um in der eigenen Lieferkette die Umsetzung der Nachhaltigkeitsanforderungen voranzutreiben.
- Unterzeichnung der „Charta der Vielfalt“ als Bekenntnis zur Wichtigkeit und zum Mehrwert von Chancengleichheit und Vielfalt in der Belegschaft sowie der Gesellschaft.
- Ressortübergreifende Sensibilisierung für die Bedeutung und den Mehrwert von Chancengleichheit und Diversität im Management und der Belegschaft.
- Qualifizierung und Sensibilisierung des Managements für den Umgang mit Perspektivenvielfalt durch verschiedene Formate wie Führungs-Labs und Diversity Cockpits.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Der Mensch steht bei Porsche im Mittelpunkt. Daran hält das Unternehmen unverändert fest, auch in Zeiten, die geprägt sind vom enormen Wandel der Automobilindustrie und einer zügig fortschreitenden digitalen Transformation.

Das Wachstum des Unternehmens stellt Porsche jedoch auch vor große Herausforderungen. Diese lassen sich nur bewältigen, wenn alle Beteiligten gemeinsam an einem Strang ziehen. Das macht die konstruktive Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat, dessen Gremien und der IG Metall zu einem weiteren wichtigen Erfolgsfaktor. Tarifverträge und Betriebsvereinbarungen bilden das stabile Fundament für den nachhaltigen Erfolg von Porsche, von dem Beschäftigte und Anteilseigner gleichermaßen profitieren.

Darüber hinaus werden Workshops und Schulungen angeboten, in denen die Lieferanten qualifiziert werden, um ihr Ergebnis zu verbessern. So nimmt Porsche Einfluss auf seine Lieferanten und fungiert als Multiplikator für eine nachhaltige Geschäftspraxis. Dabei stellt die umfassende Analyse der Lieferketten eine besondere Herausforderung dar, da diese oft sehr kleinteilig und global vernetzt sind.

INDIKATOREN

Indikator 1: Anzahl der Lieferanten für Produktionsmaterial mit positivem S-Rating

- Stand 2019: 979 von 1.228

AUSBLICK

Das Schwerpunktthema „Menschen- und Arbeitnehmerrechte“ wird auch zukünftig im Zentrum des unternehmerischen Handelns bei Porsche stehen. Durch das Engagement in Initiativen wie dem Branchendialog zum „Nationalen Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte“ des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales leistet Porsche einen wesentlichen Beitrag zur Festlegung

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

branchenweiter Standards zum Schutz der Menschenrechte. Diese lassen sich nur im Verbund gemeinsam erreichen, weshalb die branchenweite Zusammenarbeit unabdingbar ist.

Ein wertschätzendes und tolerantes Miteinander und der positive Umgang mit Perspektivenvielfalt, wie beispielsweise diverse Kompetenzen, Erfahrungen und Sichtweisen, zielen auf ein Höchstmaß an Produktivität, Wettbewerbs- und Innovationsfähigkeit, Kreativität und Effizienz ab. Dies trägt bedeutend zum Unternehmenserfolg bei und wird deshalb auch zukünftig aktiv im Unternehmen gelebt und gefördert.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen

ZIELSETZUNG

Die Geschäftstätigkeiten von Porsche berühren weltweit die Interessen einer Vielzahl an Menschen. Dem Unternehmen ist es ein besonderes Anliegen, einen proaktiven Dialog mit seinen Anspruchsgruppen zu führen und diesen kontinuierlich auszubauen. Ein offener sowie transparenter Austausch von Informationen und Argumenten bildet bei Porsche die Grundlage für gegenseitiges Verständnis und Akzeptanz. Der ganzheitliche Ansatz des Porsche-Stakeholdermanagements zielt darauf ab, die Erwartungen der einzelnen Anspruchsgruppen systematisch zu erfassen und das Feedback für eine kritische Reflexion der strategischen Planungsprozesse zu nutzen. Zielgruppenspezifisch gliedert sich die Vorgehensweise in einen unternehmensexternen und einen unternehmensinternen Dialog.



ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Durchführung einer zweijährig stattfindenden Stakeholderbefragung
- Erstellung einer Wesentlichkeitsmatrix aus den Ergebnissen der Stakeholderbefragung und den Ergebnissen der Konsultation mit internen Ressortvertretern
- Ausbau der Zusammenarbeit mit dem Porsche Nachhaltigkeitsbeirat

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

- Im Herbst 2019 wurden in einer anonymen und international ausgerichteten Online-Befragung zum dritten Mal verschiedene Anspruchsgruppen um eine Bewertung der Porsche-

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Nachhaltigkeitsaktivitäten gebeten. Insgesamt gaben 1.459 Personen aus Europa und China ihre Einschätzungen ab. Rund 79 Prozent der Rückmeldungen kamen aus europäischen Märkten und etwa 21 Prozent aus China. Neben Kunden, Geschäftspartnern, Analysten/Investoren, Politikern und Behördenvertretern, Medien sowie Vertretern von Nichtregierungsorganisationen und der Wissenschaft wurden erstmals weitläufig Mitarbeiter von Porsche befragt.

