Presse-Information 16. September 2009

Porsche sieht bei der Absatzentwicklung die Talsohle erreicht

Abermals neue Arbeitsplätze geschaffen

Stuttgart, 15. September 2009. Die Porsche Automobil Holding SE, Stuttgart, ist im Geschäftsjahr 2008/09 (31. Juli) von dem heftigen Konjunktureinbruch auf den weltweiten Märkten nicht verschont geblieben. Wie das Unternehmen am Dienstag auf der Internationalen Automobilausstellung in Frankfurt in einem ersten Überblick über das abgelaufene Geschäftsjahr bekannt gab, ging der Absatz der Tochtergesellschaft Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG nach vorläufigen Zahlen um 24 Prozent auf rund 75.200 Fahrzeuge zurück. Der Umsatz sank dagegen nur um zwölf Prozent auf etwa 6,6 Milliarden Euro. Für Michael Macht, Vorstand der Porsche SE und Vorstandsvorsitzender der Porsche AG, sollte damit aber die Talsohle erreicht sein. "Auch wenn die nächsten Monate noch schwierig bleiben dürften, sind wir für das Jahr 2010 verhalten optimistisch", sagte er in Frankfurt.

Dabei kann Macht auf das attraktivste Produktprogramm zählen, das Porsche je anzubieten hatte. Der Stuttgarter Automobilhersteller stellt in Frankfurt nicht nur seine neue vierte Baureihe, den Gran Turismo Panamera, vor, sondern gibt zum ersten Mal den Blick frei auf drei weitere Fahrzeuge, die die Herzen der Autofans höher schlagen lassen: Die Neuauflage der Sportwagen-Ikone 911 Turbo sowie den 911 GT3 RS - der faszinierende Sportwagen beeindruckt sowohl auf der Rennstrecke als auch auf öffentlichen Straßen -, und als besonderen Leckerbissen den 911 Sport Classic. Bei diesem handelt es sich um ein Sondermodell auf Basis des Carrera S, das mit seinem feststehenden Heckspoiler an den legendären "Entenbürzel" des Carrera 2.7 RS aus dem

Jahr 1973 erinnert.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2008/09 hat sich unter den Baureihen der 911 mit einem Absatzrückgang von 14 Prozent auf voraussichtlich etwa 27.100 Fahrzeuge am besten geschlagen. Der Cayenne erreichte nach den vorläufigen Zahlen rund 34.300 Einheiten (minus 25 Prozent), die Boxster-Baureihe rund 13.100 Fahrzeuge. Dass der Rückgang bei den Mittelmotorsportwagen mit 40 Prozent am stärksten ausfiel, lag vor allem an dem Generationswechsel bei der Baureihe im Februar 2009.

Der Blick auf die Regionen zeigt, dass Porsche in Deutschland überdurchschnittlich gut abschneiden konnte. Der Absatzrückgang betrug auf dem Heimatmarkt nur neun Prozent auf voraussichtlich etwa 12.300 Fahrzeuge. In Nordamerika litt Porsche dagegen mit einem Minus von 30 Prozent auf rund 22.700 Einheiten stärker unter den Auswirkungen der dramatischen Wirtschaftskrise. Außerhalb der Stammmärkte Deutschland und Nordamerika hat Porsche nach den vorläufigen Zahlen rund 40.300 Fahrzeuge abgesetzt - ein Rückgang von 23 Prozent.

Produziert wurden insgesamt rund 76.700 Einheiten und damit 27 Prozent weniger als im Jahr zuvor. In Leipzig liefen etwa 32.600 Fahrzeuge des Cayenne und bereits rund 1.900 Einheiten des neuen Panamera vom Band. Vom 911 wurden etwa 27.800 Einheiten gefertigt. Die Boxster-Baureihe kam insgesamt auf rund 14.400 produzierte Fahrzeuge.

Trotz des rückläufigen Fahrzeuggeschäfts konnte Porsche im Geschäftsjahr 2008/09 weitere Arbeitsplätze schaffen, deren Anzahl stieg um 450 auf 12.652. Neue Stellen entstanden in Leipzig und bei Dienstleistungsgesellschaften.

K-GO

Kontakt
Porsche Automobil Holding SE
Porscheplatz 1
70435 Stuttgart
Telefon: +49 (0)711 911 – 11021