



WIN-CHARTA ZIELKONZEPT

2018

Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG



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

INHALTSVERZEICHNIS

Inhaltsverzeichnis

1.	Über uns	1
2.	Die WIN-Charta.....	2
3.	Unsere Schwerpunktthemen	4
4.	Zielsetzung zu unseren Schwerpunktthemen	5
	Schwerpunktthema 5: Energie und Emissionen.....	5
	Schwerpunktthema 7: Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze.....	6
5.	Weitere Aktivitäten	9
	Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange	9
	Umweltbelange.....	10
	Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption.....	11
	Regionaler Mehrwert.....	12
6.	Unsere WIN!-Projekte	13
7.	Kontaktinformationen.....	15
	Ansprechpartner	15
	Impressum	15

1. Über uns

UNTERNEHMENDARSTELLUNG

Die Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG mit Sitz in Stuttgart-Zuffenhausen ist ein Hersteller exklusiver Sportwagen. 2017 lieferte das Unternehmen 246.375 Neuwagen an Kunden in aller Welt aus und erwirtschaftete einen Umsatz von rund 22,5 Milliarden Euro. Das operative Ergebnis betrug 4,1 Milliarden Euro, womit Porsche zu den profitabelsten Automobilherstellern der Welt zählt. 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. Meilensteine setzt Porsche auch bei Plug-in-Hybrid-Antrieben: So war Porsche der erste Hersteller, der diese Technologie bei Hochleistungssportwagen, exklusiven Limousinen sowie Premium-Geländewagen einsetzt. Und im rollenden Versuchslabor 919 Hybrid arbeitet Porsche in der LMP1-Klasse der WEC Langstreckenweltmeisterschaft bereits äußerst erfolgreich an der Technologie von morgen, die Ende des Jahrzehnts auch im ersten rein elektrobetriebenen Seriensportwagen Mission E zum Einsatz kommen wird. Insgesamt beschäftigt der Sportwagenhersteller mehr als 30.000 Menschen in weltweit 70 Tochtergesellschaften. Produktionsstandorte sind Zuffenhausen (911, 718 Boxster, 718 Cayman) und Leipzig (Panamera, Macan, Cayenne). Entwicklung und Design sowie der Motorsport sind im Entwicklungszentrum Weissach angesiedelt.

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."

DIE WIN-CHARTA

ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

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

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

3. Unsere Schwerpunktthemen

KÜNFTIGE SCHWERPUNKTE UNSERER NACHHALTGKEITSARBEIT

Im kommenden Jahr konzentrieren wir uns schwerpunktmäßig auf die folgenden Leitsätze der WIN-Charta:

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

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Nachhaltigkeit ist 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. Soziale Verantwortung, ökonomischer Erfolg und Effizienz sind in sich keine Widersprüche, sondern Grundbestandteile einer erfolgreichen, zukunftsweisenden Unternehmensführung. Unter strategischen Gesichtspunkten hat Nachhaltigkeit für Porsche hohe Priorität. Ausdruck dafür ist unter anderem die unmittelbare Verantwortung im Ressort des Vorstandsvorsitzenden. Seit 2016 ist nachhaltiges Handeln in Kombination mit der Stärkung der Innovationskraft des Unternehmens ein zentrales Ziel der Porsche Strategie 2025. Porsche hat den Anspruch, in allen Unternehmensbereichen nachhaltig und verantwortungsvoll zu handeln. Daher entspricht die Auswahl der Schwerpunktthemen den strategischen Zielen, die sich Porsche gesetzt hat.

ZIELSETZUNG ZU UNSEREN SCHWERPUNKTTHEMEN

4. Zielsetzung zu unseren Schwerpunktthemen

Schwerpunktthema 5: Energie und Emissionen

WO STEHEN WIR?

Der schonende Umgang mit natürlichen Ressourcen ist für Porsche unternehmerische Pflicht. Ob bei der Entwicklung oder in der Produktion: Das Ziel sind eine möglichst geringe Belastung der Umwelt sowie der effiziente Einsatz von Energie.

