



PORSCHE



NACHHALTIGES
WIRTSCHAFTEN



Taycan Turbo S: Stromverbrauch: 28,5 kWh/100 km; CO₂-Emissionen kombiniert 0 g/km

WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2021

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



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	7
Leitsatz 05 – Energie und Emissionen.....	10
5. Weitere Aktivitäten.....	12
Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden	12
Umweltbelange.....	13
Ökonomischer Mehrwert.....	14
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption	16
Regionaler Mehrwert.....	18
6. Unser WIN!-Projekt	21
7. Kontaktinformationen	23
Ansprechpartnerin	23
Impressum	23

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Die Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG mit Sitz in Stuttgart-Zuffenhausen ist einer der profitabelsten Automobilhersteller der Welt. Porsche hat 2020 weltweit mehr als 272.000 Fahrzeuge der Modelle 911, 718 Boxster, 718 Cayman, Cayenne, Macan, Panamera und Taycan an Kunden ausgeliefert. Der Sportwagenhersteller erzielte in 2020 ein operatives Ergebnis von 4,2 Milliarden Euro. Die operative Umsatzrendite lag 2020 bei 14,6 Prozent. Porsche hat Werke in Stuttgart und Leipzig und betreibt ein Entwicklungszentrum in Weissach. Das Unternehmen beschäftigt 36.000 Mitarbeiter. Porsche steht für Innovationen, wobei viele Technologien ihren Ursprung im Motorsport haben. Porsche nimmt seine unternehmerische Verantwortung ganzheitlich wahr: ökonomisch, ökologisch und sozial.

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.

Ausführliche Informationen zu den Nachhaltigkeitsaktivitäten von Porsche entnehmen Sie bitte dem aktuellen [Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht](#).

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, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden

Leitsatz 01 – Menschenrechte und Rechte der Arbeitnehmenden: *"Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."*

Leitsatz 02 – Wohlbefinden der Mitarbeitenden: *"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden."*

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 Mitarbeitende 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 <http://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/wirtschaft-handelt-nachhaltig>.

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 checked="" 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 checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 7	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 8	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 10	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 11	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 12	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: „Porsche hilft“

Schwerpunktbereich:

- Energie und Klima Ressourcen Bildung für nachhaltige Entwicklung
 Mobilität Integration

Art der Förderung:

- Finanziell Materiell Personell

4. Unsere Schwerpunktt Themen

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 zentraler Bestandteil der Porsche Strategie. 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 2030. Die Zuständigkeit dafür liegt direkt im Ressort des Vorstandsvorsitzenden und wird zusätzlich durch Patenschaften des Vorstands für Produktion und Logistik sowie des Vorstands für Beschaffung verstärkt. Porsche verfolgt das langfristige Ziel, wertschaffendes Wachstum für ökonomische Werte und gesellschaftliche Verantwortung zu erreichen und zugleich den unternehmerischen Umweltfußabdruck weiter zu reduzieren. Porsche hat den Anspruch ein Pionier nachhaltiger Mobilität zu sein.

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

Ausführliche Informationen zu den Nachhaltigkeitsschwerpunkten von Porsche entnehmen Sie bitte dem aktuellen [Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht](#).

Leitsatz 01 – Menschen- und Arbeitnehmerrechte

ZIELSETZUNG

Der Mensch steht bei Porsche im Mittelpunkt – der Mitarbeiter genauso wie die Gesellschaft, 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 Produktportfolios 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

- 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.
- Sustainability Rating (S-Rating) verpflichtend für Lieferanten von Produktionsmaterial eingeführt
- Unterstützung von Partnern bei der Etablierung von geeigneten Nachhaltigkeitsmaßnahmen
- Schulungen und Audits bei Partnern

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- Einsatz von Künstlicher Intelligenz, um Nachhaltigkeitsrisiken wie Umweltverschmutzung, Menschenrechtsverstöße und Korruption nicht nur bei direkten Geschäftspartnern, sondern auch in den tieferen Stufen ihrer Lieferkette frühzeitig zu erkennen
- Beitritt in die Responsible Mica Initiative

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

In Zeiten, die geprägt sind vom enormen Wandel der Automobilindustrie und einer zügig fortschreitenden digitalen Transformation, stellt Porsche unverändert den Menschen in den Mittelpunkt.