- Ebenfalls im Herbst 2019 fand ein Workshop mit Vertretern relevanter Porsche-Fachbereiche statt. Dabei wurden in einem mehrstufigen Prozess die Auswirkungen der Geschäftstätigkeiten von Porsche auf Umwelt, Mitarbeiter und Gesellschaft in Zusammenhang mit den 18 definierten Themenfeldern bewertet. Zudem fand eine Einschätzung der Themenbedeutung für die Geschäftstätigkeit des Sportwagenherstellers statt. Die Ergebnisse hat Porsche im Berichtsjahr in einer Wesentlichkeitsmatrix gebündelt, die bedeutendsten Themen identifiziert und in Beziehung zueinander gesetzt. Die so gewonnenen Erkenntnisse werden für die kontinuierliche Weiterentwicklung der unternehmerischen Nachhaltigkeitsstrategie verwendet. In der vorliegenden Berichterstattung bezieht sich Porsche auf alle Themen, die sich aus den Unternehmenswerten, der Strategie 2025 Plus sowie aus Risiken und Chancen für das Unternehmen und die Unternehmensziele ergeben.
Die Wesentlichkeitsmatrix verknüpft die Ergebnisse der Stakeholderbefragung mit den gewonnenen Einschätzungen des Expertenkreises Nachhaltigkeit. Sie setzt den Grad der direkten Auswirkungen der Geschäftstätigkeiten auf Umwelt, Mitarbeiter und Gesellschaft und die Relevanz für die Stakeholder miteinander in Beziehung.
- Im Berichtszeitraum tagte der Nachhaltigkeitsbeirat zweimal konsolidierend mit dem Vorstand der Porsche AG. Zudem fanden zwei Treffen mit der Koordinationsstelle des Nachhaltigkeitsbeirats und Fachexperten sowie eine beratende Sitzung mit den Mitgliedern des Nachhaltigkeitsbeirats des Volkswagen Konzerns statt. Einzelne Beiratsmitglieder wurden ergänzend in steuerungsrelevante Prozesse miteingebunden. Dabei ging es beispielsweise um die Validierung des Porsche Nachhaltigkeitsindex oder die Weiterentwicklung des strategischen Nachhaltigkeitsmanagements. Mit dem vom Beirat ins Leben gerufenen Projekt „Lebenswerte Stadt der Zukunft“ wurde zudem eine Intensivierung des Stakeholderdialogs zur urbanen Mobilität der Zukunft angestoßen. Die Zusammenarbeit mit dem Beirat soll im Jahr 2020 weiter ausgebaut werden.

INDIKATOREN

Indikator 1: Teilnehmer an der Stakeholderbefragung

2019: 1.459

2017: 950

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

AUSBLICK

Nachhaltigkeit ist stark im Bewusstsein der Gesellschaft verankert und hat sich zu einem prägenden Element der Wettbewerbsfähigkeit entwickelt. Für Porsche ist es unternehmerische Pflicht, die Interessen seiner Stakeholder zu berücksichtigen: Ganzheitliches umwelt- und sozialverträgliches Handeln lässt sich nur gemeinschaftlich erreichen. Ein integrier, verantwortungsbewusster Arbeitgeber und Wirtschaftspartner zu sein, ist integraler Bestandteil der Unternehmensphilosophie.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen

ZIELSETZUNG

Porsche bekennt sich zu den im Dezember 2015 in Paris vereinbarten Klimazielen und nimmt seine Verantwortung ernst, umweltbelastende CO₂-Emissionen zu reduzieren. Über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg arbeitet Porsche daran, die CO₂-Emissionen sämtlicher Produkte und betrieblicher Tätigkeiten zu reduzieren. Das Unternehmen betrachtet dabei nicht nur die direkten Emissionen in der Fahrzeugnutzung, sondern den gesamten Lebenszyklus der Fahrzeuge: von der Materialgewinnung bis hin zum Recycling. Ein konzernweit aufgestelltes Team mit Vertretern verschiedener Fachbereiche ermittelt dabei Verbesserungspotentiale und identifiziert Handlungsoptionen. Das Vorgehen ist dabei klar: zunächst werden CO₂-Emissionen durch Ressourceneffizienzmaßnahmen vermieden oder reduziert. Auch der Einsatz von Strom aus erneuerbaren Energiequellen nimmt eine zentrale Rolle z.B. bei der Neutralstellung CO₂-intensiver Bereiche ein. Die Kompensation ist ein weiteres wichtiges Instrument und kommt bei Porsche in den Fällen zu tragen, wenn CO₂-Emissionen nicht vermieden oder reduziert werden können. Für die Produktion der Zukunft am Standort Stuttgart-Zuffenhausen verfolgt Porsche die Vision einer „Zero Impact Factory“. Der Anspruch geht dabei deutlich über die reine Dekarbonisierung hinaus. Durch die unternehmerischen Produktionsprozesse sollen möglichst keine negativen Umweltauswirkungen entstehen.



ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- CO₂-neutrale Fertigung des Porsche Taycan in 2019 am Standort Zuffenhausen
- Seit Beginn 2020 CO₂-neutrale Herstellung aller Fahrzeuge am Standort Zuffenhausen

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- Zertifiziertes Biogas als Energieträger für die Strom- und Wärmeerzeugung
- Zunehmend elektrifizierte Logistikfahrzeuge und mit Ökostrom betriebene Bahntransporte zur Reduzierung der CO₂-Emissionen in der Logistik
- Vielschichtige Maßnahmen auf dem Weg zur „Zero Impact Factory“
- Etablierung eines Dekarbonisierungsindex bei Porsche zur Erhebung und Steuerung der CO₂-Emissionen über den gesamten Produktlebenszyklus

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Umweltorientiertes und energieeffizientes Handeln an allen Standorten und über sämtliche Ebenen hinweg ist ein wichtiges Element der täglichen Unternehmenspraxis. Ein konzernweit aufgestelltes Umwelt- und Energiemanagement überprüft kontinuierlich sämtliche Arbeitsprozesse entlang der Wertschöpfungskette auf ökologische Auswirkungen und Unregelmäßigkeiten. Interne Regelwerke sowie strategische Leitplanken bilden dafür den Orientierungsrahmen. Das standardisierte Vorgehen und die Zuständigkeiten bei Porsche definiert eine eigene Konzernrichtlinie. Sie unterstützt die Konzerngesellschaften bei der systematischen Ermittlung, Einhaltung und Überprüfung aller umwelt- und energierechtlichen Anforderungen.