Das Handlungsfeld „Umwelt und Energie“ stellt die Themen „Energie und Emissionen im Betrieb“, „Umweltfreundliche Logistik“ sowie „Ressourcenverbrauch im Betrieb“ permanent auf den Prüfstand. Zum Umfang des Energie- und Umweltmanagements gehören die Themen Immissionsschutz (Luft/Lärm) und Bodenschutz, Umgang mit Altlasten, Gefahrgut und Abfall sowie Notfallvorsorge, Gewässer- und Naturschutz wie auch Energieeffizienz. Porsche verfügt in sämtlichen Bereichen über klar definierte Prozesse und Zuständigkeiten. Möglichkeiten für Rückmeldungen und zur Evaluierung von Prozessen sind festgeschrieben.

WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

Neben den offiziellen Zertifizierungen überprüft Porsche auch intern die Einhaltung von Umwelt- und Energiegesetzen im Rahmen jährlicher System- und Prozessaudits (Compliance Audits). Kennzeichen sind hohe Maßstäbe und der Einsatz externer Umwelt- und Energieauditoren. Für die Zukunft strebt Porsche eine CO₂-neutrale Produktion seiner Fahrzeuge an. Ein bedeutender Schritt wird die Produktion des Mission E als erster rein elektrisch betriebener Porsche sein – dieses soll von Ende des Jahrzehnts an CO₂-neutral am Standort Zuffenhausen gefertigt werden. Daher stellten Anfang 2017 die Porsche AG sowie die Tochtergesellschaften Porsche Leipzig GmbH und Porsche Logistik GmbH auf 100 Prozent Naturstrom um. Damit erhalten alle deutschen Produktionsstandorte eine ökologisch sinnvolle Energieversorgung. Ergänzt wird dies durch den zukünftigen Einsatz von Biogas am Standort Zuffenhausen.

DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

- Senkung der Umweltbelastung in der Produktion um 45 Prozent bis zum Jahr 2025 (Basisjahr 2014) und Steigerung der Ressourceneffizienz unter Berücksichtigung der KPI's Energie, CO₂ (je zu 60 Prozent) sowie Wasser, Abfall, VOC (je zu 40%) pro Karosse.

ZIELSETZUNG ZU UNSEREN SCHWERPUNKTTHEMEN

Schwerpunktthema 7: Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

WO STEHEN WIR?

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.

WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

Interaktion und Dialog kennzeichnen unsere Beziehungen zu allen Stakeholdern. Neben der klassischen Kommunikation öffnet Porsche neue Kanäle für den Dialog mit Kunden. Apps, Social Media, Chats, aber auch das übergreifende personalisierte Kundenportal „My Porsche“ dienen sowohl der unkomplizierten, schnellen Information als auch der individuellen Interaktion mit dem Unternehmen. Für die langfristige Kundenbindung ist der persönliche Kontakt unverzichtbar. Konstruktive Kritik ist für Porsche eine Chance, Produkte und Prozesse immer weiter zu verbessern. Die weltweite Porsche-Kundenmarktforschung zielt darauf ab, Erwartungen von Kunden besonders mit Blick auf neue Technologien im Automobilbau und die Nutzung individueller Mobilität rechtzeitig zu verstehen, gesamtheitlich zu interpretieren und damit frühzeitig in die Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen einfließen zu lassen. Jährlich werden mithilfe von mehr als 200.000 Befragungen die Daten und Stimmungen von Kunden in aller Welt gesammelt. Im sogenannten „Forum Produktqualität und Kundenzufriedenheit“ stimmt sich der Vorstand der Porsche AG eng mit Technikern und Vertretern des Qualitätswesens sowie den Bereichen Customer Relations und Aftersales über Lehren und Konsequenzen ab.

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.

