

Rede Oliver Blume

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

Ordentliche Hauptversammlung

28. Juni 2023

Verbrauchsangaben:

911 GT3 Modelle: Kraftstoffverbrauch kombiniert: 13,4 – 12,9 l/100 km (WLTP); CO₂-Emissionen kombiniert: 305 – 292 g/km (WLTP); Stand 06/2023

Es gilt das gesprochene Wort.

Ein Traum wird Wirklichkeit – so ist Porsche einst entstanden. Träume zu erfüllen, das ist unser Antrieb – bis heute.

Seit 75 Jahren sind wir ‚Driven by Dreams‘. Und wir werden es immer bleiben.

Einen guten Morgen Ihnen allen hier in der Porsche Arena. Und vielen Dank, lieber Wolfgang Porsche.

Meine sehr verehrten Damen und Herren, liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

wir sind wieder da. Die Porsche AG ist zurück an der Börse. Und ich freue mich sehr, Sie heute wieder bei einer Hauptversammlung begrüßen zu dürfen – im Kreise unserer Porsche-Familie.

Ferry Porsche hat vor 75 Jahren seinen großen Traum realisiert – mit einem Sportwagen, den es so zuvor nicht gegeben hatte. Er legte damit den Grundstein einer traumhaften Geschichte. Der Porsche-Story.

Und deshalb sind wir noch heute: Die Marke für alle Menschen, die ihren Träumen folgen.

Wir sind stolz auf unser Erbe. Und zugleich sind wir überzeugt: Wir sind bestens aufgestellt, um diese Geschichte erfolgreich fortzuschreiben.

Wir sehen uns als Vorreiter einer nachhaltigen Mobilität. Eine der wertvollsten Luxusmarken der Welt. Sportlich und modern. Mit starken finanziellen Ergebnissen. Und stets angetrieben von der einen alles entscheidenden Frage: Wie können wir unsere Kundinnen und Kunden, unsere Fans, immer wieder neu begeistern?

Genau das möchte ich Ihnen heute zeigen.

Auch möchte ich mit Ihnen zurückblicken auf ein sehr erfolgreiches Jahr 2022 – und auf einen vielversprechenden Start in das laufende Jahr.

Und ich möchte mit Ihnen in die Zukunft von Porsche schauen. Wir treiben unsere Strategie des modernen, sportlichen Luxus entschlossen voran. Und wir setzen uns ambitionierte Ziele.

Mit dem Börsengang im vergangenen Herbst ist auch für uns ein großer Traum in Erfüllung gegangen.

Dafür möchte ich als Erstes Ihnen herzlich danken. Denn es ist ganz besonders auch Ihr Verdienst als Aktionärinnen und Aktionäre, dass die Rückkehr an den Kapitalmarkt so erfolgreich verlaufen ist.

Dass wir den direkten Einstieg in den DAX geschafft haben – nach gerade einmal 81 Tagen. Und dass sich der Kurs unserer Aktie P911 seither so gut entwickelt hat.

Zum Börsenstart im Herbst haben mehr als 170.000 Privatanleger Aktien der Porsche AG gezeichnet. Und knapp die Hälfte davon hat zwischen 1 und 40 Aktien gekauft, also bis zu gut 3.000 Euro investiert.

Auch das macht uns stolz. Denn es zeigt: Porsche ist eine Marke zum Anfassen. Viele Menschen fühlen sich Porsche verbunden. Sie alle haben an uns geglaubt und uns Ihr Vertrauen geschenkt. Und Sie tun es weiter. Das freut uns sehr.

Unser Börsengang im September war – gemessen an der Marktkapitalisierung – der größte in Europa aller Zeiten.

Wir haben neue Eigenständigkeit und mehr Flexibilität erlangt. Und vor allem: neue Chancen. Porsche kann sich jetzt noch besser auf das Wesentliche fokussieren – auf seine Stärken. Und wir können unsere Geschwindigkeit auf dem Weg in die Zukunft noch einmal deutlich erhöhen.

Zusätzlich können wir weiterhin Synergien mit dem Volkswagen Konzern nutzen. Damit nehmen wir in der internationalen Automobilindustrie aus unserer Sicht eine nahezu einzigartige Stellung ein.

2022 haben wir das mit Abstand stärkste Ergebnis in der Geschichte von Porsche erzielt. Die Auslieferungen haben wir auf knapp 310.000 Neufahrzeuge gesteigert. Auch Umsatz, operatives Ergebnis, Umsatzrendite und Netto-Cashflow – alles Top-Werte. Und das trotz sehr herausfordernder Rahmenbedingungen.