Seit 2017 nutzt das Unternehmen ausschließlich Strom aus erneuerbaren Energiequellen. Mit der Fabrikeröffnung für den Taycan in Stuttgart-Zuffenhausen ist zertifiziertes Biogas als Energieträger für die Strom- und Wärmeerzeugung hinzugekommen. Die hocheffizienten Blockheizkraftwerke nahe der Produktions- und Bürogebäude stellen Wärme sowie einen Teil der elektrischen Energie her und erweitern den umweltfreundlichen Energiemix am Standort. Sie haben einen Gesamtwirkungsgrad von mehr als 83 Prozent. Ihre Effizienzvorteile können sie dann bestens ausspielen, wenn sie in der Nähe eines konstanten Wärmebedarfs betrieben werden, beispielsweise in Nachbarschaft einer Lackiererei, deren Tauchbäder und Trocknungsbereiche eine ständige Prozesswärme benötigen. Rund 90 Prozent der erzeugten Wärme sind für die Wärme- und Warmwasserversorgung der Büro- und Produktionsgebäude vorgesehen. Betrieben werden die neuen Blockheizkraftwerke ausschließlich mit zertifiziertem Biogas, das aus Bioabfall und Reststoffen gewonnen wird. Darüber hinaus wird Porsche künftig auch Biogas verwenden, das die Stadt Stuttgart aus Abfällen gewinnen wird.

Auch in der Logistik wurde die nachhaltige Planung und Steuerung im Rahmen der Green-Logistics-Strategie im Jahr 2019 weiter vorangetrieben. Der strategische Ansatz zeichnet sich durch eine ganzheitliche Optimierung aus. Um die Auswirkungen auf die Umwelt zu minimieren und die logistischen Abläufe möglichst nachhaltig zu gestalten, wurden weitere Maßnahmen und Potenziale identifiziert, bewertet und umgesetzt. In der Logistik kommen daher bereits heute drei Erdgas-Lkw, ein Hybrid-Lkw sowie zwei E-Lkw zum Einsatz und am Standort Leipzig konnte ein neues Kleinteilelager in Betrieb genommen werden, dessen Energiebedarf aufgrund der innovativen Shuttle-Technologie 50 Prozent unter dem Bedarf herkömmlicher Techniken liegt. Auch im Transport der Fahrzeuge konnten in 2019 weitere umweltfreundliche Maßnahmen umgesetzt werden. Die fertig produzierten Sportwagen aus Stuttgart-Zuffenhausen werden in einem innovativen Prozess per neu entwickelten Lang-Lkw mit größerer Kapazität abtransportiert, was jährlich mehr als 2.000 Fahrten einspart.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

INDIKATOREN

Indikator 1: Direkte und indirekte THG-Emissionen

- Gesamt 2019: 57.685 t CO₂-Äquivalent
- Gesamt 2018: 63.203 t CO₂-Äquivalent
- Gesamt 2017: 63.522 t CO₂-Äquivalent

Indikator 2: CO₂-Emissionen pro Fahrzeug

- 2019: 239 t/Fzg.
- 2018: 246 t/Fzg.
- 2017: 239 t/Fzg.

AUSBLICK

Das Schwerpunktthema „Energie und Emissionen“ ist bei Porsche ein wichtiges Element in der täglichen Unternehmenspraxis und wird es auch in Zukunft sein. Deshalb berücksichtigt die Vision der „Zero Impact Factory“ zwölf Handlungsfelder: Umweltorganisation und Organisatorisches, Technik und Prozesse, Wahrnehmung der Fabrik, effiziente Wassernutzung, Planung, Energieeffizienz und Klimaschutz, Ressourcen- und Materialeffizienz, Schadstoffe, Boden, Logistik, Biodiversität und Betriebsstörungen. Auch die Dekarbonisierung der Wertschöpfungskette und des Produktlebenszyklus steht für Porsche im Vordergrund.

WEITERE AKTIVITÄTEN

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Ausweitung der betrieblichen Gesundheitsförderung
- Zusammenarbeit zwischen Arbeitnehmervertretung und Unternehmen bezüglich der Gestaltung der zukünftigen Arbeitswelt
- Kontinuierlicher Ausbau von Qualifizierungs- und Weiterbildungsangeboten

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Eine motivierte und leistungsfähige Belegschaft ist die wichtigste Ressource bei Porsche. Um heute und in Zukunft exklusive Fahrzeuge entwickeln, produzieren und vertreiben zu können, leistet auch das Porsche Gesundheitsmanagement einen entscheidenden Beitrag. Es beteiligt sich proaktiv an der ressortübergreifenden Weiterentwicklung betrieblicher Rahmenbedingungen. Vorrangiges Ziel ist die Förderung von Gesundheit und Fitness, um die Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiter langfristig zu sichern. Eine organisierte und strukturierte Systematik des Arbeits- und Gesundheitsschutzes gewährleistet eine zielgerichtete sowie einheitliche Vorgehensweise und sorgt für die Umsetzung rechtlicher Vorgaben. So sollen Arbeitsunfälle verhindert sowie Berufskrankheiten und arbeitsbedingte Gesundheitsgefahren vermieden werden.
- Das umfassende Weiterbildungsangebot bei Porsche wird kontinuierlich ausgebaut und optimiert. Auch hier spielen digitale Kompetenzen und das „Digital Mindset“ eine bedeutende Rolle. So wurde beispielsweise in 2019 mit der inhaltlichen und didaktischen Neuausrichtung der Führungstrainings bei Porsche begonnen. Außerdem wurde das bestehende Trainingsportfolio für alle Mitarbeiter um neue Angebote im Blended-Learning-Ansatz, wie beispielsweise „Arbeiten in virtuellen Teams“, erweitert. Die wesentliche Grundlage für die individuelle Qualifizierungs- und Entwicklungsplanung bildet dabei das jährliche Qualifizierungs- und Entwicklungsgespräch. Zentrale Anlaufstellen für digitales Lernen sind die in 2017 eingeführte Porsche Lernplattform und das im Folgejahr eröffnete Medienlabor. Die Porsche Lernplattform wird zunehmend auch für weiterreichende Qualifizierungsvorhaben genutzt. Beispielsweise wurde mit der digitalen „Hochvoltunterweisung – Fahrzeugtechnik Grundlagen“ Anfang 2019 ein Lernmodul eingeführt, das sich an alle Mitarbeiter der Porsche AG und deutscher Tochtergesellschaften richtet. Ziel dabei war es, eine rechtssichere Hochvoltsensibilisierung der Belegschaft sicherzustellen und Basiswissen zum Thema Hochvolt und zu den Grundlagen der Elektromobilität zu vermitteln. Dieses Gemeinschaftsprojekt von Fachbereich und Personalentwicklung wurde mit dem „Comenius-EduMedia-Award“ ausgezeichnet.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ausblick:

