



PORSCHE

# JAHRES PRESSE KONFERENZ

16. März 2018

Alle Informationen unterliegen **bis 10.00 Uhr** der Sendesperrfrist.



WLAN

Porsche Media

Passwort:  
911\_Carrera



Sprachkanäle

- 1 – Deutsch
- 2 – English
- 3 – 中文
- 4 – 日本語
- 5 – Français
- 6 – Italiano
- 7 – Español



1

Seite 3 - 5  
**Mit massiven Investitionen stellt Porsche die Weichen für die Zukunft**

Pressemitteilung

2

Seite 8 - 25  
**Herzblut, Pioniergeist, Sportlichkeit und Familie**

Reden - Oliver Blume & Lutz Meschke



3

Seite 26 - 27  
**Porsche in Zahlen 2017**

Erfolgreichstes Jahr der Unternehmensgeschichte



## Oliver Blume

Vorstandsvorsitzender



## Lutz Meschke

Stellv. Vorstandsvorsitzender und  
Vorstand Finanzen und IT



### Rekord- jahr

„Begeisterte Kunden, zukunftsfähige Arbeitsplätze und gesellschaftliche Verantwortung stehen im Zentrum unseres Handelns.“

„Mit einer Umsatzrendite von 17,6 Prozent gehört Porsche zu den profitabelsten Automobilherstellern der Welt.“

„Wir nutzen unser sehr hohes Ertragsniveau für ein nie dagewesenes Zukunftspaket.“

„Für 2018 streben wir eine Stabilisierung von Umsatz und Auslieferungen auf diesem hohen Niveau an.“

### Ausblick 2018

„In den vergangenen drei Jahren wurde das operative Ergebnis um mehr als 50 Prozent gesteigert.“

### Performance

### Unsere Produkt- strategie



„Für die nächsten zehn Jahre setzt Porsche auf drei Säulen: weiter optimierte Verbrenner, Plug-in-Hybridmodelle und rein elektrisch betriebene Sportwagen – alles Porsche-typisch ausgeprägt.“

„Unsere zwei Genf-Weltpremierer unterstreichen diesen Ansatz: Der GT3 RS, ein neuer, puristischer Supersportler. Und der Mission E Cross Turismo, ein sehr seriennahes Konzept für das erste rein elektrische Cross Utility Vehicle von Porsche.“

### Motorsport

„Rennsport ist und bleibt ein Teil der Porsche-Identität. Nach vier sehr erfolgreichen Jahren in der LMP1-Prototypenklasse konzentrieren wir uns jetzt auf den GT-Motorsport und steigen 2019 in die Formel E ein.“

„Die Rennstrecke ist unser Testlabor für die Serie.“

„Ökonomische, ökologische und soziale Aspekte sind für uns kein Widerspruch. Sie müssen im Einklang miteinander stehen.“

### Verant- wortung



# Mit massiven Investitionen stellt Porsche die Weichen für die Zukunft

**23,5 Mrd. Euro Umsatz – 4,1 Mrd. Euro operatives Ergebnis – operative Rendite 17,6 Prozent**

**Stuttgart.** Neue Bestmarken bei Auslieferungen, Umsatz und Ergebnis: Die Porsche AG hat im Geschäftsjahr 2017 insgesamt 246.375 Fahrzeuge ausgeliefert (+4 Prozent) und den Umsatz um fünf Prozent auf 23,5 Milliarden Euro gesteigert. Das operative Ergebnis legte um sieben Prozent auf 4,1 Milliarden Euro zu (2016: 3,9 Milliarden Euro). Dadurch erhöhte sich die operative Rendite von 17,4 Prozent im Vorjahr auf 17,6 Prozent. Zum Jahresende 2017 arbeiteten 29.777 Menschen bei Porsche; das entspricht einem Plus von acht Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

„Der erfolgreiche Jahresabschluss bestätigt unsere Strategie. Unser hohes Ertragsniveau nutzen wir für ein nie dagewesenes Zukunftspaket“, sagte Oliver Blume, Vorstandsvorsitzender der Porsche AG, bei der Jahrespressekonferenz. Neben erheblich gesteigerten Investitionen in das Sportwagen-Kerngeschäft verdoppelt Porsche seine Aufwendungen für Zukunftsthemen. Bis 2022 werden mehr als sechs Milliarden Euro in die Elektromobilität investiert. Das Geld fließt in Derivate des Mission E, die Hybridisierung und Elektrifizierung der bestehenden Modellpalette sowie in Ladeinfrastruktur und Smart Mobility.

**„Der erfolgreiche Jahresabschluss bestätigt unsere Strategie. Unser hohes Ertragsniveau nutzen wir für ein nie dagewesenes Zukunftspaket.“**

– Oliver Blume

„In den vergangenen drei Jahren konnten wir unser operatives Ergebnis um mehr als 50 Prozent steigern“, betonte Lutz Meschke, stellvertretender Vorstandsvorsitzender und Vorstand für Finanzen und IT. „Mit einer Umsatzrendite von 17,6 Prozent gehört Porsche zu den profitabelsten Automobilherstellern der Welt. Basis dafür sind eine kontinuierlich verbesserte Produktivität, unser stringentes Kostenmanagement sowie unsere herausragende Produktpalette“, so Meschke weiter. Digitalisierung, Elektrifizierung und Konnektivität seien große Herausforderungen, die erhebliche Investitionen notwendig machten. „Wir halten trotzdem an unserem strategischen Renditeziel von mindestens 15 Prozent fest. Wir müssen und werden Wachstumspotenziale neben dem eigentlichen Fahrzeuggeschäft schaffen. Mittelfristig wollen wir einen zweistelligen Prozentsatz unseres Umsatzes mit digitalen Diensten erwirtschaften.“

Meschke ist im Ausblick optimistisch: „Für 2018 streben wir eine Stabilisierung von Umsatz und Auslieferungen auf diesem hohen Niveau an.“ Den nächsten Sprung erwarte Porsche, wenn der Mission E, das erste rein elektrisch betriebene Fahrzeug, auf den Markt kommt.



Auch Derivate des Mission E sind geplant: Erst in der vergangenen Woche hat Porsche auf dem Autosalon in Genf eine seriennahe Konzeptstudie des Mission E Cross Turismo präsentiert. Das rein elektrisch angetriebene Cross Utility Vehicle (CUV) hat eine Systemleistung von mehr als 600 PS (440 kW), eine Reichweite von mehr als 500 Kilometern und beschleunigt in weniger als 3,5 Sekunden von null auf 100 km/h. Die Ladezeit beträgt vier Minuten für eine Reichweite von rund 100 Kilometern.

Für die nächsten zehn Jahre setzt Porsche auf drei Säulen: weiter optimierte Verbrenner, Plug-in-Hybridmodelle und rein elektrisch betriebene Sportwagen – alle Porsche-typisch ausgeprägt. „Die Weltregionen entwickeln sich unterschiedlich. Wir stellen uns daher für den Übergangszeitraum so flexibel wie möglich auf“, sagte Blume.

Ebenfalls in Genf hat Porsche den 911 GT3 RS präsentiert. Porsche-Chef Blume: „Der GT3 RS verfügt über den aktuell stärksten Saugmotor, den Porsche zu bieten hat.“ Der neue Hochleistungssportwagen leistet 383 kW (520 PS) aus vier Liter Hubraum, beschleunigt in 3,2 Sekunden von null auf 100 km/h und erreicht 312 km/h Höchstgeschwindigkeit. Innerhalb eines Jahres stellte Porsche damit nach dem 911 GT3 und dem 911 GT2 RS den dritten GT-Sportwagen mit Straßenzulassung vor.

Blume betonte außerdem die Rolle von Porsche in der Gesellschaft: „Unseren wirtschaftlichen Erfolg betrachten wir nie isoliert. Wir haben stets auch die nicht-finanziellen Aspekte unseres Handelns im Blick – unsere gesellschaftliche Verantwortung. Ökonomische, ökologische und soziale Aspekte sind für uns kein Widerspruch. Sie müssen im Einklang miteinander stehen.“ Als Beispiel nannte Blume das Thema Ausbildung. 2017

**„Ökonomische, ökologische und soziale Aspekte sind für uns kein Widerspruch. Sie müssen im Einklang miteinander stehen.“**

– Oliver Blume

haben 230 junge Menschen eine Ausbildung bei Porsche begonnen. Mit der Einführung des Mission E erhöht der Sportwagenhersteller die Anzahl technischer Ausbildungsplätze erneut – von derzeit 106 auf künftig 156. Insgesamt gibt es bei Porsche derzeit rund 750 Ausbildungsplätze. Mit dem Integrationsjahr für Flüchtlinge und dem Förderjahr setzt Porsche auf eine Einstiegsqualifizierung für Bewerber, die nach allgemeinen Auswahlkriterien wenig Chancen hätten. In Zusammenarbeit mit Don Bosco werden sozial benachteiligte Jugendliche in Südafrika und den Philippinen ausgebildet.

In den Bereichen Umwelt, Soziales, Kultur, Sport, Bildung und Wissenschaft hat Porsche 2017 mit einer Spendensumme von mehr als sechs Millionen Euro gut 200 Initiativen unterstützt.



