



PORSCHE



Geschäftsbericht 2004/05



Porsche Konzern in Zahlen

		1995/96 HGB	1996/97 HGB	1997/98 HGB	1998/99 HGB	1999/00 HGB
Umsatz	Mio €	1.437,7	2.093,3	2.519,4	3.161,3	3.647,7
Inland	Mio €	527,7	671,9	735,5	955,6	893,2
Ausland	Mio €	910,0	1.421,4	1.783,9	2.205,7	2.754,5
Absatz Neufahrzeuge	Fahrzeuge	19.262	32.383	36.686	43.982	48.797
Inland Porsche	Fahrzeuge	5.873	9.670	9.174	10.607	11.754
Ausland Porsche	Fahrzeuge	13.346	22.713	27.512	33.375	37.043
Auftragsfertigung	Fahrzeuge	43	–	–	–	–
Absatz Porsche	Fahrzeuge	19.219	32.383	36.686	43.982	48.797
911	Fahrzeuge	19.096	16.507	17.869	23.090	23.050
928	Fahrzeuge	104	–	–	–	–
Boxster	Fahrzeuge	19	15.876	18.817	20.892	25.747
Carrera GT	Fahrzeuge	–	–	–	–	–
Cayenne	Fahrzeuge	–	–	–	–	–
Produktion	Fahrzeuge	20.242	32.390	38.007	45.119	48.815
Porsche gesamt	Fahrzeuge	20.242	32.390	38.007	45.119	48.815
911	Fahrzeuge	20.132	16.488	19.120	23.056	22.950
Carrera GT	Fahrzeuge	–	–	–	–	–
928	Fahrzeuge	28	–	–	–	–
Boxster	Fahrzeuge	82	15.902	18.887	22.063	25.865
Cayenne	Fahrzeuge	–	–	–	–	–
Mitarbeiter	Stichtag	7.107	7.959	8.151	8.712	9.320
Personalaufwand	Mio €	392,1	464,4	528,2	574,9	631,3
Bilanz						
Bilanzsumme	Mio €	951,4	1.249,7	1.490,9	1.916,1	2.205,4
Eigenkapital	Mio €	239,1	298,1	415,8	587,4	782,0
Anlagevermögen	Mio €	482,5	565,3	579,6	525,6	577,7
Investitionen	Mio €	213,6	234,8	175,8	155,0	243,7
Abschreibungen	Mio €	67,7	107,6	157,1	183,7	196,6
Cash Flow	Mio €	123,6	205,5	305,0	407,8	424,7
Erweiterter Cash Flow	Mio €			413,1	592,5	506,5
Ergebnis vor Steuern	Mio €	27,9	84,5	165,9	357,0	433,8
Jahresüberschuss nach Steuern	Mio €	24,6	71,3	141,6	190,9	210,0
Ausschüttungssumme	Mio €	1,8	13,0	21,9	21,9	26,4
Dividende je Stückaktie ¹⁾						
Stammaktie	€	0,08	0,72	1,23	1,23	1,48
Vorzugsaktie	€	0,13	0,77	1,28	1,28	1,53
DVFA/SG-Ergebnis je Stückaktie ²⁾	€	1,10	4,10	4,80	13,00	13,70
Ergebnis je Stammaktie	€	–	–	–	–	–
Ergebnis je Vorzugsaktie	€	–	–	–	–	–

¹⁾ Jahre bis 1999/2000 wurden entsprechend dem Aktiensplit im Geschäftsjahr 2000/01 bereinigt dargestellt.

²⁾ Deutsche Vereinigung für Finanzanalyse und Anlageberatung /Schmalenbach-Gesellschaft.
Jahre bis 1999/2000 wurden entsprechend dem Aktiensplit im Jahr 2000/01 bereinigt dargestellt.

2000/01 HGB	2001/02 HGB	2002/03 HGB	2003/04 IFRS	2004/05 IFRS	
4.441,5	4.857,3	5.582,0	6.147,7	6.574,0	Umsatz
1.001,3	1.121,0	1.482,5	1.213,6	1.267,0	Inland
3.440,2	3.736,3	4.099,5	4.934,1	5.307,0	Ausland
54.586	54.234	66.803	76.827	88.379	Absatz Neufahrzeuge
12.401	12.825	13.896	12.176	13.902	Inland Porsche
42.185	41.409	52.907	64.651	74.477	Ausland Porsche
-	-	-	-	-	Auftragsfertigung
54.586	54.234	66.803	76.827	88.379	Absatz Porsche
26.721	32.337	27.789	23.704	27.826	911
-	-	-	-	-	928
27.865	21.897	18.411	12.988	18.009	Boxster
-	-	-	222	660	Carrera GT
-	-	20.603	39.913	41.884	Cayenne
55.782	55.050	73.284	81.531	90.954	Produktion
55.782	55.050	73.284	81.531	90.954	Porsche gesamt
27.325	33.061	29.564	26.650	28.619	911
-	-	7	270	715	Carrera GT
-	-	-	-	-	928
28.457	21.989	18.788	13.462	20.321	Boxster
-	-	24.925	41.149	41.299	Cayenne
9.752	10.143	10.699	11.668	11.878	Mitarbeiter
709,9	799,4	849,5	949,7	964,8	Personalaufwand
					Bilanz
2.891,6	5.408,7	6.315,0	9.014,3	9.710,1	Bilanzsumme
1.053,3	1.466,8	1.754,5	2.920,8	3.420,2	Eigenkapital
731,8	2.207,7	2.663,3	2.380,1	2.428,4	Anlagevermögen
293,8	1.119,5	1.295,2	1.111,1	919,0	Investitionen
132,7	278,8	392,2	381,5	510,5	Abschreibungen
418,4	781,5	1.007,9	1.120,4	1.335,3	Cash Flow
764,4	1.067,3	1.389,6	1.511,7	1.332,1	Erweiterter Cash Flow
592,4	828,9	933,0	1.137,0	1.238,0	Ergebnis vor Steuern
270,5	462,0	565,0	690,0	779,0	Jahresüberschuss nach Steuern
45,0	297,0	59,0	69,5	87,0	Ausschüttungssumme
					Dividende je Stückaktie ¹⁾
2,54	2,94 + 14,00	3,34	3,94	4,94	Stammaktie
2,60	3,00 + 14,00	3,40	4,00	5,00	Vorzugsaktie
17,20	27,80	35,20	-	-	DVFA/SG-Ergebnis je Stückaktie ²⁾
-	-	-	39,63	44,68	Ergebnis je Stammaktie
-	-	-	39,69	44,74	Ergebnis je Vorzugsaktie



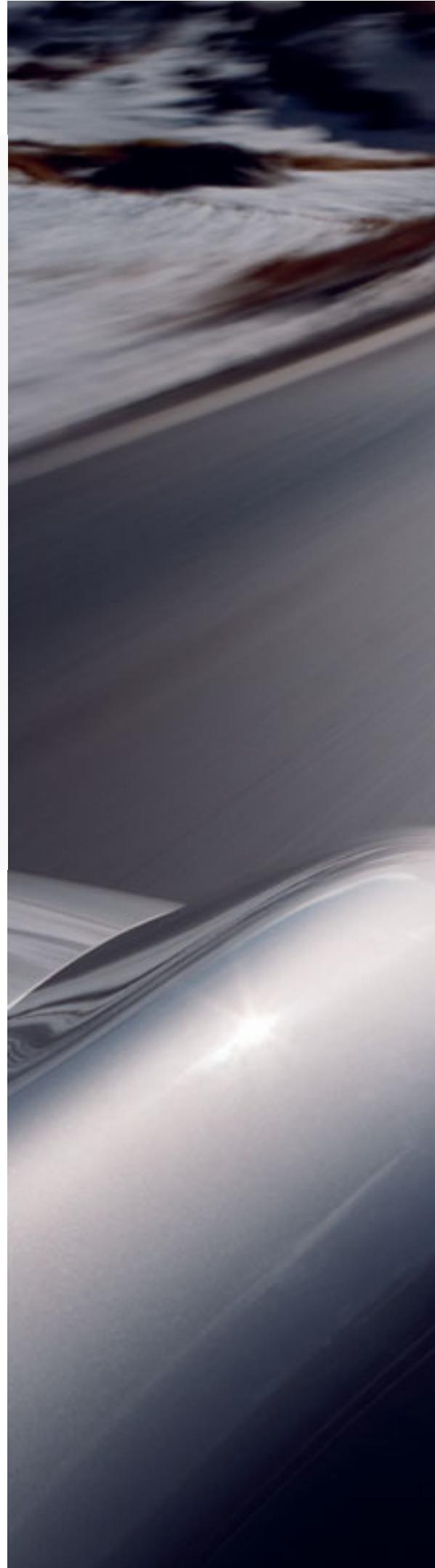
PORSCHE

Geschäftsbericht 2004/05

Inhalt

Dr. Ing. h.c. F. Porsche
Aktiengesellschaft, Stuttgart

Bericht über das Geschäftsjahr
1. August 2004 bis 31. Juli 2005



- 
- 4 Porsche sichert seine Zukunft ab
 - 6 Die Verwaltungsorgane

Das Berichtsjahr

- 7 Bericht des Aufsichtsrats
- 8 Konzernlagebericht und Lagebericht der Porsche AG
- 20 Entsprechens-Erklärung zum Corporate Governance Kodex
- 22 Finanzen
- 27 Aktie
- 30 Modelle
- 36 Vertrieb
- 42 Märkte
- 51 Dienstleistungen
- 54 Kommunikation
- 61 Neues Museum
- 69 Einkauf
- 70 Porsche und Umwelt
- 76 Mitarbeiter
- 82 Produktion
- 86 Forschung und Entwicklung
- 94 Motorsport

Der Konzernabschluss

- 102 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
- 103 Konzern-Kapitalflussrechnung
- 104 Konzernbilanz
- 105 Konzern-Eigenkapitalspiegel
- 106 Konzernanhang
- 153 Bestätigungsvermerk
- 154 Mitgliedschaften in anderen gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten
- 156 Bilanz der Porsche AG
- 157 Gewinn- und Verlustrechnung der Porsche AG

Porsche sichert seine Zukunft ab



Der Einstieg von Porsche bei Volkswagen hat viele überrascht und schon deshalb für erhebliches Aufsehen in der Öffentlichkeit gesorgt. Die meisten haben unseren Plan, größter VW-Einzelaktionär zu werden, positiv aufgenommen, doch wir haben dafür auch skeptische Kommentare geerntet. Vor allem Aktionäre und Aktionärsvertreter haben sich gefragt: Warum investiert Porsche eine Milliardensumme in diese Beteiligung, wo das Unternehmen doch bislang immer die Notwendigkeit eines komfortabel dotierten Finanzpolsters für die Absicherung der eigenen Zukunft betont hat? Und: Gibt das Stuttgarter Unternehmen durch die Verbindung mit dem Wolfsburger Konzern nicht den Gedanken seiner Eigenständigkeit auf?

Die Skeptiker mögen beruhigt sein, denn nichts läge uns ferner als dies. Das Gegenteil ist der Fall: Mit dem Investment werden wir unsere Selbstständigkeit auf Jahrzehnte hinaus absichern. Denn wir werden nur dann eigenständig planen können, wenn wir auch morgen Erträge erwirtschaften, die es uns erlauben, unser Wachstum wie bislang aus eigener Kraft zu finanzieren. Es ist deshalb das erklärte Ziel von Porsche, unser erfolgreiches Geschäftsmodell auch in Zukunft beizubehalten.

Ein zentraler Punkt unseres Geschäftsmodells ist die geringe Fertigungstiefe, die mit weniger als 20 Prozent die niedrigste in der gesamten Automobilbranche ist, und unsere hohe Flexibilität in der Produktion. Viele Arbeitsschritte erfolgen extern bei unseren Zulieferern, während wir uns auf unsere Kernkompetenzen konzentrieren: Entwicklung, Steuerung des Produktionsverbundes mit den Lieferanten, Motorenbau, Montage, Qualitätskontrolle und Vertrieb unserer Fahrzeuge.

In dieser Aufgabenteilung liegt unsere Stärke, und vor diesem Hintergrund muss auch der Einstieg bei Volkswagen gesehen werden, mit dem sich Porsche im Herbst 2005 den Status des größten Einzelaktionärs bei dem Wolfsburger Autokonzern gesichert hat. Denn VW ist heute für uns ein bedeutender Technologie- und Fertigungspartner für mehr als ein Drittel unseres Absatzvolumens. Beide Unternehmen arbeiten schon seit längerer Zeit intensiv zusammen – mit großem Erfolg, was etwa das Cayenne/Touareg-Projekt gezeigt hat. Die in-

dustrielle Logik unserer Beteiligung an Volkswagen liegt denn auch darin, dass Porsche auf wichtigen Technologiefeldern mit VW zusammenarbeiten wird, was für beide Seiten zu wesentlichen Einsparungen führt.

Die zu erwartende Aufhebung des VW-Gesetzes könnte jedoch leicht zu einer feindlichen Übernahme von Volkswagen durch Investoren führen, was die langfristige Fortführung unserer Kooperation gefährden würde. Dem wollten wir nicht tatenlos zusehen. Mit der Beteiligung an VW haben wir diese Gefahr gebannt, sie soll die gedeihliche Weiterentwicklung des Volkswagen-Konzerns sicherstellen – auch in unserem eigenen Interesse.

Vor allem die Chancen, die in dieser Kooperation stecken, werden bislang vielfach noch nicht erkannt, was manche Kommentierungen in der Öffentlichkeit gezeigt haben. Umso mehr sollte herausgestrichen werden, dass Porsche – wie übrigens umgekehrt auch Volkswagen – von gemeinsamen Projekten in Forschung, Entwicklung, Beschaffung und Produktion nachhaltig profitieren kann. Durch die Kooperation in diesen Bereichen werden sich erhebliche Skaleneffekte ergeben, die unsere Erfolgsrechnung positiv beeinflussen.

Porsche konnte das Investment aus seiner hervorragenden Cash-Position heraus finanzieren. Die liquiden Mittel des Porsche Konzerns werden zwar durch den Erwerb der VW-Stammaktien kurzzeitig zurückgehen. Aufgrund unserer hohen Profitabilität und des anhaltend starken Cash-flows werden wir jedoch schon in naher Zukunft wieder über eine ansehnliche Nettoliquidität verfügen. Der Vorstand von Porsche wird also auch weiterhin großen Wert auf eine angemessene Finanzausstattung legen; wir bleiben damit unserer konservativen Linie ohne Abstriche treu.

Es hat sich nichts geändert: Porsche braucht eine Liquidität, die dem Unternehmen auch in stürmischen Zeiten Sicherheit gibt. Der Cash-flow muss kräftig ausfallen und die Reserven ordentlich dotiert werden. Und deshalb haben wir auch nicht, was manche Teilnehmer an den Finanzmärkten gerne gesehen hätten, ein Aktienrückkaufprogramm vorgenommen oder erneut eine Sonderdividende ausge-

schüttet. Vielmehr haben wir konsequent langfristig gedacht und große Teile unserer Liquidität investiert, da wir fest damit rechnen, dass VW wieder zu alter Stärke zurückfinden wird. Um diesen Weg konstruktiv zu begleiten ist es im übrigen unser erklärtes Ziel, entsprechend unserer Beteiligungsquote im VW-Aufsichtsrat vertreten zu sein. Wir halten dies für umso selbstverständlicher, als Volkswagen und Porsche in keinem relevanten Wettbewerbsverhältnis zueinander stehen. Die Überlappung beider Unternehmen beträgt auf den Absatz bezogen lediglich 2,8 Prozent.

Wohlgemerkt: Der Einstieg bei VW ändert nichts an den Plänen, die wir für die Marke Porsche haben. So werden wir unsere Modelloffensive ungebremst fortsetzen. Diese Strategie gilt umso mehr, als wir nun mit Volkswagen eine fest abgesicherte Partnerschaft haben, die uns den Rückhalt gibt, unseren eigenen Weg unbeirrt weiter zu gehen.

Dazu gehört vor allem, dass wir die Attraktivität unseres Modellangebotes noch steigern werden. Schon mit den neuen Fahrzeug-Generationen des 911 und Boxster haben wir klar demonstriert, dass wir unsere Stellung als weltweit erfolgreichster Sportwagenhersteller verteidigen, ja weiter ausbauen wollen. Zudem werden die neuen Allrad-Varianten des 911 Carrera und der Cayman S unserem Geschäft kräftige Impulse verleihen. Gerade der Cayman S kann als Beispiel dafür gelten, mit welchen Überraschungen Porsche in seinem Kerngeschäft aufwarten kann. Dieses Fahrzeug, ein zweiseitiger, geschlossener Sportwagen mit Mittelmotor, wird die Lücke zwischen Boxster und 911 schließen. Mit ihm sprechen wir besonders eine jüngere, sportlich orientierte und anspruchsvolle Käuferschicht an, mit der wir unsere Kundenbasis noch einmal erweitern werden.

Wie gut es uns gelingt, neue Kundengruppen zu erobern, hat bereits der Cayenne eindrucksvoll bewiesen. Besonders auf neuen Märkten wie China oder Russland, die wir derzeit mit Nachdruck erschließen, bildet unser sportlicher Geländewagen das Zugpferd. Doch der Cayenne steht nicht nur für beeindruckende Verkaufsergebnisse, sondern er beweist, dass sich Porsche erfolgreich von einem reinen Sportwagenhersteller zu einem Anbieter besonders sportlicher Premium-Automobile gewandelt hat. Diesen Weg wollen wir weiter verfolgen, was unsere Entscheidung für den Bau des „Panamera“ – einem viertürigen Sport-Coupé der Premium-Klasse – zeigt, der im Jahr 2009 auf den Markt kommen soll. Die vierte Baureihe soll Porsche zusätzliche Absatzpotenziale im Segment der höherpreisigen Limousinen und Coupés erschließen und damit das Unternehmen auf eine noch breitere Basis stellen. Das VW-Investment behindert also unsere klar definierte Produktstrategie in keinster Weise. Wir werden auf unserem eingeschlagenen Weg fortschreiten.

Zukunftssicherung schreiben wir auch bei einem anderen Thema groß: Wir stellen uns der wachsenden Nachfrage nach neuen, umweltfreundlichen Antriebskonzepten. Bis zum Ende des Jahrzehnts werden wir deshalb einen Cayenne mit Hybrid-Motor auf den Markt bringen, den wir gemeinsam mit dem Volkswagen-Konzern entwickeln.

Nur durch diese Partnerschaft lässt sich im übrigen das Projekt für Porsche ökonomisch sinnvoll darstellen.

Das Unternehmen operierte auch im abgelaufenen Geschäftsjahr auf einem Profitabilitätsniveau, das weit über dem aller anderen Automobilhersteller weltweit lag. Möglich wurde dies durch eine Steigerung der Effizienz, die ein permanentes Anliegen für uns bleibt. Dazu gehört, dass wir die internen Strukturen regelmäßig auf den Prüfstand stellen und optimieren, dass wir die Reaktionszeiten auf Marktveränderungen ständig weiter verkürzen und das Potenzial für Kostensenkungen in allen Bereichen des Unternehmens kontinuierlich heben.

Klar ist: Alle unsere Vorhaben werden wir nur mit hochgradig motivierten und qualifizierten Mitarbeitern erreichen, die auch deshalb einmal mehr mit Sonderzahlungen gebührend am Unternehmenserfolg beteiligt wurden. Zudem haben wir mit der im Juli 2005 abgeschlossenen Standortsicherungsvereinbarung die Arbeitsplätze aller Beschäftigten der Porsche AG bis ins Jahr 2010 gesichert. Das ist ein eindeutiges Bekenntnis zum Qualitätssiegel „Made in Germany“ und zum Standort Deutschland, dessen positive Entwicklung uns allen bei Porsche am Herzen liegt. Unsere Beteiligung bei VW unterstreicht diese Haltung nachdrücklich.

Nicht zuletzt unser gesellschaftspolitisches Engagement trägt dazu bei, dass sich unsere Kunden, Mitarbeiter, Geschäftspartner und Aktionäre mit der Entwicklung des Unternehmens in hohem Maße identifizieren können. Dies hat sich im vergangenen Geschäftsjahr erneut gezeigt – und wir werden alles daran setzen, dass dies auch in Zukunft so bleibt.

Dr. Wendelin Wiedeking
Vorsitzender des Vorstands

Verwaltungsorgane der Gesellschaft

■ Mitglieder des Aufsichtsrats

Prof. Dr. Helmut Sihler
Vizepräsident des Verwaltungsrats Novartis AG
Vorsitzender

Hans Baur*, Diplom-Ingenieur
Gewerkschaftssekretär
stellv. Vorsitzender

Maria Arenz*, Rechtsanwältin
Hauptabteilungsleiterin

Jürgen Kapfer*
Projektleiter

Uwe Hück*
Konzernbetriebsratsvorsitzender
Betriebsratsvorsitzender Zuffenhausen und Ludwigsburg

Dr. techn. h.c. Ferdinand Piëch
Vorsitzender des Aufsichtsrats der Volkswagen AG

Dr. Hans Michel Piëch
Rechtsanwalt

Prof. Ferdinand A. Porsche (bis 28. 01. 2005)
Designer

Dr. Ferdinand Oliver Porsche (seit 29. 01. 2005)
Beteiligungsmanagement

Dr. Wolfgang Porsche
Diplom-Kaufmann

Hansjörg Schmierer*
Gewerkschaftssekretär

Werner Weresch*
Kfz-Mechaniker
Betriebsrat

Dr. Dr. h.c. Walther Zügel
vorm. Vorsitzender des Vorstandes der Landesgirokasse

■ Mitglieder des Vorstands

Dr.-Ing. Wendelin Wiedeking
Vorsitzender des Vorstands

Wolfgang Dürheimer
Diplom-Ingenieur
Forschung und Entwicklung

Holger P. Härter
Diplom-Volkswirt
Finanz- und Betriebswirtschaft

Harro Harmel
Personalwesen/Arbeitsdirektor

Michael Macht
Diplom-Ingenieur
Produktion und Logistik

Hans Riedel
Diplom-Kaufmann
Vertrieb

* Arbeitnehmervertreter

Bericht des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat wurde während des Geschäftsjahres anhand schriftlicher und mündlicher Berichte des Vorstands und in gemeinsamen Sitzungen eingehend über die Lage des Unternehmens, den Geschäftsverlauf sowie die Geschäftspolitik unterrichtet und hat auf dieser Grundlage die Geschäftsführung des Unternehmens überwacht. Die Mitglieder des Aufsichtsrats haben mit wenigen Ausnahmen an den Aufsichtsratssitzungen teilgenommen. Im Falle der Abwesenheit haben sie durch schriftliche Stimmabgabe an der Beschlussfassung mitgewirkt. Die Verantwortlichkeit des Aufsichtsrats erstreckte sich im Besonderen auch darauf, dass die aus dem KonTraG (Gesetz zur Kontrolle und Transparenz im Unternehmensbereich) und dem TransPuG (Transparenz- und Publizitätsgesetz) resultierenden Anforderungen umgesetzt und eingehalten wurden. Aufsichtsrat und Vorstand haben die Empfehlungen und Anregungen des Deutschen Corporate Governance Kodex wiederholt erörtert und die Entsprechenserklärung nach § 161 Aktiengesetz abgegeben. Die Erläuterungen zur Entsprechenserklärung sind in den Geschäftsbericht 2004/05 aufgenommen worden. Der Aufsichtsrat hat eine Effizienzprüfung in Form einer Selbstevaluierung durchgeführt. Ferner befasste sich der Aufsichtsrat mit grundsätzlichen Fragen der Unternehmensplanung, insbesondere der Finanz-, Investitions- und Personalplanung. Der Aufsichtsrat hat einen Ständigen Ausschuss gebildet, der als Vermittlungsausschuss gemäß § 27 Absatz 3 Mitbestimmungsgesetz und daneben als Personalausschuss fungiert. Geschäftsvorgänge, die der Zustimmung des Aufsichtsrats bedürfen, wurden in den vier Sitzungen des Aufsichtsrats und den vier Sitzungen des Ständigen Ausschusses vor Beschlussfassung eingehend erörtert. In diesen Zusammenkünften konnte sich der Aufsichtsrat davon überzeugen, dass der Vorstand die Geschäfte ordnungsgemäß führt und alle notwendigen Maßnahmen rechtzeitig und effektiv vorgenommen hat. Daneben wurde der Aufsichtsrat vom Vorstand kontinuierlich, zeitnah und umfassend über die Entwicklung der Märkte und der Geschäftsbereiche informiert. Eine führende Bedeutung hat dabei das monatliche Berichtswesen, das wesentliche aktuelle Mengen- und Finanzdaten im Vergleich zu den Budget- und den Vorjahreszahlen aufzeigt und erläutert. Der Aufsichtsrat hat in die wesentlichen Planungs- und Abschlussunterlagen Einsicht genommen und sich von deren Richtigkeit und Angemessenheit überzeugt. Ferner lag dem Aufsichtsrat der vom Vorstand aufgestellte Bericht über Beziehungen zu verbundenen Unternehmen zur Prüfung vor. Die Prüfung führte zu keinen Einwänden.

Der vom Vorstand aufgestellte Jahresabschluss der Dr. Ing. h. c. F. Porsche Aktiengesellschaft und der Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2004/05 ist unter Einbeziehung der Buchführung und des mit dem Lagebericht zusammengefassten Konzernlageberichts von der Ernst & Young AG, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart, die in der ordentlichen Hauptversammlung am 28. Januar 2005 zum Abschlussprüfer gewählt wurde, geprüft worden. Gegenstand dieser Prüfung waren auch die Maßnahmen des Vorstands zur frühzeitigen Erkennung von Risiken, die den Erfolg und den Fortbestand des Unternehmens gefährden können. Der Abschlussprüfer



hat keine Einwendungen erhoben und dies in uneingeschränkten Bestätigungsvermerken bescheinigt. Der Abschluss der Porsche AG, der Konzernabschluss und der mit dem Lagebericht zusammengefasste Konzernlagebericht, die mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk der Ernst & Young AG, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart, versehen sind, sowie die Prüfungsberichte des Abschlussprüfers haben dem Aufsichtsrat zur Prüfung vorgelegen.

Der Aufsichtsrat hat die ihm nach § 170 Abs. 1 und 2 AktG vorgelegten Unterlagen sowie die Prüfungsberichte des Abschlussprüfers geprüft und nach dem abschließenden Ergebnis seiner Prüfungen festgestellt, dass keine Einwendungen zu erheben sind. Der Aufsichtsrat stimmt den Prüfungsergebnissen der Ernst & Young AG, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart, zu. Die den Jahresabschluss unterzeichnenden Wirtschaftsprüfer haben an der Sitzung des Aufsichtsrats, in der der Jahresabschluss festgestellt und der Konzernabschluss gebilligt wurde, zu dem betreffenden Tagesordnungspunkt teilgenommen und über ihre Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses berichtet.

Der Aufsichtsrat hat den Jahresabschluss und den Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2004/05 gebilligt. Der Jahresabschluss ist damit festgestellt. Mit dem Lagebericht des Vorstands erklärt sich der Aufsichtsrat einverstanden. Dem Vorschlag des Vorstands für die Verwendung des Bilanzgewinns haben wir uns angeschlossen.

Dem Vorstand, den gewählten Vertretern der Belegschaft und allen Mitarbeitern spricht der Aufsichtsrat für die im abgelaufenen Geschäftsjahr geleistete Arbeit und ihren hohen Einsatz Dank und Anerkennung aus.