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: Prozentsatz der Lieferanten für Produktionsmaterial mit positivem S-Rating

- Stand 2020: 91%
- Stand 2019: 80%

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 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 von 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. Durch die Berücksichtigung der Interessen und Sichtweisen verschiedener Anspruchsgruppen lassen sich wichtige gesellschaftliche Trends frühzeitig identifizieren und in unternehmerische Entscheidungen einbeziehen. Umgekehrt kann im gegenseitigen Austausch transparent dargestellt werden, welche Handlungsspielräume Porsche bei aktuellen Herausforderungen sieht und welche Voraussetzungen und Rahmenbedingungen für das Unternehmen wichtig sind.



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

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

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-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 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 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.

- Der Nachhaltigkeitsbeirat tagte im Berichtsjahr zweimal konsolidierend mit dem Porsche-Vorstand. Zentrale Themen waren unter anderem die Corona-Krisenbewältigung, die Dekarbonisierung sowie eine resiliente und nachhaltige Gestaltung von Lieferketten. Ergänzend tagte der Porsche Nachhaltigkeitsbeirat einmal mit dem Nachhaltigkeitsbeirat des Volkswagen Konzerns und zweimal mit der Geschäftsstelle des Nachhaltigkeitsbeirats und Fachexperten. Neben regelmäßig stattfindenden Telefonkonferenzen wurden die Beiräte in die Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie und die Intensivierung des Stakeholderdialogs miteingebunden.

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 integrierter, verantwortungsbewusster Arbeitgeber und Wirtschaftspartner zu sein, ist integraler Bestandteil der Unternehmensphilosophie.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen

ZIELSETZUNG

Porsche bekennt sich zum Pariser Klimaabkommen – und setzt sich darüberhinausgehende ambitionierte Ziele. Bis 2030 soll Porsche über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg bilanziell CO₂-neutral sein.



Taycan Turbo S: Stromverbrauch kombiniert 28,5 kWh/100 km; CO₂-Emissionen kombiniert 0 g/km

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- CO₂-Neutralität an allen Hauptstandorten seit 1. Januar 2021 – Stuttgart-Zuffenhausen, Weissach und Leipzig
- Seit 2014 -93% CO₂-Emissionen pro Fahrzeug in der eigenen Produktion
- Bei der Produktion von Hochvolt-Batterien muss der Lieferant verpflichtend erneuerbare Energien einsetzen
- Rund 1.300 Serienlieferanten zum Einsatz von erneuerbaren Energien zur Fertigung der Porsche-Bauteile aufgefordert
- Ausbau der erneuerbaren Energien beim Laden, um die Nutzungsphase konsequent grün zu stellen
- Über die nächsten 10 Jahre sind für die Dekarbonisierung Mittel im Umfang von über 1 Mrd. EUR eingeplant

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

- Porsche reduziert die CO₂-Emissionen in den eigenen Werken: Der Taycan, der erste vollelektrische Sportwagen des Unternehmens, wird im Werk Stuttgart-Zuffenhausen bereits seit Aufnahme der Produktion im Jahr 2019 CO₂-neutral gefertigt. Seit 2020 gilt dies für den gesamten Stammsitz und damit auch für die Sportwagen 911 und 718. Anfang 2021 kamen das Entwicklungszentrum in

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Weissach und das Werk in Leipzig hinzu, wo die Modelle Macan und Panamera produziert werden. Damit arbeiten bereits heute alle großen Porsche-Standorte CO₂-neutral.