Die neue Konzeptstudie

**Mission E Cross Turismo**



Außerdem fördert der Sportwagenhersteller als Sponsor regionale Kultur- und Sporteinrichtungen wie das Stuttgarter Ballett, das Gewandhausorchester in Leipzig und das Projekt „Turbo für Talente“ für Nachwuchssportler.

Nachhaltiges Wirtschaften spielt auch im Kerngeschäft eine große Rolle: Seit Januar 2017 setzt die Porsche AG zu 100 Prozent auf Naturstrom. Zudem wickelt das Unternehmen seinen Logistikverkehr auf der Schiene komplett klimaneutral ab. 2017 wurde Porsche erneut weltweit und mehrfach für nachhaltiges Bauen ausgezeichnet; Porsche-eigene Audits stellen die Umsetzung der hohen Nachhaltigkeitsanforderungen bei Lieferanten sicher. Außerdem soll die Produktion des Mission E CO<sub>2</sub>-neutral erfolgen.

**10-Jahres-Ausblick:  
Optimierte Verbrenner,  
Plug-in-Hybridmodelle,  
rein elektrisch betriebene Sportwagen.**



**Kraftstoffverbrauch, Stromverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen**

**911 GT3:** Kraftstoffverbrauch kombiniert 13,3-12,7 l/100 km, innerorts 20,2-19,4 l/100 km, außerorts 9,2-8,8 l/100 km; CO<sub>2</sub>-Emissionen 302-288 g/km

**GT2 RS:** Kraftstoffverbrauch kombiniert 11,8 l/100 km, innerorts 18,1 l/100 km, außerorts 8,2 l/100 km; CO<sub>2</sub>-Emissionen 269 g/km

**911 Carrera T:** Kraftstoffverbrauch kombiniert 9,5-8,5 l/100 km, innerorts 13,5-11,5 l/100 km, außerorts 7,1-6,8 l/100 km; CO<sub>2</sub>-Emissionen 215-193 g/km

**718 Boxster GTS:** Kraftstoffverbrauch kombiniert 9,0-8,2 l/100 km, innerorts 12,3-10,9 l/100 km, außerorts 7,0-6,6 l/100 km; CO<sub>2</sub>-Emissionen 205-186 g/km

**718 Cayman GTS:** Kraftstoffverbrauch kombiniert 9,0-8,2 l/100 km, innerorts 12,3-10,9 l/100 km, außerorts 7,0-6,6 l/100 km; CO<sub>2</sub>-Emissionen 205-186 g/km

**Cayenne Turbo:** Kraftstoffverbrauch kombiniert 11,9-11,7 l/100 km, innerorts 16,4-16,2 l/100 km, außerorts 9,5-9,3 l/100 km; CO<sub>2</sub>-Emissionen 272-267 g/km

**Panamera Turbo S E-Hybrid:** Kraftstoffverbrauch kombiniert 2,9 l/100 km; Stromverbrauch 16,2 kWh/100 km; CO<sub>2</sub>-Emissionen 66 g/km

**911 Turbo S Exclusive Series:** Kraftstoffverbrauch kombiniert 9,1 l/100 km, innerorts 11,8 l/100 km, außerorts 7,5 l/100 km; CO<sub>2</sub>-Emissionen 212 g/km





WOODSUNG

# Fortschritt ist Einstellungssache

Oliver Blume über ein aufregendes Jahr 2017, gesellschaftliche Verantwortung und die Porsche-Kultur



**Oliver Blume**  
Vorstandsvorsitzender

Wesentliche  
Ereignisse  
2017

„Am Anfang schaute ich mich um, konnte aber den Wagen, von dem ich träumte, nicht finden. Also beschloss ich, ihn mir selbst zu bauen.“

– Ferry Porsche

Diesen Pioniergeist von Ferry Porsche weitertragen. Autos bauen, von denen Menschen träumen. Die Zukunft des Sportwagens gestalten. Das ist **unsere Mission** und das ist uns auch 2017 gelungen:

#### Weltpremieren

- Mit dem neuen, motorsportnahen 911 GT3.
- Mit dem Panamera Turbo S E-Hybrid und dem Sport Turismo.
- Mit dem schnellsten Elfer aller Zeiten, dem GT2 RS.
- Mit der 911 Turbo S Exclusive Series, die schon längst vergriffen ist.
- Mit der neuen, inzwischen dritten Cayenne-Generation und dem Cayenne Turbo als Topmodell.
- Mit dem 718 Boxster GTS und dem 718 Cayman GTS.
- Und mit dem puristischen Leichtgewicht Carrera T.

#### Preise & Auszeichnungen

Porsche steht für Produkte, die begeistern: „Das Goldene Lenkrad 2017“ hat der Porsche Panamera Turbo Sport Turismo eingefahren – als „bester Sportwagen“ des Jahres. Bei



der Leserwahl „Best Cars“ des Fachmagazins *auto motor und sport* war es ebenfalls der neue Panamera, der den Sieg in der Luxusklasse holte. In der Kategorie Cabriolets schaffte es das 911 Cabrio ganz nach oben. Und der 911 Carrera wurde bereits zum fünften Mal in Folge zum besten Sportwagen gekürt.

Stolz sind wir außerdem auf die Ergebnisse der jüngsten Studien von J.D. Power. Das US-Marktforschungsinstitut ist seit mehr als fünf Jahrzehnten die Instanz für Qualitäts-Bewertungen im Automobil-Bereich weltweit. Neben der „Initial Quality Study“ führt sie seit 22 Jahren die APEAL-Studie zur Attraktivität von Fahrzeugen durch. Dafür befragt sie jährlich mehr als 69.000 Neufahrzeugkunden in den USA.

In der APEAL-Studie belegt Porsche den ersten Platz in der Gesamtwertung – und das zum 13. Mal in Folge. Neben zahlreichen Einzel-Awards für Qualität und Appeal gab es 2017 auch erstmals eine Auszeichnung für die „Total Ownership Experience“. In dieser neuen Wettbewerbsklasse – sie fasst die Ergebnisse der fünf wichtigsten J.D. Power-Kategorien zusammen – belegt Porsche ebenfalls den ersten Platz.

### Produktionsjubiläum

Neben zahlreichen Awards lieferte uns der 911 noch einen weiteren Grund zu feiern: Der eine oder andere von Ihnen war sogar dabei, als im Mai – hier im Werk Zuffenhausen – „der einmillionste Elfer“ vom Band lief. Ein Carrera S in Irischgrün – der Lieblingsfarbe unseres Firmengründers Ferry Porsche. Bis vor Kurzem war der einmillionste Elfer auf Weltreise: in Schottland, den USA und China. Ab Montag ist er in Berlin zu sehen – als Teil der Sonderausstellung „70 Jahren Sportwagen“ im „Drive“ Unter den Linden. Danach bekommt unser Jubiläums-Elfer seinen festen Platz hier im Porsche Museum.

### Motorsport

Auch im Motorsport haben wir 2017 Geschichte geschrieben: Mit dem Porsche 919 Hybrid haben wir beim

24-Stunden-Rennen von Le Mans den 19. Gesamtsieg geholt. Damit haben wir zum dritten Mal in Folge das härteste Rennen der Welt für uns entschieden.

Diesen spektakulären Hattrick haben wir auch bei der Weltmeisterschaft im Langstreckenrennen erreicht: Ebenfalls zum dritten Mal in Folge haben wir hier den WM-Titel geholt. Damit haben wir unser Engagement in der LMP1-Klasse zu einem krönenden Abschluss gebracht.

### Einstieg in die Formel E & Einsatz in der GT-Klasse

2019 steigen wir mit einem eigenen Werksteam in die Formel E ein. Das ist die Rennserie für Sportwagen mit Elektromotor. Und damit das ultimative Umfeld, um die Entwicklung von High-Performance-Fahrzeugen voranzutreiben. Auch in puncto Umweltfreundlichkeit, Effizienz und Nachhaltigkeit. Parallel dazu stärken wir unseren Einsatz in der GT-Klasse. Denn Rennsport ist und bleibt ein Teil der Porsche-Identität. Seit sieben Jahrzehnten ist die Rennstrecke unser Testlabor für die Serie.

### Weitere Highlights

- Sportliche Erfolge durften wir 2017 auch auf dem Sandplatz feiern, mit dem 40. Porsche Tennis Grand Prix in Stuttgart.
- In Leipzig haben wir unser neues Ausbildungszentrum in Betrieb genommen, wo wir derzeit mehr als 120 junge Leute für technische Berufe qualifizieren.
- Außerdem haben wir unseren ersten Standort auf Sylt eröffnet – mit Ausstellungsflächen, Porsche Drive-Angeboten, Fahrzeugberatung und kleiner Werkstatt.
- Und was uns noch freut: Die exklusive Lifestylemarke Porsche Design Group gehört uns seit vergangenem Jahr nicht mehr nur zu 65 Prozent, sondern ganz.

### Diesel

Wie Sie wissen, war das Jahr 2017 nicht nur von erfreulichen Themen geprägt. Als Teil des Volkswagen Konzerns beschäftigt uns auch der Diesel. Obwohl Porsche selbst keine Diesel-Motoren entwickelt und produziert, übernehmen wir selbstverständlich die volle Verantwortung.