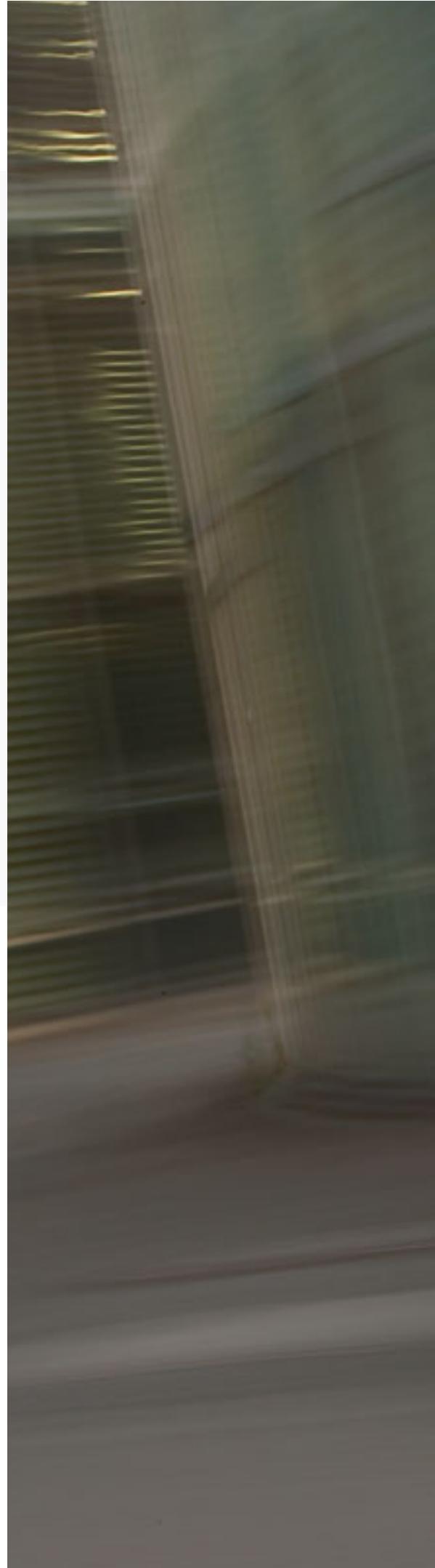
Stuttgart, im November 2005

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Helmut Sihler'. The signature is fluid and cursive, written over a white background.

Prof. Dr. Helmut Sihler
Vorsitzender des Aufsichtsrats

Konzernlagebericht und Lagebericht der Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG 2004/05

Porsche ist erneut gewachsen: Absatz, Umsatz und Ertrag stiegen im Berichtsjahr wiederum auf ein Rekordniveau.





Die weltweiten Automobilmärkte haben sich noch nicht durchgreifend erholt. Gleichwohl sind alle Porsche Modelle auf eine hervorragende Resonanz bei den Kunden gestoßen.



■ Konjunktur in Deutschland lässt Wünsche offen

Der Aufschwung der Weltwirtschaft war auch im Berichtsjahr robust. Japan zeigte weiterhin erfreuliche Erholungstendenzen, das Wachstum in den USA blieb ausgeprägt und auch in China war die Wachstumsdynamik trotz vorsichtigen Wechselkursanpassungen ungebrochen. Dagegen hat im Euroraum der seit Ende 2003 anhaltende Anstieg der Ölpreise die Konjunktur bereits merklich gedämpft. Die Verteuerung des Rohöls resultierte vor allem aus einem kräftigen Anstieg der Nachfrage aus Schwellenländern wie China. Der Export zog zwar nach vorübergehender Abschwächung wieder an, weil der Wechselkurs des Euro in der zweiten Hälfte des Berichtsjahres sank, doch sorgte dies nicht für durchgreifende Wachstumsimpulse.

Das Kernproblem in Europa war jedoch die schwache Binnennachfrage. Angesichts der gedämpften Absatzperspektiven weiteten die Unternehmen ihre Investitionen trotz guter Gewinne nur zögerlich aus. Vor allem aber blieb der private Konsum angesichts hoher Arbeitslosigkeit hinter den Erwartungen zurück.

Für Deutschland gilt dieser Befund ganz besonders. Obwohl die Wirtschaft mit steigenden Exporten deutlich vom weltweiten Aufschwung profitierte, kam die konjunkturelle Erholung im Berichtsjahr kaum voran. Die Binnennachfrage lässt schon seit mehreren Jahren Wünsche offen, und es scheint, als würden Impulse von außen immer weniger Wirkung zeigen, jedenfalls setzten sie bisher keinen nachhaltigen Aufschwung in Gang. Die Kaufkraft der privaten Haushalte

wurde zudem durch die starke Verteuerung von Heizöl, Kraftstoffen und anderen Energieträgern geschmälert. Hinzu kam die politische Unsicherheit aufgrund der von der Bundesregierung überraschend angestrebten Neuwahl des Bundestages, die den privaten Konsum und industrielle Investitionen weiter bremste.

■ Neues Rekordjahr für Porsche

Trotz des weltweit verbesserten konjunkturellen Klimas haben sich die Automobilmärkte auch im Berichtsjahr nicht durchgreifend erholt. Porsche ist es gleichwohl gelungen, erneut einen Rekordabsatz einzufahren. Wachstumstreiber waren die neuen Generationen unserer Sportwagen; der 911 und der Boxster sind auf eine hervorragende Resonanz bei den Kunden in aller Welt gestoßen. Auch der Cayenne erfreute sich weiterhin einer starken Nachfrage. Vor allem auf Exportmärkten, auf denen Porsche bislang wenig vertreten war, zeigte der sportliche Geländewagen eine ausgeprägte Wachstumsdynamik.

Der Cayenne war auch im Berichtsjahr das am meisten verkaufte Modell von Porsche. Von dem sportlichen Geländewagen wurden 41.884 Einheiten abgesetzt nach 39.913 Fahrzeugen im vorangegangenen Geschäftsjahr. Der Cayenne S stieß mit 17.355 verkauften Exemplaren nach wie vor auf großen Zuspruch. Auch die Sechszylinder-Version blieb stark gefragt; von ihr wurden 17.362 Einheiten abgesetzt. Erfreulich gestaltete sich mit 7.167 Einheiten der Absatz des Cayenne Turbo, dessen Anteil am Absatz der Cayenne-Baureihe damit bei 17 Prozent lag.



Mit einem Plus von 17,4 Prozent auf 27.826 Einheiten fiel der Absatzzuwachs beim 911 eindrucksvoll aus. Die neue Generation des Klassikers wurde bereits seit Juli 2004 sukzessive auf den weltweiten Märkten eingeführt. Zuerst kamen das 911 Carrera Coupé und das 911 Carrera S Coupé auf den Markt, ehe ab Frühjahr 2005 die Cabriolet-Varianten des 911 Carrera ausgeliefert wurden. Rund 27 Prozent der Käufer wählten im Berichtsjahr die Cabriolet-Versionen des 911. Auch die S-Varianten erfreuten sich einer großen Beliebtheit – insgesamt entschieden sich 68 Prozent der Käufer für diese gegenüber den Basismodellen noch stärker motorisierten Ausführungen des 911 Carrera Coupés und des Cabriolets.

Bis zum Frühsommer 2005 wurden parallel zur neuen 911-Generation noch verschiedene Varianten des Vorgängermodells produziert. Das Carrera 4 S Cabriolet und das Turbo Cabriolet waren dabei am meisten gefragt. Nach und nach wird auch die neue Generation der 911-Baureihe um zusätzliche Varianten ergänzt werden – so kamen bereits im Oktober 2005 die aktuellen Allrad-Varianten auf den Markt.

Die neue Generation des Boxster wurde seit Ende 2004 sukzessive auf den internationalen Märkten eingeführt. Obwohl das Roadster-Segment nach wie vor hart umkämpft ist, gelang dem Boxster ein starker Zuwachs beim Absatz – ein Beweis für die nochmals gestiegene Attraktivität des Fahrzeuges. Im Berichtsjahr wurden 18.009 Einheiten verkauft, das ist ein Plus von 38,7 Prozent. Auf den noch leistungsstärkeren Boxster S entfielen dabei 8.261 Einheiten, was einem Anteil von 45,9 Prozent an den Verkäufen der Baureihe entspricht. Im Vorjahr betrug der Anteil der S-Version 49,6 Prozent, allerdings einschließlich des Boxster S-Sondermodells „50 Jahre 550 Spyder“. Im laufenden Geschäftsjahr ist die Boxster-Baureihe nochmals aufgewertet worden, denn im November 2005 kommt mit dem Cayman S ein eigenständiges Sportcoupé auf Basis des Boxster auf den Markt.

Rechnet man den Carrera GT mit 660 Einheiten hinzu (Vorjahr: 222 Einheiten), so setzte der Porsche-Konzern im Geschäftsjahr 2004/05 insgesamt 88.379 Fahrzeuge ab; dies entspricht einem Zuwachs von 15 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum

mit 76.827 Einheiten. Der Wachstumskurs von Porsche setzte sich damit ungebrochen fort.

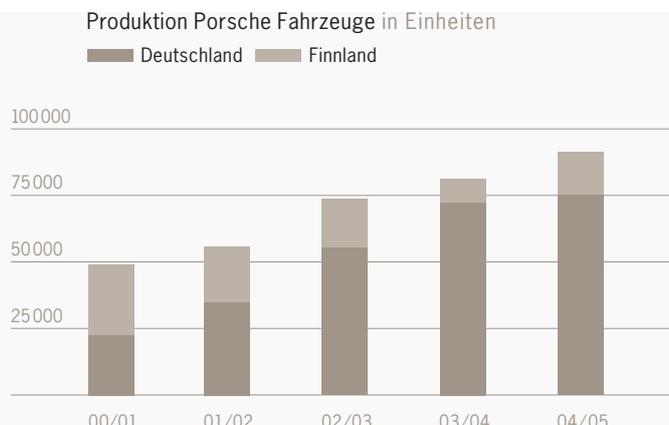
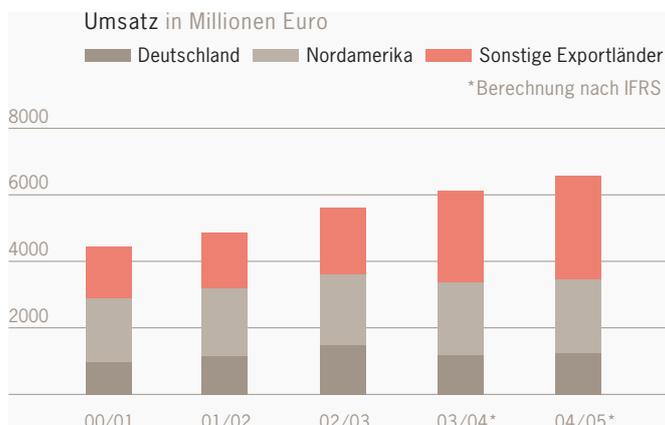
Der Konzern-Absatz lag auch im Berichtsjahr deutlich unter der Anzahl produzierter Fahrzeuge. Wesentliche Ursache hierfür ist, dass Fahrzeuge, die innerhalb des Porsche Konzerns für den eigenen Bedarf eingesetzt werden, nicht als Neuwagenabsatz geführt werden. Hierbei handelt es sich um Dienst- und Leasingfahrzeuge für Mitarbeiter, Versuchsfahrzeuge, Fahrzeuge für den Fuhrpark, Testwagen für die Presse, Präsentationsfahrzeuge sowie Vorführwagen und Kundenersatzfahrzeuge für die konzernerneigenen Vertriebsgesellschaften und Händler. Diese Fahrzeuge werden grundsätzlich als Gebrauchtwagen verkauft und sind demzufolge im Umsatz und Ertrag des Porsche Konzerns enthalten.

Nachfrage weltweit stark

Die Nachfrage nach Porsche Fahrzeugen war im Berichtsjahr rund um den Globus anhaltend stark. Nordamerika bleibt einmal mehr die größte Absatzregion, jedoch verfügten andere Exportmärkte über eine insgesamt stärkere Wachstumsdynamik. Dies lag vor allem am Cayenne, der auf Märkten, auf denen das Unternehmen vor Einführung des sportlichen Geländewagens kaum präsent war, starke Verkaufszuwächse erreichte – unter anderem im Mittleren Osten. Auch auf europäischen Märkten wie Spanien oder Italien konnte Porsche im Berichtsjahr deutlich mehr Fahrzeuge absetzen als im Vorjahr. Insgesamt betrug der Absatz in allen Exportmärkten außerhalb Nordamerikas 40.334 Fahrzeuge; gegenüber dem Vorjahr mit 33.295 Einheiten ist das ein Zuwachs von 21,1 Prozent.

In Nordamerika stieg der Absatz um 8,9 Prozent auf 34.143 Fahrzeuge (Vorjahr: 31.356 Einheiten). Obwohl die Verkäufe des Cayenne im Berichtsjahr mit 16.691 Fahrzeugen etwas schwächer ausfielen (minus drei Prozent), war der sportliche Geländewagen nach wie vor das meistverkaufte Porsche Modell. Deutlich zugelegt hat der Sportwagen-Absatz; vom 911 und Boxster wurden 17.040 Fahrzeuge verkauft (plus 21,4 Prozent). Der Absatz des Carrera GT lag in Nordamerika bei 412 Einheiten (Vorjahr: 99 Einheiten).

Die verbesserte Produktivität, strenge Kostendisziplin und eine umsichtige Währungsabsicherung trugen zum hohen Ergebnisniveau bei.



Trotz des nach wie vor schwachen Umfelds konnte Porsche auch im Inland mehr Fahrzeuge verkaufen als im Vorjahr. Der Absatz zog in Deutschland um 14,2 Prozent auf 13.902 Fahrzeuge an, wobei der Löwenanteil auf den Cayenne entfiel, dessen Verkäufe um 5,7 Prozent auf 5.543 Einheiten zunahm. Ein beachtlicher Einstand gelang den neuen Generationen des 911 und des Boxster; die beiden Sportwagen-Baureihen brachten es auf einen Absatz von 8.290 Einheiten, das ist ein Plus von 20,3 Prozent. Des Weiteren wurden 69 Einheiten des Carrera GT abgesetzt nach 41 Einheiten im Jahr zuvor.

Abschluss nach internationalen Rechnungslegungsstandards

Der Konzernabschluss der Porsche AG für das Geschäftsjahr 2004/05 wurde erstmals nach internationalen Rechnungslegungsvorschriften gemäß den International Financial Reporting Standards (IFRS) erstellt. Zum besseren Vergleich sind die Zahlen des Vorjahres entsprechend angepasst worden. Bei der Rechnungslegung nach IFRS steht anders als bei der nach HGB weniger das Vorsichtsprinzip als eine näher an Marktwerten orientierte Bewertung der Bilanzpositionen im Vordergrund.

Durch die Umstellung waren eine Reihe von Umgliederungen und Umbewertungen in der Bilanz erforderlich. Allein hieraus ergibt sich eine Steigerung der Bilanzsumme wie auch des Ergebnisses. So hat sich infolge der nachträglichen Anpassung an die internationalen Rechnungslegungsvorschriften die Bilanzsumme des vorangegangenen Geschäftsjahres 2003/04 von 8,118 auf 9,014 Milliarden Euro und das Ergebnis vor Steuern von 1,088 auf 1,137 Milliarden Euro erhöht. Wegen näherer Einzelheiten wird auf Seite 108 dieses Geschäftsberichts und die dort dargestellte Überleitungsrechnung zum Abschluss nach IFRS verwiesen.

Umsatz erneut gesteigert

Der Umsatz im Konzern konnte um 6,9 Prozent auf 6,57 Milliarden Euro ausgeweitet werden (entsprechender Vorjahreswert 6,15 Milliarden Euro); er hat damit ein neues Rekordniveau erreicht. Gegenüber der bisherigen Bilanzierung nach HGB ergibt sich durch die erstmalige Anwendung der International Financial Reporting Standards ein reduzierender Effekt auf den Umsatz des vergangenen wie auch –

wegen der rückwirkenden Anpassung – des vorangegangenen Geschäftsjahres. Wesentlicher Grund hierfür ist, dass bei bestimmten Leasinggeschäften nunmehr lediglich der Zinsertrag und nicht mehr die gesamte Leasingrate in den Umsatz einfließt.

Dass der prozentuale Zuwachs beim Umsatz geringer ausfiel als beim Absatz hat zwei Gründe: Zum einen machten sich hier Verschiebungen im Modellmix bemerkbar. So ist der Absatz des Boxster gestiegen, während von den höherpreisigeren Modellvarianten des 911 aufgrund des Modellwechsels weniger verkauft wurden. Zum anderen liegt das gegenüber dem Absatzwachstum geringere Umsatzplus an ungünstigeren Währungsumrechnungskursen, denn die Außenumsätze beispielsweise unserer nordamerikanischen Vertriebs-tochter fließen zu Jahresdurchschnittskursen in den Konzernumsatz ein und nicht mit den abgesicherten Kursen. Unsere sehr umsichtige Währungsabsicherungspolitik führt jedoch dazu, dass sich diese negativen Effekte nur gebremst auf die Ertragslage niederschlagen.

Der größte Teil des Konzernumsatzes ist mit 5,28 Milliarden Euro – das ist ein Zuwachs von 8,2 Prozent – auch im Berichtsjahr im Tätigkeitsbereich Fahrzeuge erwirtschaftet worden. Der Umsatz der Finanzdienstleistungsgesellschaften belief sich auf 353,1 Millionen Euro. Auf die Porsche AG entfielen vom Gesamt-Umsatz 5,38 Milliarden Euro.

Produktion in Zuffenhausen hochgefahren

Die Zahl der produzierten Fahrzeuge ist im Berichtsjahr kräftig gestiegen. Insgesamt wurden im Porsche Konzern einschließlich der in Finnland montierten 15.892 Boxster und Boxster-S-Modelle 90.954 Fahrzeuge hergestellt, dies entspricht einem Plus von 11,6 Prozent.

Der Zuwachs kam vor allem von den neuen Sportwagen-Generationen, von denen deutlich mehr Einheiten gefertigt wurden. So ist insbesondere aufgrund der starken Nachfrage nach dem neuen 911 die Produktion in Zuffenhausen hochgefahren worden. Von dem Klassiker wurden 28.619 Einheiten gefertigt (plus 7,4 Prozent). Die Produktion des Boxster blieb im Stammwerk Zuffenhausen mit 4.429 Einheiten fast auf Vorjahresniveau. Das am meisten gefertig-

Porsche hat gegen den allgemeinen Trend die Zahl seiner Mitarbeiter gesteigert. Ein positives Signal für den Arbeitsmarkt ist auch die neue Standortsicherungsvereinbarung.



tigte Porsche Modell war wiederum der Cayenne, von dem 41.299 Einheiten produziert wurden (plus 0,4 Prozent). Wie der Cayenne wird auch der Carrera GT in Leipzig gebaut; von dem Hochleistungs-Sportwagen wurden 715 Einheiten gefertigt (Vorjahr: 270 Einheiten).

Hoher Entwicklungsaufwand

Die Aufwendungen für Eigenentwicklungen bewegten sich erneut auf einem hohen Niveau. Zwar konnten Entwicklungsarbeiten nach der – teilweise schon Ende des vorangegangenen Geschäftsjahres erfolgten – Markteinführung der neuen Sportwagen zurückgefahren werden. Doch es fielen andere Aufwendungen für neue Modellvarianten des 911 an – etwa das 911 Carrera 4 Coupé oder das Cabriolet. Zudem geht der Ausbau der Variantenstrategie genauso weiter wie die Weiterentwicklung der aktuellen Baureihen, und auch für das Projekt des Sportcoupés Panamera fielen im Vorfeld der Beschlussfassung bereits erste Entwicklungsarbeiten an.

Neue Arbeitsplätze geschaffen

Neue Arbeitsplätze zu schaffen ist angesichts des anhaltend schlechten Arbeitsmarktes keine Selbstverständlichkeit. Der Porsche Konzern hat gleichwohl auch im Berichtsjahr gegen den allgemeinen Trend die Zahl seiner Mitarbeiter um 1,8 Prozent auf 11.878 (Vorjahr 11.668) erhöht. Neue Stellen entstanden vor allem im Dienstleistungsbereich und bei den ausländischen Tochtergesellschaften. Die Belegschaft der Porsche AG zählte 7.995 Mitarbeiter nach 7.992 Mitarbeitern im Vorjahr.

Standortsicherungsvereinbarung abgeschlossen

Ein positives Signal für den Arbeitsmarkt ist auch die neue Standortsicherungsvereinbarung, die im Berichtsjahr zwischen Vorstand und Betriebsrat abgeschlossen worden ist. Sie dient der langfristigen Sicherung der Standorte und bezieht sich im Gegensatz zur ersten Regelung nicht nur auf die Mitarbeiter in der Produktion in Zuffenhausen, sondern auf alle Beschäftigten in Zuffenhausen, Ludwigsburg und Weissach. Sie gilt bis zum 31. Juli 2010 und ersetzt die bisherige Regelung aus dem Jahr 2000. Wichtige inhaltliche Eckpunkte der neuen Standortsicherungsvereinbarung werden in den Kapiteln „Mitarbeiter“ und „Produktion“ dieses Geschäftsberichts näher vorgestellt.

Ergebnis erneut gestiegen

Mit 1,238 Milliarden Euro hat der Porsche Konzern erneut ein Rekordniveau beim Ergebnis vor Steuern eingefahren (entsprechender Vorjahreswert: 1,137 Milliarden Euro) – und dies trotz der Kosten für die weltweite Markteinführung der neuen Sportwagen-Generationen. Wie beim Umsatz machten sich auch beim Ergebnis Verschiebungen im Modellmix bemerkbar, die dazu führten, dass die Wachstumsdynamik des Ertrags geringer ausfiel als die des Absatzes. Dass Porsche jedoch insgesamt im Berichtsjahr über ein im Wettbewerbsvergleich einmaliges Ergebnisniveau verfügt, lag einmal mehr an einer verbesserten Produktivität, strengen Kostendisziplin und umsichtigen Absicherung gegenüber wichtigen Währungen wie dem US-Dollar. Der Jahresüberschuss (Ergebnis nach Steuern) stieg im

Aufgrund des erneut verbesserten Ertrags ist die Nettoliquidität des Porsche Konzerns gestiegen.



Konzern auf 779,0 Millionen Euro nach 690,0 Millionen Euro im Vorjahr. Unsere Tochtergesellschaften im Inland und Ausland haben ihren Beitrag zu diesem positiven Ergebnisverlauf geleistet.

Bei der Porsche AG nahm das Vorsteuer-Ergebnis auf 872,0 Millionen Euro (Vorjahr 843,0 Millionen Euro) zu. Der Jahresüberschuss stieg von 488,0 Millionen auf 528,0 Millionen Euro. Hier machten sich die Ausschüttungen der Tochtergesellschaften mit 89,0 Millionen Euro bemerkbar.

Investitionen und Abschreibungen

Die Investitionen erreichten ein hohes Niveau. Dies lag an der Ausweitung des Geschäftsvolumens, der Vorbereitung neuer Modellvarianten sowie der Erneuerung von Anlagen in den Porsche Werken.

In Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände wurden 370,7 Millionen Euro investiert (Vorjahr 605,7 Millionen Euro), in vermietete Vermögensgegenstände bei unseren Finanzdienstleistungsgesellschaften 543,6 Millionen Euro nach 504,4 Millionen Euro im Vorjahr. Die Investitionen der Porsche AG beliefen sich im Geschäftsjahr 2004/05 auf 352,2 Millionen Euro; sie entfielen vor allem auf verschiedene Rationalisierungsprojekte wie die fortlaufende Modernisierung der EDV-Systeme, den Ersatz vorhandener Anlagegüter sowie Maßnahmen zum Umweltschutz. Zudem wurde in Zuffenhausen in den Produktionsanlauf neuer Sportwagen-Varianten investiert.

Die Abschreibungen im Konzern stiegen vor allem aufgrund der höheren Sportwagen-Produktion um 33,8 Prozent auf 510,5 Millionen Euro. Auf die Finanzdienstleistungsgesellschaften entfielen Abschreibungen in Höhe von 174,6 Millionen Euro (Vorjahr 120,7 Millionen Euro).

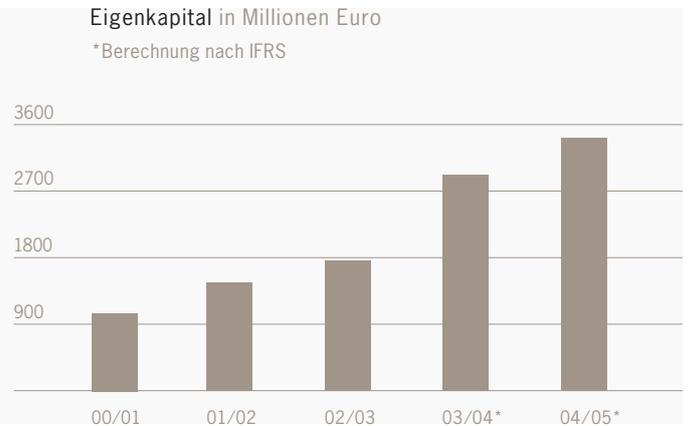
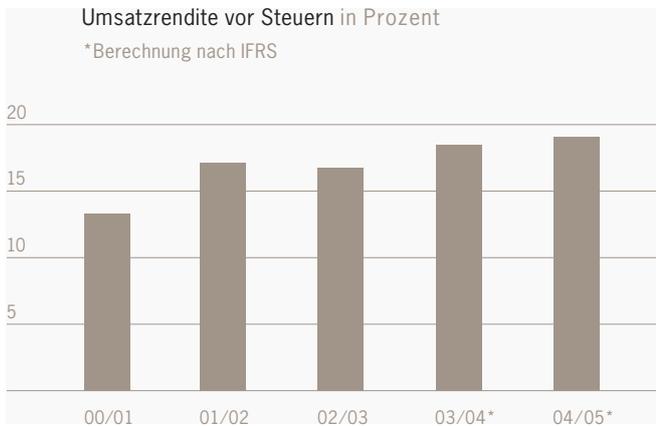
Finanzstruktur: Nettoliquidität ist gewachsen

Der erweiterte Cash Flow – also einschließlich der Veränderung der übrigen Rückstellungen – reduzierte sich im Berichtsjahr: Mit 1,332 Milliarden Euro lag er um 179,6 Millionen Euro unter dem Vorjahreswert von 1,512 Milliarden Euro. Die Veränderung resultiert im Wesentlichen aus einer deutlich niedrigeren Steuerrückstellung sowie einer geringeren Zunahme der sonstigen Rückstellungen.

Die Nettoliquidität ist aufgrund des verbesserten Ertrags um 26,1 Prozent auf 2,354 Milliarden Euro gestiegen. Auch das Eigenkapital hat sich um 499,4 Millionen auf 3,420 Milliarden Euro erhöht. Die Rückstellungen wurden bei weiterhin vorsichtiger Bilanzierung um 27,2 Millionen auf 2,287 Milliarden Euro aufgestockt.

Entscheidung für Produktion des Panamera

Porsche hat im Berichtsjahr die Zukunft des Unternehmens nicht nur durch seine solide Finanzierungspolitik abgesichert, sondern auch eine richtungsweisende Entscheidung für die Modellpalette getroffen: Ab dem Jahr 2009 soll eine vierte Baureihe auf den Markt kommen. Diese trägt den Namen „Panamera“, der sich von dem legendären Langstreckenrennen Carrera Panamericana ableitet.