ZIELSETZUNG ZU UNSEREN SCHWERPUNKTTHEMEN

Dies ist gerade auch vor dem Hintergrund einer sich immer schneller verändernden, zunehmend digitalen Welt besonders wichtig. Dabei setzt das Unternehmen auf moderne Personalarbeit mit effizienten Prozessen und vernetzten IT-Systemen. Die Digitalisierung der Unternehmensprozesse ist ein zentrales Element der Strategie 2025 und damit auch der Porsche-Personalstrategie. So werden durch zahlreiche Lean-Administration-Projekte und die konsequente Weiterentwicklung der IT-Systeme wichtige Erfolge bei der Optimierung von Prozessen und der Digitalisierung erzielt – stets in enger Abstimmung mit dem Betriebsrat und unter strenger Berücksichtigung höchster Anforderungen an Datenschutz und Datensicherheit. Das Ziel der 2017 gestarteten Wissensoffensive „Fit für Digit@l“ besteht darin, ein übergreifendes Verständnis und Wissen vor dem Hintergrund der Digitalisierung bei Porsche auf- und auszubauen. Es gilt, bei allen Mitarbeitern das Bewusstsein und die Motivation für den Wandel zu schaffen. Zudem geht es darum, Verständnis und Kenntnis über den Kern und die Treiber der Digitalisierung sowie die einzelnen Handlungsfelder bei Porsche zu erlangen. So soll der nachhaltige Aufbau eines Porsche-Digital-Mindsets unterstützt werden.

DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

- Ziel der Porsche Strategie 2025 ist eine exzellente Ertragskraft mit einer Umsatzrendite von mehr als 15 Prozent. Eine Exzellente Ertragskraft schafft Werte für die Porsche Eigentümer, Kunden, Mitarbeiter sowie die Gesellschaft und sichert den Boden, auf dem Porsche seine Zukunft baut – mit neuen Produkten, neuen Technologien und sicheren Arbeitsplätzen.
- Fest verankert in der Personalstrategie von Porsche, bildet die Arbeitgeberattraktivität in der übergeordneten Porsche Strategie 2025 einen von vier zentralen Schwerpunkten. Ziel ist es weiterhin in renommierten Arbeitgeberrankings Top-Platzierungen einzunehmen.

WO STEHEN WIR?

Elektrifizierung und Digitalisierung führen zu einem Umbruch in Automobilindustrie. Porsche nimmt diese Herausforderung entschlossen an. Das Unternehmen baut Sportwagen, die vermeintliche Gegensätze wie Tradition und Innovation, Performance und Alltagstauglichkeit, Funktionalität und Design sowie Exklusivität und soziale Akzeptanz zu einer Einheit verbinden. Eine Schlüsselrolle spielen dabei Kraftstoffverbrauch und Fahrzeugemissionen. Sie stellen nicht nur das wichtigste Thema mit Blick auf die Geschäftsrelevanz dar, sondern verfügen auch über hohe ökologische und soziale Auswirkungen. Kontinuierliche Effizienzsteigerung, Entwicklung alternativer Antriebstechnologien, weniger Kraftstoffverbrauch und weniger Emissionen – für Porsche ist ressourcenschonende und umweltverträgliche Mobilität ein übergeordnetes strategisches Ziel.