In Abstimmung mit dem Kraftfahrtbundesamt haben wir im Sommer 2017 Fahrzeuge des Typs Cayenne 3,0-Liter-V6-Diesel der Emissionsklasse EU6 zurückgerufen. Bei internen Untersuchungen hatten wir Unregelmäßigkeiten in der Motorsteuerungssoftware festgestellt. Dem KBA haben wir diese aktiv dargelegt und vereinbart, dass wir sie mittels Software-Update korrigieren.

Von dem Rückruf betroffen sind europaweit rund 21.500 Fahrzeuge der Baujahre 2014 bis 2017. Von den rund 6.000

Fahrzeugen in Deutschland wurde bereits mehr als die Hälfte umgerüstet. Wir gehen davon aus, dass wir das Software-Update beim überwiegenden Anteil der Fahrzeuge im Kalenderjahr 2018 durchführen können.

Beim Macan Diesel 3.0 V6 TDI (Euro 6) läuft außerdem seit Herbst 2016 eine freiwillige Serviceaktion, mit der wir das Emissionsminderungskonzept weiter verbessern. Mit einer Quote von mehr als 93 Prozent haben wir diese Aktion in Deutschland bereits bei überdurchschnittlich vielen Fahrzeugen umgesetzt.

Wir sind laufend mit dem Kraftfahrtbundesamt im Gespräch, um alle Unklarheiten auszuräumen und Fehler zu korrigieren. Wenn etwas nicht in Ordnung ist, dann bringen wir es in Ordnung.

Diesel-Antriebe spielen bei Porsche traditionell eine untergeordnete Rolle. Im Jahr 2017 lag der Anteil bei 12 Prozent. Dafür steigt gerade das

Interesse an Hybridmodellen stark. Beim neuen Panamera etwa liegt die Hybridquote seit Markteinführung in Europa bei rund 60 Prozent. Vor diesem Hintergrund haben wir bei unseren Diesel-Modellen die Produktionsplanung nachjustiert, sodass wir aktuell keine Fahrzeuge mit Diesel-Aggregaten anbieten. Das bedeutet allerdings keinen Diesel-Ausstieg bei Porsche. Beim neuen Cayenne wird es – wie angekündigt – eine Diesel-Variante geben. Der genaue Zeitpunkt steht noch nicht fest.

#### **Weltwirtschaft & Politik**

Etwas beunruhigt hat uns auch der sogenannte „Brexit“ und damit die Frage, wie sich die Beziehungen der EU mit Großbritannien künftig ausgestalten werden. Großbritannien ist traditionell ein wichtiger Absatzmarkt für Porsche. Für Unsicherheit in der Branche sorgen aber auch protektionistische Tendenzen, geopolitische Spannungen und Konflikte, allen voran im Nahen und Mittleren Osten, aber auch in Asien.

# Geschäftsergebnis





Angesichts der Nachrichtenlage ist umso erfreulicher, dass die Konsumenten 2017 optimistisch geblieben sind. Die Weltwirtschaft verzeichnete 2017 beim Bruttoinlandsprodukt ein Wachstum von 3,2 Prozent. Sowohl in den fortgeschrittenen Volkswirtschaften als auch in den Schwellenländern hat sich die konjunkturelle Dynamik verstärkt.

#### **Weltautomobilmarkt**

Das hat sich 2017 auch bei den Neuzulassungen bemerkbar gemacht. Weltweit ist deren Zahl im vergangenen Jahr um 2,9 Prozent auf 83,5 Millionen gestiegen. In Westeuropa belief sich das Plus auf 2,5 Prozent. In den USA dagegen sind die Neuzulassungen insgesamt um 1,8 Prozent gesunken – wobei SUV-Modelle wie unser Macan und Cayenne entgegen dem Trend stark nachgefragt waren.

#### **Porsche Auslieferungszahlen in den wichtigsten Märkten**

Porsche hat im vergangenen Jahr insgesamt 246.375 Neufahrzeuge an Kunden übergeben. Das sind mehr als je zuvor in der Geschichte von Porsche. Gegenüber 2016 entspricht das einem Wachstum von vier Prozent.

In Europa und in den USA konnten wir unsere Auslieferungen jeweils um zwei Prozent steigern. In China sogar um 10 Prozent; damit liegt Porsche dort weit über dem durchschnittlichen Plus bei den Neuzulassungen von 4,5 Prozent. Mit mehr als 71.000 Auslieferungen war China in 2017 erneut unser stärkster Einzelmarkt, wobei 80 Prozent davon unsere SUV's ausmachen.

Auch insgesamt betrachtet war der Macan unser Verkaufschlager in 2017. Mit 97.202 Auslieferungen konnten wir bei diesem Modell ein Plus von zwei Prozent verzeichnen im

### **Die Marke Porsche hat Strahlkraft, sie verleiht uns eine große Sichtbarkeit.**

Vergleich zu 2016. Der 911 lag mit 32.204 Auslieferungen im letzten vollen Jahr der aktuellen Generation auf dem hohen Niveau des Vorjahres.

Das mit Abstand größte Plus hat der Panamera eingefahren. Unser Shootingstar legte im Vorjahresvergleich mit 27.942 Neuauslieferungen um 83 Prozent zu. Besonders bemerkenswert ist dabei: 60 Prozent aller Panameras in der EU werden bereits mit Plug-in-Hybrid geordert.

#### **Kennzahlen der Porsche AG**

„Schneller. Höher. Weiter.“ Auch wenn unsere aktuelle Entwicklung den Anschein macht: Diese Devise gilt bei uns nur auf der Rennstrecke. Rekorde bei Auslieferungen und Umsatz sind nicht unser Ziel. Unseren wirtschaftlichen Erfolg messen wir bei Porsche anders. Für uns zählen in erster Linie begeisterte Kunden, eine gute Rendite und sichere Arbeitsplätze.

Das haben wir auch 2017 erreicht: Bei einem Umsatz von 23,49 Milliarden Euro haben wir ein operatives Ergebnis von 4,14 Milliarden Euro erzielt – und damit eine operative Umsatzrendite von 17,6 Prozent. Damit haben wir den Vorjahreswert von 17,4 Prozent noch einmal übertroffen. 2015 lagen wir bei 15,8 Prozent.

Diese Ergebnisse bestätigen den eingeschlagenen Weg. Sie sind aber nicht alles, wofür Porsche steht. Wir haben stets auch die nicht-finanziellen Aspekte unseres Handelns im Blick – unsere gesellschaftliche Verantwortung. Ökonomische, ökologische und soziale Aspekte sind für uns kein Widerspruch. Sie müssen im Einklang miteinander stehen.

#### **Nachhaltigkeit**

Nachhaltigkeit ist schließlich ein elementarer Bestandteil unserer Unternehmensstrategie. Wir treiben eine Vielzahl von Projekten voran, um das Denken und Handeln bei Porsche noch nachhaltiger zu machen. Seit 2017 unterstützt uns dabei ein eigener Nachhaltigkeitsbeirat aus renommierten Experten.

**Porsche in  
der Gesellschaft**

**DGNB-Auszeichnung**

Dass wir auf einem guten Weg sind, belegt auch die Deutsche Gesellschaft für nachhaltiges Bauen. Vergangenes Jahr hat sie unser Werk 4 hier in Zuffenhausen zertifiziert. Für das neue Motorenwerk, Zentrale Werkstätten und Büroflächen haben wir „Platin“ erhalten, die höchste Auszeichnung. Und das als erstes Unternehmen deutschlandweit.

**eJIT**

Pionierarbeit leistet Porsche ebenfalls mit dem Logistik-Projekt eJIT in Leipzig. Damit sind wir der erste Automobilhersteller in Europa, der in der Teile-Anlieferung rein elektrisch angetriebene 40-Tonner einsetzt. Ihren Strom beziehen diese Lkws zu 100 Prozent aus regenerativen Energiequellen. Das gilt seit Januar 2017 übrigens auch für alle unsere Produktionsstandorte in Deutschland.

**CO<sub>2</sub>-neutrale Fertigung**

Ambitioniert ist zudem unser Ziel für Zuffenhausen. Hier bauen wir das Werk für den Mission E, unseren ersten rein elektrisch betriebenen Sportwagen. Dabei soll nicht nur das Auto selbst emissionsfrei fahren. Auch an die Fertigung stellen wir den Anspruch, CO<sub>2</sub>-neutral zu sein.

Schon heute wickeln wir unseren Logistikverkehr auf der Schiene vollständig klimaneutral ab. Durch die Umstellung auf Naturstrom reduzieren wir die jährlichen CO<sub>2</sub>-Emissionen in der Logistik um drei Prozent und vermeiden mehr als 6.000 Tonnen Kohlenstoffdioxid.

Weitere 5.000 Tonnen Kohlendioxid pro Jahr sparen wir ein, indem wir ab 2020 die Wärmeversorgung unseres Stammwerks auf Biogas umstellen.

**Trinkwasserwälder**

Daneben investieren wir – als Spender und Förderer – in externe Projekte. Wir unterstützen zum Beispiel das Projekt „Trinkwasserwald“, das sich für mehr Laubmischwälder einsetzt. Denn die sind nicht nur gut für das Klima und für die Artenvielfalt. Sie generieren auch mehr Grundwasser. Mit unserer Hilfe konnte der Verein 2017 in Weissach, Rutesheim und Ludwigsburg bereits 4,6 Hektar bepflanzen.