- Die langfristige Positionierung von Porsche als attraktiver Arbeitgeber ist Basis für eine erfolgreiche Personalarbeit.

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Ressourceneffizienz-Maßnahmen im Rahmen der „Zero Impact Factory“

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Globaler Klimawandel, Ressourcenknappheit und eine fortschreitende Urbanisierung stellen Wirtschaft und Gesellschaft vor enorme Herausforderungen. Umweltorientiertes und energieeffizientes Handeln an allen Standorten und über sämtliche Ebenen hinweg ist tägliche Praxis. Dabei spielen unter anderem die möglichst sparsame Nutzung von Wasser durch Kreislaufsysteme oder Mehrfachverwendung wie auch der sorgfältige Umgang mit belasteten Abwässern aus der Produktion eine wichtige Rolle. Abfallvermeidung, abfallarme Technologien und nachhaltige Entsorgungslösungen sind Kernpunkte des Porsche-Abfallwirtschaftskonzepts. Die Betriebsmittelvorschrift „Umweltschutz“ dient hier unter anderem als interne Richtlinie und als Regelwerk für Lieferanten. Im Rahmen der Vision „Zero Impact Factory“ wird die Material- und Ressourceneffizienz als eines von zwölf Handlungsfeldern berücksichtigt und soll zu einem umweltorientierten Handeln beitragen.
- Zahlreiche Maßnahmen, die zur Ressourceneffizienz beitragen und die Umwelt entlasten, helfen auch dabei, Kosten zu senken. Angefangen beim Austausch herkömmlicher Beleuchtungstechnik durch LED-Lampen über bedarfsgesteuerte Abluftanlagen im Karosseriebau oder die Nutzung von Abwärme aus der Lackiererei bis hin zum Einsatz elektromechanischer Produktionstechnologien anstelle von hydraulischen Arbeitsschritten. Letzteres spart allein beim Nieten im Karosseriebau am Standort Zuffenhausen jährlich 11.544 kWh Energie.

Ausblick:

- Der sorgfältige und sparsame Umgang mit Ressourcen ist für Porsche unternehmerische Pflicht und Zukunftssicherung zugleich. Eingesetzten Rohstoffe sollen über den Lebenszyklus der Fahrzeuge hinaus wieder in den Produktionsprozess zurückgelangen, damit Material-kreisläufe entstehen. Bei der Herstellung der Fahrzeuge können so Ressourcen geschont und die Umweltauswirkungen reduziert werden.

WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Die Langlebigkeit der Porsche-Sportwagen, ihre hochwertige Verarbeitung und der Einsatz verschleißarmer Materialien sind Teil des Porsche-Prinzips. Das Unternehmen berücksichtigt zunehmend alle Umweltauswirkungen eines Fahrzeugs über seinen Lebenszyklus hinweg – von der Rohstoffgewinnung über die Herstellung und Nutzung bis hin zur Verwertung.
- Die Fahrzeugsicherheit hat für Porsche oberste Priorität. Dabei geht es nicht nur um die Sicherheit der eigenen Produkte, sondern generell auch um die Sicherheit aller Verkehrsteilnehmer. Porsche erfüllt internationale gesetzliche Vorgaben. In einem eigenen Anforderungskatalog festgelegte Richtwerte gehen sogar darüber hinaus. Fest umrissene Zuständigkeiten sowie ein umfangreiches Berichtswesen garantieren die Umsetzung der Vorgaben. Die Erfüllung dieser Anforderungen ist das erklärte Ziel.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Mittel- bis langfristig stellt das Unternehmen sich bei den Antriebskonzepten auf einen Dreiklang ein. Porsche wird Autos mit optimierten Benzimotoren und leistungsstarken Hybridantrieben sowie rein elektrische Sportwagen parallel anbieten. Bis 2025 sollen 50 Prozent aller neu verkauften Porsche-Fahrzeuge elektrifiziert sein.
- Der Taycan verbindet die Porsche Tradition mit der Zukunft. Mit diesem rein elektrisch betriebenen Fahrzeug hat Porsche im Berichtsjahr den Sportwagenbau in puncto Leistung, Fahrdynamik und Reichweite neu definiert und einen wichtigen Schritt in Richtung Dekarbonisierung des Individualverkehrs unternommen. Technologisches Rückgrat beim Taycan ist die 800-Volt-Architektur. Diese ermöglicht sportliche Fahrleistungen und kurze Ladezeiten. Zudem kann die Leistung mehrfach hintereinander abgerufen werden. Die Ladeleistung liegt bei bis zu 270 kW. Damit lassen sich in fünf Minuten bis zu 100 km Reichweite nach dem WLTP-Messverfahren nachladen. Die maximale Rekuperationsleistung des Taycan liegt bei bis zu 265 kW und die höchste Reichweite bei bis zu 450 km nach WLTP.