- Neben den eigenen Standorten reduziert Porsche CO₂-Emissionen auch in der Lieferkette. Die rund 1.300 Serienlieferanten sind dazu aufgefordert ausschließlichen erneuerbaren Energien zur Fertigung der Porsche-Bauteile einzusetzen. Dies gilt für alle Vergaben von Produktionsmaterial für neue Fahrzeugprojekte. Lieferanten, die nicht bereit sind auf zertifizierten Grünstrom umzustellen, werden im Vergabeprozess von Porsche langfristig nicht mehr berücksichtigt.
- Zusätzlich investiert das Unternehmen über die nächsten zehn Jahre mehr als eine Milliarde Euro in Dekarbonisierungsmaßnahmen. Einen Meilenstein hat Porsche mit der Weltpremiere des Taycan Cross Turismo Anfang März gesetzt. Der Allrounder unter den Elektro-Sportwagen ist das weltweit erste Fahrzeug, das in der gesamten Nutzungsphase CO₂-neutral sein soll. Weitere Modellreihen werden folgen. Zudem sollen im Jahr 2030 mehr als 80 Prozent aller neu verkauften Fahrzeuge als rein elektrisches Modell oder als Plug-in-Hybrid in Kundenhand übergeben werden. Schon 2025 soll der Anteil der Neufahrzeuge mit Elektromotor 50 Prozent betragen.

INDIKATOREN

Indikator 1: Direkte und indirekte THG-Emissionen

- Gesamt 2020: 26.971 t CO₂-Äquivalent
- Gesamt 2019: 57.685 t CO₂-Äquivalent
- Gesamt 2018: 63.203 t CO₂-Äquivalent

Indikator 2: CO₂-Emissionen pro Fahrzeug

- 2020: 69 kg/Fzg.
- 2019: 239 kg/Fzg.
- 2018: 246 kg/Fzg.

AUSBLICK

Das Schwerpunktthema „Energie und Emissionen“ ist bei Porsche ein wichtiges Element in der täglichen Unternehmenspraxis und wird es auch in Zukunft sein. Mit einem umfangreichen Dekarbonisierungs-Programm werden die CO₂-Emissionen entlang der Wertschöpfungskette konsequent vermieden und reduziert.

5. WEITERE AKTIVITÄTEN

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden

LEITSATZ 02 – WOHLBEFINDEN DER MITARBEITENDEN

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. Aufgrund der Corona-Krise wurde die Aus- und Weiterbildung im Berichtsjahr konsequent mit Online-Angeboten sichergestellt. Hierzu wurde das Qualifizierungsportfolio neu ausgerichtet und Präsenzformate auf E-Learnings umgestellt. Durch veränderte Arbeitsformen im Zuge der Corona-Krise haben sowohl der Umgang mit digitalen Technologien als auch die virtuelle Zusammenarbeit 2020 an Bedeutung gewonnen. Die 2017 gestartete Wissensoffensive „Fit für Digit@l“ stellte dafür eine ausgezeichnete Grundlage dar. Mit gezielter Erweiterung des Angebots und der Umstellung von Präsenzformaten auf Live-Online-Trainings wurde sichergestellt, dass die Mitarbeiter fit für den digitalen Wandel werden.

Ausblick:

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

5. WEITERE AKTIVITÄTEN

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

Porsche arbeitet auf ein klares Ziel hin: die „Zero Impact Factory“ – eine Produktion ohne negative Umweltauswirkungen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Die neue Fabrik für den vollelektrischen Porsche Taycan im Stammwerk Stuttgart-Zuffenhausen ist ein erster Meilenstein in diese Richtung; im Rahmen der Werkserweiterung hat das Unternehmen den gesamten Standort optimiert und vollständig CO₂-neutral gestaltet.
- Mit einer maßgeschneiderten Strategie wird systematisch an der Ressourceneffizienz gearbeitet. Wichtige Elemente sind die Reduktionsziele für die fünf Kernfelder Energie, CO₂, Abfall, Wasser und VOC je Fahrzeug, die im Zeitraum 2014 bis 2025 um 45 Prozent verringert werden sollen. Dabei spielen unter anderem das möglichst sparsame Nutzen 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 Strategie ist Teil des Umweltmanagements bei Porsche, das unternehmensweit nach den Umweltmanagementnormen ISO 14001 und EMAS (am Standort Stuttgart-Zuffenhausen) zertifiziert ist. Die Mitarbeiterbeteiligung ist dabei essenziell. Sie werden über verschiedene Maßnahmen, darunter auch ein internetbasiertes Training, für die Thematik sensibilisiert und verfolgen fest verankerte Ziele. Seit 2015 befinden sich mehr als 300 Einzelmaßnahmen in der Umsetzung.