Dass wir ein starker Partner des Leipziger Gewandhausorchesters und des Stuttgarter Balletts sind, ist weithin bekannt. Auch unsere Sportförderung „Turbo für Talente“ mit Sami Kheira als prominenter Fürsprecher findet breite Beachtung.

Darüber hinaus unterstützen wir viele vergleichsweise kleine Projekte, vor allem an den Standorten des Unternehmens. Mit mehr als sechs Millionen Euro haben wir im vergangenen Jahr rund 200 Initiativen gefördert. Wir konzentrieren uns dabei auf nachhaltige Projekte in den fünf Kernfeldern Umwelt, Soziales, Bildung und Wissenschaft, Kultur und Sport.

**6-Stunden-Lauf**

Für den guten Zweck ziehen wir uns auch selbst die Laufschihe an: Beim Sechs-Stunden-Lauf im September haben sich mehr als 3.000 Kolleginnen und Kollegen beteiligt. Für jede



**200 geförderte  
Projekte: Umwelt,  
Soziales, Bildung  
und Wissenschaft,  
Kultur, Sport**



gelaufene Runde hat Porsche fünf Euro gespendet. 185.000 Euro sind am Schluss zusammengekommen – zugunsten von fünf Initiativen hier in Zuffenhausen.

#### **Vorbildrolle in der Gesellschaft**

Unser Verständnis von gesellschaftlicher Verantwortung beschränkt sich jedoch nicht auf unsere Produktionsstandorte. Die Marke Porsche hat Strahlkraft, sie verleiht uns eine große Sichtbarkeit. Zwar sind wir ein verhältnismäßig kleines Unternehmen. Mit unseren Produkten begeistern wir aber Menschen auf der ganzen Welt. Nahezu jedes Kind kennt Porsche.

Auch das bedeutet gesellschaftliche Verantwortung für uns: Porsche ist für viele Menschen

- » **der Inbegriff von Perfektion und Lebensfreude.**
- » **Ein Vorbild für Leistungsstärke und Innovationskraft.**
- » **Wir sind Entwicklungshelfer und Chancengeber – mit unseren sozialen Ausbildungsprojekten in Kapstadt und auf den Philippinen. Mit dem Integrationsjahr für Flüchtlinge oder dem Förderjahr für junge Leute mit erschwerten Startbedingungen.**
- » **Wir bilden aus – deutschlandweit circa 750 junge Leute.**
- » **Und: Wir sind ein begehrter Arbeitgeber. Denn bei Porsche steht der Mensch im Mittelpunkt.**





## Die Automobilbranche verändert sich jetzt und in den kommenden Jahren schneller als in den Jahrzehnten zuvor.

### Porsche als Arbeitgeber

Ende Dezember 2017 waren bei Porsche 29.777 Mitarbeiter beschäftigt. Das sind knapp acht Prozent mehr als ein Jahr zuvor und rund 18 Prozent mehr als 2015. Seit 2012 hat sich unsere Belegschaft mehr als verdoppelt. Und allein mit der neuen Fertigung für den Mission E kommen hier in Zuffenhausen rund 1.200 weitere Kollegen hinzu.

Gemeinsam bauen wir unsere Kompetenzen auf, speziell in den Bereichen E-Mobilität, Digitalisierung, autonomes Fahren, künstliche Intelligenz und Konnektivität. Um Raum zu schaffen für Wachstum und Innovationen, gestalten wir gerade unsere Arbeitswelten um – räumlich mit offenen Arbeitsbereichen und organisatorisch mit flexiblen Arbeitszeitmodellen.

### Transformation

All das verlangt unseren Kolleginnen und Kollegen viel ab. Allen voran Mut zur Veränderung. Denn – und damit erzähle ich Ihnen nichts Neues: Die Automobilbranche verändert sich jetzt und in den kommenden Jahren schneller als in den Jahrzehnten zuvor.

### Leitbild

Um diese großen Herausforderungen zu meistern, braucht es aber nicht nur das richtige Know-how. Die Fähigkeit agil und



# Porsche-Kultur

**Um diese großen Herausforderungen zu meistern, braucht es aber nicht nur das richtige Know-how. Die Fähigkeit agil und flexibel zu bleiben, ist auch eine Einstellungssache.**

flexibel zu bleiben, ist auch eine Einstellungssache. Dafür bedarf es einer Unternehmenskultur, die den Menschen Rückhalt gibt, ihnen Mut macht und motiviert. Gemeinsam mit unseren Kolleginnen und Kollegen haben wir daher im vergangenen Jahr ein Leitbild entwickelt. Es definiert die Werte, die für das Miteinander bei Porsche stehen.

### Dank an die Mitarbeiter

Lutz Meschke wird jetzt das Geschäftsergebnis im Detail vorstellen. Dafür möchte ich mich schon jetzt bei allen Kolleginnen und Kollegen bedanken. In 2017 hat unsere gesamte Mannschaft einmal mehr bewiesen, wofür Porsche steht: Für unsere Wurzel, den Pioniergeist. Für unseren Antrieb, das Herzblut. Für unsere Stärke, die Sportlichkeit. Für Porsche, eine Familie.



# Ein erfolgreicher Start in die Zukunft

Lutz Meschke über den „Porsche-Weg“, strategische Entwicklungen und den digitalen Wandel

## Lutz Meschke

Stellv. Vorstandsvorsitzender und  
Vorstand Finanzen und IT

Herzblut, Pioniergeist, Sportlichkeit und Familie – das sind die vier Säulen unserer besonderen Unternehmenskultur – und damit das Fundament unseres Geschäftserfolgs.

Auch von meiner Seite ein herzliches Willkommen. Ich freue mich sehr, dass Sie heute so zahlreich aus aller Welt nach Zuffenhausen gekommen sind.

Das Geschäftsjahr 2017 war – wie Sie bereits von Oliver Blume gehört haben – das erfolgreichste in der Geschichte von Porsche. Bei Auslieferungen, Umsatz und Ergebnis haben



wir die bisherigen historischen Bestwerte aus dem Jahr 2016 noch einmal übertroffen – und das trotz schwieriger Rahmenbedingungen. Seit nunmehr sieben Jahren in Folge fährt Porsche von einem Rekord zum nächsten. Mit derart guten Zahlen im Gepäck tritt man als Finanzvorstand gerne bei einer Jahrespressekonferenz auf.

Lassen Sie mich kurz die wichtigsten Einzelposten unserer Gewinn- und Verlustrechnung erläutern. Gleich an erster Stelle ist unsere herausragende Ertragskraft zu betonen: Unser operatives Ergebnis haben wir 2017 um sieben Prozent auf 4,1 Milliarden Euro gesteigert. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf 4,2 Milliarden Euro. Nach Abzug von Steuern in Höhe von fast 1,1 Milliarden Euro kommen wir auf ein Nachsteuer-Ergebnis von 3,1 Milliarden Euro – und liegen damit rund eine halbe Milliarde Euro über 2016.

**Herzblut, Pioniergeist,  
Sportlichkeit & Familie –  
das sind die vier Säulen  
unserer besonderen Unter-  
nehmenskultur – und  
damit das Fundament  
unseres Geschäftserfolgs.**

Und worauf wir bei Porsche besonders stolz sind: Mit einer operativen Umsatzrendite von 17,6 Prozent haben wir unsere Profitabilität gegenüber 2016 noch einmal verbessert – und stehen weiterhin im Spitzenfeld unserer Branche.

Das ist keine Selbstverständlichkeit. Es gibt dafür gute Gründe. Allen voran die hohe Attraktivität unserer Produkte: Die Sportwagen von Porsche sind weltweit so begehrt wie nie zuvor. Wir haben unsere Chancen auf den globalen Märkten erfolgreich wahrgenommen, indem wir unsere Kunden mit den richtigen Modellen und einem faszinierenden Marken-erlebnis begeistert haben.

Zur Stärkung der Ertragskraft haben auch eine vorausschauende Währungsabsicherung, unser stringentes Kostenmanagement und eine kontinuierlich verbesserte Produktivität beigetragen.

Vor einem Jahr hatte ich hier an gleicher Stelle auf den schwierigen Spagat zwischen Kostendämpfung und Investitionen hingewiesen. Beides vernünftig auszubalancieren, ist 2017 keine banale Aufgabe gewesen – vor allem vor dem Hintergrund, dass wir einen beträchtlichen finanziellen Aufwand betreiben, um Porsche in Zeiten des Umbruchs fit für die Zukunft zu machen. Aber es ist uns gelungen, mit Konsequenz, mit durchdachten Lösungen und zielführenden Entscheidungen unsere Erträge auf Spitzenniveau zu halten.

# 2017 in Zahlen



**Bei Auslieferungen, Umsatz und Ergebnis haben wir die bisherigen historischen Bestwerte aus dem Jahr 2016 noch einmal übertroffen.**

So sind die Aufwendungen für Forschung und Entwicklung im Berichtsjahr gegenüber 2016 um fünf Prozent auf 2,3 Milliarden Euro gestiegen. Einen Anstieg verzeichneten wir auch bei den Sachinvestitionen. Im Fahrzeuggeschäft haben wir 2017 rund 1,7 Milliarden Euro investiert. Der Personalaufwand belief sich auf 3,2 Milliarden Euro, was gegenüber dem Vorjahr einem Plus von elf Prozent entspricht.