Ausblick:

- Porsche entwickelt hochwertige, innovative und langlebige Produkte. Mit jeder neuen Modellgeneration setzt Porsche bei Qualität, Umweltverträglichkeit und Sicherheit konsequent neue Maßstäbe über den gesamten Lebenszyklus aller Fahrzeuge hinweg. Gemeinsam mit Partnern gestaltet Porsche eine nachhaltige Zukunft der Mobilität.
- Auf der gleichen Plattform mit Flachboden-Batterie des Taycan wird Ende 2020 der Taycan Cross Turismo als erstes Derivat vorgestellt. Auch die nächste Generation des Kompakt-SUV Macan wird ausschließlich vollelektrisch angeboten.
- Die Vision beim Thema „Fahrzeugsicherheit“ besteht in der generellen Unfallvermeidung. Daher werden vorausschauende Systeme konsequent weiterentwickelt. So wird die Fahrzeugsicherheit bei Porsche auch künftig ihren Beitrag zur generellen Sicherheit des Straßenverkehrs leisten.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- 1500 neue Arbeitsplätze durch die Taycan-Produktion in Stuttgart-Zuffenhausen
- Weiterentwicklung eines zukunftsorientierten Kompetenz- und Talentmanagement sowie exzellente Qualifizierungs- und Weiterentwicklungsmöglichkeiten für die Mitarbeiter

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Zufriedene Kunden, wirtschaftliche Stabilität, wertschaffendes Wachstum und gesellschaftliche Akzeptanz sind Fokus aller Unternehmensaktivitäten von Porsche. Exzellente Ertragskraft mit einer operativen Umsatzrendite von mindestens 15 Prozent ist ein herausragendes Merkmal der Porsche-Unternehmensphilosophie und Ziel der Porsche Strategie 2025. Porsche stellt hohe Ansprüche an die Kundenpflege und strebt danach, die Begeisterung der Kunden für die Produktwelten exklusiver Sportwagen und Smart Mobility zu erhalten und zu fördern. „Kundenbegeisterung durch ein einzigartiges Produkt- und Markenerlebnis“ stellt eines der vier zentralen Ziele der Porsche Strategie 2025 dar. Der Mensch steht dabei stets im Mittelpunkt. Das Unternehmen übernimmt Verantwortung für die Mitarbeiter und investiert in ihre Zukunft. Weiterentwicklung und Qualifizierung sind Kennzeichen der Porsche-Kultur. Gleichzeitig spielen Chancengleichheit, Diversität und Mitbestimmung, die permanente Verbesserung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie sowie eine faire und leistungsgerechte Vergütung eine wichtige Rolle.
- Porsche hat im Herbst 2019 planmäßig in Zuffenhausen die neue Produktionsstätte für den Taycan eröffnet. Der Start nach weniger als 48 Monaten Bauzeit erfolgte gemeinsam mit Gästen aus Politik, Wirtschaft und Medien. Die Kundenfahrzeuge entstehen in einer Fabrik der Zukunft – flexibel, vernetzt und mit 4.0-Produktionstechnologie. Diese ist ein weiterer Schritt zur „Zero Impact Factory“, zu einer Produktion ohne negative Umweltauswirkungen. Durch die Einführung des Taycan konnten in Zuffenhausen 1.500 neue Arbeitsplätze zusätzlich gewonnen werden, die die Wirtschaft in der Region weiter fördern.
- Die Personalstrategie bildet den inhaltlichen Rahmen für die Personalarbeit bei Porsche. Im Mittelpunkt stehen die Mitarbeiter – für sie möchte Porsche auch in Zukunft ein herausragender Arbeitgeber sein. Die Grundlage dafür bildet die einmalige Porsche-Kultur, die immer daran erinnert, wer wir sind und wo wir herkommen. Für seine hoch motivierten Mitarbeiter schafft das Unternehmen mit innovativen, leistungsfördernden Arbeitswelten ideale Rahmenbedingungen. Porsche investiert in zukunftsorientiertes Kompetenz- und Talentmanagement, um jedem Einzelnen eine individuell ausgerichtete, exzellente Qualifizierung und Weiterentwicklung zu ermöglichen. Dies prägte auch im Berichtsjahr die Stoßrichtung und Arbeit der Personal- und Führungskräfteentwicklung. Ziel ist es, bei allen Mitarbeitern und Führungskräften erfolgskritische Kompetenzen für eine digitalisierte Welt strukturiert und nachhaltig auf- und auszubauen. Das hochwertige und umfangreiche Weiterbildungsangebot sowie maßgeschneiderte und zielgruppenspezifische Personalentwicklungs-Programme wurden in Kooperation mit dem Betriebsrat auch im Jahr 2019 stetig ausgebaut und optimiert.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ausblick:

- Im Rahmen der Weiterentwicklung der Strategie 2025 zur Strategie 2025 Plus liegt der Fokus weiterhin auf der stetigen Weiterentwicklung und Qualifizierung der Belegschaft sowie den Herausforderungen der digitalen Transformation zur Sicherung des Unternehmenserfolgs.

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Einführung des Porsche Nachhaltigkeitsindex (PNI)
- Ideenwettbewerb „Mobility for a better world“

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Porsche hat den Nachhaltigkeitsindex in dem Bestreben entwickelt, ein Messinstrument zu konzipieren, das die wesentlichen Nachhaltigkeitsherausforderungen des Unternehmens bündelt. Der Handlungsbedarf dazu hat sich aus branchenübergreifenden Benchmark- und Best-Practice-Analysen ergeben. Im Auftrag des Porsche-Vorstands und mit der Unterstützung des Porsche Nachhaltigkeitsbeirats wurde der Index – unter der Koordination des Kernteams Nachhaltigkeit – über interne, ressortübergreifende Workshops und Expertengespräche definiert. Der Porsche Nachhaltigkeitsindex verdeutlicht das Kernziel der unternehmerischen Nachhaltigkeitsstrategie: wertschaffendes, ökonomisches und gesellschaftliches Wachstum bei gleichzeitiger Reduzierung des unternehmerischen Umweltfußabdrucks.
- Porsche steht für innovative Produkte und Dienstleistungen. Mit dem Ausbau einer belastbaren Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge, der permanenten Suche nach innovativen Lösungen sowie der Erprobung von digitalen Technologien und Zukunftstrends trägt das Unternehmen maßgeblich zur Gestaltung eines nachhaltigen Individualverkehrs bei. Da gemeinsam mehr erreicht werden kann, hat Porsche im Berichtsjahr mit Partnern den Wettbewerb „Mobility for a better world“ veranstaltet und nach Ideen und Technologien für eine nachhaltige Zukunft der Mobilität gesucht.