Ausblick:

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

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 die Umweltauswirkungen der eigenen Fahrzeuge sukzessive über den gesamten Lebenszyklus hinweg – von der Rohstoffgewinnung über die Herstellung und Nutzung bis hin zur Verwertung.
- Fahrzeugsicherheit hat für Porsche höchste Priorität. Dabei steht die Sicherheit der Insassen

5. WEITERE AKTIVITÄTEN

an oberster Stelle. Darüber hinaus spielt auch der sogenannte Partnerschutz, also die Sicherheit aller Verkehrsteilnehmer, eine entscheidende Rolle.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Im Berichtsjahr hat Porsche den rein elektrisch betriebenen Taycan in allen großen Märkten erfolgreich eingeführt. Von einer international anerkannten Jury wurde er 2020 zum innovativsten Automobil der Welt gewählt. Trotz der über mehrere Wochen hinweg geschlossenen Porsche-Zentren wurden im Berichtsjahr 20.015 Einheiten des neuen Taycan ausgeliefert. Technologisches Rückgrat des 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 beim Taycan 4S bei bis zu 464 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 seinen Partnern gestaltet Porsche eine nachhaltige Zukunft der Mobilität.
- Auf der gleichen Plattform mit Flachboden-Batterie des Taycan wurde 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.

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Porsche verfügt über eine exzellente Ertragskraft. Als strategische Ziele sind eine operative Umsatzrendite von mindestens 15 Prozent und eine Kapitalrendite von mindestens 21 Prozent definiert.
- Trotz hoher Investitionen im Rahmen der E-Mobilität stellt der Sportwagenhersteller durch kontinuierliche Produktivitäts- und Prozessverbesserungen sowie ein stringentes Kostenmanagement sicher, dass auch in Zukunft die eigenen Ertragsziele erreicht werden.
- Weiterentwicklung eines zukunftsorientierten Kompetenz- und Talentmanagement sowie exzellente Qualifizierungs- und Weiterentwicklungsmöglichkeiten für die Mitarbeiter.

5. WEITERE AKTIVITÄTEN

Ergebnisse und Entwicklungen:

2020 hat Porsche die größte Rekrutierungsmaßnahme seiner Geschichte erfolgreich abgeschlossen. Seit Start der Rekrutierungen im November 2018 sind für die Produktion des Taycan in Zuffenhausen rund 2.000 neue Mitarbeiter eingestellt worden. Hinzu kamen im Berichtsjahr weitere 500 neue Kollegen für andere direkte Produktionsbereiche. Mit einer Vielzahl an Bewerbungstagen haben Personalbereich und Produktion den interessierten Fachkräften die Möglichkeit gegeben, sich in persönlichen Gesprächen über die Jobangebote bei Porsche zu informieren. Eine wichtige Maßnahme für den Hochlauf der Taycan-Produktion stellt zudem die Konzernkooperation mit Audi in Neckarsulm dar. Im Rahmen einer auf zwei Jahre befristeten Vereinbarung sind seit Juni 2020 rund 400 Audi-Mitarbeiter zu Porsche gewechselt.