Cashflow

**4,1** Mrd. €

aus laufender Geschäftstätigkeit  
Porsche AG Konzern

Eigenkapitalquote

**43 %**

Porsche AG Konzern

Kapitalrendite

**28 %**

Fahrzeuggeschäft



Die Kosten- und Bilanzstruktur von Porsche ist kerngesund. Das spiegelt sich unter anderem auch in einer nochmals verbesserten Eigenkapitalquote von 43 Prozent und in der hohen Kapitalrendite von 28 Prozent wider.

Ebenfalls sehr positiv entwickelte sich der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit: Hier verzeichneten wir 2017 gegenüber dem Vorjahr eine Verbesserung um rund 200 Millionen Euro auf nunmehr 4,1 Milliarden Euro. Im Fahrzeuggeschäft haben wir weiter Liquidität aufgebaut: Am Bilanzstichtag lag die Netto-Liquidität bei 2,2 Milliarden Euro. Das waren knapp 300 Millionen Euro mehr als am 31. Dezember 2016.

Zum Abschluss noch ein Blick auf unser Finanzdienstleistungsgeschäft, das neben dem Kerngeschäft mit Fahrzeugen ein weiterer wichtiger Eckpfeiler des Porsche-Konzerns ist: Hier erreichten wir 2017 eine hervorragende normalisierte Eigenkapitalrendite von 28 Prozent. Also auch hier absolute Benchmark-Werte.

Soweit also das Zahlenwerk für 2017. Weitere Details zur Ergebnis- und Finanzlage im abgelaufenen Geschäftsjahr entnehmen Sie bitte unserem Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht. Und selbstverständlich stehe ich Ihnen nachher gerne noch für Fragen zu unserem Jahresabschluss zur Verfügung.

In dem berühmten, von Visconti verfilmten Roman „Der Leopard“ sagt der Protagonist Tancredi einen bemerkenswerten Satz – ich zitiere: „Wenn wir wollen, dass alles so bleibt, wie es ist, dann ist es notwendig, dass sich alles verändert.“ Das trifft aus meiner Sicht genau die heutige Situation der Automobilindustrie und damit auch die von Porsche.

Wenn unser Unternehmen weiterhin erfolgreich und ertragsstark sein will, gibt es kein „Weiter so“. Wir stellen uns deshalb ein auf die aktuellen Zukunftstrends, auf sich wandelnde Rahmenbedingungen und auf die neuen Ansprüche, die unsere Kunden und die Gesellschaft an unsere Produkte und an die Mobilität künftig stellen werden.

**Wir verändern  
uns – und zwar  
mit großen  
Schritten.**



# Der Porsche-Weg



Kurzum: Wir verändern uns – und zwar mit großen Schritten. Aber wir verbinden das Neue mit unserer Tradition und unseren Werten, mit der Strahlkraft unserer Marke und mit unserer Erfahrung im Sportwagenbau. Denn das ist es, was Porsche ausmacht und uns vom Wettbewerb unterscheidet. Auf dieser Basis antizipieren wir, was die Zukunft von Porsche erwartet – und gehen dann unseren eigenen Weg, den „Porsche-Weg“.

Auf diesem Weg überlassen wir so wenig wie möglich dem Zufall. Wir gehen nicht nur schnell und flexibel vor, sondern auch systematisch, konsequent und zielgerichtet – so, wie wir das von der Rennstrecke kennen. Ohne systematische Vorbereitung, ohne eine zielführende Strategie und ohne effiziente Prozesse hätten wir Le Mans nicht gewonnen – schon gar nicht drei Mal in Folge.

Porsche befindet sich auf dem Weg in die Zukunft – in eine chancenreiche Zukunft, die wir selbstbewusst und aktiv mitgestalten. Mit der Strategie 2025 haben wir einen grundlegenden Transformationsprozess angestoßen, der in sämtlichen Unternehmensbereichen greift. Das Ziel ist klar definiert: Wir wollen Porsche zum führenden Anbieter für digitale Mobilitätslösungen im automobilen Premium-Segment entwickeln.

## Strategie 2025

Porsche als führender Anbieter für digitale Mobilitätslösungen im automobilen Premium-Segment.

Offen sein für das unbekannte Neue ist unser Grundprinzip. Uns ist bewusst: Es gibt viele Dinge, von denen wir noch gar nicht wissen, dass wir sie nicht wissen. Die wir aber unbedingt wissen sollten, wenn wir Neues schaffen wollen. Genau danach suchen wir heute – vor allem in Bereichen, die mit unserem Kerngeschäft, dem Sportwagenbau, auf den ersten Blick überhaupt nichts zu tun haben.

Denken Sie nur an Themen wie künstliche Intelligenz, das Internet der Dinge oder an Blockchain – alles Technologien, die über ein enormes Potenzial verfügen und in Zukunft eine wesentliche Rolle spielen werden. Wir entdecken gerade, wie wir dieses Potenzial für uns, für Porsche, nutzen können.

Dazu holen wir uns kompetente Partner zur Seite: junge Start-ups und kreative Köpfe, die visionär denken und die Welt mit völlig neuen Ideen, mit disruptiven Technologien und Geschäftsmodellen verändern wollen.

Dieser Kreativität lassen wir in den für uns relevanten Handlungsfeldern freien Lauf. Zum Beispiel bei der Veränderung unserer Unternehmensprozesse und bei der vernetzten Auto-



matisierung für die künftige Produktion 4.0. Oder beim Aufbau einer digitalen Online-Plattform für innovative Kundenschnittstellen sowohl unterwegs, zu Hause als auch im stationären Handel.

Die Partner unterstützen uns bei der Vernetzung unserer Sportwagen – Stichwort: „connected car“ – oder bei der Entwicklung markenadäquater Funktionsmodule im Bereich des autonomen Fahrens. Gemeinsam entwickeln wir neue Funktionen, die wir unseren Kunden künftig „on demand“ und „over the air“ bereitstellen können.

Es wird in Zukunft möglich sein, temporär eine besonders sportliche Fahrwerk- und Motorabstimmung freizuschalten, wenn der Porsche-Fahrer am Wochenende auf die Rennstrecke gehen will. Und das Fahrzeug steuert ihn dann zu Trainingszwecken autonom auf der Ideallinie über den Kurs. Abgerechnet wird ganz einfach über die individuelle Porsche-ID, die jeder Kunde heute schon erhalten kann. Ein Beispiel von vielen.

Die Porsche Digital GmbH wurde eigens gegründet, um unsere Marke mit potenziellen Partnern aus der Start-up-Szene zu vernetzen. Unsere Tochtergesellschaft ist Mitte 2016 mit hohem Drehmoment durchgestartet und es hat sich einiges getan:

#### die Gründung

eines Start-up Accelerators gemeinsam mit dem Medienkonzern Axel Springer,

#### die Partnerschaft

mit dem Stuttgarter Start-up Home-iX zur Vernetzung unserer Sportwagen mit dem Smart Home,

#### die Zusammenarbeit

mit dem Start-up Evopark zur Entwicklung neuer Parkhaus-Dienstleistungen für unsere Kunden,

#### die Gründung

einer Niederlassung im kalifornischen Silicon Valley,

#### die Beteiligung

an den beiden israelischen Venture Capital Fonds Magma und Grove.

**Porsche befindet sich auf dem Weg in die Zukunft – in eine chancenreiche Zukunft, die wir selbstbewusst und aktiv mitgestalten.**



Eine echte Erfolgsstory ist auch unser Digital Lab in Berlin. Das auf knapp 20 Mitarbeiter angewachsene Lab hat bei Porsche bereits zahlreiche Themen angestoßen und erfolgreich Innovationsprojekte pilotiert. Es wird seine Aktivitäten in den Bereichen Künstliche Intelligenz, Internet der Dinge und Blockchain-Technologien weiter intensivieren.

Apropos Blockchain: Die Anwendung dieser Zukunftstechnologie direkt im Auto haben wir bereits vor vier Wochen präsentiert – als erster Hersteller weltweit. Gemeinsam mit dem Berliner Start-up Xain hat Porsche verschiedene Einsatzmöglichkeiten entwickelt und erfolgreich erprobt.

Damit sorgen wir für absolute Datensicherheit, wie sie auch unseren Kunden wichtig ist. Sie alleine entscheiden über die Verwendung ihrer Daten – und wir halten uns daran. Mehr noch: Wir sorgen auch dafür, dass ihre personen- und fahrzeugbezogenen Daten absolut sicher sind vor Hackern.

Transaktionen, die auf der Blockchain-Technologie basieren, sind sicher und können gleichzeitig deutlich schneller abgewickelt werden als zuvor. Die getesteten Anwendungsfälle reichen von zeitlich befristeten Zugangsberechtigungen zum Fahrzeug bis hin zu neuen Geschäftsmodellen durch verschlüsselte Datenerfassung. Das können wir beispielsweise nutzen, um autonome Fahrfunktionen weiterzuentwickeln. Auch unsere Elektrooffensive unterstützen wir mit Blockchain im Fahrzeug: angefangen bei der schnelleren, einfacheren und sichereren Authentifizierung an der Ladesäule bis hin zum vereinfachten Bezahlvorgang.

Es geht Porsche nicht nur darum, über die Zusammenarbeit mit Start-ups und Venture-Capital Fonds Zugriff auf externes Know-how und auf innovative Technologien zu bekommen. Unser Anliegen ist es auch, dieses Wissen und diese kreative Aufbruchsstimmung als neues Mindset in den Kern des Unternehmens hineinzutragen.