Der Konzernumsatz stieg auf 37,6 Milliarden Euro, unser operatives Konzernergebnis auf 6,8 Milliarden Euro. Und die operative Konzernumsatzrendite konnten wir von 16 auf 18 Prozent erhöhen.

Und auch ins Jahr 1 nach dem Börsengang sind wir mit großem Erfolg gestartet. Im ersten Quartal 2023 haben wir fast 81.000 Neufahrzeuge ausgeliefert. Das sind so viele wie nie zuvor in einem Quartal – wobei das Volumen für uns nicht entscheidend ist, sondern die Exklusivität und die Qualität unserer Produkte.

Unser Umsatz und auch das operative Ergebnis stiegen deutlich – beide um mehr als ein Viertel. Der Umsatz auf 10,1 Milliarden Euro, das Ergebnis auf 1,84 Milliarden Euro. Das ergibt eine operative Konzernumsatzrendite von 18,2 Prozent.

Zu unserem 75. Geburtstag stehen wir mit diesen Ergebnissen stärker da als je zuvor. Sie zeigen: Unsere Produkte sind in aller Welt beliebt. Mit einer ausgeglichenen Aufstellung in den Weltregionen ist unser Geschäftsmodell auch in herausfordernden Zeiten flexibel und robust ausbalanciert.

All das ist eine großartige Leistung eines starken Teams. Auch dafür möchte ich mich heute noch einmal bedanken: bei meinen Vorstandskollegen, bei unserem Aufsichtsrat und vor allem bei der gesamten Porsche-Mannschaft. Ihr macht einen fantastischen Job!

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,
unser Jahresergebnis 2022 war auf Grundlage des inzwischen beendeten Gewinnabführungsvertrags noch an Volkswagen abzuführen. Dennoch möchten wir Sie an unserem Erfolg beteiligen.

Deshalb schlagen wir Ihnen heute vor, für das Geschäftsjahr 2022 eine Summe von 915,5 Millionen Euro als Dividende auszuschütten. Dieser Betrag enthält eine Mehrdividende von rund 4,5 Millionen Euro für die Vorzugsaktien.

Pro Vorzugsaktie ergibt das eine Dividende von 1,01 Euro. Pro Stammaktie beläuft sich die Dividende auf 1,00 Euro.

Auf mittlere Sicht streben wir an, jedes Jahr rund die Hälfte unseres jeweiligen Konzernergebnisses nach Steuern als Dividende auszuschütten.

Sie wissen: Seit gut einem Dreivierteljahr darf ich auch den Volkswagen Konzern als Vorstandsvorsitzender führen. Das ist für mich eine große Ehre und natürlich auch eine Herausforderung.

Zugleich bin und bleibe ich mit ganzem Herzen Porscheaner. Meine Arbeit hier fortführen zu können, war für mich eine wesentliche Voraussetzung.

Die ersten Monate seit meinem Amtsantritt haben gezeigt: Meine Doppelrolle funktioniert. Mit Vorteilen für Porsche und Vorteilen für den Volkswagen Konzern. Und selbstverständlich haben wir dafür auch ein stabiles Regelwerk etabliert.

Hier bei Porsche bin ich nah an den Prozessen. An den Technologien. Mit engem Kontakt zur Mannschaft.

Auf dieser Basis kann ich im VW Konzern fundierte strategische Entscheidungen treffen, die allen Marken zugutekommen. Deshalb haben wir auf Konzernebene weitere Doppelfunktionen geschaffen: in Produktion und Beschaffung, Vertrieb und Qualität, in der Entwicklung und im Design sowie in der Kommunikation. Das ist nicht nur effizient, sondern auch besonders effektiv.

Meine Damen und Herren,

Träume können wahr werden. Dafür stehen wir bei Porsche seit 75 Jahren. Aber es passiert nicht von allein. Es braucht Pioniergeist und Leidenschaft. Ausdauer und Überzeugung. Und Teamarbeit.

Unsere ganze Branche erlebt gerade die wohl tiefgreifendsten Veränderungen ihrer Geschichte. Bei der Digitalisierung und dem Umstieg auf die Elektromobilität geht es um mehr als neue Technologien.

Sie erfordern radikales Umdenken – von der Art, wie wir Fahrzeuge entwickeln und produzieren über die diversen Prozesse im Unternehmen bis hin zu den Geschäftsmodellen.