Ausblick:

- Porsche investiert bis 2025 rund fünfzehn Milliarden Euro in die Elektrifizierung, Digitalisierung und nachhaltige Produktion seiner Fahrzeuge und baut sein Angebot im Bereich der Elektromobilität konsequent aus. Bis 2025 sollen 50 Prozent aller neu verkauften Porsche-Fahrzeuge elektrifiziert sein.
- Porsche stellt sich den großen finanziellen Herausforderungen der Gegenwart. Das Unternehmen investiert umfassend in Bereiche wie Innovation, Digitalisierung und Weiterbildung. Trotz dieses notwendigen finanziellen Kraftakts hält Porsche am strategischen Ziel einer Umsatzrendite von 15 Prozent fest.

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Erforschung und Industrialisierung synthetischer Kraftstoffe
- Der Taycan Cross Turismo
- „VDA-Logistik-Award“ für Porsche Leipzig

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Porsche wird ab 2025 die Hälfte aller Fahrzeuge mit E-Antrieb verkaufen – sowohl mit voll- als auch mit teilelektrischem Antrieb. Üblicherweise werden die Fahrzeuge des Sportwagenherstellers sehr lange gefahren: Rund 70 Prozent aller jemals gebauten Porsche existieren noch. Auch deswegen hat das Unternehmen 2020 bekannt gegeben, dass es sich an der Erforschung und Industrialisierung synthetischer Kraftstoffe beteiligen wird. Da solche Kraftstoffe mithilfe regenerativ erzeugter elektrischer Energie hergestellt werden, spricht man von eFuels. Die von Porsche angestrebten eFuels sollen in ihren Eigenschaften den aktuellen Kraftstoffnormen entsprechen. Sie können somit in allen Verbrennungsmotoren eingesetzt werden – in aktuellen Modellen ebenso wie in Klassikern der Marke und im Motorsport. Ein großer Vorteil etwa im Vergleich zu Wasserstoffgas ist, dass eFuels über das vorhandene Tankstellennetz vertrieben werden können.

5. WEITERE AKTIVITÄTEN

- Porsche erweitert mit dem Taycan Cross Turismo das Produktportfolio seiner ersten vollelektrischen Sportwagen-Modellreihe und setzt seinen Weg in die nachhaltige Mobilität damit konsequent fort. Der Taycan Cross Turismo profitiert ebenso wie die Sportlimousine Taycan vom innovativen Elektroantrieb mit 800-Volt-Architektur. Als erstes Cross Utility Vehicle (CUV) der Marke vereint der Fünftürer Porsche-typische Fahrdynamik mit einem geländetauglichen Hightech-Fahrwerk. Porsche hat mit dem Taycan Cross Turismo einen weiteren wichtigen Meilenstein gesetzt: Der vollelektrische Sportwagen ist das erste Fahrzeug, das in der gesamten Nutzungsphase CO₂-neutral sein wird. Über die nächsten zehn Jahre investiert Porsche mehr als eine Milliarde Euro in Windräder, Solarenergie und andere Klimaschutzmaßnahmen.
- Der Verband der Automobilindustrie (VDA) hat Porsche Leipzig mit dem „VDA-Logistik-Award 2020“ ausgezeichnet. Porsche setzt mit seinem Konzept auf intelligente Planungstools, hoch automatisierte Prozesse und eine energieeffiziente Lager- und Kommissioniertechnik. Die Jury befand: „Stark integriert, intelligent automatisiert und auf höchste Zuverlässigkeit und Effizienz getrimmt, zeigt das Konzept Innovationspotenzial für das Werk, die Automobilindustrie und die Logistik in anderen Branchen auf.“ Mit einer Einsparung von 3.500 Tonnen CO₂ pro Jahr setzt Porsche Maßstäbe beim Schonen von Ressourcen. Herzstück des automatisierten Kleinteilelagers sind 90 Shuttles, die in zwei Gassen alle Kleinladungsträger ein- und auslagern. Beim Einlagern kommt ein vollautomatischer Roboter zum Einsatz. Die Neuerung sichert die hohe Varianz der Produktion, senkt Kosten und gestaltet Arbeitsplätze ergonomischer.