Dabei dienen die digitalen Satelliten wie unser Berliner Lab, Porsche Digital und auch das in 2017 eröffnete „Innovation Office“ in Tel Aviv unseren Mitarbeitern als Inspirationsquelle. Wer einmal die faszinierende Start-up- und Innovations-Kultur hautnah miterlebt hat, wird spätestens dann selbst zum Treiber der Transformation in unserem Unternehmen.

Schon heute nutzen wir im Unternehmen bei der Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen agile Methoden, bei denen wir auch unsere Kunden frühzeitig mit einbinden. Das macht uns an dieser Stelle noch schneller und kundenorientierter.

Konsequente Kundenorientierung ist ein Muss bei der Entwicklung neuer digitaler Angebote rund um die Mobilität – erst recht, wenn man damit Geld verdienen und neue Geschäftsfelder erschließen will. Am Markt werden sich diese Angebote nur durchsetzen, wenn sie dem Kunden einen echten Nutzwert oder ein außergewöhnlich faszinierendes Produkterlebnis bieten.

Es ist daher wichtig, die digitalen Services überlegt zu konzipieren und mit großer Sorgfalt zu entwickeln. Zugleich müssen wir mutig genug sein, alte Denkmuster hinter uns zu lassen, um mit frischen Ideen etwas wirklich Innovatives, Zukunftsweisendes zu schaffen. Wenn uns das gelingt, haben wir gute Chancen, schon in absehbarer Zeit einen nennenswerten Anteil unseres Umsatzes mit digitalen Diensten zu generieren – mittelfristig einen zweistelligen Prozentsatz.

Sie sehen: Porsche befindet sich auf einem guten Kurs. Doch die digitale Transformation stellt Chance und Herausforderung zugleich dar – nicht nur für unser Unternehmen. So werden wir unser IT-Budget um rund 60 Prozent auf 450 Millionen Euro pro Jahr aufstocken. Dieser Zuwachs fließt ausschließlich in die neuen Digitalisierungsbereiche.

Genauso herausfordernd ist der Übergang vom konventionellen Antrieb zur Elektromobilität. Denn auch wenn Porsche mit dem Mission E hier bereits hervorragend unterwegs ist, wollen und werden wir das Thema selbstverständlich weitertreiben.

Mit Audi entwickeln wir derzeit die „Premium Platform Electric“, aus der drei neue Modellfamilien hervorgehen sollen. So

**Zugleich müssen wir mutig genug sein, alte Denkmuster hinter uns zu lassen, um mit frischen Ideen etwas wirklich Innovatives, Zukunftsweisendes zu schaffen.**



nutzen wir die Entwicklungskapazitäten beider Unternehmen und reduzieren unsere Kosten. Diese würden rund 30 Prozent höher ausfallen, wenn wir die anstehenden Aufgaben alleine bewältigen müssten.

Ein weiteres Gemeinschaftsprojekt ist Ionity, ein Joint Venture mit BMW, Daimler, Ford und dem Volkswagen Konzern, vertreten durch Porsche und Audi. Unser Ziel ist es, bis 2020 eine Infrastruktur mit 400 Schnelllade-Parks in Europa aufzubauen. Die ersten 20 Stationen sind bereits im Bau.

Um Projekte wie diese noch intensiver voranzutreiben, hat der Aufsichtsrat einer Verdoppelung unserer Investitionen in die Elektromobilität von drei auf sechs Milliarden Euro bis 2022 zugestimmt. Denn die Elektrifizierung ist – ebenso wie die Digitalisierung – mit hohen Kosten verbunden. Der Aufwand für neue Technologien ist enorm.

Auf der Ausgaben-Seite machen sich aber auch schärfere Abgas-Vorschriften und veränderte Testverfahren bemerkbar. Erschwerend kommt hinzu, dass wir uns verstärkt gegen Währungskursschwankungen absichern müssen.

Verlässliche Vorhersagen zur Entwicklung der globalen Konjunktur sind derzeit kaum möglich. Wir leben in einer Welt des rasanten Wandels. Plötzliche geopolitische Verwerfungen oder nervös reagierende Finanzmärkte können jede Prognose über Nacht zur Makulatur werden lassen. Wichtig ist deshalb, dass wir unsere hohe Flexibilität erhalten, um auch künftig zeitnah auf unvorhergesehene Entwicklungen reagieren zu können.

Unter der Voraussetzung, dass sich die Weltwirtschaft einigermaßen stabil weiterentwickelt, gehe ich – Stand heute – davon aus, dass wir unsere Auslieferungen in diesem Jahr auf einem stabilen Niveau halten können.

An unserem zentralen strategischen Ziel, der operativen Umsatzrendite von 15 Prozent, halten wir für 2018 ebenfalls fest – wenngleich uns bewusst ist, dass dies angesichts anhaltend hoher Zukunftsinvestitionen und der damit verbundenen Abschreibungen kein leichtes Unterfangen werden dürfte. Aber der positive Verlauf der ersten beiden Monate des aktuellen Geschäftsjahres gibt uns Anlass zur Zuversicht, den Kostendruck durch steigende Erlöse kompensieren zu können.



## Ausblick

**Wir leben  
in einer Welt  
des rasanten  
Wandels.**



# „Porsche bleibt Porsche“

Oliver Blume über Digitalisierung, E-Mobilität, Rennsport und Tradition



**Oliver Blume**  
Vorstandsvorsitzender

Die Automobilindustrie befindet sich im Wandel. Sie verändert sich in den kommenden Jahren stärker als in den fünfzig Jahren zuvor. Es geht um die Elektrifizierung der Antriebe. Die Digitalisierung von Prozessen und Produkten. Und es geht um vernetzte globale Dienste.

In diesen technologischen Fortschritten sehen wir große Chancen und Möglichkeiten, auch für einen Hersteller von Sportwagen. Entscheidend ist die richtige Priorisierung und Vorbereitung. Als „Kompass“ dient uns dabei die Porsche Strategie 2025 mit unserer Vision, Porsche zur erfolgreichsten Marke für exklusive und sportliche Mobilität zu machen.

## Ziele

Unser Ziel ist es, durch ein einzigartiges Produkt- und Markenerlebnis unsere Kunden zu begeistern. Mit unserer Innovationskraft und nachhaltigem Handeln wollen wir Maßstäbe setzen. Wir wollen auch in Zukunft als herausragender Arbeitgeber und Wirtschaftspartner gelten und an unserer ex-

zellenten Ertragskraft von mehr als 15 Prozent Umsatzrendite festhalten – wobei wertschaffendes Wachstum für uns im Mittelpunkt steht.

Zusammen mit unserer Mission und Vision bilden diese Ziele das Dach der Porsche-Strategie 2025. Im Zentrum der Strategie stehen sechs Querschnittsstrategien. Sie beinhalten die Leitthemen, die alle Bereiche des Unternehmens in den kommenden Jahren beschäftigen werden.

## Querschnittsstrategien & Strategielandkarte

Das sind: Unsere Markenstrategie, die Produktstrategie, die Digitale Transformation, Innovationskraft, Flexibilität und Skalierbarkeit und die Nachhaltigkeit. Die Ressortstrategien nehmen die Inhalte dieser Querschnittsstrategien auf und sind – ergänzt um ressortspezifische Inhalte – unsere starke Basis.

Um die Strategie 2025 fest im Unternehmen zu verankern, haben wir eine Strategielandkarte entwickelt – heruntergebrochen auf einzelne Regionen, Tochtergesellschaften und Menschen im





# Produktstrategie

**Keine Frage: Das Auto der Zukunft wird auf Dauer die Masse der Verbrennungsmotoren verdrängen.**



Unternehmen. Denn klar definierte Verantwortlichkeiten und Teilziele helfen uns im Alltag.

So kommen in den verschiedenen Strategiefeldern schon jetzt erste Projekte zur Umsetzung. Beispielsweise:

- der Digital City Showroom, ein Pilotprojekt in Guangzhou.
- Unsere Porsche ID mit der Plattform My Porsche.
- Kooperationen wie die Startup Autobahn oder Joint Ventures leisten unserer Innovationskraft weiter Vorschub.
- Und unser neuer Karosseriebau hier in Zuffenhausen für den Mission E und 911 setzt neue Maßstäbe in Sachen Flexibilität und Skalierbarkeit.
- Gleichzeitig soll die gesamte neue Fertigung für den Mission E CO<sub>2</sub>-neutral sein und damit auf unsere Nachhaltigkeit einzahlen.

Mit unserer Strategie 2025 als Wegweiser transportieren wir die Kernwerte der Marke Porsche in die Zukunft. Gleichzeitig verbinden wir sie mit allem, was technologisch möglich und sinnvoll ist. Entsprechend haben wir auch unsere Produktstrategie aufgebaut.

