

Porsche stellt neue Strategie bis 2035 vor

07/10/2026 Neue Sportwagen, höhere Exklusivität, stärkere Ertragskraft:Die Porsche AG präsentiert beim Capital Markets Day ihre Strategie Sportwagenschmiede '35 mit dem Schwerpunkt auf die mittelfristigen Ambitionen. Die ikonische Marke aus Zuffenhausen möchte ihre Sportwagen-Identität mit neuen Produkten und Technologien weiter schärfen und ausbauen. Eine verbesserte Preis-Absatz-Positionierung des Produkt-Portfolios in Verbindung mit einem Kostenprogramm und einer verschlankten, agileren Organisation sollen zu attraktiver Profitabilität und Netto-Cash-Flow-Marge bei geringerer Kapitalintensität führen.

Sportwagenschmiede '35 – Driven by the love for sports cars: Unter dieser Überschrift stellt die Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG heute im Rahmen eines Capital Markets Day im Entwicklungszentrum Weissach ihre strategische Neuausrichtung vor. Übergeordnetes Ziel ist es, Porsche als einen der begehrtesten Sportwagenhersteller zu stärken. Grundlage dafür ist die einzigartige Positionierung der Marke. Mit Produkten, die sowohl das sportliche Luxus-Segment als auch das sportliche Top-Premium-Segment bedienen, kann der Sportwagenhersteller hohe Renditen im Top-Segment erzielen und gleichzeitig skalieren. Dabei lässt sich das Unternehmen auch in Zukunft von seinem Prinzip „Value over Volume“

leiten. In Kombination mit einer schlankeren, schnelleren und flexibleren Organisation sowie effizienteren Prozessen strebt Porsche dabei eine deutlich niedrigere Gewinnschwelle an, die bereits bei unter 200.000 Einheiten erreicht werden soll. Mittelfristig strebt das Unternehmen eine operative Konzernumsatzrendite von 10 bis 15 Prozent sowie eine Netto-Cashflow-Marge Automobile von 9 bis 12 Prozent an. Das langfristige strategische Ziel liegt bei 15 Prozent operative Konzernumsatzrendite und 12 Prozent Netto-Cashflow-Marge Automobile.

„Mit unserer Strategie Sportwagenschmiede '35 verfolgen wir einen klaren Plan. Oberstes Ziel ist es, unsere einzigartige Sportwagenmarke weiter zu stärken – über alle Modellreihen hinweg und mit neuen, begehrenswerten Modellen in besonders margenstarken Segmenten", sagt Dr. Michael Leiters, Vorstandsvorsitzender der Porsche AG. „Mit unserer Strategie schaffen wir die Voraussetzungen, um Porsche in drei Phasen deutlich effizienter, produktiver und profitabler zu machen. Aktuell geht es vor allem darum, Kosten zu senken und das Unternehmen finanziell robuster zu machen. Wichtige Meilensteine haben wir bereits erreicht."

So wurde mit der Arbeitnehmerseite ein Zukunftspaket vereinbart, das neben einem sozialverträglichen Abbau von rund 9.000 Stellen auch eine Standortsicherung für die Stammbelegschaft bis 2035 umfasst. Auch bei der Fokussierung auf das Kerngeschäft wurden bereits wesentliche Maßnahmen umgesetzt: darunter der Verkauf der Anteile an Rimac und Bugatti Rimac, das Signing zum Verkauf der Beratungstochter MHP oder die geplante Stilllegung der Entwicklungs- und Produktionstätigkeiten der Cellforce Group sowie der Porsche eBike Performance und Cetitec.

Darüber hinaus wird Porsche von einem erweiterten Produktportfolio profitieren. Dies beginnt mit den vollelektrischen 718 Boxster und Cayman Modellen, die in ihrem ersten vollen Produktionsjahr 2028 den Absatz unterstützen sollen. Ebenfalls in 2028 wird ein neues SUV im B-Segment vorgestellt, welches parallel zum aktuellen vollelektrischen Macan angeboten werden soll. Das neue Fahrzeug mit Verbrenner- und Plug-in-Hybrid-Antrieb soll nach seinem Serien-Hochlauf in 2028 im Jahr 2029 einen spürbaren Beitrag zu Umsatz und Profitabilität leisten. Anschließend sollen weitere Produktneuheiten vor allem in den besonders margenstarken D- und E-Segmenten folgen, die das Ergebnis nochmals verbessern sollen.