Ausblick:

Technologische Sprünge in der Automobilindustrie erfordern ein komplett neues Denken und schnelleres Handeln, um die Zukunft des Sportwagens zu gestalten. Im Rahmen der Strategie 2030 hat Porsche ein breites Projektportfolio definiert, welches die Kunden, die Fahrzeuge sowie das Unternehmen in den Mittelpunkt stellt. Die Zusammenarbeit mit Startups und Partnern hilft Porsche bei der Umsetzung von nachhaltigen Innovationen.

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Grünes Schuldscheindarlehen mit Volumen von einer Milliarde Euro
- Porsche investiert bis 2025 rund fünfzehn Milliarden Euro in die Elektrifizierung

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Porsche ist bereits im August 2019 bei der Refinanzierung nachhaltiger Projekte neue Wege gegangen. Als bis dato erster Automobilhersteller hat Porsche das größte grüne Schuldscheindarlehen am Kapitalmarkt platziert – mit einem Volumen von einer Milliarde Euro. Das refinanzierte Projektportfolio umfasst Ausgaben für die Entwicklung des vollelektrischen Porsche Taycan sowie Investitionen in energieeffiziente, moderne Produktionsgebäude und -anlagen, die

5. WEITERE AKTIVITÄTEN

ausschließlich der Herstellung und Entwicklung batteriebetriebener Fahrzeuge dienen. Die Zusammensetzung dieses grünen Projektportfolios hat das Unternehmen in der Kategorie „Clean Transportation“ durch die Climate Bond Initiative (CBI) zertifizieren lassen. Dies erfolgte gemäß den Green Bond Principles der International Capital Market Association (ICMA) und wurde durch die Ratingagentur ISS ESG verifiziert. Im Rahmen einer Zertifizierung (Post-Issuance Certification) im September 2020 wurde ISS ESG und CBI die ordnungsgemäße und vollständige Mittelverwendung für das Projektportfolio bestätigt. Das refinanzierte grüne Projektportfolio unterstützt die Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen, konkret die Unterziele 9.4 (Senkung der CO₂-Emissionen durch saubere Technologien) und 11.2 (Zugang zu nachhaltigen Verkehrssystemen).

- Porsche investiert bis 2025 rund fünfzehn Milliarden Euro in die Elektrifizierung, Digitalisierung und nachhaltige Produktion seiner Fahrzeuge und baut sein Angebot im Bereich der Elektromobilität konsequent aus. Bis 2025 sollen 50 Prozent aller neu verkauften Porsche-Fahrzeuge elektrifiziert sein.

Ausblick:

Im Teilkonzern Automotive ist es das Ziel von Porsche, den Anteil nachhaltiger Refinanzierungen von derzeit rund 50 Prozent bis 2030 auf 100 Prozent zu steigern.

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Gesetzeskonformes Verhalten stellt Porsche durch eine am Geschäftsmodell orientierte Compliance-Organisation, rechtssichere Prozesse sowie Maßnahmen der Prävention und Reaktion sicher.
- Weiterbildungsmaßnahmen zu Compliance-Themen, u.a. Anti-Korruption

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Porsche betrachtet derzeit in seinem Compliance-Managementsystem sechs sogenannte Compliance-Themenfelder, darunter zum Beispiel Anti-Korruption und Geldwäscheprävention. Um Rechtsverstöße zu verhindern und die Mitarbeiter bei der Einhaltung von Recht und Gesetz zu unterstützen, hat Porsche vor vielen Jahren eine Compliance-Organisation eingerichtet. Diese besteht unter anderem aus dem Chief Compliance Officer, Compliance-Themenverantwortlichen bei der Porsche AG sowie lokalen Compliance Officers in Konzerngesellschaften. Das Compliance-Programm von Porsche umfasst verschiedene Maßnahmen zur Prävention und Reaktion.
- In Zusammenarbeit mit dem Personalbereich unterliegt die Verantwortung zur Durchführung von Compliance-Schulungen den Compliance-Themenverantwortlichen. In 2020 wurden zahlreiche Präsenz- und virtuelle Schulungen durchgeführt – darunter auch verpflichtende digitale Lernmodule, zum Beispiel zur Leitlinie Verhaltensgrundsätze und zum Thema Datenschutz. Es ist geplant, das Angebot an digitalen Lernmodulen sukzessive um weitere Compliance-Themen zu erweitern. 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,