**Digitalisierung ist kein Selbstzweck.**

## Modellpalette

Um die unterschiedlichen Wünsche unserer Kunden zu erfüllen, umfasst unsere Modellpalette vier Dimensionen:

- » **Die erste ist unsere erfolgreiche „Basis“. Hier prüfen wir, in welchen Segmenten Derivate sinnvoll sind. So wie der Panamera Sport Turismo, eine Variante unserer Luxuslimousine mit extra viel Laderaum.**
- » **Eine weitere Dimension nennen wir „Image“: Das sind sehr sportliche Fahrzeuge, die das Rennsport-Gen in sich tragen – wie unsere GT- und RS-Modelle.**
- » **In der „Lifestyle“-Dimension kombinieren wir moderne Autos mit beliebten Elementen früherer Generationen.**
- » **Und last, but not least: die Dimension der „Zukunft“. Sie steht für alle Plug-in-Hybride und reinen E-Mobile – umfassend digitalisiert, versteht sich.**

## Dreiklang der Antriebskonzepte

Keine Frage: Das Auto der Zukunft wird auf Dauer die Masse der Verbrennungsmotoren verdrängen. Dafür sorgen alleine schon die Pläne der Politik, Emissionen im Straßenverkehr zu reduzieren.

Doch die Weltregionen entwickeln sich unterschiedlich schnell. Wir stellen uns daher für einen Übergangszeitraum von circa zehn Jahren so flexibel wie möglich auf: Mit Modellen mit weiter optimierten Verbrennungsmotoren. Mit attraktiven Plug-in-Hybriden. Und mit rein elektrisch betriebenen Sportwagen.

## E-Mobilität

Wir brauchen die E-Mobilität. Und wir wollen sie auch. Denn sie passt zu Porsche: Sie ist effizient, umweltschonend und unabhängig von fossilen Rohstoffen. Hinzu kommen die herausragenden Performance-Eigenschaften des Elektromotors.

Unsere Hybridmodelle nehmen die Kunden bereits hervorragend an: In Europa wurden seit der Markteinführung rund 60 Prozent aller Panamera mit Hybridantrieb ausgeliefert. Bei den Auftragseingängen lag die Quote in manchen Ländern sogar deutlich darüber, etwa in Skandinavien mit rund 90 Prozent.



## Wir brauchen die E-Mobilität. Und wir wollen sie auch.

Wir rechnen auch für die Zukunft mit tendenziell stabil hohen Hybridanteilen. Und wir gehen davon aus, dass 2025 bereits mehr als die Hälfte aller von Porsche ausgelieferten Fahrzeuge einen E-Motor haben wird.

Bis 2022 investieren wir in die Hybridentwicklung und in die Elektromobilität mehr als sechs Milliarden Euro. Dieses Zukunftspaket beinhaltet rund drei Milliarden Euro Sachinvestitionen und etwas mehr als drei Milliarden Euro Entwicklungskosten.

### Neues Werk für Mission E

Allein eine Milliarde Euro investieren wir hier, am Standort Zuffenhausen. Die neue Fertigung für E-Autos funktioniert als „Fabrik in der Fabrik“: mit eigener Lackiererei und Montage. Wir erweitern den bestehenden Karosseriebau und das Motorenwerk. Künftig können wir dort auch Elektroantriebe herstellen.

Das alles für den Mission E, den ersten rein elektrisch betriebenen Porsche. Dieses Fahrzeug wird nicht nur schnell fahren, sondern auch schnell laden. Mit seiner 800-Volt-Architektur

tankt der Mission E in vier Minuten Energie für eine Strecke von 100 Kilometern.

Das macht ihn alltags- und vor allem: langstreckentauglich. Auch in Sachen Design, Fahr-Erlebnis und Performance wird dieses Fahrzeug neue Maßstäbe setzen. Und wie Sie in dem Film von eben gesehen haben: Er wird nicht der einzige elektrisch angetriebene Sportwagen bei Porsche bleiben.

Wir arbeiten am Mission E Cross Turismo, einem Fahrzeug im Offroad-Look, gemacht für Menschen, die aktiv sind, die in ihrer Freizeit viel Sport treiben oder mit der Familie in der Natur unterwegs sind: 100 Prozent elektrisch und alltagstauglich sprintet dieses Cross Utility Vehicle in weniger als 3,5 Sekunden von 0 auf 100 km/h. Die Höchstgeschwindigkeit liegt bei 250 km/h, die Reichweite bei etwa 500 Kilometern im NEFZ.

Für eine leistungsstarke Ladeinfrastruktur sorgt zum Einen das Joint Venture Ionity, das Ihnen Lutz Meschke bereits vorgestellt hat. Unser Ziel ist es, bis 2020 eine Infrastruktur mit 400 Schnelllade-Parks in Europa aufzubauen. Zusätzlich werden wir unseren Kunden Lösungen für Zuhause anbieten, unseren Handel mit Lade-Säulen ausstatten und induktive Ladestationen entwickeln.

### Vorbildfunktion

Denn Porsche und Elektromobilität passen perfekt zusammen. Hier werden wir neue Maßstäbe setzen. Auf der Rennstrecke und auf der Straße. Mit der großen Reichweite des Mission E



# 100 %

elektrisch



# < 3,5 sek.

von 0 auf 100 km/h



# 250 km/h

Höchstgeschwindigkeit



# 15 min.

400 km Reichweite



und einer flächendeckenden Ladeinfrastruktur wollen und werden wir nicht nur unsere Kunden begeistern. Wir sehen uns auch hier in der Verantwortung mit gutem Beispiel voranzugehen, indem wir der E-Mobilität zu mehr Akzeptanz in der Gesellschaft verhelfen.

# Elektrifizierung bei Porsche



Wie Sie sehen, ist Porsche auf einem sehr guten Weg. Wir haben vielversprechende Projekte auf den Weg gebracht, wichtige Meilensteine erreicht.

- Mit attraktiven Produkten haben wir auch 2017 unsere Kunden begeistert, wichtige Preise und Auszeichnungen gewonnen.
- Wir konnten historische Erfolge im Motorsport feiern.
- Wir haben erneut Maßstäbe in Sachen Qualität, Innovation und Nachhaltigkeit gesetzt.
- Wir haben mehr als 2.000 neue Arbeitsplätze geschaffen.
- Und: Wir haben unser ambitioniertes Rendite-Ziel von mindestens 15 Prozent – zum wiederholten Mal – übertroffen.

## **Porsche übernimmt Verantwortung & gestaltet die Zukunft**

Doch Erfolge machen wir nicht allein an Zahlen fest. Für Porsche bedeutet Erfolg auch Verantwortung. Verantwortung als Ausbilder, als Chancengeber, als Entwicklungshelfer, in sozialen Bereichen und in Sachen Nachhaltigkeit.

Wir übernehmen Verantwortung – auch indem wir die Zukunft gestalten. Wir investieren große Summen in die Elektrifizierung, in die Digitalisierung und Konnektivität.

## **Herausforderungen & Risiken**

Doch diese Themen sind keine Selbstläufer.

- Sie sind mit hohen Kosten verbunden, die wir nicht eins zu eins an unsere Kunden weiterreichen können und wollen.
- Wir müssen einen enorm großen Aufwand für neue Technologien betreiben, experimentieren und Risiken eingehen.
- In vielen Ländern werden außerdem die Abgas-Vorschriften deutlich verschärft, allen voran in China. Ab 2019 gilt dort bereits eine feste Quote für Autos mit elektrifiziertem Antrieb. Das macht uns keine Sorgen, aber fordert uns.
- Bei den Testverfahren hat die „Worldwide Harmonized Light-Duty Vehicles Test Procedure“, kurz WLTP, den NEFZ abgelöst. Auch das stellt uns vor neue, große Herausforderungen.
- Hinzu kommt, dass wir uns verstärkt gegen Währungskursschwankungen absichern müssen.

## **Ausblick 2018**

Vor diesem Hintergrund gilt es 2018 mehr denn je, unsere finanziellen Kräfte zu sammeln. Ein stringentes Kostenmanagement zu betreiben. Unsere Produktivität zu verbessern. Und: Neue Ertragsquellen zu erschließen.

Digitalisierung, Konnektivität und E-Mobilität begreifen wir als Chance, als Grundlage für völlig neue Geschäftsmodelle. Wir verfügen über die besten Voraussetzungen, um digitale Innovationen mit modernen Antriebskonzepten und sportlicher Fahrtdynamik zusammenzubringen. Dieses Powerplay bei den Produkten wollen wir in 2018 weiter stärken.

Dabei sind wir in der komfortablen Situation, dass Porsche sehr gut aufgestellt ist. Unser Unternehmen ist hoch profitabel. In drei Jahren haben wir unser operatives Ergebnis um rund 50 Prozent auf mehr als 4 Milliarden Euro gesteigert. Unsere Modellpalette ist so attraktiv und vielfältig wie noch nie. Die Zusammenarbeit mit unseren Schwestermarken im Konzern schafft Synergien und senkt Kosten.

Auch wenn sich unsere Investitionen in die Zukunft des Unternehmens bemerkbar machen: Für das Geschäftsjahr 2018 erwarten wir, dass sich Auslieferungen und Umsatz auf dem erreichten hohen Niveau stabilisieren. Basis dafür ist unser Produktportfolio: Vor allem die neue Generation des Cayenne, der 2018 in allen Märkten eingeführt wird.

Wir befinden uns mitten in der Transformation. Dabei blicken wir mit Zuversicht und Selbstvertrauen in die Zukunft. Denn Porsche steht für eine große Tradition im Automobilbau. Wir verändern uns und bleiben doch unserer Mission treu: Wir bauen Sportwagen, von denen die Menschen träumen – gestern, heute und morgen.

## **Porsche bleibt Porsche.**

Darauf dürfen Sie sich verlassen.