Und hinzu kommt: So grundsätzlich wie jetzt ist unser Verständnis von Mobilität auch noch nie in Frage gestellt worden – und das weit über die Frage nach der Art des Antriebs hinaus.

Ich sage ganz klar: Diese Debatte ist richtig und wichtig – und ein elementarer Bestandteil unserer demokratischen Kultur. Sofern alle Beteiligten bereit sind, deren Regeln zu achten.

Wir stellen uns der Debatte. Für uns ist völlig klar: Unseren Nachfahren eine lebenswerte Welt zu hinterlassen, ist die wohl größte Herausforderung unserer Generation.

Daran arbeiten wir mit voller Kraft. Mit der Überzeugung, dass wir gute Ideen für die Zukunft haben.

Lassen Sie uns deshalb nun – wie angekündigt – gemeinsam in die Zukunft von Porsche schauen. Was haben wir uns vorgenommen? Und wie wollen wir es erreichen?

Wir haben dafür einen klaren Plan entwickelt. Mit konkreten Zielen. Mit klar definierten Maßnahmen und Verantwortlichkeiten. Eindeutig messbar.

Beginnen wir mit den zentralen strategischen und finanziellen Weichenstellungen.

Porsche ist sehr robust aufgestellt. Aus dieser starken Position heraus können wir nachhaltige Erfolge erzielen – auch in einem gesamtwirtschaftlich schwierigen Umfeld. Wir haben bisher ein hohes Maß an Robustheit gegenüber Krisen gezeigt.

Aber wir wären nicht Porsche, wenn wir uns damit zufriedengeben würden. Wir wollen uns stets weiterentwickeln, verbessern, optimieren. Das Feld anzuführen – das ist unser Anspruch.

Hinzu kommt das enorme Tempo des Wandels. Es gibt neue Wettbewerber auf dem Markt – gerade im Bereich der Elektromobilität. Und auch die etablierten Hersteller entwickeln sich weiter.

Wir haben deshalb das Programm ‚Road to 20‘ gestartet. Die Zahl 20 steht für unser strategisches Ziel einer operativen Konzernumsatzrendite von mehr als 20 Prozent. Das ist die Marke, die wir langfristig anstreben.

Wir stellen dafür alles auf den Prüfstand: vom Produktangebot über die Preisstellung bis hin zur Kostenstruktur. Und wir schnüren ein umfassendes Bündel an Maßnahmen. Wir wollen die Qualität der Deckungsbeiträge steigern und unsere Produkte noch attraktiver machen.

Wir setzen damit auf eine erfolgreiche Basis: das Porsche Ergebnisprogramm 2025. Auch das hatte zum Ziel, sinkenden Margen vorzubeugen. Etwa 3.000 Maßnahmen haben wir dafür seit 2018 identifiziert – und den Großteil bereits erfolgreich ergebniswirksam umgesetzt.

Mit der ‚Road to 20‘ entwickeln wir dieses Programm weiter. Und wir nehmen einen Teil der Maßnahmen mit, die aktuell noch in der Umsetzung sind – etwa 500 an der Zahl.

Wichtig dabei ist: Auch dieses Mal stehen nicht allein die Kosten im Fokus. Die ‚Road to 20‘ ist kein Sparprogramm – sondern ebenfalls ein vollumfängliches Ergebnisprogramm zur Performance-Steigerung über alle Stufen der Wertschöpfung und Geschäftsmodelle.

Ein starker Cashflow ist wichtig, um unser Unternehmen zukunftssicher aufzustellen. Allein für Elektrifizierung und Digitalisierung planen wir in den nächsten fünf Jahren Investitionen von mehr als 20 Milliarden Euro – mit einem Schwerpunkt auf unseren Fahrzeugprojekten.

Wir stehen bei Porsche für modernen, sportlichen Luxus. Das heißt: eine einzigartige Marke, Handwerkskunst, Liebe zum Detail und ein unvergessliches Kundenerlebnis.

Wer einen Porsche kauft, bekommt mehr als ein Auto. Eine Welt voller besonderer Erlebnisse.

Wir verbinden unsere faszinierenden Produkte mit Momenten, die für immer in Erinnerung bleiben. Das macht unsere Porsche-Gemeinschaft aus.

Ein Sportwagen war einst Ferry Porsches großer Traum. Auch für viele unserer Kundinnen und Kunden heute ist ein Porsche ein Lebenstraum. Einen schöneren Ansporn kann es für uns nicht geben.