Bei dem neuen Fahrzeug handelt es sich um ein Sport-Coupé der Premium-Klasse mit vier Sitzen und vier Türen, das durch einen Frontmotor mit Heckantrieb angetrieben werden soll. Porsche wird für den Panamera eine eigene Plattform entwickeln und bei dem gesamten Projekt noch enger als bisher mit ausgewählten Systemlieferanten zusammenarbeiten. Die Gesamtinvestitionen einschließlich des Entwicklungsaufwandes für diese Baureihe werden sich auf rund eine Milliarde Euro belaufen, auch wird das Unternehmen rund 1.000 neue Arbeitsplätze am Standort Deutschland schaffen. Mit der vierten Baureihe will Porsche seine Kundenbasis verbreitern und damit den Wachstumskurs weiter absichern.

Dank an Mitarbeiter, Partner und Aktionäre

Von den Porsche Mitarbeitern im In- und Ausland und quer durch alle Unternehmensbereiche war auch im Geschäftsjahr 2004/05 ein außergewöhnlicher Einsatz gefordert. Die nochmalige Ausweitung der Produktion bei den Sportwagen, die Vorbereitung neuer Modellvarianten und die weltweite Präsentation des neuen Boxster sowie der Allrad-Varianten des 911 vor Journalisten, Händlern und Kunden waren besondere Herausforderungen. Dies galt auch für zusätzliche Vertriebsaufgaben und Entwicklungsarbeiten. Für das große Engagement bedankt sich der Vorstand bei allen Beteiligten. Als Zeichen der Wertschätzung werden wir, wie schon in den Vorjahren, alle Tarif-Mitarbeiter mit mindestens einjähriger Betriebszugehörigkeit am guten Geschäftsergebnis teilhaben lassen.

Der Dank gilt gleichermaßen den Aktionären, die einmal mehr ihr Vertrauen in die guten Zukunftsperspektiven des Unternehmens bewiesen haben, den Arbeitnehmervertretern, die weitreichende Entscheidungen insbesondere zur Standortsicherung und zur Modellpolitik gemeinsam mit der Geschäftsleitung getragen haben, sowie den Zulieferern und Partnern in den Vertriebsorganisationen. Ohne deren tatkräftige Unterstützung hätte Porsche seine ehrgeizigen Ziele nicht erreichen können.

Risiken der zukünftigen Entwicklung

Nach § 91 Absatz 2 Aktiengesetz ist Porsche verpflichtet, ein Risikomanagement- und Früherkennungssystem zu unterhalten. Das Han-

delsgesetzbuch schreibt weiter vor, über die zukünftige Entwicklung und die damit verbundenen Chancen und Risiken zu berichten. In jährlichen Planungsrunden werden deshalb alle Geschäftsaktivitäten auf Chancen und Risiken hin untersucht und bewertet. Daraus werden wiederum Ziele abgeleitet, deren Erfüllungsgrad unterjährig durch das konzernweite Controlling- und Berichtssystem kontrolliert wird. Sollte es zu möglichen Abweichungen oder Veränderungen der Markt- oder Wettbewerbslage kommen, werden diese durch dieses Kontrollsystem sofort erfasst und analysiert – und zudem die Entscheidungsträger im Unternehmen umgehend darüber unterrichtet. Dieses Vorgehen erlaubt es, negative Entwicklungen zeitnah zu erkennen und sofortige Gegenmaßnahmen zu ergreifen. Neben der geschilderten Regelberichterstattung gibt es für unerwartet eintretende Risiken zudem eine interne ad-hoc-Berichterstattung.

Die Unternehmensbereiche „Risk Management“ und „Interne Revision“ überwachen zentral die Angemessenheit und Effizienz des gesamten Risikomanagements. Sollten Verbesserungspotenziale festgestellt werden, werden diese sogleich dem Vorstand gemeldet und anschließend umgesetzt. Zu dieser Überwachung gehört auch, dass das gesamte Risikomanagement- und Früherkennungssystem fortlaufend dokumentiert und auf Geeignetheit und Zweckmäßigkeit hin überprüft wird.

Fortlaufende Kontrolle von betrieblichen Abläufen

Die Abschlussprüfer haben – wie bereits in den vorangegangenen Geschäftsjahren – das im Berichtsjahr praktizierte Früherkennungssystem bewertet. Sie haben festgestellt, dass es die gesetzlichen Anforderungen erfüllt. Bei Porsche sind Entwicklungen, die bestandsgefährdend sein könnten oder geeignet sind, die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage nachhaltig und wesentlich zu beeinträchtigen, gegenwärtig nicht zu erkennen.

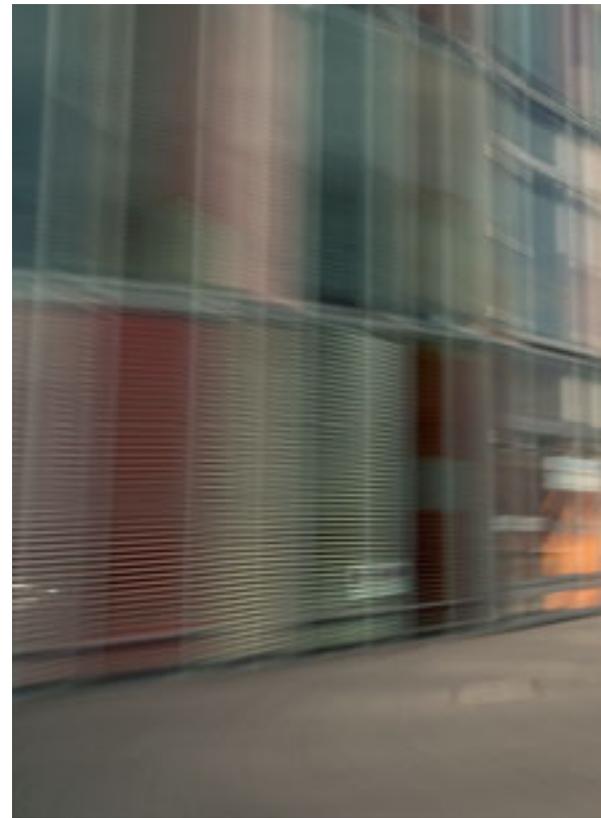
Insgesamt lassen sich Risiken jedoch niemals vollständig ausschließen. So könnten Naturkatastrophen oder eine Eskalation terroristischer Aktivitäten den Fahrzeug-Absatz von Porsche beeinträchtigen. Denkbar ist auch, dass die Nachfrage aufgrund einer rezessiven Veränderung des wirtschaftlichen Umfeldes sinkt, besonders dann,

wenn sich die konjunkturelle Lage auf dem nordamerikanischen und deutschen Markt stark eintrübt. Diese Märkte sind die größten Absatzregionen für Porsche. Aufgrund der fortlaufenden intensiven Marktbeobachtungen und eingesetzten Frühwarnindikatoren kann Porsche jedoch einen beginnenden Absatzrückgang zeitnah erkennen. Durch Produktionsanpassungen oder das Umlenken von Absatzströmen lassen sich die negativen Auswirkungen für das Unternehmen begrenzen.

Im Finanzbereich ist es die Strategie von Porsche, die für das Unternehmen wichtigsten Währungen mittelfristig zu sichern und für eine stabile Planungsgrundlage zu sorgen. Dabei werden die mittel- und langfristigen Absatzziele des Konzerns in Bezug auf Fahrzeuge, Tequipment-Ausrüstungen, Ersatzteile sowie Selection-Artikel berücksichtigt. Porsche setzt zur Währungssicherung gängige Instrumente wie Optionen oder Termingeschäfte ein. Unsere Kontrahenten sind ausgewählte, erstklassige Finanzpartner. Art und Umfang von Absicherungen werden durch interne Richtlinien vorgegeben; ihre Abwicklung erfolgt zentral durch die Abteilung „Treasury“. Eine Politik größtmöglicher finanzieller Absicherung wird auch bei der Liquiditätsvorsorge betrieben. In der Vergangenheit wurden Anleihen begeben, die wegen derzeit ausreichender Liquidität aus dem operativen Geschäft als Reserven zinsbringend angelegt sind. Mögliche Zinsrisiken werden durch den Abschluss von Zinsswaps oder Optionen gesichert. Nähere Einzelheiten werden auf Seite 143 des Geschäftsberichts erläutert.

Auch das Leasinggeschäft bedarf kontinuierlicher Vorsorge. Denn im Zuge eines seit Jahren steigenden Fahrzeugabsatzes erhöht sich auch das Restwertisiko aus der Vermarktung der nach Beendigung der Leasingverträge durch die Porsche Finanzdienstleistungsgesellschaften zurückgenommenen Fahrzeuge. Um das Vermarktungsrisiko zu reduzieren, wird die Restwertentwicklung von Porsche Fahrzeugen in den Gebrauchtwagenmärkten genau überwacht. Diese Erkenntnisse werden dann auch bei den Zukunftsbewertungen für neue Leasingverträge berücksichtigt. Verbleibende Risiken werden in der Bilanz des Porsche Konzerns berücksichtigt.

Ein weiteres Risiko, von dem Porsche wie auch andere Unternehmen betroffen ist, stellt das Abwandern qualifizierter Fach- und Führungskräfte dar. Das Risiko eines Know how-Verlustes durch Fluktuation wird jedoch durch die hohe Attraktivität von Porsche als Arbeitgeber und bestehende Personalentwicklungsprogramme begrenzt, indem beide Faktoren für eine große Zufriedenheit der Mitarbeiter sorgen. Die Risiken werden bei Porsche auf dem Feld der Informationstechnologie eingegrenzt. Unberechtigte Datenzugriffe oder Datenmissbrauch können zu erheblichen Störungen der betrieblichen Abläufe führen. Das Unternehmen schützt sich dagegen durch Verfahrensanweisungen, die den Zugriff auf Informationen und den Umgang mit Informationen für Mitarbeiter verbindlich vorgeben, und setzt zudem technische Maßnahmen wie Virens Scanner und Firewall-Systeme ein. Für den Ausfall von IT-Systemen besitzt Porsche ein Notfall- und



Katastrophen-Vorsorgeprogramm, das für den Unternehmensablauf wichtige Daten und Maschinen dupliziert. Das vorhandene Vorsorgeprogramm wird laufend an veränderte betriebliche Anforderungen angepasst.

Nicht vollständig auszuschließende, plötzlich auftretende Ereignisse sind auch Brände oder Explosionen bei Porsche oder einem Lieferanten. Dadurch können Betriebsabläufe erheblich und nachhaltig gestört werden. Dieses Risiko wird durch umfangreiche Schutzmaßnahmen und fortlaufende Kontrollen begrenzt, die zugleich gewährleisten, dass Porsche als gut geschütztes Industrierisiko zu qualifizieren ist. Im Rahmen seines internationalen Versicherungsprogramms hat das Unternehmen als Ergänzung dazu einen umfangreichen Sach- und Betriebsunterbrechungsschutz etabliert.

Ein schnelles Eingreifen ist auch bei Ereignissen gefragt, die das Image von Porsche bedrohen können. Hierzu hat das Unternehmen Kommunikationsstrategien entwickelt, die es erlauben, unmittelbar und flexibel auf verschiedenste Krisenszenarien zu reagieren. Dies ist umso wichtiger, als das Erscheinungsbild von Porsche in der Öffentlichkeit stark durch die Art und Weise der kommunikativen Darstellung geprägt ist.

Umfassende Qualitätssicherung

Automobilhersteller und Zulieferer arbeiten heute in der Entwicklung und Serienbelieferung sehr eng zusammen, wodurch sich Synergie-

Alle Geschäftsaktivitäten von Porsche werden genau auf Chancen sowie Risiken untersucht und bewertet. Veränderungen am Markt werden sofort erfasst und analysiert.



effekte erzielen lassen. Diese enge Verbindung bringt jedoch auch eine erhöhte Abhängigkeit des Automobilherstellers vom Lieferanten mit sich. So können Lieferverzögerungen, Lieferausfälle und Qualitätsmängel rasch zu Produktionsstörungen beim Autohersteller führen, die wiederum dessen Ertragslage negativ beeinflussen. Porsche hat derartige Risiken mittels umfangreicher Lieferantenauswahl-, Lieferantenkonnroll- und Lieferantensteuerungsverfahren begrenzt. Demnach werden die Lieferanten durch das Unternehmen nach einer umfangreichen Prüfung und Bewertung der technischen und wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit ausgewählt und danach klassifiziert. Falls der Lieferant nicht in vollem Umfang dem abgeprüften Anforderungsprofil von Porsche entspricht, aber dennoch einen Auftrag erhalten soll, wird er entsprechend qualifiziert. Kommt es dann zu der Serienversorgung durch den Lieferanten, erfolgt durch Porsche eine durchgehende Qualitäts- und Terminkontrolle bezüglich der Teilelieferungen. Treten Verschlechterungen auf, werden die Ursachen analysiert und umgehend Abhilfemaßnahmen durchgeführt, deren Erfolg fortlaufend überwacht wird.

Die Fertigung von Fahrzeugen ist ein komplexer Prozess, bei dem sich Produktmängel einschleichen können, die zu Gewährleistungs- und Produkthaftungsansprüchen führen oder Rückrufaktionen notwendig machen. Die Erfassung von Produktmängeln in den verschiedenen Absatzmärkten und deren Auswertung erlaubt es Porsche zeitnah, ein Nachlassen der Produktqualität sowie deren Ursachen festzustellen. Im Rahmen wöchentlicher Produktqualitätsbesprech-

ungen eines speziell zu diesem Zweck eingerichteten und interdisziplinär besetzten Arbeitskreises werden die Ursachen analysiert und angemessene Abhilfemaßnahmen eingeleitet. Gegenstand der Bewertung ist dabei die gesamte Produktion einschließlich der Teilequalität und der Fertigungsprozesse unserer Lieferanten. Alle Produkthaftungsansprüche werden zentral über die Rechtsabteilung abgewickelt und sind Bestandteil unseres internationalen Versicherungsprogramms. Daneben wird für Gewährleistungs- und Produkthaftungsansprüche durch Rückstellungen bilanzielle Vorsorge betrieben.

Nicht zuletzt muss bedacht werden, dass die Entwicklung neuer Fahrzeugtypen mit neuen technischen Lösungen für Fahrzeugteile und Fahrzeugtechnologien einhergeht, wobei die Verletzung fremder Schutzrechte die Entwicklung oder Produktion stören kann. Porsche schützt sich vor möglichen Schutzrechtsverletzungen, indem systematisch Recherchen durchgeführt werden, um Schutzrechte Dritter zu ermitteln und zu bewerten.

Abhängigkeitsbericht erstellt

In den vergangenen Jahren hat sich – wie bereits im vorangegangenen Geschäftsbericht erwähnt – die Beteiligungsstruktur der Stammaktionäre an der Porsche AG geändert, da diese ihre Anteile neu strukturiert haben. Entsprechend § 312 Aktiengesetz hat Porsche auf Empfehlung seiner Rechtsberater jetzt einen Bericht über die Beziehungen zu den mit den Stammaktionären verbundenen Unternehmen erstellt (Abhängigkeitsbericht). Als Ergebnis dieses Berichts

Mit dem Einstieg bei VW will Porsche einen wesentlichen Teil seiner eigenen Zukunftsplanungen langfristig absichern.

ist folgendes festzuhalten: „Die Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG hat nach den Umständen, die ihr zu dem Zeitpunkt bekannt waren, in dem die in diesem Bericht aufgeführten Rechtsgeschäfte vorgenommen wurden, bei jedem Rechtsgeschäft eine angemessene Leistung erbracht beziehungsweise eine angemessene Gegenleistung erhalten. Berichtspflichtige Maßnahmen nach § 312 Abs. 1 S. 2 Aktiengesetz lagen nicht vor.“

Ausblick

Auch wenn die Wirkung des Ölpreisanstiegs auf die Nachfrage und die Inflation schwer zu ermessen ist und weitere Terroranschläge die Absatzmärkte streckenweise lähmen könnten, dürfte sich die Expansion der Weltwirtschaft im Jahr 2006 in moderater Weise fortsetzen. Günstige Finanzierungsbedingungen, vielfach hohe Unternehmensgewinne und ansteigende Vermögenswerte stützen die Nachfrage, in den Schwellenländern bleibt die Dynamik hoch und Japan erholt sich weiter von der schweren Krise des vergangenen Jahrzehnts.

Die Wirtschaftspolitik in den USA könnte, neben den Defiziten im Haushalt und der Handelsbilanz, vor allem von einem Dilemma in der Geldpolitik geprägt werden. Einerseits besteht das Risiko, dass der anhaltend kräftige Anstieg der Immobilienpreise zur Bildung einer Blase führt, deren Platzen erhebliche negative Folgen haben könnte, insbesondere was den privaten Konsum angeht. Andererseits stellt sich die Frage, ob die restriktive Geldpolitik des Jahres 2005 angesichts der hohen Energiepreise fortgeführt werden kann. Insgesamt aber scheint es am Ende vor allem darum zu gehen, ob der Aufschwung stärker oder schwächer ausfallen wird, und nicht, ob er sich überhaupt fortsetzt.

Im Euroraum dürften die Zinsen bei einer nur sehr verhaltenen konjunkturellen Erholung weitgehend stabil bleiben. Von der Binnennachfrage sind angesichts der Entwicklung auf dem Ölmarkt wenig Impulse zu erwarten. Die Unternehmen könnten dagegen ihre Investitionen stärker ausweiten, wenn die Gewinne weiterhin hoch bleiben. Ganz maßgeblich hängen die Aussichten allerdings von der Entwicklung des Euros ab. Sie entscheidet darüber, wie stark sich die alles in allem gute weltwirtschaftliche Entwicklung auf Europa auswirkt.

Deutschland wird im Jahr 2006 noch von einem weiteren entscheidenden Faktor geprägt werden: Nachdem ein neuer Bundestag gewählt worden ist, kommt es darauf an, ob weitere Reformen als Fortführung der Agenda 2010 in Angriff genommen werden. In diesem Fall könnten die positiven Impulse aus dem Export auch eine Signalwirkung für die Binnennachfrage haben und nach jahrelanger Stagnation einen nachhaltigen Aufschwung bewirken.

Ungeachtet dieser konjunkturellen Unwägbarkeiten ist Porsche zuversichtlich, was die Unternehmensperspektiven für das Geschäftsjahr 2005/06 angeht. Die Modellpalette ist die jüngste in der Unternehmensgeschichte, und alle drei Modellreihen erfreuen sich zudem einer lebhaften Nachfrage. Im Segment der sportlichen Gelände-

wagen hat sich der Cayenne binnen weniger Jahre als feste Größe etabliert. Der Generationswechsel bei der Elfer-Baureihe wird mit vier neuen Allrad-Varianten des 911 Carrera fortgesetzt; weitere Versionen des Klassikers sind in Vorbereitung. Mit dem Cayman S, einem zweisitzigen Coupé mit Mittelmotor, wird Porsche nicht nur die Lücke schließen, die bisher zwischen dem Boxster S und dem 911 Carrera Coupé bestand, sondern auch seine Käuferbasis im Bereich der klassischen Sportwagen nachhaltig erweitern. Aufgrund der nochmals gesteigerten Breite und Attraktivität seines Produktprogramms, aber auch durch die fortschreitende Erschließung neuer Märkte insbesondere in Asien erwartet das Unternehmen im laufenden Geschäftsjahr abermals ein Wachstum.

Porsche hat im laufenden Geschäftsjahr darüber hinaus eine Entscheidung getroffen, deren Tragweite weit über diesen Zeitraum hinausreicht: die Übernahme von rund 20 Prozent der Stammaktien der Volkswagen AG, womit Porsche größter VW-Einzelaktionär würde.

Grund für das Engagement ist, dass Volkswagen inzwischen für Porsche nicht nur wichtiger Entwicklungspartner, sondern zudem bedeutender Lieferant für etwa 30 Prozent des Absatzvolumens geworden ist. Mit dem Engagement will Porsche sowohl die bestehenden intensiven Geschäftsbeziehungen zu VW – was etwa die Produktion der Cayenne-Karosserie oder die gemeinsame Entwicklung eines Hybrid-Motors angeht – als auch einen wesentlichen Teil der eigenen Zukunftsplanungen langfristig absichern. Gleichzeitig ist das geplante Investment für Porsche die strategische Antwort auf das Risiko, dass es insbesondere nach der zu erwartenden Aufhebung des VW-Gesetzes durch ein entsprechendes Urteil des Europäischen Gerichtshofes zu einer feindlichen Übernahme durch Investoren kommen könnte, die nicht die langfristigen Interessen von VW zum Ziel haben. Mit einer Entscheidung des Gerichtes ist bis spätestens Frühjahr 2007 zu rechnen. Porsche will im eigenen Interesse die Unabhängigkeit des Volkswagen-Konzerns sicherstellen – als wesentliche Voraussetzung für eine stabile Entwicklung der Volkswagen AG und die Fortführung der in beiderseitigem Interesse liegenden Zusammenarbeit.

Stuttgart, 24. Oktober 2005

Dr. Ing. h.c. F. Porsche
Aktiengesellschaft
Der Vorstand



Entsprechens-Erklärung zum Corporate Governance Kodex

Zum Hintergrund

Am 26. Februar 2002 hat die Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex einen Verhaltenskodex für die Vorstände und Aufsichtsräte börsennotierter Gesellschaften vorgelegt. Mit einer Entsprechenserklärung sind Vorstand und Aufsichtsrat einer börsennotierten Gesellschaft verpflichtet, einmal jährlich zu erklären, ob dem Kodex entsprochen wurde und wird oder welche Empfehlungen des Kodex nicht angewendet wurden oder werden.

Im November 2002 sowie Mai 2003 und im Juni 2005 hat der Corporate Governance Kodex jeweils Aktualisierungen erfahren. Die Fassung vom 2. Juni 2005 liegt dieser Entsprechens-Erklärung zugrunde.

Entsprechens-Erklärung der Porsche AG

Die weitaus meisten der Soll-Bestimmungen des Kodex werden von der Porsche AG erfüllt. Einer Reihe von Bestimmungen entspricht die Porsche AG jedoch vor allem aufgrund unternehmensspezifischer Besonderheiten nicht. Diese Bestimmungen sind nachfolgend mit der jeweiligen Begründung der – auch zukünftigen – Nicht-Entsprechung dargestellt:

„Schließt die Gesellschaft für Vorstand und Aufsichtsrat eine D&O-Versicherung ab, soll ein angemessener Selbstbehalt vereinbart werden.“

Dieser Empfehlung wurde bislang und wird auch künftig nicht gefolgt. Porsche versichert das D&O (Directors and Officers)-Risiko in seiner allgemeinen Sach- und Haftpflichtversicherung ohne spezifischen Selbstbehalt mit der zu zahlenden Gesamtprämie. Ein erheblicher Selbstbehalt, der wegen des zu beachtenden Gleichheitsgrundsatzes nur einheitlich sein kann, würde die Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder je nach ihren privaten Einkommens- und Vermögensverhältnissen sehr unterschiedlich treffen. Ein weniger vermögendes Mitglied des Aufsichtsrates könnte im Ernstfall in existenzielle Schwierigkeiten kommen, was in Anbetracht gleicher Pflichten nicht als gerecht zu betrachten ist.

„Der Aufsichtsrat soll einen Prüfungsausschuss (Audit Committee) einrichten, der sich insbesondere mit Fragen der Rechnungslegung und des Risikomanagements, der erforderlichen Unabhängigkeit des Abschlussprüfers, der Erteilung des Prüfungsauftrags an den Abschlussprüfer, der Bestimmung von Prüfungsschwerpunkten und der Honorarvereinbarung befasst. Der Vorsitzende des Prüfungsausschusses soll über besondere Kenntnisse und Erfahrungen in der Anwendung von Rechnungslegungsgrundsätzen und internen Kontrollverfahren verfügen.“

Die Besonderheiten der bei Porsche gegebenen Aktionärsstruktur erfordern eine in Qualität und Umfang gleichmäßige Unterrichtung aller Aufsichtsratsmitglieder über alle wichtige Themen. Die Praxis bei Porsche ist seit jeher gekennzeichnet durch eine sehr detail-

lierte Unterrichtung des gesamten Aufsichtsrats gerade über die Rechnungslegung und das Risikomanagement sowie eine ausführliche Diskussion des Jahresabschlusses mit dem Wirtschaftsprüfer. Der Empfehlung wurde deshalb bisher und wird auch künftig nicht entsprochen.

„Der Besitz von Aktien der Gesellschaft oder sich darauf beziehender Finanzinstrumente von Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern soll (im Corporate Governance Bericht) angegeben werden, wenn er direkt oder indirekt größer als 1% der von der Gesellschaft ausgegebenen Aktien ist. Übersteigt der Gesamtbesitz aller Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder 1% der von der Gesellschaft ausgegebenen Aktien, soll der Gesamtbesitz getrennt nach Vorstand und Aufsichtsrat angegeben werden.“

Alle Stammaktien sind im Besitz der Familien Porsche und Piëch; die Anteilsquoten werden wie vom Wertpapierhandelsgesetz vorgeschrieben veröffentlicht. Erwerb und Veräußerung von Porsche-Vorzugsaktien durch Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder werden veröffentlicht, soweit dies § 15a Wertpapierhandelsgesetz vorschreibt. Eine darüber hinaus gehende Veröffentlichung der von Organmitgliedern an der Gesellschaft gehaltenen Aktien und sich darauf beziehender Finanzinstrumente ist bisher nicht erfolgt und auch künftig nicht beabsichtigt.

„Der Konzernabschluss und die Zwischenberichte sollen unter Beachtung international anerkannter Rechnungslegungsgrundsätze aufgestellt werden.“

Porsche hat seine Rechnungslegung zum 31. 7. 2005 auf IFRS umgestellt. Vor diesem Zeitpunkt wurden die Konzernabschlüsse und Zwischenberichte der Porsche AG nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuches aufgestellt und veröffentlicht.

„Der Konzernabschluss soll binnen 90 Tagen nach Geschäftsjahresende, die Zwischenberichte sollen binnen 45 Tagen nach Ende des Berichtszeitraumes öffentlich zugänglich sein.“

Porsche hat entsprechend seinem abweichenden Geschäftsjahr bewährte Rhythmen der Veröffentlichung festgelegt, die dem Unternehmen eine optimale Publizität sichern. Ein Abweichen von dieser Praxis halten wir künftig wie auch schon bisher nicht für sachgerecht.

„Um eine unabhängige Beratung und Überwachung des Vorstands durch den Aufsichtsrat zu ermöglichen, soll dem Aufsichtsrat eine nach seiner Einschätzung ausreichende Zahl unabhängiger Mitglieder angehören. Ein Aufsichtsratsmitglied ist als unabhängig anzusehen, wenn es in keiner geschäftlichen oder persönlichen Beziehung zu der Gesellschaft oder deren Vorstand steht, die einen Interessenkonflikt begründet.“



Zum besonderen Charakter der Aktionärsstruktur der Porsche AG passt diese Empfehlung nicht; ihr wird deshalb auch künftig wie schon bisher nicht entsprochen. Zu den Stammaktionären der Familien Porsche und Piëch bestanden und bestehen vielfältige Beziehungen. Mitglieder beider Familien sind im Aufsichtsrat der Porsche AG vertreten und nehmen dort als Miteigentümer Kontrollfunktionen wahr. Einen Interessenkonflikt können wir dabei nicht erkennen.