Ausblick:

- Tradition, Innovation, Pioniergeist, Leidenschaft: Auf Basis dieser Werte gestaltet Porsche den Wandel des Unternehmens.
- Mit dem Porsche Nachhaltigkeitsindex setzt sich das Unternehmen für seine Handlungsfelder „Innovative Mobility“, „Reliable Partner“ und „Go to Zero“ ambitionierte Ziele bis 2025. Den Kennzahlenfortschritt des Index wird Porsche in seiner kontinuierlichen Berichterstattung fortführen.

LEITSATZ 9 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Grünes Schuldscheindarlehen mit Volumen von einer Milliarde Euro begeben
- Mehr als sechs Milliarden Euro Investitionen in Elektromobilität bis 2022

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Mit einem Volumen von einer Milliarde Euro hat die Porsche AG im August 2019 das bis dato größte grüne Schuldscheindarlehen überhaupt begeben. Es war die erste Transaktion dieser Art durch einen Automobilhersteller: Die Mittel daraus werden ausschließlich dazu verwendet, nachhaltige Projekte zu finanzieren. Porsche platzierte den grünen Schuldchein in Tranchen mit Laufzeiten von fünf, sieben und zehn Jahren und bot ihn sowohl mit fester als auch mit variabler Verzinsung an. Die große Nachfrage führte dazu, dass das ursprüngliche Orderbuchvolumen erhöht wurde. Porsche gelang es, das Schuldscheindarlehen zu äußerst attraktiven Konditionen zu platzieren. Das zeigt das große Vertrauen der Investoren in die langfristige Unternehmensentwicklung.
- Dieser Zielsetzung trägt Porsche mit seiner Antriebsstrategie Rechnung. Mittel- bis langfristig stellt das Unternehmen sich bei den Antriebskonzepten auf einen Dreiklang ein. Porsche wird Autos mit optimierten Benzинmotoren und leistungsstarken Hybridantrieben sowie rein elektrische Sportwagen parallel anbieten. Bis 2025 sollen 50 Prozent aller neu verkauften Porsche-Fahrzeuge elektrifiziert sein. Mehr als sechs Milliarden Euro investiert Porsche bis zum Jahr 2022 in die Elektromobilität, damit der Anteil der elektrifizierten Fahrzeuge auch langfristig weiter ansteigt.

Ausblick:

- Porsche hat den Anspruch, in allen Unternehmensbereichen nachhaltig und verantwortungsvoll zu handeln. Die gesunde Kostenstruktur und die nachhaltig hohe Ertragskraft des Konzerns spiegeln sich in den wesentlichen Renditekenngrößen wider. Im Rahmen der Finanzstrategie erarbeitet Porsche Kriterien, die Nachhaltigkeitsaspekte bei Investitionsentscheidungen langfristig berücksichtigen. Damit rücken nachhaltige Finanzentscheidungen zukünftig weiter in den Fokus.

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Einführung des Sustainability-Rating (S-Rating) für Lieferanten
- Weiterbildungsmaßnahmen zu Compliance-Themen, u.a. Anti-Korruption

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Das Sustainability-Rating prüft, zusätzlich zu den bisherigen Ratings zu Logistik, Qualität und Entwicklung, die Nachhaltigkeit. Geprüft wird das Verhalten der Geschäftspartner in Bezug auf Risiken im Umgang mit Menschenrechten, Umweltschutz, Ethik und Korruption. Eine Auftragsvergabe und gemeinsame Zusammenarbeit erfolgt nur noch bei Lieferanten, die die Nachhaltigkeitsanforderungen von Porsche erfüllen.
- Die Compliance-Themenverantwortlichen schulen die Belegschaft auf Grundlage einer themenspezifischen Schulungsplanung. Diese legt risikobasiert die relevanten Zielgruppen und inhaltlichen Schwerpunkte fest und regelt organisatorisch die Anzahl der Veranstaltungen, Frequenz und Kapazitätsbedarfe. Feststehende Schulungsformate gibt es für (neue) Führungskräfte, Nachwuchsführungskräfte, neue Mitarbeiter und Trainees. Zusätzlich werden Schulungen zu

WEITERE AKTIVITÄTEN

aktuellen beziehungsweise relevanten Themen und mit gefahrgeneigten Fachbereichen oder auf Anfrage durchgeführt.

Ein Beispiel: Compliance ist seit dem Neustart des Porsche-Nachwuchsführungskräfte-Programms (PE-Programm) im Jahr 2019 mit verschiedenen Schulungsformaten und -themen in Präsenz- und Online-Modulen vertreten. Im Online-Modul erhalten die Teilnehmer des PE-Programms einen Überblick über Compliance-Kultur, -Management und -Vorgaben inklusive der „Verhaltensgrundsätze“. Im Rahmen der Präsentation per Skype for Business können die Teilnehmer live an einer Multiple-Choice-Session teilnehmen. Auf Grundlage des Abstimmungsergebnisses kann der Referent qualitativ Feedback geben und am Ende offene Fragen beantworten. In den Präsenzveranstaltungen werden alle Compliance-Themen, wie Anti-Korruption, Geldwäscheprävention oder Kartellrecht, von den jeweiligen Compliance-Themenverantwortlichen vorgestellt.