You dream it – we build it. Das ist das Motto im Sonderwunsch-Programm der Porsche Exclusive Manufaktur. Es macht Fahrzeugunikate mit einem technisch einzigartigen Konzept möglich. Man könnte auch sagen: Es lässt Träume Wirklichkeit werden – und seien sie noch so individuell.

Paolo Barilla war früher Rennfahrer. 1985 siegte er in einem Porsche 956 in Le Mans. Heute ist er Unternehmer – und er hatte einen solchen Traum: eine Hommage an sein Siegerauto von damals.

Dieser Traum ist Wirklichkeit geworden: Drei Jahre hat ein Porsche-Team aus Designern und Ingenieuren daran gearbeitet. Der 911 GT3 sieht nicht nur aus wie Barillas Le-Mans-Rennwagen. Er fühlt sich auch so an.

Paolo Barilla selbst hat die Realisierung seines Traums in allen Phasen eng begleitet. Als Teil des Teams – mit eigenem Porsche Werksausweis.

Ihm schließlich dieses ganz besondere Fahrzeug übergeben zu können, war auch für uns ein unvergessliches Erlebnis.

Das bringt uns zu einem weiteren zentralen Punkt: unserem Produktportfolio.

Unsere Strategie ist klar: Elektromobilität hat bei Porsche oberste Priorität. Wir treiben den Hochlauf so entschieden voran wie nur wenige andere. Unser Anspruch ist, im Jahr 2030 mehr als 80 Prozent unserer Neufahrzeuge vollelektrisch an unsere Kunden auszuliefern.

Unsere Produktstrategie ist voll und ganz darauf ausgerichtet:

Beginnen wir mit dem vollelektrischen Macan: Er soll im Laufe des Jahres 2024 in den Handel kommen. Dann der 718: In der Mitte des Jahrzehnts ist er vollelektrisch geplant. Unmittelbar folgen wird der vollelektrische Cayenne.

Zusätzlich werden wir unser Produktportfolio nach oben erweitern: mit einem neuen vollelektrischen SUV, sportlich positioniert, oberhalb des Cayenne.

Wir unterstreichen und stärken damit unsere Luxuspositionierung. Und zielen auf stark wachsende Profitpools in diesem Segment, also renditeträchtige Felder, vor allem in China und den USA.

Es geht um ein neues Fahrzeugkonzept – mit Porsche-typischer Flyline, beeindruckender Performance, automatisierten Fahrfunktionen und einem neuen Innenraumerlebnis.

Der Übergang zur Elektromobilität verläuft in den Weltregionen unterschiedlich schnell. Strategisch sind wir daher bei den Antriebsarten flexibel aufgestellt – mit einem Dreiklang aus Verbrennern, Hybriden und reinen E-Modellen.

Ein gutes Beispiel ist der Cayenne. Er hat das sportliche SUV-Segment in den vergangenen 20 Jahren geprägt – als familientaugliches Reisefahrzeug, robuster Offroader und hochdynamischer Sportwagen in einem Fahrzeugkonzept.

Gerade erst haben wir den neuen Cayenne vorgestellt: eine der umfangreichsten Produktaufwertungen in der Geschichte von Porsche. Mit einem neuen Anzeige- und Bedienkonzept, einem deutlich geschärften Exterieur und starken neuen Hybrid-Varianten mit hoher elektrischer Reichweite.

Der vollelektrische Cayenne wird die Baureihe später komplettieren und soll diese Erfolgsgeschichte fortsetzen.

Als sinnvolle Ergänzung zur Elektromobilität engagieren wir uns auch für eFuels. Durch ihren Einsatz hätten wir eine potenzielle Möglichkeit, den CO₂-Ausstoß bei Bestandsfahrzeugen mit Verbrennungsmotoren zu reduzieren.

Darüber hinaus ist ihr Einsatz auch für andere Verkehrssektoren interessant – etwa für Schiffe und Flugzeuge, aber auch für den Schwerlastverkehr, für Einsatzwagen oder für Räum- und Streufahrzeuge im Winter.

In Chile haben wir mit Partnern eine eFuels-Pilotanlage errichtet. Seit Dezember läuft die Produktion. Damit haben wir den Beweis angetreten, dass sich eFuels im industriellen Maßstab produzieren lassen.

Kommen wir nun zum nächsten wichtigen Pfeiler unserer Strategie: der Software.

