

PORSCHE



# WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

*Vereinfachte Berichterstattung*

2022

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



## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Über uns</b>	<b>1</b>
<b>2. Die WIN-Charta</b>	<b>2</b>
<b>3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement</b>	<b>3</b>
<b>4. Unsere Schwerpunktthemen</b>	<b>4</b>
<b>5. Weitere Aktivitäten</b>	<b>7</b>
Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden	7
Umweltbelange	7
Ökonomischer Mehrwert	7
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption	7
Regionaler Mehrwert	8
<b>6. Unser WIN-Charta Projekt</b>	<b>9</b>
<b>7. Kontaktinformationen</b>	<b>11</b>
Ansprechpartnerin / Ansprechpartner	11
Impressum	11

# 1. Über uns

## UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

1948 hat Ferry Porsche seinen Traum von einem Sportwagen zum Leben erweckt, den 356 – und hob damit die Marke Porsche aus der Taufe.

Heute ist die Porsche AG einer der erfolgreichsten Luxus-Sportwagenhersteller der Welt und gehört zu den profitabelsten Automobilherstellern. Im Jahr 2022 hat das Unternehmen mit Hauptsitz in Stuttgart-Zuffenhausen rund 310.000 Fahrzeuge ausgeliefert.

1963 kam der erste 911 auf den Markt – bis heute eine Design-Ikone. Mit dem Taycan hat die Porsche AG 2019 ihren ersten rein elektrisch betriebenen Sportwagen auf den Markt gebracht. Im Jahr 2030 sollen mehr als 80 Prozent der Neufahrzeuge vollelektrisch ausgeliefert werden. Porsche bekennt sich zu den Pariser Klimazielen und arbeitet auf eine bilanziell CO<sub>2</sub>-neutrale Wertschöpfungskette seiner Fahrzeuge im Jahr 2030 hin. An den Produktionsstandorten in Stuttgart-Zuffenhausen und Leipzig werden die Fahrzeuge bereits heute bilanziell CO<sub>2</sub>-neutral gefertigt. Vorreiter war die Fabrik für den vollelektrischen Taycan im Jahr 2019. 2020 folgte die gesamte Produktion in Stuttgart-Zuffenhausen und 2021 das Werk in Leipzig sowie das Entwicklungszentrum in Weissach.

Bei Porsche steht der Mensch im Mittelpunkt: Weltweit hat der Porsche AG Konzern mehr als 36.000 Mitarbeiter.

## WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Nachhaltigkeitsarbeit. Der Nachhaltigkeitsbericht 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.

## 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 Mitarbeitenden 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 WIN-Charta Unternehmen finden Sie auf <https://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/wirtschaft/win-charta/ueber-die-win-charta>.

### 3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

WIN-Charta Unternehmen seit: 28.11.2017

#### ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

	Schwerpunktsetzung	Qualitative Dokumentation	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 01	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 02	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 03	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 04	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 05	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 06	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 07	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 08	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 09	<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-Charta Projekt: „Join the Porsche Ride“

##### Schwerpunktbereich:

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

##### Art der Förderung:

- Finanziell     Materiell     Personell

## 4. Unsere Schwerpunktt Themen

### UNSERE SCHWERPUNKTE

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

### WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Die Porsche AG hat sich das Ziel gesetzt, sich den aktuellen Herausforderungen der Nachhaltigkeit zu stellen, die das Unternehmen als Automobilhersteller zu bewältigen hat. Nachhaltigkeit ist daher als zentrales Querschnittsthema in der Porsche Strategie 2030 verankert. Die Nachhaltigkeitsstrategie der Porsche AG basiert auf sechs Strategiefeldern, die die selbst definierte Verantwortung widerspiegeln: „Dekarbonisierung“, „Kreislaufwirtschaft“, „Perspektivenvielfalt“, „Partner der Gesellschaft“, „Nachhaltige Lieferkette“ und „Steuerung und Transparenz“. Nachhaltigkeit ist mit einer klaren internen Struktur und definierten Zuständigkeiten in die Organisation eingebettet. Die Verantwortung für die Nachhaltigkeitsstrategie der Porsche AG liegt direkt beim Vorstandsvorsitzenden. Er wird durch Patenschaften des Vorstandes für Produktion und Logistik sowie der Vorständin für Beschaffung unterstützt. Auf diese Weise kann die Porsche AG wesentliche Themen konsequent und effektiv bearbeiten.

In den drei ausgewählten Schwerpunktt Themen haben sich im Berichtsjahr für die Porsche AG jeweils wichtige Herausforderungen, aber auch neue Gestaltungs- und Entwicklungsmöglichkeiten ergeben. Anhand der Leitsätze eins, drei und fünf zeigt die Porsche AG jeweils aktuelle Entwicklungen in den drei Feldern „Evironment“, „Social“ und „Governance“ auf.