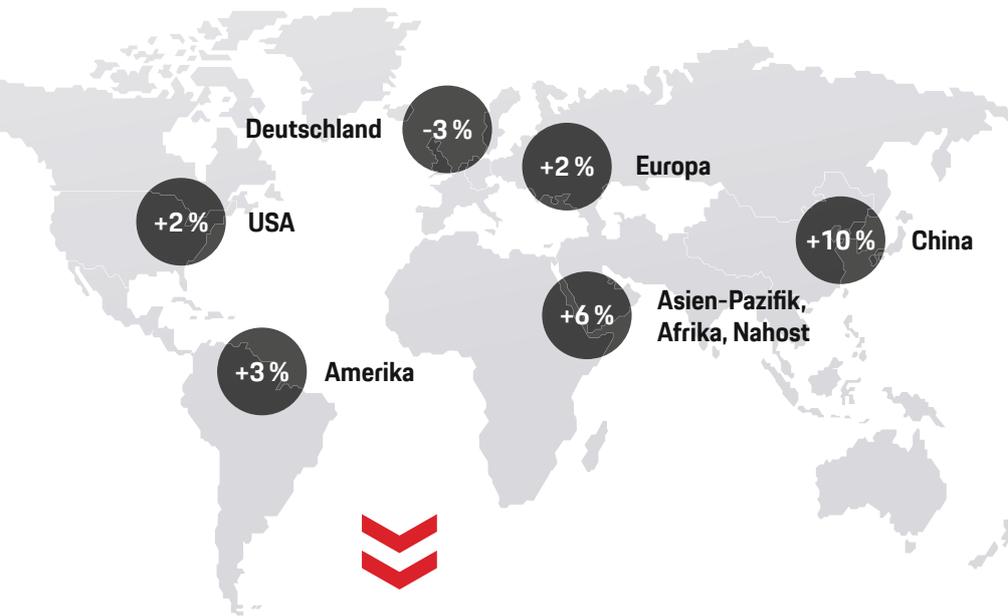
**Porsche und  
Elektromobilität  
passen perfekt  
zusammen.**



# Porsche Geschäftsjahr 2017

## Zahlen und Fakten

### Auslieferungen nach Regionen 2017



» Topseller  
Macan

**97.202** +2%

» Ikone  
911 inkl. 918

**32.204** -1%

» Newcomer  
Panamera

**27.942** +83%

60% der Bestellungen des neuen Panamera in der EU sind Hybrid-Modelle

Auslieferungen 2016

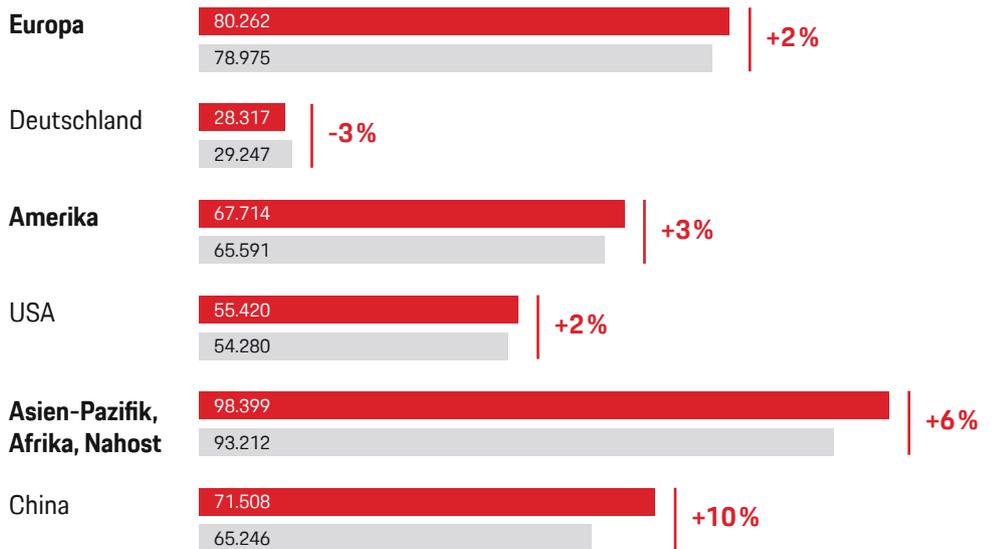
**237.778**

Auslieferungen 2017

**246.375**

Wachstum weltweit

+4%



### Kostenentwicklung 2017

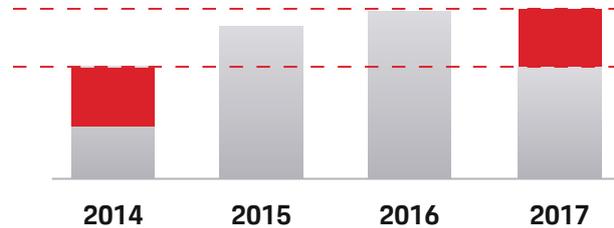


## 2017 – Erfolgreichstes Jahr der Unternehmensgeschichte

Steigerung  
operatives Ergebnis

2,7 Mrd. € 3,4 Mrd. € 3,9 Mrd. € 4,1 Mrd. €

2014 - 2017: +52%



Operative  
Umsatzrendite

**17,6%**

2016: 17,4%

Umsatz



**23,5 Mrd. €**  
+5%

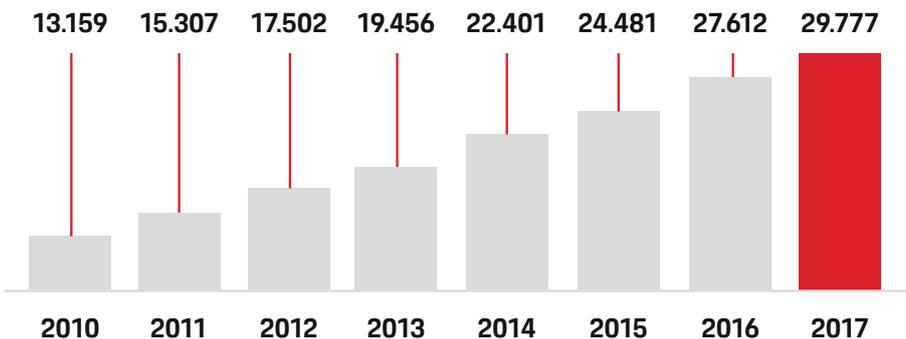
» Ergebnis nach Steuern

**3,1 Mrd. €** +19%

» Ergebnis vor Steuern

**4,2 Mrd. €** +14%

### Mitarbeiterwachstum



Investitionen in  
E-Mobilität bis  
2022

**6 Mrd. €**

### Eigenkapitalquote

Porsche AG Konzern

**43%**

### Kapitalrendite

Fahrzeuggeschäft

**28%**

### Nettoliquidität

Fahrzeuggeschäft

**2,2 Mrd. €**

### Cashflow

» **4,1 Mrd. €** aus laufender Geschäftstätigkeit  
Porsche AG Konzern

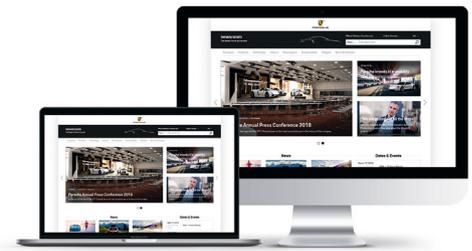
### Normalisierte Eigenkapitalrendite

» **28%** Finanzdienstleistungsgeschäft



# Performance erleben

In Stuttgart Zuffenhausen vor dem Porsche Museum.



## Newsroom

Unter „newsroom.porsche.de“ finden Sie Texte, Bilder und Grafiken.



## Porsche in Zahlen

Begehbare Bilanz  
16. März bis 27. April 2018

## Social Media

 @PorscheNewsroom  
#PorschePerformance

## Geschäfts- & Nachhaltigkeitsbericht

Unter „newsroom.porsche.de/reports“ finden Sie eine eigene Microsite sowie den Bericht als PDF-Datei.



**Dr. Josef Arweck**  
Leiter Öffentlichkeitsarbeit & Presse  
Tel.: +49 (0)711 / 911 26260  
josef.arweck@porsche.de



**Frank Scholtys**  
Leiter Unternehmenskommunikation  
Tel.: +49 (0)711 / 911 24277  
frank.scholtys@porsche.de



**Tanja Deutschenbaur**  
Pressesprecherin Finanzen und IT  
Tel.: +49 (0)711 / 911 27828  
tanja.deutschenbaur@porsche.de



**Nadine Toberer**  
Pressesprecherin Vertrieb und Marketing  
Tel.: +49 (0)711 / 911 23088  
nadine.toberer@porsche.de



**Christian Weiss**  
Pressesprecher Produktion,  
Logistik & Nachhaltigkeit  
Tel.: +49 (0)711 / 911 22155  
christian.weiss@porsche.de



**Matthias Rauter**  
Pressesprecher Personal  
und Soziales  
Tel.: +49 (0)711 / 911 24332  
matthias.rauter@porsche.de



**Anja Wassertheurer**  
Leiterin Produkt- und  
Technikkommunikation  
Tel.: +49 (0)711 / 911 24628  
anja.wassertheurer@porsche.de

**JAHRES  
PRESSE  
KONFERENZ** 16. März 2018