„Anteilseigner und Dritte werden vor allem durch den Konzernabschluss informiert. Sie sollen während des Geschäftsjahres durch Zwischenberichte unterrichtet werden.“

Das Unternehmen veröffentlicht Zwischenberichte. Eine Quartalsberichterstattung lehnt Porsche jedoch aus grundsätzlichen Erwägungen ab, die ausführlich dargelegt worden sind.

„Die Vergütung der Vorstandsmitglieder soll im Anhang des Konzernabschlusses aufgeteilt nach Fixum, erfolgsbezogenen Komponenten und Komponenten mit langfristiger Anreizwirkung ausgewiesen werden. Die Angaben sollen individualisiert erfolgen.“

Wir weisen die Vorstandsgehälter aufgeteilt nach Fixum und erfolgsbezogenen Komponenten aus. Ein Aktienoptionsprogramm existiert bei der Porsche AG nicht. Der Sollbestimmung des Kodex, die Vorstandsbezüge individualisiert auszuweisen, folgten wir bisher nicht und werden ihr auch künftig nicht folgen. Unseres Erachtens stehen die damit verbundenen Nachteile – insbesondere eine zwangsläufige Nivellierung der Vorstandsbesoldung im Unternehmen nach oben sowie eine Verletzung des Persönlichkeitsrechts der Vorstandsmitglieder – in keinem angemessenen Verhältnis zum Nutzen einer solchen Praxis für Anleger. Diesen sind die der Differenzierung der Vorstandsgehälter zugrundeliegenden Kriterien und Maßstäbe ohnehin nicht bekannt. Das für Jahresabschlüsse ab 2006 gültige neue Gesetz zur Offenlegung von Vorstandsgehältern stellt es der Hauptversammlung im übrigen frei, mit einer Dreiviertelmehrheit des bei der Beschlussfassung stimmberechtigten Grundkapitals zu beschließen, dass auf die Offenlegung der individuellen Vorstandsbezüge verzichtet wird.

„Wahlen zum Aufsichtsrat sollen als Einzelwahl durchgeführt werden.“

Wir halten diese Empfehlung im Regelfall wegen der besonderen Struktur unseres Aktionärskreises für nicht angemessen.

„Die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder soll im Corporate Governance Bericht individualisiert, aufgegliedert nach Bestandteilen ausgewiesen werden.“

Wir weisen die Aufsichtsratsbezüge im Anhang des Geschäftsberichts in einer Summe aus. Eine individuelle Ausweisung haben wir bisher nicht vorgenommen und werden dies auch künftig nicht tun, weil wir darin in Anbetracht der Höhe der Vergütung sowie der in der Satzung enthaltenen Festlegungen keinen zusätzlichen Nutzen für Anleger sehen.

„Auch die vom Unternehmen an die Mitglieder des Aufsichtsrats gezahlten Vergütungen oder gewährten Vorteile für persönlich erbrachte Leistungen, insbesondere Beratungs- und Vermittlungsleistungen, sollen individualisiert im Anhang zum Konzernabschluss gesondert angegeben werden.“

Die Möglichkeit, jederzeit auf die Expertise einzelner Familiengesellschafter zu speziellen Themen zurückgreifen zu können, stellt einen besonderen Vorteil für die Porsche AG dar. Diese Zusammenarbeit erfolgt zu Bedingungen, die branchenüblich sind und auch bei vergleichbaren Geschäften mit Dritten eingehalten werden. Die Empfehlung passt nicht zum Charakter einer Familiengesellschaft; sie wurde deshalb bisher und wird auch künftig nicht befolgt.

Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft
Aufsichtsrat und Vorstand

Finanzen 2004/05

Porsche hat im Berichtsjahr erneut Rekordwerte bei den Finanzkennzahlen erreicht. Erstmals wurde der Konzernabschluss nach IFRS erstellt.





Das insgesamt gestiegene Absatzvolumen machte sich sowohl beim Umsatz als auch beim Ertrag positiv bemerkbar.



■ Neue Rekordwerte erzielt

Der Porsche Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2004/05 wurde – wie bereits im Lagebericht erwähnt – erstmals in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards (IFRS) aufgestellt. Auch der Abschluss des Vorjahres wurde an diese Standards angepasst, wodurch sich die Zahlenwerke miteinander vergleichen lassen. Durch die Umstellung waren eine Reihe von Umgliederungen und Umbewertungen erforderlich, die ab Seite 108 dieses Geschäftsberichts näher erläutert werden.

Der Porsche Konzern hat das Geschäftsjahr 2004/05 wiederum mit neuen Rekordwerten bei den Finanzkennzahlen abgeschlossen. Absatz, Umsatz sowie Ertrag haben sich im Vergleich zum Vorjahr nochmals verbessert. In der Folge ist auch die Bilanzsumme des Porsche Konzerns um 695,8 Millionen Euro auf 9,710 Milliarden Euro gestiegen.

Die Investitionen in Sachanlagen, Immaterielle Wirtschaftsgüter und Vermietete Vermögenswerte betragen 914,3 Millionen Euro nach 1,110 Milliarden Euro im Vorjahr. Hiervon entfielen 543,6 Millionen Euro auf die Leasingfahrzeuge unserer Finanzdienstleistungsgesellschaften; im Jahr zuvor lag dieser Wert bei 504,4 Millionen Euro. Die Abschreibungen sind im Berichtsjahr auf 518,2 Millionen Euro nach 382,1 Millionen Euro angestiegen. Wesentlicher Grund für diesen Zuwachs ist der Anlauf der neuen Sportwagen-Generationen.

Zum Bilanzstichtag, dem 31. Juli 2005, belief sich das Anlagevermögen des Porsche Konzerns auf 2,428 Milliarden Euro, nach 2,380 Milliarden Euro im vorangegangenen Geschäftsjahr. Trotz des leichten Anstiegs ist der Anteil des Anlagevermögens an der Bilanzsumme von 26,4 auf 25,0 Prozent gesunken, was mit der Bilanzausweitung zusammenhängt. Das Anlagevermögen im Konzern ist mit 141 Prozent durch das Eigenkapital gedeckt, im Vorjahr lag dieser Wert bei 123 Prozent.

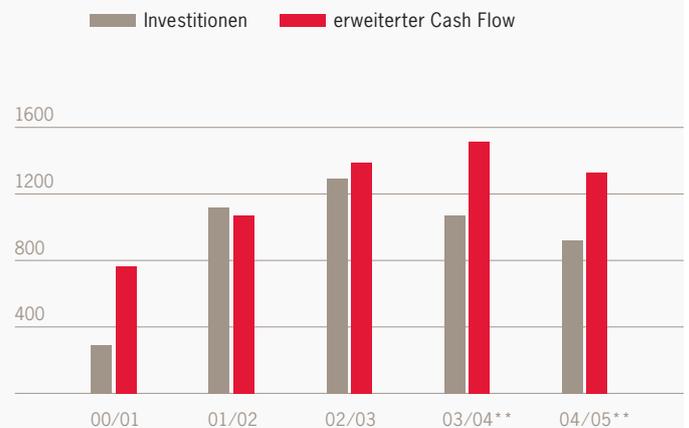
Die Vorräte konnten von 625,5 Millionen Euro auf 571,8 Millionen Euro reduziert werden. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen lagen mit 307,7 Millionen Euro auf Vorjahresniveau. Im Anstieg der Forderungen aus Finanzdienstleistungen von 1,403 Milliarden Euro auf 1,567 Milliarden Euro spiegelt sich der Ausbau dieses Geschäftszweiges wider. In den Sonstigen Forderungen und Vermögenswerten, die sich auf 1,005 Milliarden Euro beliefen (Vorjahr: 1,153 Milliarden Euro), sind die eingesetzten Finanzinstrumente enthalten, wozu hauptsächlich Währungs- und Zinssicherungsgeschäfte zählen, deren Wert bei 698,7 Millionen Euro lag. Die aktiven latenten Steuern erhöhten sich von 56,7 Millionen Euro auf 184,8 Millionen Euro.

■ Liquidität weiter gesteigert

Dank der guten Ertragssituation konnten die liquiden Mittel auf 3,626 Milliarden Euro erhöht werden (Vorjahr: 3,069 Milliarden Euro). Die Nettoliquidität – also die liquiden Mittel vermindert um die Finanzschulden ohne das Finanzdienstleistungsgeschäft – ist um



Investitionen und erweiterter Cash Flow in Millionen Euro*



* Cash Flow erweitert um Veränderung der übrigen Rückstellungen.

** Berechnung nach IFRS

26 Prozent auf 2,355 Milliarden Euro angestiegen. Dagegen ist der erweiterte Cash Flow auf 1,332 Milliarden Euro zurückgegangen (Vorjahr: 1,512 Milliarden Euro). Er hat jedoch den Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit von 688,5 Millionen Euro nach 1,042 Milliarden Euro im Vorjahr deutlich überschritten.

Höheres Eigenkapital

Das Eigenkapital des Porsche Konzerns hat sich im Berichtsjahr um 499 Millionen Euro auf 3,420 Milliarden Euro erhöht. Die Eigenkapitalquote stieg in der Folge von 32,4 auf 35,2 Prozent – und das, obwohl die Bilanzsumme gestiegen ist.

Die Pensionsrückstellungen zuzüglich der übrigen Rückstellungen wurden im Berichtsjahr mit 2,123 Milliarden Euro dotiert (Vorjahr: 1,896 Milliarden Euro), womit alle erkannten Risiken berücksichtigt wurden. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind auf 443,0 Millionen Euro angestiegen (Vorjahr 377,2 Millionen Euro). Die Sonstigen Verbindlichkeiten lagen mit 235,3 Millionen Euro auf Vorjahresniveau.

Die Finanzverbindlichkeiten betragen im Berichtsjahr 3,092 Milliarden Euro (Vorjahr: 2,947 Milliarden Euro). In ihnen spiegelt sich der Ausbau des Finanzdienstleistungsgeschäft wider. Zur Refinanzierung dieses Geschäftes werden im Wesentlichen länderspezifisch strukturierte Finanzierungen – sogenannte Asset Backed-Strukturen – mit einem Volumen von 1,715 Milliarden eingesetzt.

Anleihen zur Liquiditätsvorsorge

Von den Finanzverbindlichkeiten entfiel mehr als eine Milliarde Euro auf Anleihen. Dazu zählt zum einen die Ende 2005 auslaufende Anleihe über rund 256 Millionen Euro (500 Millionen D-Mark) und zum anderen die im Jahr 2002 durch die Porsche International Financing plc. unter der Garantie der Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG begebene Anleihe in Höhe von 300 Millionen Euro.

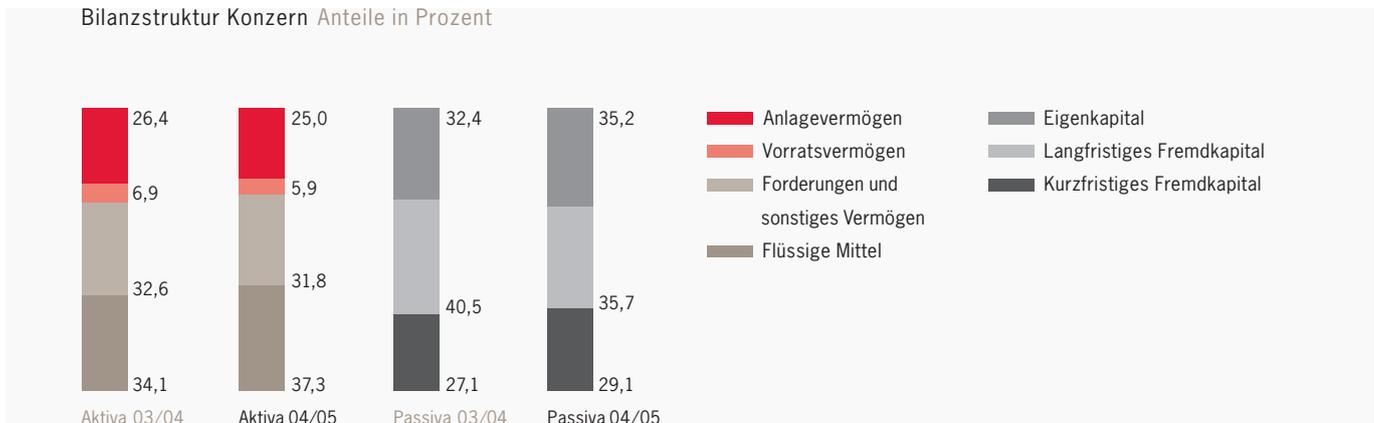
Über die beiden Anleihen hinaus hat die Porsche Financial Services Inc. bereits im Geschäftsjahr 2003/04 eine Privatplatzierung über 625 Millionen US-Dollar in den USA unter der Garantie der Porsche AG vorgenommen. Diese Anleihe wurde bei institutionellen Investoren, in der Hauptsache Versicherungsgesellschaften, in verschiedenen Tranchen mit jeweils verschiedenen Volumina platziert.

Anhaltende Ertragsstärke

Porsche hat auch im Berichtsjahr über eine große Ertragsstärke verfügt. In einem konjunkturell nicht durchgängig erhalten Umfeld ist es dem Unternehmen einmal mehr gelungen, ein Rekordergebnis zu erzielen. Das Konzernergebnis vor Steuern konnte von 1,137 Milliarden Euro auf 1,238 Milliarden Euro gesteigert werden, nach Steuern legte es von 690 Millionen Euro auf 779 Millionen Euro zu.

Gründe für den Ergebnisanstieg sind zum einen der nochmals erhöhte Fahrzeugabsatz, wozu besonders die neuen Sportwagen-Generationen beigetragen haben. Zum anderen hat Porsche seine

Bilanzstruktur Konzern Anteile in Prozent



Anstrengungen unverändert fortgesetzt, die Kosten- und Ertrags-situation durch die permanente Verbesserung der Geschäftsprozesse nachhaltig zu verbessern. Darüber hinaus hat auch unsere umsichtige Währungsabsicherung in den für uns relevanten Märkten zu der positiven Ergebnisentwicklung beigetragen.

In der Porsche AG ist das Ergebnis vor Steuern auf 872 Millionen Euro nach 843 Millionen Euro gestiegen. Das Ergebnis nach Steuern legte in der AG auf 528 Millionen Euro nach 488 Millionen Euro im Vorjahr zu.

Das insgesamt gestiegene Absatzvolumen machte sich auch beim Konzernumsatz positiv bemerkbar. Er nahm um 6,9 Prozent auf 6,574 Milliarden Euro zu. Der Materialaufwand ist trotz der kräftigen Absatzausweitung lediglich auf 2,950 Milliarden Euro gestiegen (Vorjahr: 2,875 Milliarden Euro) und beträgt nunmehr 44,4 Prozent der Gesamtleistung nach 45,4 Prozent im Jahr zuvor. In dieser Position schlägt sich der veränderte Modellmix ebenso nieder wie der Erfolg unserer umsichtigen Währungsabsicherungspolitik.

Der Personalaufwand des Porsche Konzerns ist zwar von 949,7 Millionen Euro auf 964,8 Millionen Euro gestiegen, sein Anteil an der Gesamtleistung ist jedoch von 15,0 auf 14,5 Prozent gesunken. Die Sonstigen betrieblichen Aufwendungen konnten von 1,221 Milliarden Euro auf 1,211 Milliarden Euro verringert werden. Sie betragen damit im Berichtsjahr lediglich 18,2 Prozent der Gesamtleistung nach 19,3 Prozent im Vorjahr.

Das Finanzergebnis stieg auf 18,8 Millionen Euro (Vorjahr: 16,0 Millionen Euro). Der Steueraufwand, der bei 459 Millionen Euro lag, führte zu einer Steuerquote von 37,1 Prozent (Vorjahr: 39,3 Prozent). Der Rückgang lag an gesunkenen Steuersätzen bei einigen Tochtergesellschaften.

Währungs- und Cash-Management

Die für Porsche wichtigsten Währungen waren auch im vergangenen Geschäftsjahr erheblichen Schwankungen unterworfen. Die Strategie, die für das Unternehmen wichtigsten Währungen mittelfristig zu sichern und somit eine stabile Planungsgrundlage zu haben, hat sich vor diesem Hintergrund erneut ausgezahlt. Die Kurssicherungsstrategie basiert auf der wirtschaftlichen Analyse der wichtigsten Volkswirtschaften sowie auf technischen Währungs- und Analysemodellen. Durch den anschließenden Einsatz verschiedener Instrumente sichert sich Porsche vor dem Währungsänderungsrisiko ab.

Sicherungsgeschäfte werden nur mit ausgewählten Banken guter Bonität getätigt, so dass das Ausfallrisiko begrenzt ist. Zudem wurden zur Sicherung von Krediten, die an Konzerngesellschaften gegeben werden, Zinssicherungen abgeschlossen.

Die Organisation des Währungs- und Cash-Managements entspricht dem Standard der deutschen Industrie und wird intern streng kontrolliert. In Richtlinien sind Art, Umfang und Abwicklung der Geschäfte festgeschrieben. Der Grundsatz der Funktionstrennung wird dabei eingehalten. Zur Bewertung und Überwachung aller Transaktionen werden spezialisierte Datenverarbeitungssysteme eingesetzt. Die Anlagepolitik von Porsche orientiert sich an dem Grundsatz, dass die Sicherheit der Anlagen eindeutig Vorrang hat vor dem Erzielen einer außergewöhnlichen Rendite. So werden die liquiden Mittel als Tages- und Festgeld bei Banken mit einwandfreier Bonität angelegt. Darüber hinaus investiert Porsche in Geldmarktfonds. Zudem werden Wertpapier-Spezialfonds für Anlagen dann herangezogen, wenn die Liquidität mittel- oder gar langfristig angelegt werden soll.

Die Aktie 2004/05

Im Juli 2005 erreichte die Porsche Aktie mit 686 Euro ihr vorläufiges Allzeit-Hoch.

■ Positives Umfeld beflügelt Porsche Aktie

Die Kapitalmärkte haben sich im Berichtsjahr weltweit erholt. Höchststände der Börsenindizes, wie sie noch zu Zeiten des New-Economy-Booms an der Tagesordnung waren, blieben zwar weiter aus. Doch insgesamt entwickelten sich die Kurse freundlich, was vor allem mit einer besseren Ertragslage der Unternehmen zusammenhängt. Nach Jahren, in denen die Gewinne sanken oder auch Verluste geschrieben wurden, zahlen sich die in der Krise eingeleiteten Kostensenkungsprogramme jetzt aus. Zudem hat sich die Auftragslage in der Industrie weltweit verbessert, und auch in der Finanzwirtschaft war ein ordentliches Neugeschäft zu verzeichnen.

Der Deutsche Aktienindex (Dax) pendelte im Berichtsjahr über lange Strecken um die Marke von 4.000 Punkten. Er ließ aber immer wieder Aufwärtspotenzial erkennen und kletterte zur Jahresmitte 2005 bis nahe an die Marke von 5.000 Punkten heran, die er im Spätsommer sogar übersprang. In Deutschland hat sich damit eine positive Entwicklung an der Börse fortgesetzt, die bereits im vorangegangenen Jahr zu beobachten war. Gleichwohl ist die Frage offen, inwieweit dieser Aufwärtstrend von Dauer ist, da von einer durchgreifenden und nachhaltigen Erholung der Inlandskonjunktur nach wie vor nicht die Rede sein kann.

Insgesamt lässt sich nicht nur in Deutschland, sondern auch weltweit eine gewisse Zurückhaltung vor allem der privaten Akteure an den Kapitalmärkten beobachten. Der Grund ist die nach wie vor unsichere weltpolitische Lage und die Furcht vor Terror und Gewalt. So kam es im Irak auch nach der Wahl Anfang 2005 zu weiteren Anschlägen, und im Sommer drückten Anschläge in London und Ägypten die Stimmung auf dem Parkett. Gegen einen übergroßen Optimismus an den Börsen spricht auch die Situation an den Rohstoffmärkten. Vor allem die gestiegenen Preise für Stahl und Öl haben sich im Berichtsjahr immer wieder negativ auf die Kurse ausgewirkt.

Gleichwohl konnte die Porsche Aktie ihren Wert deutlich steigern. Sie startete im August 2004 mit einem Kurs von 537 Euro in das Berichtsjahr und ging Ende Juli 2005 mit 654 Euro aus dem Handel – das ist ein Plus von 21,8 Prozent. Demgegenüber steht eine Wertsteigerung des Dax von 26,5 Prozent und ein Zuwachs des Branchenindex für Automobile von 22 Prozent. Der höhere Zuwachs im Vergleich zur Porsche Aktie liegt lediglich daran, dass personelle Veränderungen im Vorstand eines großen, im Dax gelisteten Autokonzerns die Indizes in den letzten Juli-Tagen stark steigen ließen. Über weite Strecken des Berichtsjahres hat sich die Porsche Aktie dagegen besser als der Branchenindex entwickelt.

Porsche hebt sich aus Sicht vieler Anleger von seinem Umfeld ab, da sich das Unternehmen klar auf sein Kerngeschäft fokussiert und seit Jahren für einen erfolgreichen und hoch profitablen Wachstumskurs steht. Wie sehr die Börse die Strategie des Unternehmens schätzt, drückt sich im deutlichen Kursanstieg aus, der am 19. Juli 2005 vorerst kulminierte. An diesem Tag erreichte die Porsche Aktie mit 685,98 Euro ihr bisheriges Allzeit-Hoch. Offensichtlich bildete dieser Kursgipfel einen erheblichen Anreiz für manche Anleger, Gewinne zu realisieren, wodurch die Aktie in der Folge wieder etwas nachgab.

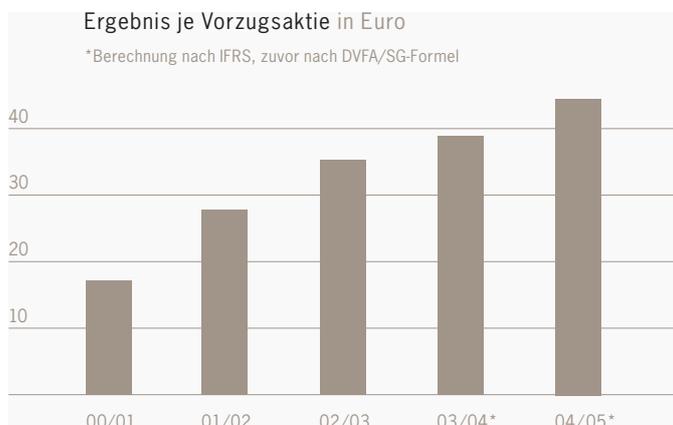
Mehrere Aufwärtsbewegungen in der Kursentwicklung

Der Kursverlauf der Porsche Aktie war im Berichtsjahr von drei Phasen mit deutlichen Aufwärtsbewegungen geprägt, die mit der Bekanntgabe guter Geschäftszahlen sowie neuer Modelle und Modellvarianten zusammenhängen. So nahm der Wert der Aktie im Laufe des September 2004 auf knapp 540 Euro zu – und dies im zeitlichen Zusammenhang mit der Bekanntgabe des Markteintritts des neuen Boxster und der vorläufigen Zahlen für das Geschäftsjahr 2003/04. In den Wochen nach der Hauptversammlung Ende Januar 2005, auf der den Aktionären das Zahlenwerk des Geschäftsjahres 2003/04 eingehend erläutert wurde, setzte die Porsche Aktie zu ihrer nächsten starken Aufschwungsphase an. Mit mehr als 570 Euro kam sie dann im März nahe an das Hoch des Vorjahres heran. In dieser positiven Entwicklung spiegelte sich unter anderem die gute Geschäftsentwicklung in der ersten Hälfte des Berichtsjahres wider.

Ab Mai zog der Kurs der Aktie bis in den Juli hinein kontinuierlich an, wobei Anfang Juni die Marke von 600 Euro übersprungen wurde. Im Zuge seines Höhenflugs trennten das Papier zeitweise nur 15 Zähler von dem Erreichen der 700-Euro-Marke. Unterlegt war der Kursanstieg auch durch einen weiteren Zwischenbericht sowie hervorragende Markterfolge der neuen Generationen von 911 und Boxster, zusätzlich schoben Spekulationen über die vierte Baureihe von Porsche den Kurs der Porsche Aktie an.

Der Stärke der Aktie kam ebenfalls zu Gute, dass Porsche einen engen Kontakt zu den Finanzmarktteilnehmern pflegt. So wurden den institutionellen Anlegern und Analysten auf Roadshows an den wichtigen Finanzplätzen im In- und Ausland sowie in intensiven Gesprächen am Stammsitz in Zuffenhausen die Unternehmensperspektiven ausführlich dargelegt. Dies sorgte immer wieder für Engagements in die Aktie. Die Investoren und Analysten honorierten vor allem die Strategie, mit dem Cayenne äußerst erfolgreich Wachstum in einem für Porsche neuen Segment zu generieren. Zudem wurden die neuen Sportwagen-Generationen sehr positiv aufgenommen. Dementspre-

Die erneut verbesserte Ertragslage kommt auch in einem gestiegenen Gewinn je Aktie zum Ausdruck.



chend riet die überwiegende Zahl der Finanzmarktexperten nach wie vor zum Kauf der Aktie; viele setzten zum Ende des Geschäftsjahres ihre Kursziele einmal mehr herauf.

Herausragende langfristige Wertentwicklung

Die Porsche Aktie verfügt in der Langfrist-Betrachtung über eine herausragende Performance. Betrachtet man die vergangenen zehn Geschäftsjahre, also den Zeitraum vom 31. Juli 1995 bis zum 31. Juli 2005 und damit den letzten Tag des jeweiligen Geschäftsjahres, stieg der Kurs von 33,75 Euro auf 654 Euro. Diesem Zuwachs von 1.838 Prozent steht eine Wertsteigerung des Dax von lediglich 120 Prozent gegenüber.

Entsprechend positiv fällt auch die Wertsteigerung eines Aktiendeports mit Porsche Aktien im Zehn-Jahres-Zeitraum aus. Wurde am 31. Juli 1995 ein Betrag von 10.000 Euro in die Aktien des Sportwagenherstellers investiert, so wuchs das Depot bis zum 31. Juli 2005 – einschließlich Dividenden – auf 203.296 Euro an.

Gewinn je Aktie gesteigert

Die abermals verbesserte Ertragslage der Porsche AG kommt auch in einem gestiegenen Gewinn je Aktie zum Ausdruck, der erstmals nach IFRS berechnet wurde. Das Ergebnis je Stammaktie stieg im Berichtsjahr auf 44,68 Euro (Vorjahr: 39,63 Euro) und je Vorzugsaktie auf 44,74 Euro nach 39,69 Euro im Jahr zuvor.

Ebenfalls zulegen wird auch die Dividende: Der Hauptversammlung wird vorgeschlagen, für das Geschäftsjahr 2004/05 je Stammaktie eine Dividende von 4,94 Euro (Vorjahr: 3,94 Euro) und je Vorzugsaktie von 5,00 Euro (Vorjahr: 4,00 Euro) auszuschütten. Damit beträgt die Dividendensumme für Stamm- und Vorzugsaktien für das abgelaufene Geschäftsjahr 87,0 Millionen Euro nach 69,5 Millionen Euro im Jahr zuvor.