ZIELSETZUNG ZU UNSEREN SCHWERPUNKTTHEMEN

WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

In den vergangenen Jahren hat Porsche diverse Projekte zur Förderung einer umweltverträglichen Logistik vorangetrieben. 2017 wurden diese weiter umgesetzt, um die in der neuen „Green Logistics“-Strategie festgeschriebenen Ziele zu erreichen. Unter anderem wird eine Methodik aufgebaut, um erstmals für Porsche CO₂-Emissionen in der Transportlogistik gemäß Greenhouse-Gas-Protokoll ganzheitlich zu ermitteln. Die Berechnungsmethodik wird in den nächsten Jahren weiter verfeinert und plausibilisiert, um detailliertere Auswertungen zu erzielen. Angesichts der steigenden Verkehrsbelastung, besonders in Ballungsräumen, ist es Porsche wichtig, einen Beitrag zur Vermeidung von Emissionen zu leisten. Dazu werden 2017 drei CNG-Gas-Lkw für den täglichen Transport eingesetzt. Hierdurch können bis zu 20 Prozent der bisherigen CO₂-Emissionen eingespart werden – rund 119 Tonnen CO₂ jährlich. Die CNG-Gas-Lkw stoßen 80 Prozent weniger Rußpartikel und 90 Prozent weniger Kohlenmonoxid aus. Außerdem sind sie leiser. Es ist geplant, in den kommenden Jahren auch LNG-Gas-Lkw aufgrund der höheren Reichweite und der vielversprechenden Technologieentwicklung einzusetzen. Voraussetzung ist ein flächendeckender Ausbau eines LNG-Tankstellennetzes. Green Logistics heißt auch, dass künftig Porsche-Neufahrzeuge per Ökostrom mit der Bahn zur Verschiffung in die Seehäfen transportiert werden sollen. Die Umstellung auf Ökostrom wurde 2017 vorbereitet und mit den Transport-Dienstleistern abgestimmt. In der Folge können hierdurch künftig circa 6.194 Tonnen CO₂ pro Jahr eingespart werden. Dies entspricht etwa 3 Prozent der gesamten Emissionen der Porsche AG im Bereich Transport aus dem Jahr 2016. Zudem startete im August 2017 bei Porsche Leipzig das Projekt eJIT: Bei dem auf drei Jahre angelegten Pilotversuch wird ein Lkw mit rein elektrischem Antrieb im Logistikverkehr auf der Route zwischen Logistikzentrum und dem Versorgungszentrum der Montage getestet. Porsche ist der erste Automobilhersteller in Europa, der schnellstraßentaugliche, voll elektrische 40-Tonner einsetzt.

DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

- Innovationskraft und nachhaltiges Handeln bilden in der Porsche Strategie 2025 eines von vier Fokusthemen und gehören untrennbar zusammen. Mit einem übergreifenden Innovationsmanagement hat sich Porsche zum Ziel gesetzt, die eigene Innovationskraft weiter zu stärken und so die Zukunft des Sportwagens mitzugestalten. Insgesamt fokussiert Porsche so zehn Schwerpunkte, die den Kunden und das Unternehmen in den Mittelpunkt stellen.

WEITERE AKTIVITÄTEN

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Als Unternehmen ist Porsche integraler Bestandteil der Gesellschaft. Ethisches Verhalten ist deshalb essentiell. Das Unternehmen geht systematisch gegen Korruption vor, respektiert die Einhaltung international anerkannter Menschenrechte und lehnt jedwede Form von Zwangs- und Kinderarbeit kategorisch ab.
- Die Porsche AG duldet keine Menschenrechtsverstöße. Gemäß des UK Modern Slavery Acts veröffentlicht Porsche deshalb das "Slavery and Human Trafficking Statement". Die Porsche Beschaffung kauft zentral Produktionsmaterial, Dienstleistungen und Sachinvestitionen ein. Angesichts des stetig steigenden Absatzes von Porsche-Fahrzeugen in den vergangenen Jahren und den damit einhergehenden Anforderungen an die Beschaffung, ist dieser Unternehmensbereich zunehmend in den Fokus des Nachhaltigkeitsmanagements gerückt. Die Zusammenarbeit zwischen Porsche und seinen Lieferanten basiert dabei auf Vertrauen und gemeinsamen Werten. Kern und zentrales Kriterium für die Zusammenarbeit bildet die Einhaltung von Nachhaltigkeitsanforderungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette.
- Bei allen Themen, die Arbeitnehmer und das Unternehmen betreffen, kooperieren Arbeitgeber und Betriebsrat traditionell eng miteinander. Interne Medien informieren die Mitarbeiter der Porsche AG über die Vielfalt des Angebots. Darüber hinaus bietet der Betriebsrat mit seinen Betriebsversammlungen, die an den Porsche-Standorten in Deutschland stattfinden, eine umfassende Informations- und Diskussionsplattform. Diese Angebote sollen zukünftig weiter gefördert werden.

LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Das Porsche-Gesundheitsmanagement 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

WEITERE AKTIVITÄTEN

verhindert sowie Berufskrankheiten und arbeitsbedingte Gesundheitsgefahren vermieden werden. Um dies zu erreichen, sollen die Maßnahmen zur Förderung des Mitarbeiterwohlbefindens weiter gestärkt werden.

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Porsche pflegt den Austausch mit relevanten Anspruchsgruppen und stärkt diesen Dialog kontinuierlich. Vielfältige Kommunikationskanäle und Veranstaltungsformate stützen den Austausch mit externen und internen Stakeholdern. Das Porsche-Magazin „Christophorus“ erscheint weltweit in elf Sprachen. Die Umfeldzeitung „targa – Nachrichten für die Nachbarn“ richtet sich direkt an Anwohner der jeweiligen Porsche-Standorte. Der Online-Newsroom mit seinen Twitter- und Instagram-Kanälen, das Web-TV-Format „9:11 Magazin“ wie auch die Porsche-Webseite zählen zu wichtigen Informationsquellen von Meinungsbildnern, Entscheidungsträgern und Kunden. Mitarbeitern steht eine Vielzahl von Möglichkeiten zur Verfügung, sich ständig über Aktivitäten und aktuelle Entwicklungen des Unternehmens zu informieren – etwa über Mitarbeitermagazine, die jeweilige Standortzeitung, das eigene TV-Format oder auch über das Intranet. Die stetige Qualitätsverbesserung dieser Kommunikationskanäle steht dabei im Fokus.

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- 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. Ein konzernweit aufgestelltes Umwelt- und Energiemanagement überprüft kontinuierlich sämtliche Arbeitsprozesse entlang der Wertschöpfungskette auf ökologische Auswirkungen und Unregelmäßigkeiten. Interne Regelwerke und strategische Leitplanken sind der Orientierungsrahmen für das Umwelt- und Energiemanagement und stellen auch zukünftig die Rahmenbedingungen für ressourcenschonendes Wirtschaften dar.

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Die Langlebigkeit der Porsche-Sportwagen, ihre hochwertige Verarbeitung und der Einsatz verschleißbarer Materialien sind Teil des Porsche-Prinzips – mehr als 70 Prozent aller jemals gebauten 911 sind heute noch

WEITERE AKTIVITÄTEN

fahrbereit. Das Unternehmen berücksichtigt zunehmend alle Umweltauswirkungen eines Fahrzeugs über seinen Lebenszyklus hinweg – von der Rohstoffgewinnung über die Herstellung und Nutzung bis hin zur Verwertung. Ziel ist ein ökologisches Gesamtoptimum.

- Des Weiteren hat Fahrzeugsicherheit 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 international 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.

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Nachhaltigkeit ist 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. 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

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Compliance-Schulungen unterliegen der Verantwortung der Compliance-Themenverantwortlichen in Zusammenarbeit mit dem Personalressort. Feststehende Schulungsveranstaltungen richten sich regelmäßig an die Führungskräfte sowie neue Mitarbeiter und werden durch Schwerpunkt-Schulungen in ausgewählten Themen und Zielgruppen ergänzt. Im Mittelpunkt stehen die Porsche-Verhaltensgrundsätze, die Compliance-Kultur von Porsche sowie grundlegende Vorgaben zur Vermeidung von Anti-Korruption und Eckpunkte des Kartellrechts. Zur Theorie kommen praktische Übungen. Porsche-Führungskräfte sind dazu aufgefordert, Mitarbeitern mit Hinweisen auf mögliche Compliance-Fälle in ihren jeweiligen

WEITERE AKTIVITÄTEN

Verantwortungsbereichen jederzeit als Ansprechpartner zur Verfügung zu stehen. Diese Maßnahmen haben das Ziel, Korruption systematisch vorzubeugen und somit zu einem fairen Wettbewerb beizutragen.