Ausführliche Informationen zu den Nachhaltigkeitsaktivitäten der Porsche AG entnehmen Sie bitte dem aktuellen [Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht 2022](#).

### AKTIVITÄTEN

Wir berichten regelmäßig und ausführlich über unsere Aktivitäten in unserem jährlich erscheinenden Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht. Für das Berichtsjahr 2022 kann dieser unter folgendem Link abgerufen werden: [Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht 2022](#). Die nachfolgende Tabelle zeigt auf, an welchen Stellen dort auf die Schwerpunkt-Leitsätze eingegangen wird.

Schwerpunkt-Leitsatz	Siehe Seite(n)	Ziele & Indikatoren / Ergänzende Hinweise
Leitsatz 1: Menschen- und Arbeitnehmerrechte	103–107, 111–112,	Die Porsche AG will bis zum Jahr 2030 für 90 % ihres Einkaufsvolumens von Produktionsmaterial, das sie von

	206–207, 210–212	<p>unmittelbaren Zulieferern mit Sustainability-Rating (S-Rating) bezieht, die höchsten unternehmensinternen Qualitätsstandards hinsichtlich Nachhaltigkeit erfüllen. Dies erfordert von den unmittelbaren Zulieferern ein S-Rating der besten Bewertungskategorie (A). Das S-Rating umfasst neben umweltbezogenen auch soziale Aspekte einschließlich der Achtung von Menschenrechten. Zudem bewertet es die Einhaltung ethisch korrekter Verhaltensweisen.</p> <p>Indikator: S-Rating bei unmittelbaren Zulieferern für Produktionsmaterial 2020: 64,3 % 2021: 67,9 % 2022: 88,6 %</p>
Leitsatz 3: Anspruchsgruppen	79–82, 212–213	<p>Das Ziel des ganzheitlichen Ansatzes des Stakeholder-managements der Porsche AG ist, die Erwartungen der einzelnen Anspruchsgruppen systematisch zu erfassen. Diese reflektiert der Porsche AG Konzern und nutzt die Erkenntnisse für die strategische Planung. Durch die Identifizierung der Interessen und Sichtweisen verschiedener Stakeholder erkennt die Porsche AG wichtige gesellschaftliche Trends. Anschließend können diese in die unternehmerischen Entscheidungen einfließen. Umgekehrt erfahren die Stakeholder so ebenfalls mehr über die Handlungsspielräume der Porsche AG bei aktuellen Veränderungen sowie über die entsprechenden Voraussetzungen und Rahmenbedingungen.</p>
Leitsatz 5: Energie und Emissionen	83–87, 189–192	<p>Die Porsche AG hat das Ziel, die durchschnittlichen CO<sub>2</sub>-Emissionen in seiner Wertschöpfungskette und über den ganzen Lebenszyklus seiner Fahrzeuge hinweg zu senken. Im Jahr 2030 soll die gesamte Wertschöpfungskette der neu in den Verkehr gebrachten Fahrzeuge der Porsche AG bilanziell CO<sub>2</sub>-neutral sein.</p> <p>Indikator: Direkte und indirekte Treibhausgasemissionen der</p>

Fahrzeugproduktionsstandorte in  
Stuttgart-Zuffenhausen und  
Leipzig:  
2022: 63,9 t CO<sub>2</sub>  
2021: 63,8 t CO<sub>2</sub>  
2020: 65,0 t CO<sub>2</sub>

---



## 5. Weitere Aktivitäten

Wir berichten ausführlich über unsere Aktivitäten in unserem Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht. Dieser kann unter folgendem Link abgerufen werden: [Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht 2022](#). Die nachfolgenden Tabellen zeigen auf, an welchen Stellen dort auf die Leitsätze der WIN-Charta eingegangen wird.

### Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden

Leitsatz	Siehe Seite(n)
Leitsatz 02 – Wohlbefinden der Mitarbeitenden: <i>"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden."</i>	96–103, 207–210

### Umweltbelange

Leitsatz	Siehe Seite(n)
Leitsatz 04 – Ressourcen: <i>"Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."</i>	88–91, 192–193
Leitsatz 06 – Produktverantwortung: <i>"Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."</i>	83–85, 189–190

### Ökonomischer Mehrwert

Leitsatz	Siehe Seite(n)
Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: <i>"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."</i>	162–187
Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen: <i>"Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen."</i>	108–109, 216–217

### Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

Leitsatz	Siehe Seite(n)
----------	----------------

---

Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen: *"Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen."* 112–113, 193–205

---

Leitsatz 10 – Anti-Korruption: *"Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie."* 115–117, 213–216

---

### Regionaler Mehrwert

Leitsatz	Siehe Seite(n)
Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: <i>"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."</i>	92–95, 162–187
Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: <i>"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."</i>	108–117, 213–221

---

### 6. Unser WIN-Charta Projekt

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

#### DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Mit dem Taycan um die Welt für mehr Nachhaltigkeit und soziales Engagement: Dem eigenen Nachhaltigkeitsanspruch folgend, initiiert und unterstützt die Porsche AG mit der Initiative „Join the Porsche Ride“ Projekte, die eine positive Wirkung auf das gesellschaftliche Miteinander und die Lebensqualität haben sollen.



#### ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Die globale Initiative „Join the Porsche Ride“ orientiert sich eng an den „Sustainable Development Goals“ (SDG) der Vereinten Nationen. Um erfolgreich zum Erreichen dieser Ziele beizutragen, steht im Zentrum von „Join the Porsche Ride“ das lokale „Empowerment“ unterschiedlicher Zielgruppen. So reichen die Projekte von Bildungsprogrammen für Kinder zu Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen über die Inklusion von Menschen mit Behinderung bis hin zu Verbesserungen im Arbeits- und Gesundheitsschutz.

Die Umsetzung wird von einem Porsche Taycan begleitet. Dieser agiert als Impulsgeber und Botschafter für die Initiative. Die Projekte sollen an ausgewählten, globalen Standorten auf fünf Kontinenten stattfinden. Da das Erreichen der Ziele nur durch langfristigen Einsatz umgesetzt und zukunftsfähig abgesichert werden kann, ist Engagement vor Ort unabdingbar. Unterstützt wird die Initiative daher durch die Porsche-Handelsorganisation sowie durch partnerschaftliche

Kooperationen mit spezialisierten Nichtregierungsorganisationen (NGOs) an den jeweiligen Standorten.

Mit der Initiative „Join the Porsche Ride“ soll das ganzheitliche Verständnis von sozialem und gesellschaftlichem Engagement der Porsche AG unterstrichen werden.

### ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Im Berichtsjahr hat der Porsche Taycan seine Reise am Porsche-Standort Stuttgart begonnen und Stationen in Leipzig, der Schweiz und in Frankreich angefahren.

Mit der ersten Fahrt von Stuttgart nach Leipzig startete im Juni 2022 die Porsche-Nachhaltigkeitsinitiative „Join the Porsche Ride“. Die Weltreise des Porsche Taycan begann also direkt vor der eigenen Haustür, dem sächsischen Porsche-Werk.

Bereits seit Aufnahme der Aktivitäten in Leipzig im Jahr 2000 unterstützt die Porsche Leipzig GmbH den Erhalt der Natur rund um das Werk. Dazu gehören unter anderem ein naturnahes Gelände mit nachhaltigem Beweidungskonzept auf 132 Hektar Naturfläche und das Umweltbildungsprogramm Porsche Safari. In dem Kooperationsprogramm mit der Auwaldstation Leipzig geht es darum, das Natur- und Nachhaltigkeitsbewusstsein der Besucher zu stärken.

Im September 2022 machte der Porsche Taycan auf seiner Weltreise in der Schweiz Station. Die Porsche Schweiz setzt sich für die Mobilität von Menschen mit Behinderungen ein und baut ihr soziales Engagement im Bereich Inklusion weiter aus. Zusammen mit Procap Schweiz, einer Selbsthilfeorganisation von und für Menschen mit Behinderungen, hat sich das Unternehmen zum Ziel gesetzt, Inklusion durch Mobilität zu erreichen und somit das gesellschaftliche Miteinander zu stärken. Das Kooperationsprojekt mit Procap Schweiz ermöglicht auch weniger mobile Menschen, die Schönheit ihrer Umgebung erleben zu können.

Die Weltreise führte den Porsche Taycan im Berichtsjahr auch ins Porsche Experience Center am Circuit Maison Blanche in Le Mans – einem Herzstück der Porsche-Historie und Entwicklungs- und Innovationslabor. Das mobile, zukunftsorientierte Labor Eco Lab beschäftigt sich im Rahmen der „Join the Porsche Ride“-Initiative mit dem Klimawandel und den Möglichkeiten zur Senkung der CO<sub>2</sub>-Emissionen. Zudem geht es um die Umwelterziehung und Sensibilisierung von Kindern und Jugendlichen für dieses Thema.

### AUSBLICK

Das Projekt „Join the Porsche Ride“ ist langfristig angelegt. Die Weltreise des Porsche Taycan soll nach aktueller Planung in China fortgesetzt werden. Danach soll der rein elektrische Porsche auch Lateinamerika besuchen.

## 7. Kontaktinformationen

### **Ansprechperson**

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

### **Impressum**

Herausgegeben am 16.08.2023 von

Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG  
Porscheplatz 1  
D-70435 Stuttgart  
Internet: [www.porsche.com](http://www.porsche.com)

**PORSCHE**