Intensive Investor Relations

Das Informationsbedürfnis der Akteure an den Finanzmärkten hat in den vergangenen Jahren spürbar zugenommen. Porsche hat deshalb auch im Geschäftsjahr 2004/05 den Investoren und Finanzanalysten

große Aufmerksamkeit gewidmet. Diese Kommunikation erfolgt sowohl über eine permanente und umfassende Berichterstattung in den Medien als auch über direkte Kontakte mit den Finanzmarktteilnehmern in zahlreichen Einzelgesprächen, auf Roadshows, Fahrvorstellungen und Messen. Bei allen Kontakten legt das Unternehmen größten Wert darauf, dass im Sinne einer Vereinheitlichung der Botschaften die Kommunikation gegenüber der Öffentlichkeit wie der Finanzwelt gewissermaßen aus einem Munde erfolgt.

Auf speziellen Konferenzen wurden Analysten aktuelle Zahlen und die Unternehmensstrategie erläutert. Dies geschah unter anderem im Rahmen von Fahrvorstellungen neuer Modelle – etwa bei der Präsentation des neuen Boxster in Österreich, des 911 Carrera Cabriolets in Spanien oder des Cayman S in Italien. Hinzu kamen die Analystenkonferenzen zur Vorlage des Jahresabschlusses im Dezember 2004 und anlässlich der IAA im September 2005.

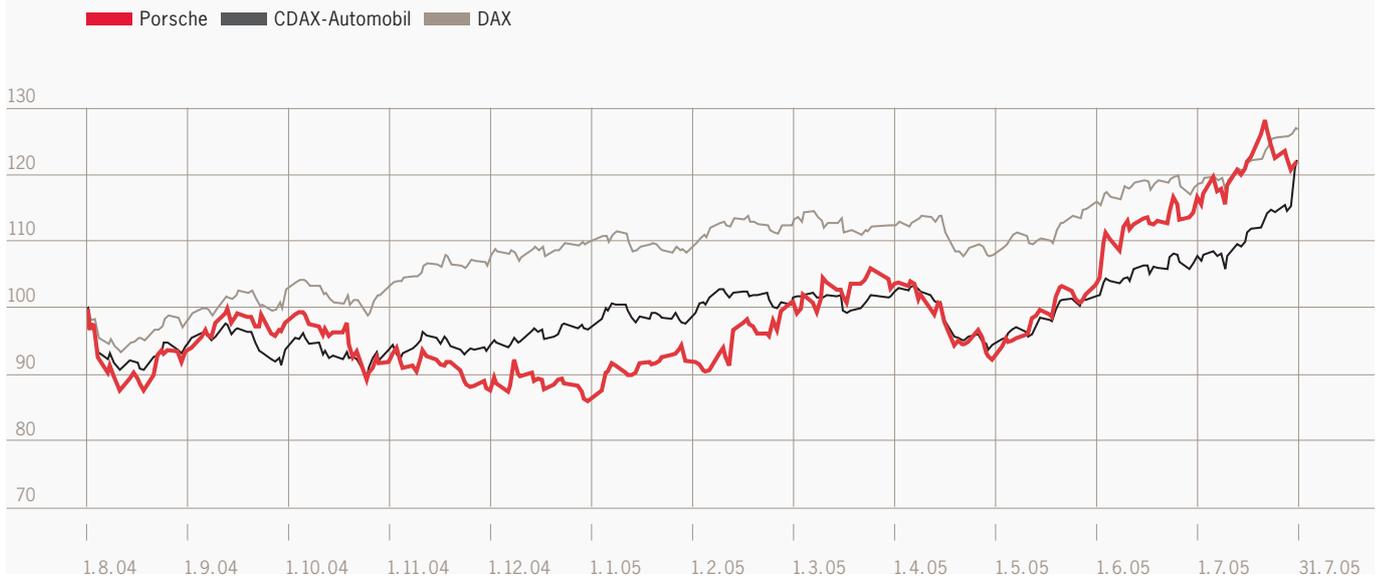
Darüber hinaus wurden auch im Berichtsjahr am Stammsitz in Zuffenhausen mit einer Vielzahl von institutionellen Investoren und Analysten persönliche Gespräche geführt. Ein besonderer Stellenwert kam im Kontakt mit den institutionellen Anlegern erneut Unternehmenspräsentationen vor Ort zu. Diese wurden an Finanzplätzen in USA, Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Italien, Spanien, Österreich, Schweiz und auch Skandinavien durchgeführt und erfreuten sich einer großen Resonanz.

Schließlich herrschte auch ein reger Austausch mit privaten Aktionären, die sich mit Fragen an die Investor Relations-Verantwortlichen wandten. Zudem hat sich Porsche auf mehreren Aktienforen, zu denen Aktionärsvereinigungen und Banken einladen, den privaten Anlegern vorgestellt. Die Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2003/04 fand im Januar 2005 wieder am Stammsitz in Stuttgart statt und war mit rund 3.000 Aktionären und Gästen überaus gut besucht.

Stabile Aktionärsstruktur

Gerade in wirtschaftlich turbulenten Zeiten ist ein stabiler Aktionärskreis ein nicht zu unterschätzendes Gut für ein Unternehmen, stellt er doch eine solide Basis dar, auf der sich eine auf Wachstum aus-

Entwicklung der Porsche Aktie im Vergleich zum DAX und CDAX-Automobil in Prozent



gelegte Unternehmensstrategie entfalten kann. Häufige und rasche Änderungen der Eigentümerstruktur erschweren dagegen eine konstante und langfristige Entwicklung des Geschäftes. Bei der Porsche AG weiß man diese Stabilität sehr zu schätzen. So beträgt das Aktienkapital des Unternehmens unverändert 45,5 Millionen Euro und teilt sich in 8.750.000 Stammaktien und 8.750.000 börsennotierte Vorzugsaktien auf.

Die Stammaktien werden von Mitgliedern der Familien Porsche und Piëch gehalten, was auch im vergangenen Geschäftsjahr für den entsprechenden Rückhalt beim operativen Geschäft sorgte. Von den Vorzugsaktien liegen mehr als die Hälfte bei institutionellen Investoren wie Aktienfonds, Banken und Versicherungen. Diese haben ihren Sitz vor allem in Großbritannien, den USA und Deutschland, in geringerem Maße auch in anderen europäischen Ländern und Asien. Etwas weniger als die Hälfte der Porsche Vorzugsaktien sind breit gestreut und werden von privaten Anlegern vorwiegend aus Deutschland gehalten. Auch die Stammaktionäre der Porsche AG besitzen Vorzugsaktien.

Klare Positionen zu Börsenthemen

Mut und Standfestigkeit zu beweisen und für die eigene Meinung engagiert einzutreten – diesen Ansatz verfolgt Porsche auch am Kapitalmarkt. Das Unternehmen hat sich auch im Berichtsjahr vehement gegen die Vorlage von Quartalsberichten ausgesprochen und scheute die rechtliche Auseinandersetzung über dieses Thema nicht. So hat Porsche eine Normenkontrollklage beim Hessischen Verwaltungsgerichtshof in Kassel eingereicht, mit der geklärt werden soll, ob die Bestimmung in der Börsenordnung, wonach die Vorlage von Quartalsberichten Voraussetzung für die Zulassung zum Prime Standard der Deutschen Börse ist, rechtliche Gültigkeit hat.

Aus Sicht des Sportwagenherstellers ist dies nicht der Fall. Deshalb hatte Porsche bereits vor dem Gang nach Kassel vor dem Verwaltungsgericht in Frankfurt geklagt. Das Gericht in Frankfurt war aber erkennbar nicht gewillt, sich mit dieser Kernfrage auseinander zu setzen, weswegen sich das Unternehmen ohne Zeitverzug an das Hessische Verwaltungsgericht in Kassel gewandt hat. Eine Entscheidung des Gerichts stand bis zur Drucklegung dieses Berichts noch aus.

Das Unternehmen hat seit dem Börsengang im Jahre 1984 nie Quartalsberichte vorgelegt. Deshalb wurde es von der Deutschen Börse bereits aus dem M-Dax gestrichen und nicht in den Prime Standard aufgenommen. Die Nicht-Vorlage von Quartalsberichten erfolgt aus grundsätzlichen Erwägungen, da diese Berichte die Volatilität an der Börse unnötig anheizen und damit für hektische Kursausschläge sorgen. Zudem fördern sie generell ein kurzfristiges Denken im Unternehmen, was gerade bei Porsche als vergleichsweise kleinen Hersteller einer langfristig soliden Entwicklung abträglich wäre. Porsche will sich eine solche Kurzatmigkeit nicht aufdrängen lassen, sondern setzt auf die Glaubwürdigkeit einer substanziellen und kontinuierlichen Informationspolitik.

Der Kursentwicklung der Aktie hat die Weigerung des Unternehmens, keine Quartalsberichte vorzulegen, gleichwohl nicht geschadet. Im Gegenteil, Porsche erfreute sich in den vergangenen Jahren eines steigenden Interesses der Anleger – insbesondere auch auf internationaler Ebene. Hilfreich war dabei, dass Porsche seit längerem in zwei renommierten internationalen Indizes vertreten ist: dem „Morgan Stanley Capital International“-Index und dem „Dow Jones STOXX 600“. Im März 2005 wurde das Unternehmen zudem in den britischen „FTSE4Good“-Index aufgenommen. Vertreten sind hierin ausschließlich Aktiengesellschaften, die eine an ökologischen, ethischen und sozialen Kriterien orientierte nachhaltige Unternehmenspolitik betreiben.

Eine klare Position hat Porsche schließlich auch eingenommen, was den gesetzlichen Zwang zur Offenlegung der Vorstandsgehälter bei börsennotierten Unternehmen angeht, die im Juni 2005 durch den Bundestag beschlossen wurde. Die Veröffentlichung der individuellen Vorstandsbezüge bringt dem Anleger aus Sicht von Porsche keinen Erkenntnisgewinn, der relevant sein könnte für seine Kauf- oder Verkaufsentscheidung. Vielmehr muss der Anleger im Rahmen seiner Investitionsentscheidung ausschließlich beurteilen können, ob die Entwicklung der Vorstandsbezüge insgesamt in einem angemessenen Verhältnis zum Unternehmenserfolg steht. Dafür genügt es nach der festen Überzeugung von Porsche aber, wie bisher die Gesamtsumme der Vorstandsbezüge und deren Zusammensetzung nach fixen und erfolgsabhängigen Anteilen auszuweisen.

Modelle 2004/05

Mit den neuen Generationen von 911 und Boxster sowie der Einführung des Cayman S hat Porsche seinen Ruf als erfolgreichster Sportwagen-Hersteller untermauert.





Nach der Erneuerung der Sportwagenmodelle verfügt Porsche über ein sehr junges Produktprogramm. Kein Modell ist länger als drei Jahre auf dem Markt.



■ Angebot bei Sportwagen erweitert

Die Marke Porsche steht für überzeugende, wettbewerbsfähige und langlebige Produkte. Mit der Einführung der neuen Fahrzeug-Generationen des 911 und Boxster wurde dieser gute Ruf im Berichtsjahr noch einmal untermauert.

Der Generationswechsel bei den Sportwagen begann bereits im Juli 2004 mit der erfolgreichen Markteinführung des 911 Carrera Coupé und des 911 Carrera S Coupé, im Frühjahr 2005 folgten dann die heckgetriebenen Cabriolet-Versionen und im Oktober 2005 die Allradderivate des 911 Carrera Coupé und Cabriolet. Die Auslieferung des neuen Boxster begann im November 2004, bereits im darauf folgenden Frühjahr war seine Markteinführung weltweit abgeschlossen. Darüber hinaus hat Porsche die Modellpalette bei den Sportwagen noch erweitert und führte ab November 2005 den neuen Cayman S in den Märkten ein. Dieses eigenständige Mittelmotor-Sportcoupé unterscheidet sich optisch klar sowohl vom Boxster als auch vom 911 Carrera, ist aber dennoch sofort als Porsche zu erkennen. Die Kombination aus einem besonderen Design, einer hervorragenden Performance, einem hohen Maß an Alltagstauglichkeit und einem völlig neuen Raumgefühl macht den Cayman S zu einem Sportwagen, der gezielt die Angebotslücke zwischen Boxster und 911 schließt.

Nicht nur bei den Sportwagen, auch beim Cayenne wartete Porsche mit einigen Neuerungen auf, erfuhr die Baureihe im laufenden Ge-

schäftsjahr doch eine auf ihre Produktlebenszyklus-Phase optimal abgestimmte Modellpflege mit attraktiven neuen Angeboten.

Das Modellangebot

Mit dem 911 Carrera und Carrera S Cabriolet sowie dem 911 Carrera 4 und Carrera 4S Coupé und Cabriolet, dem Boxster, Boxster S und Cayman S – also allen im Berichtsjahr und im laufenden Geschäftsjahr bisher eingeführten Modellen und Derivaten – umfasst die Porsche Modellpalette die folgenden 15 Varianten:

Boxster
Boxster S

Cayman S

911 Carrera Coupé und Cabriolet
911 Carrera S Coupé und Cabriolet
911 Carrera 4 Coupé und Cabriolet
911 Carrera 4S Coupé und Cabriolet

Carrera GT

Cayenne
Cayenne S
Cayenne Turbo

Die verbreiterte Karosserie der 911 Allrad-Varianten unterscheidet diese optisch deutlich von den heckgetriebenen 911-Modellen.



Insgesamt ist kein Fahrzeug dieser Modellpalette derzeit länger als drei Jahre auf dem Markt. Im folgenden werden die Charakteristika der seit Beginn des Berichtsjahres neu eingeführten Fahrzeuge näher beleuchtet.

Das neue **911** Carrera Cabriolet verkörpert eine überzeugende Kombination aus reinrassigem Sportwagen und elegantem Cabriolet – ohne dass Abstriche bei der Alltagstauglichkeit gemacht werden müssen. Technische Basis ist das 911 Carrera Coupé; Motor, Kraftübertragung und Fahrwerk sind identisch. Die Karosserie des Cabriolets ist besonders verwindungssteif. Das Design ist eine Weiterentwicklung der klassischen Linie des 911 mit einer eigenständiger Interpretation der Cabriolet-Version. Mit einem aerodynamischen cw-Spitzenwert von 0,29 und geringen, ausgewogenen Auftriebswerten an Vorder- und Hinterachse steht das 911 Carrera Cabriolet an der Spitze seines Marktsegmentes. Dies spiegelt sich auch in seinen hervorragenden Fahrleistungen und einem in der Relation hierzu geringen Kraftstoffverbrauch wider.

Das Cabriolet-Verdeck mit seiner soliden Leichtbaustruktur funktioniert elektrohydraulisch. Bis zu einer Fahrgeschwindigkeit von 50 Stundenkilometern lässt es sich in nur 20 Sekunden vollautomatisch öffnen oder schließen. Die effiziente „Z-Faltung“ des Verdecks ist nicht nur Platz sparend, sondern auch Material schonend, was die Ablage des Verdecks im geöffneten Zustand angeht. Die kratzfestе Heckscheibe aus Festglas mit integrierter Heizung gewährleistet auch im Winter klare Sichtverhältnisse. Das Verdeck wird in den vier Farben schwarz, steingrau, metropolblau und cocoa angeboten.

Das 911 Carrera Cabriolet verfügt serienmäßig über ein im Kofferraum verstaubares Windschott. Als Sonderausstattung ist auch ein in der Wagenfarbe lackiertes Hardtop aus hochfestem Aluminium erhältlich. Es hat eine beheizbare Glasheckscheibe und lässt sich mit seinem geringen Gewicht von rund 33 Kilogramm leicht montieren.

Die 911 Carrera Cabriolets verfügen über einen sehr hohen Sicherheitsstandard. Zusätzlich zu den 3-Punkt-Automatikgurten mit Gurtstraffern und Gurtkraftbegrenzern auf den Vordersitzen ist das 911

Carrera Cabriolet serienmäßig mit sechs Airbags ausgestattet. Dazu zählen zweistufige Fullsize-Front-Airbags für Fahrer und Beifahrer sowie das Porsche Side Impact Protection System (POSIP), das aus einem Thorax-Airbag in den äußeren Vordersitzlehnen und einem separaten Kopf-Airbag an jeder Seite besteht. Die Kopf-Airbags entfalten sich aus der Türtafel nach oben und bieten somit auch bei geöffnetem Verdeck einen effektiven Schutz. Zum POSIP-System gehört darüber hinaus ein Seitenaufprallschutz in den Türen. Außerdem hat das 911 Carrera Cabriolet einen automatisch ausfahrenden Überrollschutz. In Verbindung mit der durch höchstfeste Stahlrohre verstärkten A-Säule bietet dieses System einen optimalen Schutz der Insassen im Falle eines Überschlags.

Die neuen Modelle 911 Carrera 4 und 911 Carrera 4S setzen als Coupé wie auch als Cabriolet die Tradition allradgetriebener Sportwagenmodelle bei Porsche fort. Die hinten um 44 Millimeter verbreiterte Karosserie und die angepassten Heck- und Schwellerverkleidungen verleihen den Allradmodellen ein noch attraktiveres Heck und unterscheiden es optisch deutlich von den heckgetriebenen 911-Modellen.

Die bereits im Sommer 2004 mit dem 911 Carrera und Carrera S Coupé begonnene Angebotsstrategie mit zwei Leistungsvarianten wurde bei den neuen allradgetriebenen 911 Carrera 4-Varianten fortgeführt: Die Basisversion 911 Carrera 4 erhielt als Coupé wie als Cabriolet den 3,6 Liter-Boxermotor mit 239 kW (325 PS) und der 911 Carrera 4S den leistungsstärkeren 3,8 Liter-Boxermotor mit 261 kW (355 PS). Die Fahrzeuge sind mit dem serienmäßigen Sechsgang-Schaltgetriebe oder optional mit der 5-Gang-Tiptronic-S lieferbar.

Der permanente Vierradantrieb verteilt die Kraft über eine sensible Visco-Lamellenkupplung automatisch zwischen Vorder- und Hinterachse. Bei normaler Fahrt wirken ständig zwischen fünf und 35 Prozent der Kraft an der Vorderachse. Um gleichzeitig hohe Fahrstabilität zu gewährleisten, werden in kritischen Situationen bis zu 40 Prozent der Kraft auf die Vorderachse übertragen – etwa bei Nässe, auf unterschiedlichen Fahrbahnbelägen oder bei plötzlichen Lastwechseln in engen Kurven. Der neue 911 Carrera 4, der im Herbst 2005

Auch die neue Generation des Boxster ist auf eine hervorragende Resonanz bei den Kunden gestoßen. Der Roadster ist auf dem besten Weg, ein Klassiker zu werden.



auf den Markt kam, vereint damit auf eindrucksvolle Weise herausragende Fahrdynamik und Fahrsicherheit.

Das aus den heckgetriebenen Modellen bekannte Porsche Stability Management (PSM) wurde weiterentwickelt und für die vierradgetriebenen Modelle um zwei Funktionen erweitert: Bei schnellem Lösen des Gaspedals – charakteristisch etwa für eine bevorstehende Notbremsung – legt die Bremsanlage die Beläge schon leicht an die Scheiben an und erhöht so die Bremsbereitschaft. Das Ansprechverhalten der Bremse wird dadurch deutlich verbessert, der Bremsweg kürzer. Zusätzlich liefert ein Bremsassistent bei einer Notbremsung den zur maximalen Verzögerung nötigen Druck. Durch den Einsatz eines leistungsfähigeren Bremskraftverstärkers wird die Bremsleistung ebenfalls erhöht. Außerdem ist die Porsche Ceramic Composite Brake (PCCB) für alle 911 Carrera-Modelle optional verfügbar.

Zur weiteren Steigerung der Fahrdynamik wird das Porsche Active Suspension Management (PASM) nun auch optional für die Allrad-Basismodelle angeboten; bei den leistungstärkeren S-Versionen gehört es zur Serienausstattung. Breitere Räder- und Reifenkombinationen und geänderte Einpresstiefen verbreitern die Spur an der Hinterachse und tragen zur Verbesserung der Fahrdynamik und der Fahrsicherheit bei.

Zum Beginn des laufenden Geschäftsjahres wurde das Individualangebot für die 911 Carrera-Modelle aktualisiert und erweitert. So unterstreicht Porsche mit der Leistungssteigerung auf 381 PS, die für die Modelle 911 Carrera S und Carrera 4S optional angeboten wird, seine Kompetenz im Motorenbau. Das Räderangebot wurde durch das neue 19-Zoll-Carrera-Sportrad in sportlichem 10-Speichen-Design ergänzt. Das erweiterte Navigationsmodul bietet zusätzliche Funktionen für die automatische Streckenaufzeichnung. Das neue elektronische Fahrtenbuch erlaubt die automatische Erfassung von Kilometerstand, Fahrtstrecke, Datum und Uhrzeit sowie Start- und Zieladresse bei jeder Fahrt. Die aus dem Boxster bekannte Bi-Color-Lederausstattung wird nun auch für die 911 Carrera Modelle in den drei attraktiven Farbkombinationen schwarz/terrakotta, schwarz/steingrau und schwarz/sandbeige angeboten.

Der Boxster mit 2,7 Liter Hubraum und 240 PS bietet den Einstieg in die Sportwagenwelt von Porsche. Der leistungstärkere Boxster S mit 3,2 Liter Hubraum und 280 PS nimmt dabei insbesondere hinsichtlich seiner Fahreigenschaften eine Spitzenstellung im Wettbewerb ein. Die beiden Mittelmotor-Roadster zeichnen sich durch konsequenten Leichtbau aus. In Verbindung mit der hohen Torsions- und Biegesteifigkeit der Karosserie garantieren die Fahrzeuge großen Fahrspaß. Die exzellente Verarbeitungsqualität setzt Maßstäbe im Roadstersegment, sie ist die Grundlage für die anhaltende Wertstabilität der Modelle. Attraktive Angebote wie 19-Zoll-Räder, das Porsche Active Suspension Management (PASM) oder das Sport Chrono Paket Plus sowie eine Vielzahl von Interieurveredelungen bieten über die Serienausstattung hinaus die Möglichkeit, den Boxster individuell zu gestalten.

Den **Cayman S**, ein Mittelmotor-Coupé, brachte Porsche im November 2005 auf den Markt. Der Cayman S basiert zwar auf der Boxster-Plattform, unterscheidet sich jedoch optisch klar vom Boxster und auch vom 911 Carrera. Sein Design erinnert an klassische Porsche Modelle wie den Typ 904 aus dem Jahre 1964.

Die Front des Coupés wird durch die leicht ovalen Hauptscheinwerfer sowie markante Lufteinlässe betont. In die äußeren Lufteinlässe integrierte und an horizontalen Streben befestigte Nebelscheinwerfer mit Positionsluchten unterstreichen die aktuelle Porsche Designphilosophie abgesetzter Bugleuchten. Die langgezogene Coupélinie mündet in einer flach abfallenden Heckpartie mit einem ausfahrbaren Spaltflügel zwischen den stark gewölbten Kotflügeln. Mittig positionierte Abgasendrohre runden das ausgeprägt sportliche Heck ab.

Angetrieben wird der Cayman S von einem 3,4-Liter-Motor, der dank VarioCam Plus 295 PS leistet. Das System zur variablen Einlassnockenwellensteuerung und Ventilhubumschaltung wird damit erstmals unterhalb der 911-Baureihe eingesetzt. Die Höchstgeschwindigkeit beträgt 275 Stundenkilometer, den Sprint von 0 auf 100 Stundenkilometer absolviert der Cayman S in 5,4 Sekunden. Das Fahrzeug garantiert durch seine äußerst steife Karosseriestruktur in Verbindung mit dem straff abgestimmten Fahrwerk großes Fahrvergnügen.

Die Attraktivität des Cayenne wurde durch zusätzliche Ausstattungen – etwa beim Kommunikationssystem – weiter erhöht.



Das vom Boxster S übernommene 6-Gang-Schaltgetriebe mit kurzen Schaltwegen überträgt die Leistung an die Hinterräder, auf Wunsch kann dies auch mittels der bekannten Tiptronic S mit fünf Gängen geschehen, welche über eine neue elektronische und hydraulische Steuerung sowie sportlichere Schaltstrategien und Kennfelder verfügt. So werden jetzt im Automatikbetrieb die Schaltpunkte zwischen einem Grundsichtprogramm für ökonomische Fahrweise und einem Sportprogramm für höchste Fahrdynamik stufenlos verschoben.

Das Fahrwerk des Cayman S ist speziell auf die außerordentliche Karosseriesteifigkeit des Coupés ausgelegt. Nahezu alle beweglichen Achsteile bestehen aus Aluminium. Die großen Räder tragen in Verbindung mit den breiten Reifen wesentlich zur exzellenten Fahrdynamik bei. Der Cayman S erhielt serienmäßig 18-Zoll-Räder, deren Design Elemente aus dem Carrera GT aufgreift. In Verbindung mit dem ebenfalls serienmäßigen Porsche Stability Management (PSM) setzt das Fahrwerk Maßstäbe im Bereich der Fahrdynamik und der aktiven Fahrsicherheit. Optional kann das Porsche Active Suspension Management (PASM), ein aktives Fahrwerk mit elektronisch geregelter Dämpferverstellung, geordert werden.

Aus dem Boxster S wurde die leistungsstarke Bremsanlage übernommen. Auf Wunsch ist die Porsche Ceramic Composite Brake (PCCB) erhältlich. Auch das Sport Chrono Paket steht für den Cayman S optional zur Verfügung.

Das Interieur des Cayman S baut auf dem neuen, straff und sachlich strukturierten Design des Boxster auf. Das Konzept hochwertiger Oberflächen wird aus dem Fahrgastraum bis ins Fahrzeugheck fortgeführt, es integriert so den hinteren Gepäckraum mit einem Volumen von 260 Litern in den Innenraum. Der hintere Gepäckraum kann entweder durch die große, weit aufschwingende Heckklappe, oder durch den Innenraum beladen werden. In Verbindung mit dem zusätzlichen, 150 Liter fassenden vorderen Kofferraum bietet der Cayman S insgesamt eine ausgeprägte Alltagsstauglichkeit.

Der Cayman S erfüllt alle derzeit gültigen Vorschriften für die passive Fahrzeugsicherheit und unterschreitet die vom Gesetzgeber gefor-

derten Grenzwerte für Frontal-, Schräg-, Seiten- und Heckaufprall sowie Überschlag. Mit den Fullsize-Airbags und separaten Kopf- und Thorax-Airbags für Fahrer und Beifahrer bietet der Cayman S serienmäßig sechs Airbags. Dabei sind neben Karosserieverstärkungen die aufwendig konstruierten Sitze mit integrierten Thorax-Airbags ein wesentlicher Bestandteil des überarbeiteten Porsche Side Impact Protection Systems (POSIP).

Über die Sportwagen hinaus ist Porsche noch mit einer weiteren Modellreihe erfolgreich auf den weltweiten Märkten vertreten: dem **Cayenne**. Das sportliche Geländefahrzeug verfügt in den Hauptmärkten von Porsche über einen Marktanteil von 40 Prozent im Segment der Sport Utility Vehicles mit Benzinmotor. Die zum Modelljahr 2006 vorgenommene Modellpflege hat die Attraktivität der Fahrzeuge weiter erhöht. Neu sind insbesondere Erweiterungen beim Porsche Communication Management (PCM). So können das DVD-Navigationssystem, das Telefon sowie das Audiosystem (Radio, CD-Spieler sowie CD-Wechsler) mit definierten Sprachkommandos noch komfortabler bedient werden. Während der Bedienung kann der Fahrer damit seinen Blick auf der Straße lassen, was einen Beitrag zur Verbesserung der aktiven Sicherheit darstellt. Das im PCM integrierte CD-Laufwerk kann jetzt auch auf CD gespeicherte MP3-Audio-Daten abspielen. Darüber hinaus wird – wie bei den Sportwagen – das neue elektronische Fahrtenbuch als Ergänzung zum PCM angeboten.