Regionaler Mehrwert

LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Porsche fördert im Bereich Spenden und CSR-Sponsoring mehr als 100 Projekte. Förderprojekte begreift Porsche als Teil der unternehmerischen Verantwortung im Sinne des bürgerschaftlichen und sozialen Engagements für die Gesellschaft. Dabei gibt es fünf Schwerpunkte: Bildung und Wissenschaft, Kultur, Soziales, Sport und Umwelt. Unter anderem engagiert sich Porsche beispielsweise beim Ausbildungscampus der Bürgerstiftung Stuttgart. Die Stiftung hat gemeinsam mit öffentlichen Trägern und Unternehmensvertretern ein Modell entwickelt, das Jugendliche mit Unterstützungsbedarf – insbesondere junge Flüchtlinge – in Ausbildung und Arbeit bringen soll. Mit Projekten wie diesen will Porsche auch in Zukunft Verantwortung übernehmen, weiter regionalen Mehrwert schaffen und einen positiven Beitrag zur Gesellschaft leisten.

LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- 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. Die gezielte Förderung von Eigeninitiative bei den Mitarbeitern soll zukünftig weiter gestärkt werden.

UNSERE WIN!-PROJEKTE

6. Unsere WIN!-Projekte

DIESE PROJEKTE UNTERSTÜTZEN WIR

Porsche 6-Stunden-Lauf

Mit dem Porsche 6-Stunden-Lauf ermöglicht Porsche seit 2015 den Mitarbeitern sich aktiv für die Unterstützung von gemeinnützigen Projekten zu engagieren. Aufgeteilt in Teams erläuft die Porsche-Belegschaft gemeinsam Spenden für den guten Zweck. Über 3.000 Läuferinnen und Läufer gingen dabei 2017 an den Start. Für jede absolvierte Runde spendet Porsche fünf Euro für gemeinnützige Tätigkeiten. Dabei wurde 2017 der Betrag nach 26.033 gelaufenen Runden auf insgesamt 185.000 Euro aufgerundet. Eingesetzt wurde die Spende für die „Klinik-Clowns“ der Olgäle-Stiftung, die Ausstattung des ersten stationären Kinder- und Jugendhospiz in Baden-Württemberg, die Mobile Jugendarbeit Stuttgart, die Stuttgarter Jugendhaus gGmbH sowie die Gustav-Werner-Schule Zuffenhausen, eine Förderschule für geistig behinderte Kinder und Jugendliche. Auch in Zukunft soll der 6-Stunden-Lauf den Porsche Mitarbeitern die Möglichkeit geben, mit ihrem sportlichen Einsatz Spenden für soziale Zwecke zu sammeln.



UNSERE WIN!-PROJEKTE

Naturschutzprojekt Greutterwald – Biotoppflege

In Zusammenarbeit mit dem Stuttgarter Garten-, Friedhofs- und Forstamt führt Porsche auf einer Fläche von 400 Quadratmetern in Stuttgart-Zuffenhausen ein Biotoppflege-Projekt zum Schutz der Amphibien im Naturschutzgebiet Greutterwald durch. Durch den Pendler-Verkehr in der Vergangenheit wurde vor Ort der Lebensraum von Amphibien gefährdet und durch die Verlandung der Tümpel die Springfroschpopulation bedroht. Aufgrund des angrenzenden Porsche-Werksgeländes sieht sich Porsche in der Verantwortung dieses wichtige Naherholungsgebiet für Anwohner zu erhalten, durch Pflegemaßnahmen den Wald als Frischluftschneise für Stuttgart zu bewahren und die Biodiversität zu schützen. Porsche übernimmt mit der Unterstützung des Biotoppflege-Projekts Verantwortung als Förderer des Naturschutzgebiets Greutterwald und schafft so einen Mehrwert für die Lebensqualität der Anwohner und den Erhalt der Biodiversität.

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 19.04.2018 von

Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG
Porscheplatz 1
70435 Stuttgart
Internet: <https://www.porsche.com/germany/>



PORSCHE