Ein absoluter Schlüsselbereich – mit maßgeblichem Einfluss auf die gesamte Fahrzeugarchitektur. Und ich kann Ihnen versichern: Aus den Verzögerungen bei der gemeinsamen Konzern-Plattform haben wir in den letzten Monaten die richtigen Schlüsse gezogen – und die nötigen Schritte in der Software-Einheit Cariad eingeleitet.

Bei Porsche verstärken wir unsere Software-Kompetenz bis in den Vorstand.

Am 1. November wird Sajjad Khan zu uns stoßen. Er wird im Vorstand den neuen Bereich Car-IT verantworten. Und wir freuen uns alle sehr, dass wir einen so erfahrenen und top-vernetzten Experten für diese Aufgabe gewinnen konnten.

Gemeinsam werden wir unsere Strategie im Bereich Car-IT entschlossen und kundenorientiert umsetzen.

Unsere Kundinnen und Kunden wollen ihr gewohntes digitales Umfeld auch in ihrem Porsche wiederfinden. Deswegen setzen wir dort, wo es gute, etablierte Lösungen gibt, auf die Zusammenarbeit mit starken weltweiten Partnern.

Mit Mobileye haben wir dieses Jahr eine strategische Partnerschaft im Bereich des automatisierten Fahrens vereinbart. Spitzen-Technologie, passgenau abgestimmt auf das Porsche-typische Fahrerlebnis.

In der agilen Geschäftseinheit „Digital Family“ haben wir die Kompetenzen von Porsche Digital, MHP und der Porsche-IT jetzt gebündelt. Sie arbeiten nun noch enger zusammen.

Gemeinsam haben Porsche AG und Porsche Digital den Aufbau eines globalen Digital Campus gestartet. Wir wollen dort hochqualifizierte Studierende und Berufseinsteiger mit Wirtschaft und Wissenschaft vernetzen – unter anderem im Bereich Künstliche Intelligenz und Data Analytics.

Ein weiterer wesentlicher Faktor in unserer Porsche-Strategie ist die Nachhaltigkeit. Außerdem ist sie mir selbst und dem ganzen Team eine Herzensangelegenheit.

Wir stellen uns unserer Verantwortung als Unternehmen. Unser Ziel ist auch hier ambitioniert: Die Wertschöpfungskette unserer Fahrzeuge soll im Jahr 2030 bilanziell CO₂-neutral sein.

Die Kernelemente sind vor allem:

- die konsequente Elektrifizierung unserer Produktpalette,

- unsere Vision einer „Zero-Impact“-Factory, also einer Fabrik, die die Umwelt so wenig wie möglich belasten soll,
- klare Ziele für den CO₂-Fußabdruck in unseren Fahrzeugprojekten
- sowie ambitionierte Anforderungen für unsere Partner.

Wichtige Schritte in der Nachhaltigkeit haben wir bereits gemacht.

Unsere Hauptstandorte in Zuffenhausen, Leipzig und Weissach betreiben wir bilanziell CO₂-neutral. Auch der neue vollelektrische Macan soll am Standort Leipzig bilanziell CO₂-neutral gefertigt werden.

Wie das Fahrzeug sollen auch die Hochvolt-Batteriezellmodule für den neuen Macan in Deutschland hergestellt werden. Bei der Fertigung der Zellmodule soll ausschließlich Strom aus erneuerbaren Energien zum Einsatz kommen.

Für uns ist außerdem völlig klar: Unsere Verantwortung geht über unsere Werkstore hinaus. Sie erstreckt sich über die gesamte Wertschöpfungskette. Deshalb arbeiten wir hier eng mit unseren unmittelbaren Partnern in der Zulieferindustrie zusammen.

Wir betrachten das Thema Nachhaltigkeit ganzheitlich – ökologisch, wirtschaftlich, sozial und auch digital. Wir stehen für unsere Werte. Wir helfen dort, wo Hilfe benötigt wird. Und wir wollen andere Menschen dabei unterstützen, ihre Träume wahr werden zu lassen.

Soziales Engagement liegt uns ganz besonders am Herzen. Wir unterstützen deshalb sehr intensiv die Arbeit der Ferry-Porsche-Stiftung, die sich in diesem Bereich engagiert. Eines von vielen Feldern ist das Thema „Inklusion im Sport“.

Ein weiteres schönes Beispiel ist die Jugendförderung im Sport. Unter dem Motto „Turbo für Talente“ engagieren wir uns für den Nachwuchs in ganz verschiedenen Sportarten. Im Fußball zum Beispiel, aber auch im Eishockey und im Basketball.