Großer Beliebtheit bei den Kunden erfreuen sich auch die bereits im Laufe des vergangenen Modelljahres eingeführten Neuheiten, zu denen eine Leistungssteigerung für den Cayenne Turbo sowie die Rückfahrkamera und das Panorama-Dachsystem für den sportlichen Geländewagen gehören.

Der Absatz aller Modellreihen von Porsche ist im Berichtsjahr weltweit gestiegen. Der Markenauftritt bei den Händlern wurde durch die Modernisierung weiterer Porsche Zentren verbessert.

Porsche blieb auch im Berichtsjahr auf Erfolgskurs: Produktion, Absatz und Umsatz erreichten Rekordwerte – und dies in einem weltweit schwierigen konjunkturellen Umfeld. Dazu hat das Vertriebsresort einen wesentlichen Beitrag geleistet, indem etwa der Übergang zu den neuen Sportwagen-Generationen und deren Einführung auf den Märkten erfolgreich gemeistert, der Markenauftritt und das Erscheinungsbild der Händler weiter verbessert und das weltweite Vertriebsnetz auch in entfernten Regionen ausgebaut wurde. Die Schwerpunkte der internationalen Vertriebsarbeit werden im folgenden und im Kapitel „Märkte“ näher beleuchtet.

Erneut ist auch der Modellpolitik im Berichtsjahr viel Aufmerksamkeit und eine positive Resonanz zuteil geworden. Porsche Fahrzeuge wurden oft in Fachzeitschriften ausgezeichnet, was für deren Technik und Design spricht. Im Berichtsjahr landete etwa der 911 Carrera S bei der Wahl zum Auto des Jahres 2004 der britischen Zeitschrift „evo“ auf dem Spitzenplatz – damit gewann zum fünften Mal in sieben Jahren ein 911 diese Wertung. Der Sportwagen sei einfach „brilliant“, notierten die Tester. Auch in der australischen Zeitschrift „Motor“ wurde der 911 Carrera S zum „Performance Car of the Year 2005“ gewählt. Entscheidend dafür waren neben der hervorragenden Fahrleistung und der Sicherheit auch Kriterien wie Fahrgefühl, Bedienungskomfort, Design oder Wertstabilität.

Doch nicht nur die Fachleute beurteilen die neue Sportwagen-Generation positiv. Die Leser der Zeitschrift „Sport Auto“ waren ebenfalls vom 911 Carrera S beeindruckt und setzten ihn bei den „Coupés von 45.000 bis 90.000 Euro“ auf den Spitzenplatz. Insgesamt kamen Porsche Fahrzeuge in drei von insgesamt zwölf Kategorien bei dieser Leserwahl 2004 auf einen ersten Platz. In der Gruppe „Roadster und Cabrios ab 60.000 Euro“ siegte der 911 Turbo S vor einem Ferrari. Und schließlich entschied der Porsche Carrera GT die höchste Kategorie der „Supersportler“ für sich.

Bei der gemeinsamen Leserwahl 2004 von „Auto Zeitung“ und „TV Movie“, an der sich rund 84.000 Leser beteiligten, ist dem 911 Carrera die „AutoTrophy“ in der Kategorie Sportwagen verliehen worden. Und als Beweis für die hohe Kompetenz von Porsche im Sportwagenbau landete hier auch der Carrera GT unter den Supersportwagen auf dem ersten Platz.

Im Geschäftsjahr 2004/05 konnte Porsche aber nicht nur bei den Sportwagen große Erfolge verbuchen. Auch der Cayenne bewährte sich weiterhin im Markt der sportlichen Geländewagen. Vom amerikanischen Fachmagazin „Autoweek“ erhielt das Fahrzeug im Frühjahr

2005 sogar die Auszeichnung „America's Best SUV off road vehicle“, was seine Ausnahmestellung noch einmal untermauerte.

Über 911, Boxster und Cayenne hinaus wird die Angebotspalette von Porsche mit der im Juli 2005 getroffenen Entscheidung, ein viertüriges Sport-Coupé der Premium-Klasse zu entwickeln und in Deutschland zu fertigen, um eine vierte Modellreihe erweitert – den „Panamera“. Geplant ist ein Absatz von mindestens 20.000 Fahrzeugen pro Jahr, wobei das Sport-Coupé, das im Jahr 2009 auf den Markt kommt, Porsche Absatzpotentiale im Segment der Limousinen und Coupés erschließen soll. Selbstverständlich wird das Fahrzeug über alle Fahreigenschaften verfügen, die die Sportlichkeit eines typischen Porsche ausmachen. Die Entscheidung für das neue Sport-Coupé demonstriert auch die Wandlungsfähigkeit, Dynamik und Kompetenz des kleinsten, unabhängigen Herstellers sportlicher Premium-Fahrzeuge der Welt. Bereits mit dem Cayenne hat das Unternehmen im Jahr 2002 den Schritt vom reinen Sportwagenhersteller hin zu einem Anbieter besonders sportlicher Premium-Automobile vollzogen – und die vierte Baureihe knüpft nahtlos daran.

Hohe Akzeptanz der Markenarchitektur

Die von der Porsche AG angestoßenen Initiativen zur Verbesserung des Markenauftritts und der Vertriebsorganisation tragen weltweit Früchte. Mehr als 85 Prozent der Betriebe und Schauräume entsprechen mittlerweile dem einheitlichen Corporate Design. Das Porsche Baukonzept mit seiner zeitlosen, technischen Architektursprache sowie seiner Funktionalität stößt sowohl bei Kunden als auch bei Händlern auf großen Zuspruch. Mit dem eindeutigen, auf die Markennwerte abgestimmten Erscheinungsbild unterstützt es eine positive und stimmige Positionierung von Porsche.

Während der vergangenen sechs Jahre floss rund eine Milliarde Euro in den Bau und Umbau der Porsche Zentren. Das ist ein großer Vertrauensbeweis, den die Eigentümer der Zentren der Marke Porsche entgegenbringen, und der sich angesichts der gestiegenen Zahl von Neufahrzeugverkäufen auszahlt. Heute verkaufen zehnmal so viele Porsche Zentren mehr als 100 Fahrzeuge pro Jahr als noch vor rund zehn Jahren. Zudem werden die Händler bis Ende des Jahres 2007 noch einmal rund eine Milliarde Euro investieren – sowohl in den neu erschlossenen Märkten Süd- und Osteuropas sowie im Mittleren und Fernen Osten als auch in etablierten Märkten Westeuropas und in Nordamerika.

Bei den Händlern schreitet im Verkauf auch die Trennung der Marke Porsche von anderen Herstellern voran: Inzwischen verfügen knapp



60 Prozent der weltweiten Handelsorganisation über Betriebe, in denen Porsche Fahrzeuge exklusiv angeboten werden.

Selektives Händlernetz für Neuwagen

Im Berichtsjahr wurden die mit der EU-Wettbewerbskommission im vorangegangenen Geschäftsjahr vereinbarten Bedingungen umgesetzt. Danach darf Porsche weiterhin Fahrzeuge über ein ausgewähltes Händlernetz in Europa verkaufen. Die mit der Kommission abgestimmten Musterverträge für die Vertriebs- und Serviceorganisation stellen sicher, dass der Verkauf ausschließlich in separaten Schau-räumen und durch spezielles Personal erfolgt. Außerdem können Händler nur mit der Zustimmung von Porsche Verkaufsniederlassungen an nicht vertraglich vereinbarten Standorten gründen – dies gilt für Porsche auch nach der Ende September 2005 abgelaufenen, in der Kraftfahrzeug-Vertriebsordnung geregelten Übergangsfrist.

Im Berichtsjahr hat Porsche nach sorgfältiger Auditierung einige Werkstätten zu offiziellen Mitgliedern des Servicenetzes autorisiert, welche die mit der Kommission vereinbarten Zulassungskriterien und Qualitätsstandards der Marke erfüllen. Damit ist weiterhin sichergestellt, dass die Kunden entsprechend dem Porsche Qualitätsanspruch Service auf höchstem Niveau erhalten.

Erfolgreiche Vermarktung von Gebrauchtwagen

Professionalität und Effizienz im Verkauf von Gebrauchtwagen sind nicht nur Bedingungen für die Rentabilität dieses Geschäftszweiges,

sondern tragen auch positiv zum Vertrieb von Neufahrzeugen bei. Aus diesem Grunde wurde im Berichtsjahr das erfolgreiche „Porsche Approved-Programm“ weiter forciert und das Geschäft mit Gebrauchtwagen ausgebaut. Im Approved-Programm sind sämtliche Prozesse des Gebrauchtwagenverkaufs abgebildet und einheitliche Standards für die weltweite Vertriebsorganisation formuliert. Begleitende Trainingseinheiten gewährleisten die weltweite Umsetzung der Standards.

Die Kunden profitieren davon, indem sie die hochwertigen Fahrzeuge zu wettbewerbsfähigen Preisen von qualifiziertem Personal angeboten bekommen. Dabei werden auch passende Dienstleistungspakete offeriert, zu der etwa Gebrauchtwagengarantien gehören. Immer mehr Zuspruch findet auch die Porsche Online-Gebrauchtwagensuche als Informations- und Vertriebskanal für diese Fahrzeuge. Die Besucherzahl auf diesen in zwölf Ländern aktiven Internet-Seiten stieg im Berichtsjahr um rund 30 Prozent.

KPI-System zur Leistungsanalyse des Händlerbetriebs

Mit dem „Key Performance Indicator System“, kurz „KPI-System“, bindet Porsche die Händler und Importeure noch stärker in die kontinuierliche Verbesserung aller Prozesse ein. Das KPI-System bietet eine umfassende Leistungs-Analyse des Händlerbetriebs. Neben den wirtschaftlichen Kennzahlen ist ein Soll-Ist-Vergleich für alle Unternehmensbereiche möglich, zudem bietet es Instrumente für die Orientierung am Wettbewerb.



Positive Erfahrungen mit dem KPI-System liegen bereits von den Tochtergesellschaften und Händlern in Deutschland, England, Frankreich, Italien, Australien, Japan und Spanien vor. In Deutschland erhielt es Bestnoten in einer Händlerzufriedenheitsanalyse vom Bamberger Institut für Automobilwirtschaft. Porsche Asia Pacific und Porsche Latin America werden dieses System als nächste einführen.

Informationsmanagement für die Handelsorganisation

Mit dem „Porsche Partner Network (PPN)“ können Porsche Händler und Werkstätten weltweit ihre Geschäftsprozesse elektronisch abwickeln und online auf Trainingseinheiten und Informationen zurückgreifen. Die Anbindung der Vertriebspartner an die Systeme der Porsche AG ist die Basis für den selektiven Vertrieb im Neuwagen- und Servicegeschäft. Im Berichtsjahr wurde das PPN noch nutzerfreundlicher und zudem individuell auf die Bedürfnisse jedes Anwenders zugeschnitten. Der schnelle Zugriff sichert auch den hohen Standard des Service für die Porsche Kunden. Mit dem erheblichen Ausbau des PPN wird sichergestellt, dass die Porsche AG den künftigen Anforderungen an die Informationsvermittlung in einer international wachsenden Handelsorganisation gerecht wird.

Auch der „Porsche Vehicle Sales Assistant (PVA)“, ein multimediales IT-System zur Unterstützung der Verkäufer, wurde im Berichtsjahr in weiteren Teilen der Handelsorganisation installiert. Mit dem PVA kann der Verkäufer alle bei einem Verkauf erforderlichen Schritte – von der Beratung mit visueller Unterstützung über das Angebot von Finanzdienstleistungen bis hin zu Vertragsabschluß und Bestellung – in einem integrierten System abbilden. Damit wird der Verkaufsprozess optimiert und die Beratungsqualität gesteigert. Das System ist in Deutschland, Großbritannien und Japan sowie in einzelnen Märkten Lateinamerikas und der Region Asien/Pazifik im Einsatz.

Eine zusätzliche PVA-Variante für die „Fitting Lounge“, einen speziellen Bereich im Händlerbetrieb zur besonders individuellen Beratung der Kunden, ermöglicht eine detailgetreue, großformatige und dynamische Darstellung von Interieur und Exterieur des Wunschfahrzeugs. Dadurch wird eine noch bessere Umsetzung persönlicher Kundenwünsche erreicht.

Kundenservice weiter verbessert

Der Vertrieb war auch im Berichtsjahr intensiv damit befasst, neue Systeme und Prozesse zu entwickeln, um insbesondere die Qualität des Kundenservice zu verbessern. Ersatzteile werden nun schneller geliefert und technische Informationen einfacher verfügbar gemacht. Außerdem erfordert das wachsende Neuwagengeschäft effizientere Systeme, um auch bei höheren Verkaufszahlen die Erwartungen jedes einzelnen Kunden zu erfüllen. Ein Schwerpunkt des Vertriebsbereiches After Sales war es, der positiven Marktentwicklung in China gerecht zu werden, indem die Prozesse bei der dortigen im Ausbau befindlichen Handelsorganisation im Rahmen der Porsche Service-Standards verbessert wurden.

Was die Ersatzteillogistik angeht, wurde im Berichtsjahr das Teilelogistiksystem Polaris in weiteren Märkten eingeführt, und im laufenden Geschäftsjahr wird es bei der spanischen Tochtergesellschaft Porsche Ibérica installiert. Schon heute sorgt die automatische Bevorratung von Ersatzteilen für eine deutliche Erhöhung des Servicegrades, also der schnellen Verfügbarkeit der Ersatzteile. Künftig wird ein Bestandsplanungsteam die weltweite Planung und Disposition der Distributionsstufen übernehmen. Dadurch werden die Bereitstellung der zu liefernden Teile vom Lieferanten bis zum Endkunden deutlich effizienter erfolgen und die Lagerbestände in der gesamten Ersatzteildistributionskette reduziert. Die Einführung neuer Modelle und die positive Entwicklung der Marktanteile machen es notwendig, die Logistik vor allem in den USA, Australien und Italien weiter auszubauen. Dort entstehen neue Lagerstandorte, so dass auch künftig eine kunden- und marktgerechte Ersatzteilversorgung gewährleistet ist.

Mit der Realisierung der letzten Stufe von PIWIS, dem Porsche Integrierten Werkstatt Informations System, wird ein hoch integriertes System geschaffen, das alle Informationen für den Servicebetrieb über ein einziges Portal bereitstellt. Alle wichtigen Informationen sind künftig aktuell und online verfügbar. Der Zugriff auf PIWIS ist für alle Mitarbeiter in der Handelsorganisation gleichzeitig möglich. Für unsere Kunden bedeutet das kürzere Zeiten bei Wartung und Werkstattarbeiten und damit niedrigere Kosten.

Der Trend zur individuellen Ausstattung der Fahrzeuge hat sich verstärkt. Porsche bietet dafür eine Vielzahl von Gestaltungsmöglichkeiten an.



Eine spezielle Datenbank, das Porsche Request Management System, sorgt dafür, dass Anfragen systematisch bearbeitet und nachverfolgt werden können. Dadurch wird die durchschnittliche Bearbeitungszeit von Anfragen aus den Märkten deutlich reduziert. Auch das dient der Verbesserung der Zufriedenheit der Porsche Kunden, da die Fahrzeuge deutlich schneller an sie zurückgegeben werden können.

Weil sich die Technologie, die in neuen Modellen eingesetzt wird, ständig weiter entwickelt, müssen die Mitarbeiter in der weltweiten Handelsorganisation laufend geschult werden. Deshalb bringt das Programm „Zertifizierter Porsche Servicetechniker“ das Servicepersonal kontinuierlich auf den neuesten Wissenstand über die Fahrzeuge.

Neuer Vertriebsbereich erfolgreich gestartet

Um die langfristigen Kundenbeziehungen weiter zu verbessern, wurde im Berichtsjahr ein neuer Vertriebsbereich für Kundenbeziehungen (Customer Relations) gegründet und das zentrale Anfrage- und Beschwerdemanagement (Customer Commitment) weiter ausgebaut. Die damit einhergehende Entwicklung von Prozess- und Kommunikationsstandards sorgt für eine einheitliche und abgestimmte Ansprache des Kunden durch Porsche.

Nach der Einführung einer entsprechenden Software können nun auch alle Kundenanliegen zeitgleich und ohne Informationsverlust bearbeitet werden. Zudem wurde im Berichtsjahr eine Vorstudie zum Aufbau von sogenannten Customer Care-Centern für mehrere Tochtergesellschaften abgeschlossen, um mit diesen das Ohr noch näher an den Wünschen der Kundschaft zu haben.

Große Fortschritte wurden bei der Projektarbeit zur Einführung eines zentralen Customer-Relation-Management-Systems erzielt. Das System „CRM at Porsche“ beschreibt Porsches ganzheitlichen Ansatz zur Integration und Optimierung aller kundenbezogenen Marketing-, Vertriebs- und Serviceprozesse auf Basis einer gemeinsamen Kundendatenbank. Innerhalb weniger Monate konnte im Berichtsjahr die Anforderungs- und Konzeptionsphase für die sieben an dem System beteiligten Märkte abgeschlossen werden. Ein Prototyp

wurde erfolgreich in den USA installiert. Bis Ende 2007 wird eine erste Stufe schrittweise in den ausgewählten Märkten eingeführt.

Porsche Leipzig als Anziehungspunkt

Mit 50.000 Gästen und knapp 400 Veranstaltungen erfuhr das Porsche Werk in Leipzig auch im Berichtsjahr große Aufmerksamkeit. Weit mehr als 10.000 Gäste und Kunden steuerten den Cayenne auf der werkseigenen Einfahr- und Prüfstrecke oder fuhren den sportlichen Geländewagen abseits der befestigten Pisten auf der sechs Kilometer langen hauseigenen Geländestrecke, wo sich die Off-Road-Fähigkeiten des Fahrzeugs intensiv testen lassen.

Während das Leipziger Porsche Werk insbesondere an Wochenenden Interessierte anzieht, die ihr fahrerisches Können bei Sicherheitstrainings auf den verschiedenen Strecken einer Prüfung unterziehen wollen, kommen an den Werktagen Kunden, die ihre in Leipzig gebauten Fahrzeuge abholen. Diese Möglichkeit, einen neuen Cayenne oder Carrera GT direkt bei Porsche entgegenzunehmen, findet vor allem wegen einer Leipziger Besonderheit großen Anklang: Mit nahezu baugleichen Fahrzeugen wird eine „dynamische Fahrzeugerklärung“ vorgenommen, bei der in bewusst herbeigeführten Grenzsituationen demonstriert wird, welche technischen Hilfsmittel das Auto in solchen Momenten bietet und wie man als Fahrer am besten darauf reagieren kann.

Trend zur individuellen Ausstattung der Fahrzeuge steigt

Mit den Programmen Exclusive und Tequipment bietet Porsche den Kunden die Möglichkeit, ihren Porsche individuell und exklusiv zu gestalten – ab Werk oder durch Nachrüstung. Beide Geschäftsfelder repräsentieren klassische Markenwerte von Porsche: Innovation, Sportlichkeit, Design und Individualität. Sie unterstreichen die Kompetenz von Porsche als Anbieter von sportlichen Fahrzeugen, die ein Höchstmaß an Eigenständigkeit charakterisiert.

Auch im Geschäftsjahr 2004/05 hat sich der Trend zur individuellen Ausstattung der Fahrzeuge deutlich verstärkt. Insbesondere die Produkte zur Individualisierung des neuen 911 und des Boxster fanden starken Anklang. Aber auch das breite Portfolio für den Cayenne hat

Der Travel Club bietet einen interessanten Einstieg in die Welt von Porsche – von der betreuten Reise bis zu Arrangements für Firmen, bei denen beeindruckende Fahrerlebnisse im Mittelpunkt stehen.

maßgeblich zur erfreulichen Entwicklung von Exclusive und Tequipment beigetragen. Um der regen Nachfrage auch künftig gerecht zu werden und um unseren Kunden ein Maximum an Exklusivität und Individualität bieten zu können, wurden im Berichtsjahr die Geschäftsfelder Exclusive und Tequipment zusammengeführt. Sie bilden nunmehr eine Einheit unter dem Dach des Vertriebs.

Exclusive bietet reichhaltige Veredlungsmöglichkeiten

Porsche Exclusive bietet eine Vielzahl individueller technischer und optischer Gestaltungsmöglichkeiten des Interieurs und Exterieurs ab Werk. Das Exclusive-Angebot hält Veredelungsmöglichkeiten für alle Porsche Modelle bereit – selbst für den Hochleistungs-Sportwagen Carrera GT, denn ein solches Fahrzeug verdient die persönliche Note seines Besitzers wie kaum ein anderes.

Für das Fahrzeug-Interieur hat Exclusive hochwertige Materialien wie Leder, Aluminium, Holz oder Carbon im Angebot. Großer Nachfrage erfreuen sich dabei weiterhin Teile in Alu-Optik, da sie die Erinnerung an den Leichtbau in früheren Porsche Rennfahrzeugen wecken. Im Exterieur dienen exklusive Räder, Edelstahlrohre und Aerokits genauso der Individualisierung wie technische Veredelungen der Fahrzeuge durch eine Sportabgasanlage oder durch Leistungssteigerungen.

Besonders gefragt im Exclusive-Angebot waren im Berichtsjahr die Schaltwegverkürzung und Edelstahlrohre für den 911 und den Boxster sowie die Sportabgasanlage für den 911. Mehr als die Hälfte aller 911 wird heute mit Exclusive-Optionen ausgestattet, was für die Bedeutung dieses Angebots spricht.

Die entsprechende Palette für den Cayenne setzte auch im Berichtsjahr Maßstäbe bei den Individualisierungsmöglichkeiten eines Sport Utility Vehicles. Es sind Ausstattungen wie das SportDesign-Paket, das lackierte 20-Zoll Cayenne SportTechno-Rad und die Sportendrohre, die den fahraktiven Charakter des Cayenne besonders betonen. Als Spitze der Ausstattungsmöglichkeiten darf sicher die Leistungssteigerung auf 500 PS für den Cayenne Turbo gelten.

Für das Interieur des Cayenne bieten die Materialien Carbon, Leder und Holz Möglichkeiten, dem Fahrzeug eine persönliche Note zu verleihen. Die Wünsche besonders jüngerer Fahrer erfüllt seit dem Geschäftsjahr 2004/05 das sogenannte „Porsche Rear Seat-Entertainment“, ein mobiles elektronisches TV-Unterhaltungssystem für die Passagiere auf der Rückbank.

Fahrzeug-Nachrüstung mit Tequipment-Produkten

Mit dem Tequipment-Programm offeriert Porsche allen Kunden, die ihr Fahrzeug nachträglich individuell gestalten wollen, eine breite Auswahl an Möglichkeiten. Sämtliche Tequipment-Produkte erfüllen die hohen Porsche Qualitätsstandards. Die große Resonanz auf dieses Angebot führte auch im Berichtsjahr zu einer anhaltend positiven Umsatz- und Ertragssituation dieses Bereichs.

Im Rahmen des Tequipment-Angebots sind etwa die Radsätze eine gelungene Kombination aus attraktiver Optik und verbessertem sportlichem Fahrerlebnis. Und auch der neue AerokitCup für den 911 setzt Maßstäbe im Design und in der Sportlichkeit. Im Windkanal optimierte Komponenten sorgen dabei für ein noch besseres Fahrverhalten und damit gesteigerten Fahrspaß. Der AerokitCup hat sich im Berichtsjahr genauso erfolgreich am Markt etabliert wie die ebenfalls zur Nachrüstung angebotenen Produkte Sportabgasanlage und verchromte Edelstahlrohre für den 911 oder die Sportendrohre für den neuen Boxster, die sich einer über Erwartungen starken Nachfrage erfreuen. Und auch das Tequipment-Angebot für den Cayenne hat sich äußerst positiv entwickelt. Künftig ist durch die Einführung des Cayman S eine weitere Steigerung der Nachfrage nach individuellen Nachrüstungen zu erwarten.

Porsche Travel Club steuert attraktive Reiseziele an

Der „Porsche Travel Club“ bietet im inzwischen neunten Jahr seines Bestehens einen erlebnisreichen Einstieg in die Porsche Welt. Das Programm des Clubs umfasst individuell betreute Reisen mit Porsche Fahrzeugen oder auch spezielle Arrangements für Firmen, die ihren ausgewählten Kunden oder erfolgreichen Mitarbeitern Incentive-Programme bieten wollen.

Großer Beliebtheit erfreuen sich die Wochenendangebote des „Porsche Travel Clubs“, bei denen in Porsche Sportwagen auf eindrucksvollen Strecken attraktive Ziele innerhalb Europas angesteuert werden. Diese Angebote werden zunehmend auch von internationalen Kunden wahrgenommen.

Stark nachgefragt waren im Berichtsjahr einmal mehr das internationale Wintertraining „Camp4“ und das Fortgeschrittenentraining „Camp4 S“ in Finnland am Polarkreis, die „Wüstensafari“ in Dubai sowie das Offroad-Training „Camp Cayenne“ in Bassella in den spanischen Pyrenäen.

In „Camp4“ und „Camp4 S“ wird mit Hilfe von Porsche-Instruktoren in Lappland auf Schnee und Eis im fahrerischen Grenzbereich geübt, in Dubai können Kunden unter Anleitung erfahrener Instrukteure ihr fahrerisches Können im Cayenne auf Oasenstraßen und Dünen bis in den Oman verbessern, während das „Camp Cayenne“ Vergleichbares auf kurvigen Straßen und Bergpisten in den Pyrenäen bietet.

Porsche Sportfahrschule beliebt

Seit mehr als drei Jahrzehnten bietet die Porsche Sportfahrschule Kunden und Freunden der Marke die Möglichkeit, ihr Können auf international renommierten Rennstrecken zu verbessern und die Reaktion ihres Fahrzeugs in Grenzbereichen besser kennen zu lernen. Die Sicherheitstrainings der Porsche Sportfahrschule finden mittlerweile in mehr als zehn großen Märkten statt und erfreuten sich im Berichtsjahr einer wachsenden Beliebtheit. Im Rahmen des international standardisierten Trainingsprogramms der Sportfahrschule können die Teilnehmer von einfachen Grundkursen über Fortgeschrit-

Die Porsche Club-Organisation zählt zu den größten und traditionsreichsten Markenclubs der Welt. Sie zählt knapp 115.000 Mitglieder.



tenen- und Profitrainings bis hin zu Spezialkursen die theoretischen und praktischen Fähigkeiten erwerben, die sie zum sicheren Autofahren im Straßenverkehr oder zum sportlichen Fahren auf der Rennstrecke benötigen. Erfahrene Porsche Instruktoren leiten das Training, ob auf der Porsche eigenen Einfahr- und Prüfstrecke auf dem Leipziger Werksgelände oder auf bekannten Formel 1-Strecken wie Hockenheim, dem Nürburgring, Imola, Magny-Cours und Suzuka.