Ausblick:

- Die Compliance-Kultur von Porsche ist das Ergebnis einer werteorientierten, verantwortungsvollen und nachhaltigen Unternehmensführung zur Sicherung des langfristigen unternehmerischen Erfolgs.
- Prävention, Reaktion, Risikobewertung, -steuerung und -kontrolle sowie das Berichtswesen zu Compliance-Themen, wie Anti-Korruption, Geldwäscheprävention oder Kartellrecht, wird auch in Zukunft weiter forciert werden.

Regionaler Mehrwert

LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Start der Taycan-Produktion in Stuttgart-Zuffenhausen
- Weiterführende Gestaltung nachhaltiger Mitarbeitermobilität an den Standorten Zuffenhausen und Weissach zur Verkehrsentlastung in der Region

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Wirtschaftlicher Erfolg und gesellschaftliche Verantwortung gehören für Porsche untrennbar zusammen. Deshalb stellt sich das Unternehmen vor allem an seinen Standorten der sozialen Verantwortung. Im Jahr 2019 förderte Porsche mit Spenden sowie CSR- und Kultur-Sponsoring mehr als 75 Einzelprojekte aus unterschiedlichen Bereichen. Weitere Spenden flossen an die Ferry-Porsche- Stiftung.
- Neben den zusätzlich geschaffenen 2.000 Arbeitsplätzen lässt sich die Taycan-Produktion in Stuttgart-Zuffenhausen auch als eine Bestätigung für die Region Stuttgart als Wirtschaftsstandort festhalten. Porsche versteht die neue Fabrik zugleich als ein Bekenntnis zur Tradition der Marke

WEITERE AKTIVITÄTEN

und als eindeutiges Signal für die Zukunft von Porsche: Der Taycan entsteht ganz bewusst in Zuffenhausen, wo Herz und Seele der Marke ihre Heimat haben.

- Ein weiterer Schwerpunkt sind die Angebote des betrieblichen Mobilitätsmanagements bei Porsche. Im Rahmen ressortübergreifender Projekte hat Porsche an den Unternehmensstandorten umfangreiche Maßnahmen entwickelt, um das Mobilitätsverhalten der Belegschaft umwelt- und sozialverträglicher zu gestalten. Dies gilt insbesondere für das im urbanen Raum gelegene Stammwerk in Stuttgart-Zuffenhausen. Dort, wie auch am Entwicklungsstandort Weissach, erhalten die Mitarbeiter einen monatlichen Zuschuss für die Firmentickets des öffentlichen Nahverkehrs und das Job-Ticket der Deutschen Bahn. Auf der S-Bahn-Strecke zwischen den Stuttgarter Standorten Weilimdorf und Zuffenhausen gilt zudem der Porsche-Werksausweis als Fahrschein für Dienstfahrten. Als erster Arbeitgeber in der Region Stuttgart hat Porsche bei Feinstaubalarm die Nutzung des Firmenausweises als kostenfreies ÖPNV-Ticket für seine Mitarbeiter ermöglicht. Im Berichtsjahr hat Porsche ein Jobrad-Angebot etabliert und bietet der Belegschaft somit einen attraktiven Vorteil beim Fahrradkauf. Insbesondere am Standort Stuttgart-Zuffenhausen wurden die Fahrradstellplätze sowie die Dusch- und Umziehmöglichkeiten für die Belegschaft weiter ausgebaut. Eine eigene Mitfahr-App fördert die Bildung von Fahrgemeinschaften auf Arbeits- und Dienstwegen. Die Fahrer und Mitfahrer geben Start, Ziel und Termin ihrer Wunschfahrten ein. Die App kombiniert die Anfragen und erstellt einen individuellen Fahrplan. Auch die Parksituation am Standort und die Mobilität auf dem Werksgelände optimiert Porsche stetig. Durch die Installation eines digital stationären Parkleit- und Informationssystems sowie mit der Einführung der Porsche-Parkplatz-App – zur punktgenauen Anzeige freier Parkplätze – wurden bereits deutliche Verbesserungen erzielt. Auch mit dem weiteren Ausbau der dicht getakteten Bus-Shuttlelinien konnte das Unternehmen den Verkehr zwischen den Werken reduzieren. Mitarbeitern und Besuchern stehen sowohl für private E-Fahrzeuge als auch für Porsche Dienst- und Leasingfahrzeuge Ladesäulen zur Verfügung. Die werksinterne Ladeinfrastruktur wird kontinuierlich ausgebaut, damit die Fahrzeuge lokal CO₂-neutral fahren.

Ausblick:

Porsche versteht sich als Partner der Region seinen Standorten, aber auch darüber hinaus als Partner der Gesellschaft und seinen Anspruchsgruppen.

LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Weiterentwicklung des Innovationsmanagements in der Beschaffung
- Einführung eines durchgehend digitalen Prozesses im Porsche Ideenmanagement

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Als Reaktion auf die veränderten Rahmenbedingungen in der Automobilindustrie und die immer kürzeren Innovationszyklen hat das Innovationsmanagement in den vergangenen Jahren seine unterschiedlichen Instrumente und Prozesse konzeptionell weiterentwickelt, um für Start-ups und Lieferanten weiterhin ein präferierter Partner zu bleiben. Beispielhaft lassen sich an dieser Stelle

WEITERE AKTIVITÄTEN

die „Open Innovation“ Formate nennen: Zweimal führte das Innovationsmanagement unter der Leitung des Beschaffungsressorts im Rahmen des digitalen Entwicklerwettbewerbs „Porsche NEXT OI“ erfolgreich „Open Innovation“ Formate durch. NEXT OI ist eine Innovationsplattform, die rund um die Uhr und weltweit Start-ups und Lieferanten zum Entwickeln digitaler Applikationen zur Verfügung steht. Auch für die Produktion werden solche „Open Innovation“ Formate vorangetrieben, beispielsweise für fahrerlose Transportsysteme.