Dr. Michael Leiters: „Unsere Strategie fokussiert sehr stark auf die mittelfristige Ambition, damit die Maßnahmen und damit verbundenen Ergebnisse möglichst früh greifen. Der Begriff ‚Sportwagenschmiede' ist bewusst gewählt, denn er umfasst alles, was Porsche in Zukunft auszeichnen soll: Unseren Anspruch, in jedem Segment die sportlichsten Fahrzeuge anzubieten, aber auch handwerkliches Können, bodenständiges Denken und unternehmerisches, wirtschaftliches Handeln. Unser Ziel ist es, für alle Interessengruppen attraktiv zu sein: für unsere Kundinnen und Kunden, unsere Belegschaft, unsere Partner und unsere Investoren."

Die Strategie Sportwagenschmiede '35 wird am Capital Markets Day in fünf Kapiteln beschrieben: Marke & Kunde, Produkte & Technologien, Unternehmen & Wertschöpfung sowie Grundlagen der Strategie und finanzielle Ambitionen. Nachfolgend die wichtigsten Aussagen und Fakten zu den verschiedenen Kapiteln:

Marke & Kunde

Porsche schärft seine Identität als Sportwagenmarke weiter. Dabei bleibt das Unternehmen seinem Leitprinzip „Value over Volume“ treu. Qualität ist die unverzichtbare Grundlage des wirtschaftlichen Erfolgs von Porsche – bei Produkten ebenso wie im Service. Denn das kommt bei den Kunden unmittelbar an.

- Die Marke Porsche zeichnet sich insbesondere durch Design, Exklusivität, Performance, Heritage und Fahrspaß aus. Diese Werte bilden die Grundlage der einzigartigen Positionierung von Porsche.
- Porsche verfügt wie kein anderer Hersteller über eine einzigartige Positionierung zwischen sportlichem Top-Premium und sportlichem Luxus. Diese soll konsequent weiterentwickelt werden, um den Kunden weiterhin einen attraktiven Einstieg in die Marke zu ermöglichen und gleichzeitig gezielt in exklusivere und margenstärkere Segmente zu expandieren.
- Porsche plant eine gezielt höhere Positionierung der Marke unter anderem durch ausgeweitete Individualisierungsangebote und eine Erweiterung des Produktportfolios in höherwertigen Segmenten. Damit möchte der Sportwagenhersteller etwa bei den Modellen an der Spitze des Angebots den durchschnittlichen Verkaufspreis mit einer entsprechenden Produktsubstanz mittelfristig um rund 20 Prozent steigern.
- Porsche möchte systematisch sein Individualisierungsangebot mit dem Ziel erweitern, den Optionsumsatz pro Fahrzeug mittelfristig deutlich zu erhöhen. Über das Sonderwunsch-Programm plant Porsche, sein hochgradig individualisiertes Fahrzeugangebot auszubauen. Mittelfristig will Porsche die Umsätze aus diesem Geschäft versechsfachen. Dies soll dazu beitragen, die Attraktivität und Exklusivität der Marke weiter zu steigern.
- Künftig bündelt Porsche unter dem Begriff Home of Sports Cars seine Aktivitäten in den drei Bereichen Performance (inklusive Manthey), Exclusiveness (Sonderwunsch und Exclusive Manufaktur) und Heritage. Die Spitze des Hauses bildet das etablierte Sonderwunschangebot, das weiter skaliert werden soll.
- In diesem Rahmen stärkt Porsche sein Performance-Geschäft, indem es seinen Anteil an der Manthey Racing GmbH auf 67 Prozent erhöht hat. Damit wird die erfolgreiche Zusammenarbeit mit der Sportwagen-Dependance am Nürburgring vertieft. Das gemeinsame Angebot soll weiter ausgebaut werden – von Performance-Kits und exklusiven Rennstreckenerlebnissen bis hin zu kompletten Fahrzeugkonzepten im Few-Off-Segment.
- Zudem will Porsche mit einer Qualitäts-Initiative zweierlei erreichen: Die wahrnehmbare Qualität vor Kunde im Produkt und Service weiter steigern und gleichzeitig die Garantiekosten mittelfristig um bis zu 45 Prozent senken.