Weitere Porsche Clubs gegründet

Auch im Berichtsjahr sind neue Porsche Clubs gegründet worden – in Bulgarien, auf den Philippinen, in Jordanien und in Ungarn. Damit gibt es mittlerweile 550 Porsche Clubs mit knapp 115.000 Mitgliedern in mehr als 60 Ländern. Jeder fünfte Porsche weltweit wird von einem Club-Mitglied gefahren. Die Porsche Club-Organisation zählt somit zu den größten und traditionsreichsten Markenclubs der Welt.

Eindrucksvoller Beleg für die Traditionspflege ebenso wie für das Wachstum und die ungebrochene Stärke der Porsche Club Organisation war im Berichtsjahr das 50-jährige Jubiläum des „Porsche Club of America“. Mehr als 5.000 Porsche Begeisterte trafen sich im Juni 2005 in Hershey/Pennsylvania, um sich an einem Concours d'Élégance der Superlative zu erfreuen.

Knapp 1.000 Porsche waren dort zu besichtigen, darunter seltene historische Sondermodelle sowie Rennfahrzeuge und nahezu alle Serienmodelle, die Porsche je gebaut hat. Anlässlich des Jubiläums

hat Porsche für Mitglieder des „Porsche Club of America“ ein Sondermodell des 911 in einer Stückzahl von 50 Fahrzeugen produziert, das während der Parade enthüllt wurde.

Ein Schwerpunkt der Aktivitäten lag einmal mehr auf dem Clubsport. So gründete die Vertriebstochtergesellschaft Porsche Deutschland in enger Abstimmung mit dem deutschen Porsche Club den „Porsche Sports Cup“, der sich sowohl an Club-Mitglieder als auch an andere interessierte Kunden richtet. Sowohl für den Straßenverkehr zugelassene als auch für den Rennsport modifizierte Porsche Sportwagen können bei den Zweitages-Veranstaltungen starten.

Rekorde wurden bei den beliebten „Porsche Club Days Spa Francorchamps“ in Belgien und bei dem „Porsche Club Festival Brands Hatch“ in Großbritannien erzielt. In Belgien reichten sich mehr als 658 Porsche Fahrzeuge zu einer Parade rund um den berühmten Rennkurs auf und erreichten damit einen Eintrag in das Guinness Buch der Rekorde. Bei der Clubsport Serie des „Porsche Club Italia“ wurde im Berichtsjahr der „Boxster Cup Lady“ eingeführt.

Auch die Classic Clubs waren wieder aktiv. Der „Porsche 356 Club Schweden“ begab sich anlässlich seines 30-jährigen Bestehens auf die Spuren von Ferdinand Porsche. 20 Porsche 356 fuhren über 4.000 Kilometer durch Europa zur Geburtsstätte des Porsche 356 in Gmünd, zum Porsche Familiensitz in Zell am See und zu Werksbesuchen bei Porsche in Zuffenhausen und Leipzig.

Die Märkte 2004/05

Die neuen Sportwagen-Generationen waren stark gefragt. Dadurch konnte Porsche auf den weltweiten Märkten durchweg einen Verkaufszuwachs einfahren.







Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen gestalteten sich im Berichtsjahr für die Automobilindustrie nicht immer positiv. Vor allem die stark gestiegenen Rohölpreise wirkten dämpfend auf die Konjunktur. Als Folge schwächte sich in den wichtigen Absatzmärkten Europas (Deutschland, Frankreich und Großbritannien), aber auch in Japan oder Australien die Automobilnachfrage generell ab.

Der weltweiten Vertriebs- und Handelsorganisation von Porsche gelang es dennoch, die Kundenauslieferungen auf 89.704 Fahrzeuge zu steigern; gegenüber dem entsprechenden Vorjahreswert (78.539 Einheiten) ist dies ein Plus von 14,2 Prozent. Nicht enthalten in diesen Zahlen sind die Dienst- und Leasingfahrzeuge für Porsche Mitarbeiter. Der Zuwachs ist umso bemerkenswerter, als sich Porsche konsequent der Rabattschlacht der Wettbewerber, insbesondere in den USA, entzogen hat.

Vielmehr zahlt sich heute aus, dass das Unternehmen seit Jahren auf die Attraktivität seiner Produkte und eine zielstrebige Vertriebsstrategie setzt. Die Eröffnung von Regionalbüros für den Mittleren Osten, Lateinamerika und Asien-Pazifik oder die Gründung der neuen Tochtergesellschaft in Russland hatten hohe Wachstumsraten in diesen Märkten zur Folge. Auch die intensive Betreuung der freien Importeure zur weiteren Erschließung von Marktpotenzialen in Süd-, Nord- und Osteuropa oder in China trug erheblich zur Steigerung der Verkäufe bei. Durch die weitere Professionalisierung der Handelsorganisation konnten die Verkäufe sogar in seit langem etablierten Märkten wie

den Niederlanden, Italien, Frankreich, Belgien oder Spanien um bis zu 41 Prozent gesteigert werden. Durch alle diese erfolgreichen Marktentwicklungen, aber auch durch die Ausdehnung der Präsenz von 40 auf mehr als 90 Länder stieg die Exportquote von Porsche innerhalb eines Jahrzehnts von rund 65 auf heute 85 Prozent.

Modellwechsel erfolgreich gemeistert

Porsche konnte aber nicht nur durch die Erschließung neuer Absatzregionen in einem eher schwachen konjunkturellen Umfeld wachsen, sondern vor allem durch die erfolgreiche Markteinführung der neuen Sportwagen-Generationen.

Weltweit lieferten die Händler im Berichtsjahr 29.545 Einheiten des 911 aus, 21 Prozent mehr als im Geschäftsjahr 2003/04. Besonders gefragt war die S-Version, für die sich 60 Prozent der Kunden entschieden. Für die große Beliebtheit des 911 spricht auch, dass nahezu alle Märkte das Berichtsjahr mit vollen Auftragsbüchern abschlossen. Der Boxster schrieb nach dem Modellwechsel ebenfalls seine Erfolgsgeschichte fort, wurden im Berichtsjahr doch 17.493 Einheiten ausgeliefert – und damit 28 Prozent mehr als im Vorjahr. Auch der Abverkauf der Fahrzeuge der vorherigen Sportwagen-Generation ist Porsche erfolgreich gelungen.

Auch der Cayenne erfreute sich im dritten Jahr nach seiner Einführung einer ungebrochen großen Nachfrage: Trotz neuer Wettbewerber im ohnehin stark umkämpften Segment der Sport Utility Ve-

Nordamerika bleibt der bei weitem wichtigste Markt für Porsche.
Das Unternehmen konnte aber auch in Deutschland – trotz eines schwachen konjunkturellen Umfelds – seine Verkäufe steigern.



hicles stieg die Zahl der Auslieferungen im Berichtsjahr um fünf Prozent auf 42.097 Einheiten. Der sportliche Geländewagen stand damit für 47 Prozent aller Porsche Verkäufe. Vom Hochleistungssportwagen Carrera GT wurden 569 Fahrzeuge an Kunden übergeben nach 191 Einheiten im Jahr zuvor.

Deutschland: Verkaufsplus trotz schwacher Konjunktur

Auf dem heimischen Markt konnte Porsche mit 14.154 ausgelieferten Neufahrzeugen das Vorjahresergebnis (12.677 Einheiten) deutlich übertreffen. Und dies, obwohl die konjunkturelle Entwicklung einmal mehr enttäuschend ausfiel. Besonders der private Konsum kam auch im Berichtsjahr nicht in Schwung.

Die Kundenauslieferungen der 911-Baureihe stiegen um 19 Prozent gegenüber dem Vorjahr auf 5.971 Fahrzeuge. Dieser Zuwachs ist umso bemerkenswerter, als die neue Modell-Generation im Geschäftsjahr 2004/05 nur in Varianten mit Heckantrieb angeboten wurde – die Allrad-Modelle kamen erst im Oktober 2005 auf den Markt. Die Auslieferungen des Boxster stiegen gegenüber dem Vorjahr um 52 Prozent auf 2.937 Einheiten, obwohl die neue Fahrzeuggeneration nach ihrer Einführung im November 2004 nur acht Monate, und damit kein volles Geschäftsjahr, im Angebot war.

Der Cayenne verteidigte auch im dritten Jahr seit seiner Markteinführung unangefochten seinen Spitzenplatz im Marktsegment der Sport Utility Vehicles mit Ottomotor und trug mit 5.175 Kundenauslieferungen maßgeblich zum Geschäftserfolg von Porsche Deutschland bei.

Die groß angelegte Einführungskampagnen für das 911 Carrera Coupé und Cabriolet sowie den Boxster unterstützten den Verkauf der Sportwagen maßgeblich. Mehr als 130.000 Kunden und Interessenten fanden in diesem Rahmen den Weg in die deutschen Porsche Zentren. Darüber hinaus veranstaltete Porsche Deutschland im Frühjahr 2005 eine Roadshow mit dem Hochleistungs-Sportwagen Porsche Carrera GT, die das Interesse zahlreicher Enthusiasten und Kunden weckte. Zur Kundenansprache diente auch das 17. Finale des deutschen Porsche Golfturniers, das zu Beginn des Berichtsjahres stattfand und mit 2.300 Kunden auf eine große Resonanz stieß.

Mit dem Porsche Sports Cup bietet Porsche Deutschland seinen Motorsport-ambitionierten Kunden und Interessenten eine semiprofessionelle Rennserie mit Gleichmäßigkeitsprüfungen, Sprint- und Langstreckenrennen an. Allein zum zweiten Lauf am Hockenheimring im Juni 2005 gingen 162 Fahrer in den sechs Rennen an den Start.

Auch die Professionalität der Handelsorganisation wurde im Berichtsjahr weiter gesteigert, wobei das Training für das Service- und Verkaufmanagement hier den Schwerpunkt bildete, um die Qualität der Betreuung und damit die Kundenzufriedenheit nachhaltig zu steigern. Die deutschen Porsche Händler investierten im Berichtsjahr auch weiterhin in den Umbau ihrer Betriebe entsprechend der neuen Markenarchitektur, wofür allein in den vergangenen drei Jahren mehr als 80 Millionen Euro aufgewendet wurden.

Nordamerika: Rekordmarke bei Auslieferungen

Nordamerika ist auch im Berichtsjahr der größte Markt von Porsche geblieben. Ein relativ stabiles wirtschaftliches Umfeld und die Einführung der neuen 911- und Boxster-Modelle trugen dazu bei, dass Porsche mit 33.974 Auslieferungen (Vorjahr 32.763 Einheiten) einen neuen Höchststand verbuchen konnte. Allein im Mai 2005 wurden 3.567 Fahrzeuge verkauft – der Mai darf damit als Rekordmonat seit Gründung der Porsche Cars North America gelten.

Vom Cayenne wurden im Berichtsjahr insgesamt 16.831 Einheiten ausgeliefert, womit der sportliche Geländewagen das meistverkaufte Porsche Modell in Nordamerika blieb und der Erfolg des Vorjahres in einem von hohen Preisnachlässen geprägten Segment – an denen sich Porsche nicht beteiligte – nahezu wiederholt werden konnte.

Die Zahl der verkauften Sportwagen erhöhte sich um neun Prozent auf 16.807 Einheiten. Die Auslieferungen des 911 übertrafen dabei mit 10.327 Fahrzeugen die des vorherigen Geschäftsjahres um drei Prozent – und das, obwohl seit Spätsommer 2004 zunächst nur die heckgetriebenen Coupé-Versionen verfügbar waren und das 911 Carrera Cabriolet in Nordamerika erst im März 2005 auf den Markt kam. Vom Boxster wurden 6.480 Einheiten (plus 26 Prozent), und vom Carrera GT wurden 336 Fahrzeuge ausgeliefert.

Das Vertriebsnetz in Nordamerika wurde um sechs auf 209 Händler erweitert. Damit ist Porsche nun durch 198 Händler in den USA und elf in Kanada vertreten. Für weitere sieben Vertragsgebiete wurden Verträge unterzeichnet. Auch nahm der Anteil der Händlerbetriebe, deren Verkaufsräume dem Porsche Architekturkonzept entsprechen, auf mittlerweile rund 40 Prozent zu.

Einen wesentlichen Anteil am Erfolg der nordamerikanischen Tochtergesellschaft hatte auch die vertriebsstrategische Aufteilung des großen Marktgebietes in vier Regionen. Diese Neuausrichtung erlaubt eine noch effektivere Steuerung der Handelspartner und bessere Unterstützung des lokalen Marketingauftritts der Händler.

Großbritannien: Mehr als 10.000 Fahrzeuge verkauft

Die Zahl der Auslieferungen in Großbritannien und Irland konnte um 16 Prozent auf 10.286 Fahrzeuge gesteigert werden. Damit wurde die noch vor Jahren kaum denkbare Schallmauer von 10.000 Einheiten übertroffen, was fast einer Verdreifachung der Verkäufe seit dem Geschäftsjahr 1999/2000 gleichkommt. Bei den 911-Modellen lagen die Auslieferungen mit 3.842 Einheiten um 44 Prozent über dem Vorjahreswert. Der Spitzenwert des Boxster von 3.368 Einheiten im vorherigen Geschäftsjahr konnte mit 3.596 ausgelieferten Einheiten noch leicht gesteigert werden. Auch in der Fachpresse erhielten die neuen Sportwagenmodelle Bestnoten. So wurde etwa der Boxster von der Zeitschrift „Auto Express“ als Sieger in der Kategorie Roadster ausgezeichnet.

Der Erfolg des Cayenne setzte sich in Großbritannien ebenfalls fort. Im Berichtsjahr wurden 2.827 Einheiten (Vorjahr 2.807) des sportlichen Geländewagens verkauft.

Das starke Wachstum in Großbritannien ist umso beachtlicher, als sich eine Abschwächung der Konjunktur nach jahrelangem Boom abzeichnete. Hier zahlt sich die jahrelange konsequente Marktbearbeitung aus, wobei die Einführungsaktivitäten für das neue 911 Coupé und Cabriolet und den neuen Boxster den Schwerpunkt der Vertriebsarbeit in Großbritannien und Irland bildeten. Darüber hinaus wurde die Marke durch Porsche Driving Experience-Veranstaltungen weiter gestärkt, an denen mehr als 4.500 Personen teilnahmen. Aber auch die konsequente Umsetzung der Standards für die Händlerarchitektur schärfte das positive Image von Porsche in Großbritannien. Die im Großraum London angesiedelten, eigenen Händlerbetriebe der Porsche Retail Group gehören zu den führenden weltweit, sowohl was ihre Profitabilität als auch ihren Markenauftritt angeht. Allein diese fünf Porsche Zentren hatten in Großbritannien einen Anteil an den Verkäufen von 24 Prozent. Insgesamt vertreiben in Großbritannien und Irland 34 Händler Porsche Fahrzeuge.

Italien: Händler mit Marke sehr zufrieden

Im Berichtsjahr konnte Porsche im Heimatmarkt von Ferrari und Maserati mit 5.157 Auslieferungen (Vorjahr 3.733 Fahrzeuge) einen neuen Rekord erzielen. Dazu trugen alle drei Baureihen bei.

Noch vor der Einführung der allradgetriebenen Varianten, die in Italien traditionell sehr gefragt sind, steigerte der 911 Carrera im Berichtsjahr seine Auslieferungen um 46 Prozent gegenüber dem Vorjahr auf 1.944 Einheiten. Der Boxster erreichte mit 820 ausgelieferten Einheiten ein Plus von 62 Prozent. Der Cayenne baute seine dominierende Stellung im Marktsegment der Sport Utility Vehicles mit Ottomotor in Italien mit 2.379 ausgelieferten Fahrzeugen (plus 26 Prozent) weiter aus.

Ein gutes Zeugnis stellten die Porsche Händler ihrer Marke aus: Bei der jährlich stattfindenden Befragung unter den italienischen Händlern (durchgeführt von „Automotive Dealer Day“ in Zusammenarbeit mit der Universität Ca' Foscari di Venezia) erzielte Porsche erneut den ersten Platz unter allen Herstellern. So war es auch nicht verwunderlich, dass die Händler im abgelaufenen Geschäftsjahr weiter erheblich in ihre Betriebe investierten und in Palermo ein neues Porsche Zentrum eröffnet wurde sowie in Arezzo und Trento neue Händler dazukamen.

Japan: Präsenz am Markt weiter ausgebaut

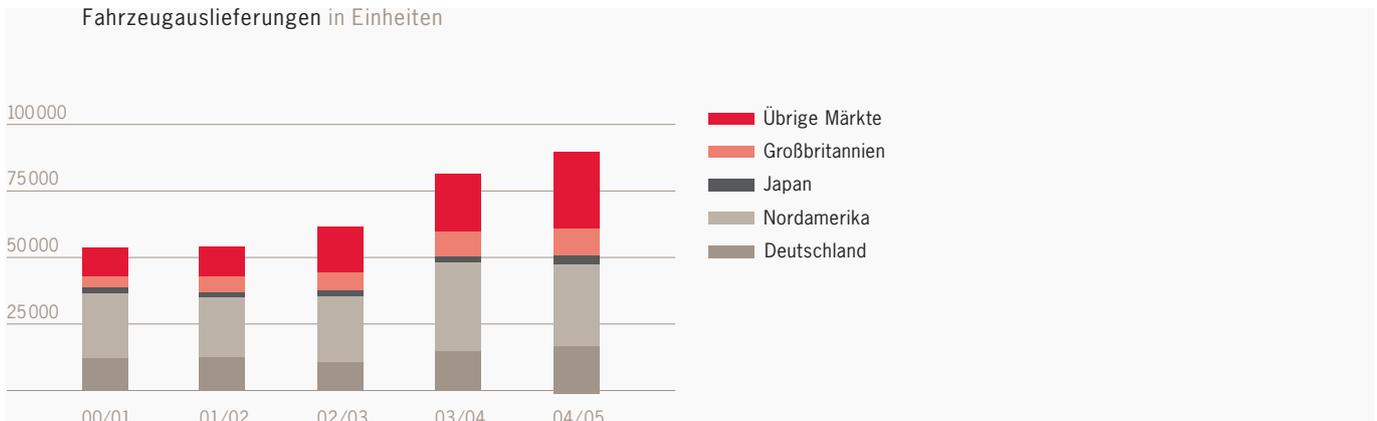
Nachdem im Vorjahr die Einführung der Cayenne-Variante mit Sechszylindermotor im Vordergrund der Marktbearbeitung stand, sorgte im Berichtsjahr die Einführung des neuen 911 Carrera und des Boxster in Japan für großes Kundeninteresse und ein weiteres Wachstum der Auslieferungen. Zudem wurden zwei neue Porsche Zentren eröffnet und zwei Betriebe umgebaut. Insgesamt gibt es nun in Japan 42 Porsche Zentren.

In einem eher verhaltenen wirtschaftlichen Umfeld konnte die japanische Vertriebsgesellschaft die Auslieferungen um 16 Prozent auf 3.045 Fahrzeuge steigern (Vorjahr 2.632 Einheiten). Dank des Generationswechsels stiegen die Auslieferungen des 911 um 39 Prozent auf 1.235 Fahrzeuge und die des Boxster um 6 Prozent auf 714 Einheiten. Der Cayenne hat mit 1.090 ausgelieferten Einheiten (Vorjahr 1.072 Fahrzeuge) und einem Anteil von 36 Prozent auch in Japan stark zu den Verkäufen von Porsche beigetragen.

Frankreich: Erfolg in schwierigem Umfeld

Unbeeindruckt von den schlechten wirtschaftlichen Bedingungen konnte Porsche France das hervorragende Ergebnis des Vorjahres um 28 Prozent übertreffen und mit 2.874 ausgelieferten Fahrzeugen einen neuen Rekord erzielen.

Allein der 911 lag mit 891 Kundenauslieferungen um 63 Prozent über dem Vorjahreswert. Auch der Boxster, der auf dem Pariser Automobilsalon zu Beginn des Geschäftsjahres 2004/05 seine Weltpremiere feierte, übertraf mit 389 Auslieferungen das Vorjahr um 45 Prozent. Der Cayenne konnte in seinem dritten Jahr an 1.574 Kunden ausgeliefert werden (plus 11 Prozent) – vor dem Hintergrund der Dominanz von Fahrzeugen mit Dieselmotoren in Frankreich, auf die rund 70 Prozent der Zulassungen entfallen, ist dies ein beachtliches Ergebnis.



Auch die französischen Händler investierten weiter – in Bordeaux, Lyon, Arpajon, Pontoise und St. Germain wurden Betriebe vergrößert oder neu gebaut.

Schweiz: 911 Carrera sehr gefragt

Die AMAG, der Porsche Importeur für die Schweiz, konnte im Berichtsjahr mit der Auslieferung von 1.769 Fahrzeugen (plus 12 Prozent) die Erfolgsgeschichte der Marke Porsche fortschreiben. Vor allem die Einführung des neuen 911 Carrera war ein außergewöhnlich großer Erfolg.

Noch nie wurden in der Schweiz derart hohe Verkäufe ausschließlich heckangetriebener 911-Modelle erzielt; 499 Fahrzeuge bedeuten ein Plus von 237 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Die Verkäufe des Boxster betragen 289 Einheiten (plus 77 Prozent) und die des Cayenne 811 Einheiten (plus zwei Prozent).

Die Marktpräsenz in der Schweiz wurde mit Neu- oder Umbauten der Händlerbetriebe in Zug und Winterthur sowie Bauprojekten in Bern, Lugano und Sierre gestärkt. Zudem ist das bereits in der Vergangenheit sehr umfangreiche Fahrveranstaltungs-Programm für Kunden und Interessierte im Berichtsjahr erweitert worden.

Spanien und Portugal: Cayenne baut Erfolg aus

Das Geschäftsjahr 2004/05 war für die Vertriebstochtergesellschaft Porsche Ibérica das erste Geschäftsjahr, in dem die Gesellschaft nicht mehr die zusätzliche Importeursfunktion für Saab wahrnahm, da diese an General Motors übergeben wurde. Der Fokus der Aktivitäten richtete sich entsprechend voll auf das Geschäft mit Porsche Fahrzeugen. Ausbau des Händlernetzes, konsequente Zielgruppenbearbeitung sowie eine Stärkung des Markenimages sind die Kernpunkte, mit denen neue Potenziale am Markt erschlossen werden.

Die Wachstumsstrategie schlug sich bereits im Berichtsjahr positiv in den Verkäufen nieder, konnte doch das außergewöhnlich hohe Auslieferungsniveau des Vorjahres um 24 Prozent auf 2.576 Einheiten gesteigert werden. Angetrieben wurde das Wachstum durch den Boxster, von dem 372 Fahrzeuge ausgeliefert wurden (plus 32 Prozent)

sowie dem 911 mit 546 Einheiten (plus 22 Prozent). Beeindruckend war auch das Abschneiden des Cayenne in Spanien und Portugal. Im dritten Jahr nach seiner Einführung stiegen die Verkäufe um 23 Prozent auf 1.647 Einheiten an. Der sportliche Geländewagen von Porsche ist damit in Spanien und Portugal klar die Nummer eins im Segment der von einem Ottomotor angetriebenen Sport Utility Vehicles.

Australien: Motorsportbegeisterte Kundschaft

Im Berichtsjahr waren die Verkäufe im Geländewagen-Segment in Australien insgesamt rückläufig. Das ging auch am Cayenne nicht spurlos vorbei, dessen Auslieferungen auf 496 Einheiten sanken (Vorjahr 664 Einheiten).

Obwohl der Generationenwechsel bei den Modellen 911 und Boxster aufgrund langer Transportwege nach Australien erst vergleichsweise spät im Berichtsjahr erfolgte, konnten die Verkaufszahlen bei den Sportwagen insgesamt nahezu stabil gehalten werden. Vom 911 wurden 448 Einheiten (Vorjahr 390 Fahrzeuge) und vom Boxster 275 Einheiten (Vorjahr 336 Fahrzeuge) ausgeliefert. Insgesamt lagen die Verkäufe mit 1.219 Einheiten leicht unter dem Vorjahr (1.390 Fahrzeuge).

Ein wichtiges Ereignis für den Markenauftritt war auch im Berichtsjahr der „Carrera Cup Australia“. Mehr als 20 Starter bewiesen bei neun Rennen in der Saison 2005 einmal mehr die Stärke der Marke Porsche in Australien sowie den hohen Stellenwert des Motorsports.

Mittlerer Osten und Südafrika: Cayenne bleibt ein Erfolg

Dank des hohen Ölpreises und der damit steigenden Kaufkraft, aber auch aufgrund der gesteigerten Professionalisierung der Handelspartner erzielte Porsche im Mittleren Osten und Südafrika erneut hervorragende Wachstumsraten. Mit 3.811 Auslieferungen konnte Porsche Middle East and Africa mit Sitz in Dubai die Verkäufe um 37 Prozent gegenüber dem Vorjahr steigern. Seit der Gründung des Regionalbüros 1999 haben sich die Verkaufszahlen verachtfacht.

Die Auslieferungen des 911 legten mit 667 Einheiten um 45 Prozent gegenüber dem Vorjahr zu. Der Boxster konnte 254 Auslieferungen

verzeichnen und lag damit 64 Prozent über dem Vorjahreswert. Zugpferd des Erfolgs bleibt jedoch der Cayenne, dessen Verkäufe auf 2.863 Fahrzeuge stiegen (plus 33 Prozent). Auf ihn entfallen in der Region insgesamt drei Viertel aller Auslieferungen. Der Cayenne hat im Mittleren Osten und in Südafrika für Porsche ganz neue Kundengruppen erobert, denen jetzt auch die Sportwagenmodelle näher gebracht werden.

Künftig sollen weitere Märkte in der Verkaufsregion erschlossen werden. Dazu zählen Iran und Nigeria; in Kenia und Pakistan wurden bereits Importeure gewonnen. In den ersten Monaten des Jahres 2006 wird etwa im pakistanischen Lahore das erste Porsche Zentrum des Landes eröffnet, zwei weitere Stützpunkte in Islamabad und Karachi sollen in kurzer Zeit folgen.

Nach der im Jahr 2004 begonnen Markterschließung Indiens erstreckt sich die Verkaufsregion jetzt von Kapstadt bis Neu Delhi. Trotz teilweise großer kultureller Unterschiede in den einzelnen Ländern konnte ein einheitlicher Auftritt der Marke erreicht werden – so entsprechen bereits 80 Prozent der Händlerbetriebe den Corporate Identity-Anforderungen von Porsche.