- Porsche investiert massiv in den digitalen Wandel und in seine eigene Innovationskraft. Die digitale Transformation erfasst alle Bereiche des Unternehmens – interne Prozesse ebenso wie die Interaktion mit Kunden oder die Entwicklung von Produkten und Services. Ein ressortübergreifendes Innovationsmanagement unterstützt neue Ideen, es forciert die prototypische Erprobung von Technologien und Trends und motiviert Porsche-Mitarbeiter zur Eigeninitiative, um Mobilität nachhaltig zu gestalten. Im Berichtsjahr wurde im Porsche Ideenmanagement flächendeckend ein durchgängiger digitaler Prozess eingeführt. Dadurch konnte die Anzahl der eingereichten Ideen im Vergleich zum Vorjahr nahezu verdoppelt werden. Im Ergebnis stieg damit auch die Zahl der Mitarbeiter, die sich über das eigene Aufgabengebiet hinaus für den Erfolg des Unternehmens einsetzt. Darüber hinaus wurde die Qualität der Ideen verbessert und die Bearbeitungszeit reduziert.

Ausblick:

- Die erfolgreichen Innovationsinstrumente des Beschaffungs-Ressorts werden auch künftig weiter ausgebaut. Im Jahr 2020 liegt der Fokus auf dem Scouting neuer Partner. So stellt die Beschaffung auch weiterhin sicher, dass geeignete Kooperationen geschlossen werden und eine Vielzahl von Neuheiten den Weg zu Porsche findet.
- Im Berichtsjahr wurden im Ideenmanagement weitere Weichen für das kommende Geschäftsjahr gestellt, indem über eine flexiblere Regelung neue Zielgruppen mit attraktiven Rahmenbedingungen ins Porsche Ideenmanagement miteinbezogen werden. Grundsätzlich soll die gezielte Förderung von Eigeninitiative bei den Mitarbeitern weiter gestärkt werden.

UNSER WIN!-PROJEKT

6. Unser WIN!-Projekt

Mit unserem WIN!-Projekt leisten wir einen Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

„PORSCHE HILFT“



Angesichts der fundamentalen Herausforderungen, welche Gesellschaft, Politik und Industrie durch die weltweite Corona-Krise erfahren, ist das Programm „Porsche hilft“ entstanden. Das Unternehmen hat in seinem Umfeld und mit der Politik geprüft, wo der konkrete Unterstützungsbedarf am größten ist und welche Hilfe schnell realisiert werden kann. Im Rahmen von „Porsche hilft“ hat Porsche sechs Aktionsfelder definiert und sein Spendenvolumen um fünf Millionen Euro aufgestockt: die Ausgaben für Lebensmittelpakete an die Tafeln im Umfeld der Unternehmensstandorte wurden auf 200.000 Euro verdoppelt. Zum Hilfsprogramm gehört auch die Unterstützung der Krisenstäbe von Baden-Württemberg und Sachsen mit Projektmanagern und IT-Spezialisten sowie, dass sich Porsche-Mitarbeiter auf freiwilliger Basis ehrenamtlich gezielt bei wohltätigen Organisationen engagieren.

Das Programm umfasst zudem Maßnahmen zur Beschaffung von dringend benötigter medizinischer Ausrüstung. Der Sportwagenhersteller hat dafür eigens eine Task-Force des Beschaffungs-Ressorts zusammengestellt und organisiert für die Landesregierungen die Lieferketten von dringend benötigter Schutzausrüstung. Zusammen mit den Logistik-Partnern DB Schenker und Lufthansa Cargo sorgt Porsche für die reibungslosen Transporte von Schutzmasken, Brillen und Schutzanzügen aus Shanghai nach Deutschland. Bis zu sechs Flugzeuge pro Woche fliegen seit dem 9. April 2020 für das Land Baden-Württemberg und den Freistaat Sachsen aus China. Direkt nach Ankunft an den Flughäfen Frankfurt und

UNSER WIN!-PROJEKT

München wird das Material in Lastwagen umgeladen und zu einem Zwischenlager von DB Schenker am Stuttgarter Flughafen gebracht. Dort übernehmen die Landesregierungen von Sachsen und Baden-Württemberg die Verteilung der Schutzausrüstung, um sie bei Krankenhäusern, Rettungsdiensten und weiteren Einrichtungen gegen die Ausbreitung des Coronavirus zum Einsatz zu bringen. Seit Aufnahme der Flüge sind bereits mehrere Millionen Schutzartikel (Mund-Nasen-Schutz verschiedener Schutzklassen, Schutzanzüge, Schutzbrillen) im Zwischenlager in Stuttgart angekommen. Bis voraussichtlich Ende Mai sollen Schutzmaterialien im Wert eines dreistelligen Millionen-Euro-Betrags organisiert und aus China nach Deutschland transportiert werden. Das entspricht in Summe einem Volumen von bis zu 50 Passagiermaschinen, die für den Transport erforderlich sind. Für Porsche ist es wichtig, dass Wirtschaft und Politik eng zusammenarbeiten. Das Unternehmen hilft mit seiner internationalen Supply Chain Expertise – damit die benötigten Schutzmaterialien so schnell wie möglich nach Deutschland geliefert werden und bei den Menschen ankommen, die diese dringend benötigen.

Mit „Porsche hilft“ setzt das Unternehmen den Menschen mehr denn je in den Mittelpunkt, zumal die Pandemie viele Menschen verunsichert und negative Konsequenzen für viele Leben – direkt oder indirekt – zu erwarten sind.

KONTAKTINFORMATIONEN

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartner

Daniela Rathe
Leiterin Politik und Außenbeziehungen
Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG
Porscheplatz 1
D-70435 Stuttgart
E-Mail: nachhaltigkeit@porsche.de

Impressum

Herausgegeben am 28.04.2020 von

Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG
Porscheplatz 1
70435 Stuttgart
Internet: www.porsche.com