Produkte & Technologien

Porsches Ziel ist es, seine Fahrzeuge noch exklusiver und begehrenswerter zu machen. Um dies zu erreichen, fokussiert sich der Sportwagenhersteller bei der Anzahl seiner Derivate und richtet sein Portfolio stärker auf attraktive High-End-Segmente aus. Das klare Ziel: Porsche will in jedem Segment, in dem der Hersteller antritt, das sportlichste Fahrzeug anbieten und dabei die Gene des 911 über alle Modellreihen hinweg noch stärker ausprägen.

- Stärkerer Fokus im Portfolio und höhere Effizienz: Porsche reduziert die Komplexität des Portfolios, indem das Unternehmen etwa 20 Prozent weniger Modellvarianten anstrebt. Dadurch soll das Verkaufsvolumen pro Modellvariante mittelfristig um rund 30 Prozent steigen.
- Umstellung auf margenstarke D/E-Segmente: Porsche will seine Präsenz in den oberen und widerstandsfähigeren D/E-Segmenten stärken – mit dem mittelfristigen Ziel, den Anteil der D/E-Modelle am Gesamtportfolio um rund 45 Prozent zu erhöhen.
- Mehr exklusive Flaggschiff-Produkte und Top-End-Derivate: Porsche kündigt die Entwicklung einer Mittelmotor-Supersportwagenplattform an, die eine Modellreihe oberhalb der Sportwagen-Ikone 911 ermöglicht.
- Darüber hinaus wird das 911-Angebot im D-Segment mit hoch emotionalen 911-Derivaten gestärkt.
- Außerdem prüft Porsche ein SUV im D-Segment oberhalb des Cayenne. All dies mit dem Ziel, die Attraktivität, Exklusivität und Rentabilität des Portfolios zu erhöhen.
- Äußerst attraktives Produktportfolio: Bis 2030 plant Porsche, jedes Jahr mindestens ein markenprägendes neues Produkt auf den Markt zu bringen. Zusammen mit den zusätzlichen Produktverbesserungen in den bestehenden Modelllinien wird dies die Grundlage für ein Portfolio legen, das mehr denn je für ein exklusives, emotionales und unverkennbares Porsche Sportwagenerlebnis steht.
- Porsche hält am Antriebs-Dreiklang fest, stellt den Kunden noch stärker in den Mittelpunkt und entwickelt seine Antriebs-Strategie weiter. Porsche kündigt Investitionen in markenprägende Verbrenner-/PHEV-Antriebe und die nächste Generation einer Batterietechnologie an.
- Sportlichstes Auto in jedem Porsche-relevanten Segment durch markenprägende Technologien: Porsche stärkt die Sportwagen-DNA in allen zwei- und viertürigen Modellserien und über alle Antriebskonzepte hinweg.
- Resiliente Plattformstrategie mit starken Partnern: Porsche intensiviert seine Zusammenarbeit mit Audi durch den Einsatz der PPE- und PPC-Plattformen. Dadurch werden Entwicklungsressourcen effizienter genutzt und gleichzeitig der einzigartige Charakter jeder Marke durch spezifische Markentechnologien und -merkmale bewahrt.

Unternehmen & Wertschöpfung

Für Unternehmen und Wertschöpfung gilt das folgende mittelfristige Zielbild: Porsche senkt seine Gewinnschwelle und macht sich widerstandsfähiger, indem die Organisation und die Prozesse schneller, flexibler und produktiver werden. Das Unternehmen verkürzt die Entwicklungszeiten und nutzt Synergien in der Beschaffung. Porsche senkt seine Produktionskosten und optimiert seine Vertriebsstruktur.

- Porsche strebt an, seine Entwicklungskosten für zukünftige Modellreihen um bis zu 20 Prozent zu senken. Dies soll vor allem durch deutlich kürzere Entwicklungszeiten, erweiterte interne Kapazitäten, einen modulareren Entwicklungsprozess und eine geringere Komplexität über die Modellreihen hinweg erreicht werden.
- Die Tochterunternehmen Porsche Engineering und Porsche Digital werden zu Porsche Technologies: Der Zusammenschluss soll Porsches weltweite Entwicklungskompetenzen stärken mit dem Ziel, das globale Know-how bei geringeren Kosten noch besser zu nutzen.
- Porsche plant, seine Personalkosten in der Fertigung mittelfristig um bis zu 30 Prozent zu senken. Weitere Potenziale ergeben sich durch Prozessoptimierungen, produktionsorientiertes Produktdesign und die flexible Herstellung verschiedener Modelle auf derselben Produktionslinie.
- Die Verkaufs- und Vertriebskosten sollen unter anderem durch eine effizientere Organisation mittelfristig um 20 Prozent gesenkt werden – beispielsweise durch die Reduzierung der Vertriebsregionen von fünf auf vier, kosteneffizientere Vertriebsprozesse sowie Effizienzsteigerungen in der Distributoren- und Handelsorganisation.
- Durch ein umfassendes Materialkostenprogramm sollen die Materialeinzelkosten für neue Fahrzeugprojekte um rund 10 Prozent gegenüber bisherigen Planungen reduziert werden. Dies soll insbesondere durch eine Erhöhung des Gleichteileanteils, Fokussierung auf markendifferenzierende Umfänge und stärkere Hebung von Synergien im Partner-/Konzernverbund erreicht werden.