Es geht dabei nicht nur um eine hochwertige sportliche Ausbildung. Es geht auch um die soziale und persönliche Entwicklung der Kinder und Jugendlichen.

Kommen wir zu einem weiteren zentralen Thema: der Transformation.

Einen so grundlegenden Wandel wie jetzt hat unsere Branche noch nicht erlebt – ich habe es eingangs gesagt.

Das betrifft auch die Art, wie wir arbeiten. Die Transformation hat unseren Alltag bereits stark verändert – und sie wird es weiter tun. Auch das gehen wir an – mit Nachdruck, aber planvoll und vorausschauend.

Wir haben dafür ein umfassendes Qualifizierungsprogramm entwickelt. Wir schauen uns genau an: Welche Kompetenzen brauchen wir künftig – und welche haben wir? Diese nutzen wir bestmöglich und entwickeln sie zielgerichtet weiter. So können wir die Transformation gemeinsam mit unseren Kolleginnen und Kollegen erfolgreich bewältigen.

Abschließend möchte ich noch auf einen ganz besonders wichtigen Aspekt eingehen – und der sind Sie. Unsere Aktionärinnen und Aktionäre. Der Kapitalmarkt. Und die Frage, was Sie von uns erwarten können.

Das gesamtwirtschaftliche Umfeld bleibt herausfordernd – konkret etwa die Marktsituation in China. Dort erholt sich die Nachfrage nach Ende der Pandemie

langsamer und gleichzeitig schreitet die Transformation zu vollelektrischen Fahrzeugen schneller voran als ursprünglich gedacht.

Es geht außerdem um die Lieferketten, die Sicherung der Teileversorgung und die möglichen Auswirkungen auf unsere Produktion. Hinzu kommen allgemein weiter steigende Kosten. Und auch die diversen geopolitischen Spannungen sorgen weiterhin für Risiken.

Gleichzeitig investieren wir umfassend in unsere Entwicklung. In Innovationen und in unser Porsche-Ökosystem – damit wir unseren Kunden auch künftig die Produkte und Services anbieten können, die sie von uns erwarten.

Wir sind in einer starken Position. Wir profitieren von unserem robusten Geschäftsmodell und unserem finanzkräftigen Kundenstamm.

Und deshalb bestätigen wir unsere Prognose für das laufende Jahr. Das heißt: Wir rechnen beim Konzernumsatz weiterhin mit einem Korridor von rund 40 bis 42 Milliarden Euro. Und bei der operativen Konzernumsatzrendite gehen wir von 17 bis 19 Prozent aus – sofern sich die globale und versorgungstechnische Lage nicht signifikant verschärft.

Langfristig haben wir uns – wie erwähnt – eine operative Konzernumsatzrendite von mehr als 20 Prozent vorgenommen. Und auch dabei bleiben wir.

Meine Damen und Herren,
der Star ist die Mannschaft, sagt man im Sport. Hier bei Porsche sehen wir das genauso. So führen wir das Unternehmen.

Wir sind überzeugt: Erfolg ist Teamarbeit. Konstruktives Miteinander, gegenseitiger Respekt und Vertrauen – auf allen Ebenen. Performance und Teamgeist leiten uns.

Fortschrittliche Technologien und effiziente Prozesse sind wichtig. Aber um das Beste daraus zu machen, braucht es die richtige Mannschaft. Die richtigen Menschen auf den richtigen Positionen. Ein gutes Spielsystem, eine clevere Taktik – und den unbedingten Willen, den Titel zu holen.

Wir haben solch eine erstklassige Mannschaft. Sie hat Porsche zu einem so starken Unternehmen gemacht.

Gemeinsam haben wir die Zukunft klar im Blick. Mit dem Börsengang hat für Porsche eine neue Ära begonnen – und nun schalten wir entschlossen einen Gang hoch.

Wir können weiter umfassend in Spitzentechnologien investieren. In die Transformation. In eine nachhaltige Weiterentwicklung des Geschäfts und des Produktportfolios. Für all das haben wir einen klaren Plan – und wir setzen ihn entschlossen um.

Die Porsche-Story ist geprägt von Träumen – und dem Antrieb, sie wahr werden zu lassen. Von Pioniergeist und Leidenschaft. Von der Verbindung von Tradition und Innovation.

Seit 75 Jahren sind wir ‚Driven by Dreams‘. Und wir werden es immer bleiben.

Und wir sind froh und stolz, Sie an unserer Seite zu haben.

Vielen Dank.