

Porsches Ambition für 2030: Mehr als 80 Prozent vollelektrische Neufahrzeuge

Dieser Artikel gibt den Stand zum Zeitpunkt seiner Veröffentlichung wieder. Der Inhalt kann inzwischen veraltet sein.

18/03/2022 Die Porsche AG hat im vergangenen Geschäftsjahr ihre Position als einer der weltweit profitabelsten Automobilhersteller untermauert. Sowohl beim Umsatz als auch beim operativen Ergebnis erreichte der Stuttgarter Sportwagenhersteller ein neues Allzeithoch.

Der Umsatz lag 2021 bei 33,1 Milliarden Euro, das sind 4,4 Milliarden Euro mehr als im Vorjahr und entspricht einem Wachstum von 15 Prozent (Vorjahresumsatz: 28,7 Milliarden Euro). Das operative Ergebnis betrug 5,3 Milliarden Euro und übertraf den Vorjahreswert um 1,1 Milliarden Euro (plus 27 Prozent). Damit erwirtschaftete Porsche eine operative Umsatzrendite in Höhe von 16,0 Prozent (Vorjahr: 14,6 Prozent).

„Unser positives Geschäftsergebnis basiert auf mutigen, innovativen und vorausschauenden Entscheidungen", sagt Oliver Blume, Vorstandsvorsitzender der Porsche AG. „Unsere Branche erlebt die wohl größte Transformation ihrer Geschichte", sagt Blume, „wir haben strategische Weichen früh gestellt und sind operativ robust unterwegs. Dieser Erfolg ist Teamwork." Lutz Meschke, stellvertretender Vorstandsvorsitzender und Vorstand Finanzen und IT, sieht die Basis der starken Zahlen neben der attraktiven Produktpalette in der gesunden Kostenstruktur der Porsche AG: „In unseren Geschäftszahlen spiegelt sich die exzellente Ertragskraft unseres Unternehmens wider. Sie belegen unser wertschaffendes Wachstum und die Robustheit unseres erfolgreichen Geschäftsmodells – auch unter schwierigen Rahmenbedingungen wie der Halbleiterknappheit."

Der Netto-Cashflow wuchs 2021 um 1,5 Milliarden Euro auf 3,7 Milliarden Euro (Vorjahr: 2,2 Milliarden Euro). „Auch diese Kennziffer belegt eindrucksvoll: Porsche ist hervorragend aufgestellt", sagt Lutz Meschke. Die positive Entwicklung basiert auch auf dem ambitionierten Ergebnisprogramm 2025. Dieses soll das Ergebnis durch neue Innovationen und Geschäftsmodelle nachhaltig unterstützen. Meschke: „Dank unserer hochmotivierten Mitarbeiter ist unser Ergebnisprogramm ein voller Erfolg. Porsche hat seine Effizienz weiter gesteigert und die Gewinnschwelle gesenkt. Das gibt uns den Spielraum, trotz der angespannten Wirtschaftslage in die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens zu investieren. Die Investitionen in Elektrifizierung, Digitalisierung und Nachhaltigkeit treiben wir entschlossen voran. Ich bin optimistisch, dass Porsche aus den aktuellen globalen Krisen gestärkt hervorgehen wird."

Die angespannte Weltlage mahnt zur Demut und Vorsicht: „Porsche blickt mit großer Sorge und Betroffenheit auf die kriegerische Auseinandersetzung in der Ukraine", sagt Oliver Blume. „Wir hoffen weiterhin auf eine Einstellung der Kampfhandlungen und eine Rückkehr zur Diplomatie. Die Sicherheit und Unversehrtheit der Menschen stehen an erster Stelle." Um in Not geratenen Menschen in der Ukraine zu helfen, hat die Porsche AG insgesamt eine Million Euro gespendet. Den Grad der Auswirkungen auf die Geschäftstätigkeit von Porsche ermitteln Experten fortlaufend in einer Task Force. Betroffen sind die Lieferketten für die Porsche-Werke, wodurch eine geordnete Produktion teilweise nicht mehr möglich ist.