Grundlagen der Strategie

Die Grundlagen bilden das Fundament für die drei Pfeiler der Strategie Sportwagenschmiede ‘35. Wesentliche Elemente sind die Fokussierung auf das Kerngeschäft und eine Verschlankung der Organisation. Das Zukunftspaket spielt dabei eine wesentliche Rolle. Die darin vereinbarten Maßnahmen tragen dazu bei, die Personalkosten zu senken und die Produktivität zu steigern. Schlanke Managementstrukturen und schnellere Entscheidungen sollen das Unternehmen agiler und effektiver machen. Diesbezüglich plant Porsche unter anderem Folgendes:

- Die Managementpositionen werden mittelfristig um 40 Prozent verringert.

- Insgesamt wird die Belegschaft im direkten und indirekten Bereich mittelfristig um 25 Prozent reduziert – mit einem strategischen Ziel von 30 Prozent.
- Die Personalkosten werden darüber hinaus um zirka 10 Prozent gesenkt aufgrund der Maßnahmen im Rahmen des Zukunftspakets.
- Porsche belohnt Leistung, Eigenverantwortung und Beiträge zum kollektiven Erfolg. Boni und Sonderzahlungen werden daher enger mit dem persönlichen Beitrag zum wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens verknüpft. Darüber hinaus plant Porsche den Gremien die Einführung eines Mitarbeiteraktienprogrammes für 2028 vorzuschlagen.

Finanzielle Ambitionen

Mit der Strategie Sportwagenschmiede '35 möchte Porsche seine Wettbewerbsfähigkeit stärken, den Fokus auf Wertschöpfung schärfen (Value over Volume) sowie die Kapitaleffizienz und die Cash-Generierung weiter steigern. Porsches Ambition lautet: Das Umsatzwachstum soll das Absatz-Wachstum übertreffen, das Ergebniswachstum soll das Umsatzwachstum übertreffen und die Cash-Generierung soll überproportional zunehmen. „Die angestrebte Verbesserung von Profitabilität und Cash-Generierung basiert dabei auf einem höheren Wert je Fahrzeug, einem attraktiveren Produktmix sowie einer nachhaltig effizienteren Kosten- und Kapitalbasis", erläutert Dr. Jochen Breckner, Vorstand für Finanzen und IT. Die mittelfristigen und langfristigen strategischen Finanz-Ambitionen ergeben sich als unmittelbare Konsequenz dieser Prioritäten.

- Die Strategie Sportwagenschmiede '35 treibt Porsches Rentabilität, Kapitaleffizienz und Cash-Generierung voran. Mittelfristig bestätigt Porsche die Ambition einer operativen Konzernumsatzrendite von 10 bis 15 Prozent.
- Zudem hat Porsche sich nun eine mittelfristige Netto-Cashflow-Marge Automobile von 9 bis 12 Prozent als Ambition gesetzt. Grundlage hierfür ist neben der soliden Planung, die die heute bekannten Belastungsfaktoren bereits berücksichtigt, die Kombination aus steigender Profitabilität und sinkender Kapitalintensität, die die Cash-Conversion strukturell verbessert.
- Um das obere Ende dieser Ambitionen zu erreichen, ist ein besseres makroökonomisches, geopolitisches und regulatorisches Umfeld erforderlich – und/oder die erfolgreiche Umsetzung von weiteren Wertschöpfungsinitiativen.
- Beim Konzernumsatz strebt Porsche mittelfristig 41 bis 45 Milliarden Euro an.
- Als langfristiges strategisches Ziel strebt Porsche eine operative Konzernumsatzrendite von 15 Prozent und eine Netto-Cashflow-Marge Automobile von 12 Prozent an.
- Die starke Cash-Generierung schafft zusätzliche strategische und finanzielle Flexibilität für Investitionen in das Kerngeschäft, eine Stärkung der Bilanz durch mögliche weitere Pensionszuführungen und attraktive Ausschüttungen an die Aktionäre. Die Dividendenpolitik sieht

eine Ausschüttungsquote von 50 Prozent oder mehr des Konzerngewinns nach Steuern vor.