5. WEITERE AKTIVITÄTEN

Frequenz und Kapazitätsbedarfe. Feststehende Schulungsformate gibt es für (neue) Führungskräfte, Nachwuchsführungskräfte, neue Mitarbeiter und Trainees. Zusätzlich werden Schulungen zu aktuellen beziehungsweise relevanten Themen und mit gefahrgeneigten Fachbereichen oder auf Anfrage durchgeführt.

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:

Porsche versteht sich als aktiver Teil der Gesellschaft. Sei es an den eigenen Standorten oder indirekt durch Lieferanten und Geschäftspartner über die Porsche Waren und Dienstleistungen bezieht. Das Unternehmen hat den Anspruch, ein wertvoller und verantwortungsbewusster Partner für die Gesellschaft zu sein – sowohl lokal, regional als auch global. Porsche möchte vor allem dort aktiv werden, wo Unterstützung besonders gebraucht wird, und leistet Beiträge für Umwelt- und Sozialbelange in zahlreichen Ländern und Regionen.

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. Aufgrund massiver Auswirkungen der Corona-Krise auf schutzbedürftige Teile der Gesellschaft hat Porsche seine Unterstützung erheblich erweitert. Insgesamt förderte das Unternehmen im Berichtsjahr rund 200 Einzelprojekte aus unterschiedlichen Bereichen mit Spenden sowie CSR- und Kultur-Sponsoring. Weitere Spenden flossen an die gemeinnützige 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 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 liegt auf dem Ausbau eines nachhaltigen Mobilitätsangebots an den Porsche-Standorten im Rahmen des betrieblichen Mobilitätsmanagements. Ziel hierbei ist es, das Mobilitätsverhalten der Belegschaft im Rahmen des Pendel- und Dienstverkehrs umwelt- und

5. WEITERE AKTIVITÄTEN

sozialverträglicher zu gestalten. Wegen der positiven Resonanz wurde im Berichtsjahr das nachhaltige Mobilitätsangebot an den Porsche-Standorten erneut gestärkt und die Initiative „Campus- und Mitarbeitermobilität“ gestartet. Alle Aktivitäten zur Mitarbeitermobilität werden zentral koordiniert und ein Maßnahmenplan sieht sukzessiv die Weiterentwicklung des Mobilitätsangebotes vor. Neben weiteren verkehrs-reduzierenden Maßnahmen ist auch die Umsetzung elektrifizierter Mikromobilitätspiloten, wie bspw. das Angebot von E-Scootern und E-Bikes am Standort Stuttgart-Zuffenhausen, sowie ein unternehmensweites Mobilitäts-Dashboard (zur Echtzeit-Visualisierung der Mobilitätsangebote) geplant. Im Zuge des Ausbaus nachhaltiger und alternativer Mobilitätsformen fördert Porsche auch die Elektrifizierung des motorisierten Standortverkehrs. Dabei wird die werksinterne Ladeinfrastruktur ausgebaut sowie mit zertifiziertem Grünstrom versorgt und die Dienst- und Leasingfahrzeugflotte wird kontinuierlich weiter elektrifiziert.

Ausblick:

- Selbstverständlicher Anspruch für Porsche ist es, von Wirtschaft und Gesellschaft als starker Partner und vorbildliches Unternehmen wahrgenommen zu werden. Dazu lässt sich das Unternehmen auch von externen Organisationen bewerten und richtet seine Verbesserungsmaßnahmen an den Ergebnissen aus.
- Das Unternehmen setzt sich zukünftig noch stärker für die Unterstützung sozial benachteiligter Personen und Gruppen sowie für die Förderung von Kultur und Sport ein. Porsche beabsichtigt auch sein Engagement für Bildung, den Umweltschutz und Biodiversität sowie für die Verbesserung von Lebens- und Arbeitsbedingungen in Ländern des globalen Südens weiter auszubauen.

LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Weiterentwicklung des Innovations- und Ideenmanagements
- Neue Podcast-Reihe „Next Visions“

Ergebnisse und Entwicklungen:

- 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. Um noch mehr Kollegen die Teilnahme am Porsche Ideenmanagement (PIDM) zu ermöglichen, wurde im Berichtsjahr die PIDM-Zielgruppe erweitert. So können nun auch Leih- und Zeitarbeiter, Auszubildende, Praktikanten und Werkstudenten sowie Mitarbeiter weiterer deutscher Konzerngesellschaften Ideen einreichen. Mit der vollständigen Digitalisierung und anwenderorientierten Optimierung des PIDM-Workflows ist für Einreicher, Führungskräfte, Gutachter und Realisierer alles auf einen Blick verfügbar.

5. WEITERE AKTIVITÄTEN

- Die neue Podcast-Reihe „Next Visions“ erweitert seit April 2020 die Porsche-Themenplattform. Jeweils zwei Vordenker diskutieren gesamtgesellschaftliche, wirtschaftliche und ethische Fragen. Unter dem Slogan „Next Visions“ wirft Porsche bereits seit geraumer Zeit einen Blick in die Zukunft des Unternehmens, diskutiert künftige Herausforderungen und Chancen und lässt dabei ganz bewusst neue Perspektiven zu. Der neue Podcast bietet inspirierenden Persönlichkeiten außerhalb des Unternehmens eine Plattform, um ihre Zukunftsvisionen zu teilen und der interessierten Öffentlichkeit Denkanstöße zu liefern. Unter anderem gab es spezifisch Episoden zu Nachhaltigkeitsansätzen, z.B. zu einem Nudging-Projekt des Porsche Nachhaltigkeitsbeirats oder zu Nachhaltigkeit in der Logistik und Produktion.

Ausblick:

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.

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, die Gesellschaft, Politik und Industrie durch die weltweite Corona-Krise erfahren, ist das Programm „Porsche hilft“ entstanden. Porsche hat in seinem Umfeld und mit der Politik geprüft, wo im Berichtsjahr der konkrete Unterstützungsbedarf am größten ist und welche Hilfe schnell realisiert werden kann. Im Rahmen von „Porsche hilft“ hat Porsche so sechs Aktionsfelder definiert und sein Spendenvolumen um fünf Millionen Euro aufgestockt: die Ausgaben für Lebensmittelspenden an die Tafeln im Umfeld der Unternehmensstandorte beispielsweise wurden auf 200.000 Euro verdoppelt. Außerdem konnten zahlreiche lokale Hilfsorganisationen sowie Altenheime und Kliniken unterstützt werden – etwa bei der Anschaffung von Schutzausrüstung oder medizinischen Geräten. Zudem wurde innerhalb kürzester Zeit eine Plattform aufgebaut, die Organisationen und Vereine auflistete, die dringend ehrenamtliche Unterstützung benötigten. Hunderte von Porsche-Mitarbeitern sind diesem Aufruf gefolgt.

Der Schulterschluss zwischen Politik, Wirtschaft und Gesellschaft in der Krise war eine wichtige Erfahrung. Konkret haben Berater der Porsche-Tochtergesellschaften Porsche Consulting und der

UNSER WIN!-PROJEKT

Management- und IT-Beratung MHP die Krisenstäbe der Landesregierungen von Baden-Württemberg und Sachsen unterstützt. Porsche organisierte die Lieferketten für Schutzkleidung aus China. Dabei ging es um Artikel in einem hohen dreistelligen Millionenbereich. Bei den Transporten mit zeitweise bis zu sechs Frachtflugzeugen pro Woche arbeitete Porsche mit den Logistikpartnern DB Schenker und Lufthansa Cargo zusammen.

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 zu erwarten sind – direkt oder indirekt.

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartnerin

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

Impressum

Herausgegeben am 30.07.2021 von

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



PORSCHE