„Vor uns stehen wirtschaftlich und politisch herausfordernde Monate, dennoch halten wir an unserem seit Jahren fest verankerten strategischen Ziel fest, langfristig eine operative Umsatzrendite von mindestens 15 Prozent abzusichern", betont Finanzvorstand Lutz Meschke. „Unsere Task Force hat bereits erste Maßnahmen ergriffen, die unser Ergebnis absichern. Damit wollen wir sicherstellen, dass wir unseren hohen Ertragsanspruch weiterhin erfüllen können. Inwieweit das gelingt, hängt auch von externen Herausforderungen ab, die wir nicht beeinflussen können." Intern habe Porsche jedoch alle Voraussetzungen für ein erfolgreiches Geschäftsmodell geschaffen: „Strategisch, operativ und finanziell ist Porsche hervorragend aufgestellt. Deshalb blicken wir mit Zuversicht in die Zukunft – und begrüßen die Prüfung eines Börsengang der Porsche AG. Dadurch könnte Porsche sein Profil schärfen und die unternehmerische Freiheit steigern. Gleichzeitig könnten Volkswagen und Porsche auch künftig von gemeinsamen Synergien profitieren."

Im Jahr 2021 hat Porsche weltweit 301.915 Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert. Damit wurde erstmals

in der Firmengeschichte die Marke 300.000 überschritten (Vorjahr: 272.162 Auslieferungen). Die meistverkauften Modelle waren der Macan (88.362) und der Cayenne (83.071). Mehr als verdoppelt haben sich die Auslieferungszahlen des Taycan: 41.296 Kunden nahmen den ersten vollelektrischen Porsche in Empfang. Damit überholte dieser sogar die Sportwagenikone 911, obwohl diese mit 38.464 Einheiten ebenfalls eine neue Bestmarke aufstellte. Oliver Blume: „Der Taycan ist zu 100 Prozent ein Porsche und begeistert die Menschen, Bestands- und Neukunden, Experten und Fachmedien. Wir verstärken unsere Elektrooffensive mit einem weiteren Modell: Mitte des Jahrzehnts wollen wir unseren Mittelmotor-Sportwagen 718 ausschließlich vollelektrisch anbieten."

Im vergangenen Jahr waren bereits knapp 40 Prozent aller in Europa ausgelieferten Porsche-Neufahrzeuge elektrifiziert – also Plug-in-Hybride oder vollelektrische Modelle. Zudem hatte Porsche angekündigt, im Jahr 2030 bilanziell CO_2-neutral wirtschaften zu wollen. „In 2025 soll die Hälfte aller neu verkauften Porsche elektrifiziert sein – also vollelektrisch oder Plug-in-Hybrid", kündigt Oliver Blume an. „Im Jahr 2030 soll der Anteil aller Neufahrzeuge mit einem vollelektrischen Antrieb bei mehr als 80 Prozent liegen." Um diese ambitionierten Ziele zu erreichen, investiert Porsche gemeinsam mit Partnern in Premium-Ladestationen – und zusätzlich in eine eigene Lade-Infrastruktur. Weitere umfangreiche Investitionen fließen in Kerntechnologien wie Batteriesysteme und Modulfertigungen. In der neugegründeten Cellforce Group werden Hochleistungsbatteriezellen entwickelt und produziert, die bis zum Jahr 2024 Serienreife erreichen sollen.

Im Jahr 2021 konnte Porsche seine Auslieferungen in allen weltweiten Vertriebsregionen steigern. Der volumenstärkste Einzelmarkt war abermals China. Mit fast 96.000 Auslieferungen wurde hier gegenüber 2020 ein Plus von acht Prozent verzeichnet. Rasant gewachsen ist Porsche in Nordamerika: In den Vereinigten Staaten stieg die Zahl der Auslieferungen um eindrucksvolle 22 Prozent auf mehr als 70.000 Einheiten. Eine sehr positive Entwicklung war auch in Europa zu beobachten: Allein in Deutschland steigerte Porsche seine Neufahrzeug-Auslieferungen um neun Prozent auf knapp 29.000 Einheiten.

MEDIA ENQUIRIES



Sandro Kälin

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

Consumption data

Taycan GTS Sport Turismo (Vorgängermodell)

911 Targa 4 GTS (Vorgängermodell)

911 GT3 (Vorgängermodell)

*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).

Video

https://newstv.porsche.com/porschevideos/205829_en_3000000.mp4
https://newstv.porsche.com/porschevideos/205790_en_3000000.mp4

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/de_CH/2022/unternehmen/porsche-jahrespressekonferenz-geschaeftsjahr-2021-geschaefts-und-nachhaltigkeitsbericht-27762.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/625cd969-0479-4890-aef0-26a91500552c.zip

Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft
Porscheplatz 1
70435 Stuttgart