- Die Strategie Sportwagenschmiede '35 soll Porsche strukturell widerstandsfähiger machen. Die Gewinnschwelle soll bereits bei weniger als 200.000 verkauften Fahrzeugen erreicht werden. Dem liegt eine sehr konservative China-Planung zugrunde.
- Mit einer angestrebten Nettoliquidität von 15 bis 20 Prozent des Automobilumsatzes sorgt Porsche für eine starke Bilanz.
- Nach dem erwarteten Höhepunkt der Investitionen im Jahr 2026 sollen Investitionen sowie die Ausgaben für Forschung und Entwicklung mittelfristig deutlich zurückgehen. Ziel ist dabei nicht allein ein niedrigeres Investitionsniveau, sondern ein fokussierterer Ansatz mit höherer Ausgabendisziplin.

Disclaimer

Diese Pressemitteilung enthält zukunftsgerichtete Aussagen und Informationen, die die gegenwärtigen Einschätzungen der Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG hinsichtlich zukünftiger Ereignisse widerspiegeln. Diese Aussagen unterliegen zahlreichen Risiken, Unsicherheiten und Annahmen. Sie basieren auf Annahmen hinsichtlich der Entwicklung der wirtschaftlichen, politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen in einzelnen Ländern, Wirtschaftsregionen und Märkten, insbesondere in der Automobilindustrie. Diese Annahmen wurden auf Grundlage der zum Zeitpunkt der Veröffentlichung verfügbaren Informationen getroffen und von uns zu diesem Zeitpunkt als realistisch angesehen.

Sollten sich einzelne dieser Risiken und Unsicherheiten verwirklichen oder sollten sich die den zukunftsgerichteten Aussagen zugrunde liegenden Annahmen als unrichtig erweisen, können die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von denjenigen abweichen, die Porsche AG in diesen Aussagen ausdrücklich oder implizit zum Ausdruck bringt.

Die in dieser Pressemitteilung enthaltenen zukunftsgerichteten Aussagen basieren ausschließlich auf den zum Zeitpunkt der Veröffentlichung bestehenden Umständen. Wir aktualisieren zukunftsgerichtete Aussagen nicht nachträglich. Solche Aussagen gelten zum Zeitpunkt ihrer Veröffentlichung und können durch spätere Entwicklungen überholt werden.

Diese Informationen stellen weder ein Angebot zum Tausch oder Verkauf noch eine Aufforderung zum Tausch oder Kauf von Wertpapieren dar.

MEDIA ENQUIRIES



Sandro Kälin

Head of Communications Porsche Schweiz AG
+41 41 487 91 16
sandro.kaelin@porsche.ch



Siraya Schäfer

Press and Public Relations Specialist, Porsche Schweiz AG
+41 41 487 91 47
siraya.schaefer@porsche.ch

Consumption data

911 GT3 S/C (WLTP)*: Kraftstoffverbrauch kombiniert: 13,7 l/100 km; CO_2-Emissionen kombiniert: 310 g/km; CO_2-Klasse: G

*Further information on the official fuel consumption and the official specific CO_2 emissions of new passenger cars can be found in the "Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO_2-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen" (Fuel Consumption, CO_2Emissions and Electricity Consumption Guide for New Passenger Cars), which is available free of charge at all sales outlets and from DAT (Deutsche Automobil Treuhand GmbH, Helmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen, www.dat.de).

Image Sublines

Path: Porsche stellt neue Strategie bis 2035 vor/Bilder/Bild_1.jpg
Title: Dr. Michael Leiters, Chairman of the Executive Board of the Porsche AG. 2026, Porsche AG
Subline: Dr. Michael Leiters, Vorstandsvorsitzender der Porsche AG

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/de_CH/2026/unternehmen/porsche-capital-markets-day-strategie-sportwagenschmiede-35-43436.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/316d12ff-1b43-493a-82bc-a599addbc45a.zip

External Links
https://newsletter.newsroom.porsche.com/prod/pag/NewsletterNewsroom.nsf/NewsletterActions?ReadForm&action=subscribe&language=PCH-de