Belgien: Cayenne schiebt Wachstum an

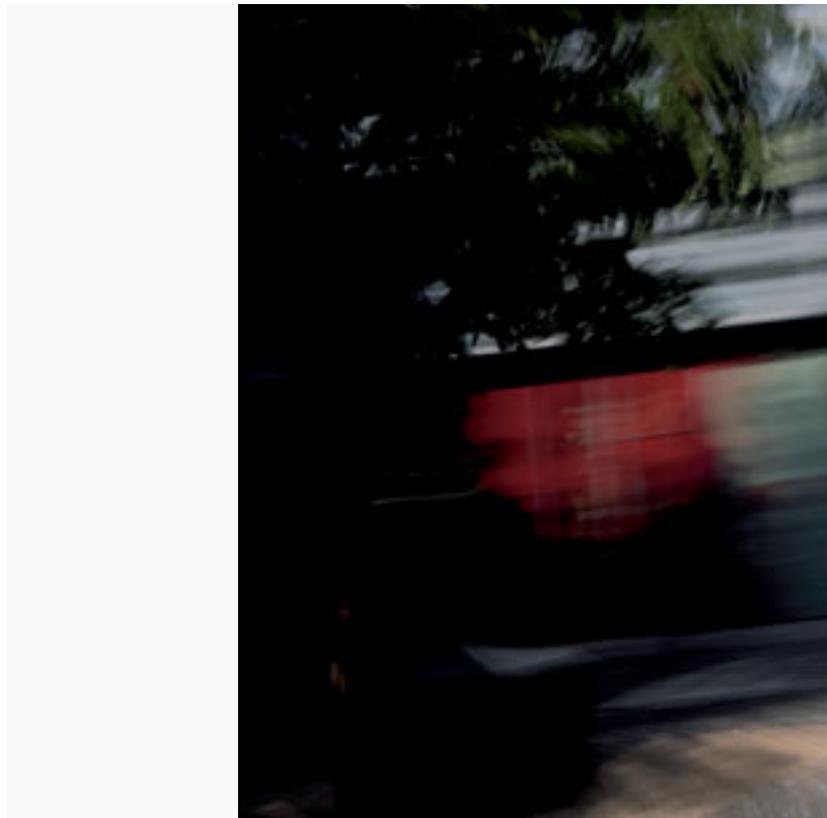
Mit der Auslieferung von 1.177 Fahrzeugen (plus 25 Prozent) wurde auf dem belgischen Markt, der von dem Importeur D'leteren S.A. betreut wird, die Marke von 1.000 Einheiten übersprungen. Der Cayenne hatte daran mit 564 ausgelieferten Fahrzeugen (plus 14 Prozent) einen großen Anteil – und das, obwohl im Frühjahr 2005 eine Steuerbegünstigung abgeschafft wurde, die teilweise auch dem Cayenne zugute gekommen war. Vom 911 wurden 411 Einheiten ausgeliefert (plus 32 Prozent), vom Boxster waren es 197 Fahrzeuge (plus 42 Prozent).

Mit der Fertigstellung eines Händler-Neubaus in Liège wurde ein umfangreiches Bauprogramm der belgischen Handelsorganisation abgeschlossen. Alle sieben Händlerbetriebe in Belgien entsprechen nun den aktuellen Gestaltungsrichtlinien von Porsche.

Niederlande: Kräftige Steigerung

Im Berichtsjahr konnten in den Niederlanden 1.181 Porsche Modelle ausgeliefert werden. Das entspricht gegenüber dem Vorjahr einer Steigerung um mehr als 41 Prozent und markiert damit den stärksten Sprung seit der Einführung des Cayenne. Angesichts der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen – die Niederlande sind beim Wirtschaftswachstum das Schlusslicht der EU-Staaten – ist das ein beachtlicher Erfolg. In den Niederlanden vertreibt der Importeur Pon's Automobielenhandel B.V. die Porsche Fahrzeuge.

Neben dem Cayenne, der mit 641 verkauften Fahrzeugen um 18 Prozent zulegte, stiegen die Auslieferungen der Sportwagen besonders kräftig. Die Verkäufe des 911 wuchsen auf 421 Einheiten (plus 82 Prozent), die des Boxster auf 114 Fahrzeuge (plus 100 Prozent).



Zusätzlich zu der „Porsche Driving Experience“ wurde das Programm der Fahrveranstaltungen um die „Cayenne Experience“ erweitert. Kunden und Interessenten wird damit eine attraktive Möglichkeit zu Probefahrten im Gelände und auf der Straße geboten. Zudem bietet der Porsche Cup Challenge, eine im Berichtsjahr eingeführte Rennserie auf Basis des Reglements des Carrera Cups, eine weitere Möglichkeit, Interessenten für die Marke Porsche zu begeistern.

Österreich: Markenauftritt weiter verbessert

Im vergangenen Geschäftsjahr konnte in Österreich die positive Verkaufsentwicklung der vergangenen Jahre fortgesetzt werden – mit 888 Einheiten wurden die Auslieferungen um 16 Prozent gegenüber dem Vorjahr gesteigert. Der Wert von 278 heckgetriebenen Modellen des 911 Carrera (Vorjahr 81 Fahrzeuge) ist für ein Land mit einem traditionell hohen Anteil allradgetriebener Fahrzeuge erstaunlich. Vom Boxster wurden 158 Fahrzeuge ausgeliefert, 72 Prozent mehr als im Vorjahr, und der Cayenne brachte es auf eine Verkaufszahl von 397 Einheiten (plus zwei Prozent).

Das Händlernetz in Österreich wurde weiter professionalisiert. Das vollständig neu gestaltete Porsche Zentrum Innsbruck öffnete im September 2004 seine Pforten. Gleichzeitig starteten die Bauarbeiten für einen neuen Betrieb in Salzburg. Nach dessen Fertigstellung werden drei Viertel der Verkaufsräume in Österreich die architektonischen Vorgaben der Porsche AG erfüllen. Auch was das Marketing angeht, war die österreichische Händlerorganisation

In Lateinamerika wie auch in Asien gibt es zahlreiche Wachstumsmärkte, die für Porsche weiter an Gewicht gewinnen.



im Berichtsjahr besonders aktiv. So fanden unter anderem die „Porsche Road Show“ am Salzburgring und die etablierte Kundenveranstaltung „Power & Snow“ mit Walter Röhrl und dem Slalomweltcupgewinner Heinz Schilchegger in Kaprun große Resonanz.

Lateinamerika: Auslieferung um 50 Prozent gesteigert

Trotz anhaltender politischer Unsicherheiten hat sich Lateinamerika im Berichtsjahr wirtschaftlich weiter stabilisiert. Dies wirkte sich positiv auf die Nachfrage nach Automobilen aus, was auch Porsche Latin America zu spüren bekam: Die Auslieferungen stiegen um 50 Prozent auf 1.508 Fahrzeuge.

Wachstumsmärkte wie Panama, Brasilien, Puerto Rico und Mexiko gewannen dabei an Gewicht. Beachtlich entwickelten sich zudem kleine Porsche Märkte wie Chile, die Dominikanische Republik, Ecuador und Venezuela, die im Berichtsjahr dreistellige Wachstumsraten aufwiesen. In Peru wurde ein neuer Importeur ernannt. Das Händlernetz in Lateinamerika mit 29 Betrieben wurde weiter entwickelt. Zwei Drittel erfüllen inzwischen die architektonischen Vorgaben des Konzerns, und es stehen weitere Neu- und Umbauten an.

Nach wie vor macht der Cayenne als der „Porsche für Lateinamerika“ mit 1.010 Einheiten (Vorjahr 654 Fahrzeuge) den größten Anteil an den Auslieferungen aus. Aber auch die neuen Modelle des 911 und des Boxster sorgten für stark anziehende Verkäufe. Während der Boxster einen Anstieg um 23 Prozent auf 197 Einheiten verbuchte,

lag die 911-Baureihe mit einem Plus von 58 Prozent auf 296 Einheiten noch deutlicher über den Auslieferungen des vorangegangenen Geschäftsjahres.

Zahlreiche Aktivitäten wie die Porsche Sportfahrschule, Porsche Service-Kliniken sowie vielfältige Fahrveranstaltungen der in Lateinamerika besonders aktiven Porsche Clubs demonstrierten im Berichtsjahr die Vitalität der Marke.

Nordeuropa: Erneut mehr Fahrzeuge verkauft

Seit der Einführung des Cayenne trägt die Region Nordeuropa weit aus stärker zum Verkaufserfolg von Porsche bei. In Island, Norwegen, Schweden, Finnland und Dänemark stiegen die Auslieferungen im Berichtsjahr um mehr als 30 Prozent auf 1.500 Fahrzeuge. Dabei konnte der Cayenne seinen Marktanteil mit einem weiteren Wachstum von 18 Prozent auf 912 Einheiten festigen. 446 verkaufte Einheiten des 911 mit einem Plus von 55 Prozent gegenüber dem Vorjahr und 131 Boxster mit einer Steigerung von 60 Prozent spiegeln das hervorragende Ergebnis des Berichtsjahres wider.

Dieser positive Trend wird sich mit der Einführung der 911 Carrera 4-Varianten, die in dieser Region traditionell einen großen Anteil haben, fortsetzen. Auch der Neubau des Porsche Zentrums Stockholm unterstützt – zusammen mit weiteren Neubauten in Göteborg und Helsinki – den Erfolg der Marke in der Region.

Nach dem Start des „Carrera Cup Scandinavia“ im Jahr 2004 verzeichnete die Rennserie auch in der zweiten Saison einen wachsenden Erfolg, zumal das Starterfeld auf 14 Teams ausgeweitet wurde.

Süd- und Osteuropa: Neue Händlerbetriebe eröffnet

Die Verkäufe von Porsche Fahrzeugen in Süd- und Osteuropa stiegen um rund 53 Prozent auf 1.845 Einheiten. Der Cayenne war mit 1.203 Auslieferungen (Vorjahr 883 Einheiten) erneut das wichtigste Modell. Auch bei den Sportwagen blieben kaum Wünsche offen: Die Baureihe 911 mit einem Plus von 100 Prozent auf 430 Kundenauslieferungen und die Boxster-Baureihe mit einer Steigerung von 98 Prozent auf 208 Einheiten fuhren enorme Wachstumsraten ein.

Die 19. Repräsentanz von Porsche in Süd- und Osteuropa entstand im Berichtsjahr in Bosnien und Herzegowina. Der Importeursvertrag mit dem neuen Vertriebspartner in Sarajevo wurde im Frühjahr 2005 unterzeichnet. In anderen Märkten der Region wurden die ersten Betriebe eröffnet, die den Porsche Vorgaben entsprechen. In Belgrad wurde ein Handelsbetrieb eingeweiht und in Alma Ata startete der erste Porsche Händler Kasachstans.

Aber auch die etablierten Partner in der Region entwickeln sich positiv. In Griechenland konnten erstmals mehr als 400 Fahrzeuge ausgeliefert werden. Gleichzeitig starteten die Bauarbeiten für das neue Porsche Zentrum in Athen, außerdem wurde im Berichtsjahr ein neuer Handelsbetrieb in Thessaloniki eingeweiht.

Trotz unsicherer politischer Verhältnisse, dem Verfall lokaler Währungen und Naturkatastrophen wie der Tsunami-Welle wuchs Porsche in fast allen asiatischen Märkten.



In Seoul wurde ein neues Porsche Zentrum errichtet (links), in Moskau entsteht mit mehr als 6.000 Quadratmetern der größte Händlerbetrieb in Russland.

Russland: Neue Tochtergesellschaft übertrifft Erwartungen

Die seit November 2004 am Markt tätige Tochtergesellschaft Porsche Russland erzielte bereits in ihrem ersten Geschäftsjahr beeindruckende Auslieferungszahlen.

So wurden im Berichtsjahr 386 Fahrzeuge in Russland verkauft, gegenüber dem im Vorjahr von dem bisherigen Importeur erreichten Wert ist das ein Plus von 38 Prozent. Von den Baureihen 911 und Boxster konnten angesichts vergleichsweise ungünstiger Straßenverhältnisse lediglich 54 Einheiten ausgeliefert werden. Der Cayenne brachte es jedoch auf ein Rekordergebnis von 331 Auslieferungen (plus 58 Prozent).

Wichtige Voraussetzung für diesen Erfolg war der Ausbau des Händlernetzes mit neuen Partnern in St. Petersburg und Jekaterinburg. Zudem wurden weitere Händlerbetriebe in Togliatti, Rostov am Don und Stavropol aufgebaut, wie auch ein zweiter Betrieb in St. Petersburg. Dieser dynamische Aufbau eines modernen Händlernetzes wird lediglich durch die Dynamik bei der Erschließung des chinesischen Marktes übertroffen.

Zu einem der Schlüsselprojekte der Markterschließung gehört die im Bau befindliche Porsche eigene Niederlassung in Moskau. Das Porsche Zentrum wird mit mehr als 6.000 Quadratmetern der größte Händlerbetrieb der Marke in Russland. Es entspricht in allen Belangen den Design- und Prozessvorgaben an ein hochwertiges Porsche Zentrum. So soll das Interesse einer wachsenden und vermögenden, aber auch sehr anspruchsvollen neuen russischen Gesellschaftsschicht an der Marke Porsche weiter gesteigert werden. Als Sitz der Tochtergesellschaft Porsche Russland umfasst es zudem ein integriertes Handelszentrum sowie ein nationales Trainingszentrum und ein umfassendes Fahrzeug- und Teile-Lager.

Asien-Pazifik/China: Verkaufsrekord eingefahren

Die Rahmenbedingung im asiatisch-pazifischen Markt waren im Berichtsjahr deutlich durch unsichere politische Verhältnisse, den anhaltenden Verfall der lokalen Währungen gegenüber dem Euro und Naturkatastrophen wie der Tsunamiwelle im Dezember 2004

gekennzeichnet. Porsche hat unmittelbar nach der verheerenden Flutkatastrophe in Südostasien beschlossen, den Wiederaufbau in den betroffenen Regionen zu unterstützen und dafür eine Million Euro bereitzustellen. Die Importeure in den Ländern Thailand, Indonesien und Sri Lanka waren aufgefordert, förderungswürdige Hilfsprojekte vorzuschlagen. So wurde etwa in Weligama, der am stärksten betroffenen Region in Sri Lanka, der Bau eines Apartmenthauses für Tsunami-Geschädigte ermöglicht.

Trotz des schwierigen Umfeldes konnte Porsche in fast allen asiatischen Märkten im Berichtsjahr bei den Verkäufen zulegen. Insgesamt stiegen sie um 50 Prozent auf 2.119 Fahrzeuge.

Ausschlaggebend für diesen Erfolg war das signifikante Wachstum des chinesischen Marktes, in dem 526 Fahrzeuge (plus 109 Prozent) an Endkunden ausgeliefert wurden. 72 Prozent aller ausgelieferten Fahrzeuge entfielen auf die Cayenne-Baureihe. Obwohl der chinesische Fahrzeugmarkt im Luxussegment durch Limousinen deutlich dominiert wird, gelang es Porsche dennoch, 148 Sportwagen auszuliefern. Förderlich für den Erfolg der Sportwagen waren zum einen der Carrera Cup Asia Pacific mit zwei Rennen in China sowie der aktive Messeauftritt auf der Auto Shanghai 2005.

Auch im laufenden Geschäftsjahr wird Porsche seine Präsenz im bevölkerungsreichsten Land der Erde weiter ausbauen. Bis Ende Juli 2006 sollen mehr als 15 Porsche Zentren in China tätig sein, derzeit sind es acht.

Insgesamt war der Cayenne mit einem Plus von 37 Prozent auf 1.253 Einheiten die am meisten verkaufte Baureihe in der Region Asien-Pazifik/China. Aber auch das Geschäft mit den Sportwagen 911 und Boxster zog dank der neuen Modelle an. Die Auslieferungen stiegen im Berichtsjahr um 73 Prozent auf 861 Fahrzeuge.

Nicht zuletzt der „Porsche Infineon Carrera Cup Asia“, neben der Formel 1 die professionellste Rennserie in Asien, trug zu der Präsenz der Marke bei. Es wurden sieben Rennen in Malaysia, Thailand, Korea und China veranstaltet.

Dienstleistungen 2004/05

Die Porsche Händler bieten einen breiten Service, rund um den Globus auf allen wichtigen Märkten. Ihr Angebot reicht von der Fahrzeug-Finanzierung bis zur Porsche Kreditkarte.

■ **Umfassender Service rund um den Autokauf**

Ob im Geschäft mit Neuwagen oder mit Gebrauchtwagen: Porsche bietet seinen Kunden alle Finanzdienstleistungen rund um den Autokauf an. Dazu gehören Leasing, Mietkauf und Finanzierung genauso wie Fahrzeugversicherungen. Zudem existiert mit der Porsche Card ein attraktives Kreditkartenangebot. Mit diesen Finanzdienstleistungen, die beim Händler aus einer Hand abgewickelt werden können, stellt sich Porsche flexibel auf die Anforderungen der Kundschaft ein. So lassen sich etwa Leasingverträge speziell auf die Bedürfnisse der Kunden zuschneiden, indem sie mit differenzierten Leistungen und variabler Vertragsdauer gestaltet werden.

Mit annähernd 30.000 Neuabschlüssen pro Jahr und mehr als 60.000 aktiven Leasing- und Finanzierungsverträgen betreuen die Porsche Finanzdienstleistungsgesellschaften Kunden rund um den Globus. Die Gesellschaften konnten das Vertragsvolumen in den vergangenen Jahren kontinuierlich erhöhen. Erfreulich ist auch die wiederum gestiegene Zahl der Folgeverträge und damit der Kunden, die Dienstleistungen der Porsche Financial Services zum wiederholten Male beanspruchen.

Im wichtigsten Markt von Porsche, Nordamerika, nahm die Nachfrage nach Finanzdienstleistungen im Berichtsjahr weiter zu. Rund 26 Prozent aller Neuwagen wurden über die „Porsche Financial Services North America Inc.“ finanziert. Die Gesellschaft hat seit 1992 mehr als 72.000 Verträge mit Kunden abgeschlossen. In Deutschland wird mittlerweile mehr als ein Drittel der Neuwagen über die Porsche Financial Services GmbH geleast oder finanziert. Was Gebrauchtwagen-Käufe angeht, sticht besonders Großbritannien hervor, wo zwei Drittel aller Fahrzeuge über die Porsche Financial Services Great Britain Ltd. finanziert werden. Bei Neuwagen beträgt der Anteil rund ein Drittel.

Auch auf anderen Märkten war im Berichtsjahr die Nachfrage nach den Finanzdienstleistungen von Porsche groß. So hat sich erneut die Hälfte aller japanischen Neuwagenkunden für ein Finanzierungsangebot der Porsche Financial Services Japan K.K. entschieden.

Weiterhin erfolgreich war auch die Porsche Financial Services France S.A. Der Anteil der Neuwagenkäufer, die ihre Leistungen in Anspruch nahmen, lag bei rund 30 Prozent. Auf einen guten Geschäftsverlauf kann ebenfalls die Porsche Financial Services Italia S.p.A. blicken. Und auch die Angebote der Porsche Services Espana S.L. haben bei unseren Kunden regen Zuspruch gefunden.

Porsche Card bietet mehr Leistungen

Porsche hat im Berichtsjahr die Attraktivität seines Kreditkartengebots weiter erhöht. So besteht seit Ende 2004 die Möglichkeit, zwischen zwei unterschiedlichen Kreditkarten zu wählen: der Porsche Card und der Porsche Card S, womit analog zum neuen 911 Carrera eine Basis- und eine mit zusätzlichen Leistungsmerkmalen ausgestattete Version angeboten wird.

Die Porsche Card wird dabei auch als Einzelkarte angeboten, sie ist damit unabhängig von der Lufthansa Miles & More Credit Card, mit der sie bislang kombiniert war. Sie bietet neben dem Porsche Card Service mit Traveller-, Geschenk-, Ticket- und Notfallservice rund um die Uhr auch eine attraktive Guthabenverzinsung, flexible Zahlungsmöglichkeiten und Rabatte von bis zu 50 Prozent auf die Zimmerpreise in den Hotelketten Raffles und Swissôtel sowie exklusive Angebote aus dem Porsche Travel Club. Die Porsche Card ist länderspezifisch außer in Deutschland auch in Großbritannien, Italien und Japan erhältlich.

Die Porsche Card S besteht wie bisher aus einer Kombination der Porsche MasterCard und der Lufthansa Miles & More VISA Card Gold. Ihre Leistungen wurden aber deutlich aufgewertet, bietet sie jetzt doch zusätzlich zum Angebotsspektrum der Porsche Card unter anderem das kostenlose AVIS Park & Wash-Angebot an deutschen Flughäfen, attraktive Versicherungsleistungen sowie die Möglichkeit, sich für jeden Euro Umsatz auf der Porsche MasterCard eine Prämienmeile auf dem Miles & More-Konto gutschreiben zu lassen.

Individuell zugeschnittene Versicherungen

Porsche bietet seinen Kunden einen ganz speziellen Versicherungsschutz an: die Porsche CarPolicy. Diese zeichnet sich durch eine umfassende Risikoabdeckung aus, die individuell auf den Wert des versicherten Fahrzeugs zugeschnitten ist und sowohl in der Haftpflicht- als auch in der Teil- und Vollkaskoversicherung gilt. Bei der Porsche CarPolicy arbeitet die Porsche Financial Services GmbH seit Jahren erfolgreich mit dem Haftpflichtverband der Deutschen Industrie (HDI) zusammen, der zu den größten Versicherern in Deutschland zählt.

Im Kasko-Schadensfall steht den über Porsche versicherten Kunden ein Mietwagen zur Verfügung, und zwar bis zu sieben Tage lang für einen Mietpreis bis zu 75 Euro pro Tag. Außerdem wird im Kasko-Schadensfall bis zu einem Jahr nach Erstzulassung der Neuwert des Fahrzeugs ersetzt. Darüber hinaus beinhaltet die Porsche CarPolicy auch eine Gepäckversicherung bis zu 2.500 Euro für den Cayenne.

Porsche hat die Attraktivität seiner Kreditkarten weiter erhöht. Kunden können zwischen zwei Angeboten mit unterschiedlichen Leistungsangeboten wählen.



Porsche Consulting begeht zehnjähriges Jubiläum

Im Berichtsjahr feierte die Porsche Consulting GmbH ihr zehnjähriges Bestehen. Das Beratungsunternehmen mit Sitz in Bietigheim-Bissingen hat sich in diesem Zeitraum beeindruckend entwickelt, zählt es doch heute mit seinen 105 Mitarbeitern zu den 25 führenden Beratungsgesellschaften in Deutschland. Der Umsatz hat sich in diesem Zeitraum mehr als verzehnfacht und ist auch im vergangenen Geschäftsjahr gestiegen – um 20,7 Prozent auf 23,5 Millionen Euro, wovon rund 70 Prozent mit externen Kunden generiert wurden.

Die Gründung des Beratungsunternehmens Porsche Consulting hing mit der geglückten Restrukturierung der Porsche AG zusammen, die vor mehr als einem Jahrzehnt die schwerste Krise ihrer Unternehmensgeschichte bewältigen musste. Damals hatte der Porsche Vorstand renommierte japanische Berater nach Zuffenhausen geholt, um auf der Grundlage der Kaizen-Philosophie die Effizienz, Produktivität und Flexibilität der Produktionsabläufe von Porsche innerhalb kürzester Zeit deutlich zu steigern.

Die Kenntnisse und Erfahrungen, die der Automobilhersteller bei diesem Turn-Around-Prozess und der Etablierung einer schlanken Produktion gesammelt hat, werden seit 1994 durch die Consulting-Tochter von Porsche auch anderen Unternehmen weitergegeben.

Oberster Grundsatz ist dabei, gemeinsam mit den beratenen Kunden einfache und maßgeschneiderte Lösungen – insbesondere der Prozessoptimierung – zu finden, die sofort greifen, kostengünstig sind und ohne weitere Investitionen umgesetzt werden können.

Die Beraterteams von Porsche Consulting werden interdisziplinär aus Ingenieuren, Kaufleuten, Technikern und Industriemeistern mit viel Praxiserfahrung gebildet. Sie erarbeiten vor Ort gemeinsam mit ihren Kunden Problemlösungen, die die gesamte Wertschöpfungskette von der Entwicklung über die Beschaffung und Produktion bis hin zum Vertrieb von Gütern abdecken.

Bis heute hat Porsche Consulting mehr als 300 Unternehmen im In- und Ausland beraten. Insbesondere Unternehmen aus dem Maschinenbau, der Elektrotechnik sowie der Lebensmittel-, Bau-, Möbel- und Hausgeräteindustrie zählen zum Kundenstamm. Auch im Handel und im Finanzdienstleistungsbereich wurden zwischenzeitlich mehrere Projekte erfolgreich durchgeführt.

Bestandteil des Leistungsspektrums der Porsche Consulting ist auch die Porsche Akademie. Diese bietet mit offenen und individuellen Seminaren maßgeschneiderte Qualifizierungsangebote unter anderem für Führungskräfte an oder veranstaltet Benchmark-Seminare in Japan, Europa und den USA, die Einblicke in die Praxis besonders erfolgreicher Unternehmen gewähren.

Porsche Design hat neue Lizenzpartnerschaften abgeschlossen und weitet sein Produktangebot kontinuierlich aus.

MHP ist der IT-Experte im Automobilmarkt

Eine weitere, im Dienstleistungsbereich tätige Tochter von Porsche ist Mieschke Hofmann und Partner (MHP), Gesellschaft für Management- und IT-Beratung mbH. Die 1996 gegründete Gesellschaft zählt zu den erfolgreichsten deutschen Prozess- und IT-Beratungsunternehmen, vor allem für SAP-Lösungen. Neben dem Hauptsitz in Freiberg am Neckar ist MHP in Ludwigsburg, Hattingen/Ruhr und seit August 2005 auch in München mit einer Niederlassung vertreten.

MHP bietet seinen Kunden ganzheitliche integrierte Lösungen über die komplette Prozesskette, von der Planung über die Implementierung bis zum Management von IT-Lösungen an. Neben der Porsche AG berät und betreut das Unternehmen über 200 namhafte Kunden innerhalb und außerhalb der Automobilindustrie. Ziel von MHP ist es, sich zum führenden Prozess- und IT-Experten im deutschen Automobilmarkt zu entwickeln. Aus diesem Kernmarkt heraus werden bereits heute strategische Innovationen auf andere Branchen übertragen.

Dass MHP auf dem richtigen Weg ist, beweist neben dem wirtschaftlichen Erfolg auch eine unabhängige Imagestudie der Bauhaus-Universität Weimar aus dem Frühjahr 2005, bei der das Unternehmen unter den 20 bedeutendsten deutschen IT-Beratungen in der Automotive-Kompetenz den ersten und in der SAP-Kompetenz den dritten Platz belegte.

Auch die Geschäftsentwicklung im Berichtsjahr hat den MHP-Erfolgskurs unterstrichen, stieg doch der Umsatz um mehr als 45 Prozent auf 35,5 Millionen Euro und die Zahl der Mitarbeiter auf 230 Beschäftigte (Vorjahr 176). MHP gehört damit zu den am schnellsten wachsenden Porsche Tochtergesellschaften.

Neue Lizenzpartner für Porsche Design

Die im Jahr 2003 gegründete Porsche Lizenz- und Handelsgesellschaft mbH & Co. KG hat im Berichtsjahr ihre Aktivitäten ausgeweitet – es wurden neue Lizenzpartner gewonnen und Tochtergesellschaften in USA, Asien, Frankreich, Großbritannien und Italien gegründet. Die international als Porsche Design Group auftretende Gesellschaft mit Sitz in Bietigheim-Bissingen beschäftigt rund 80 Mitarbeiter und umfasst die Marken „Porsche Design“ und „Porsche Design Driver's Selection“ sowie das Porsche Design-Studio in Zell am See. Die Porsche AG ist an der PLH mit 65 Prozent mehrheitlich beteiligt, 35 Prozent halten die Gesellschafter der „Porsche Design Produkte Vertriebs GmbH“ (ehemals „Porsche Design Management GmbH“).

Die Marke Porsche Design ist eine der führenden Luxusmarken im Segment hochwertiger Herren-Accessoires, deren Produkte für funktionelles, zeitloses und puristisches Design stehen und durch technische Innovationen überzeugen. Die Produktpalette umfasst Uhren, Messer, Schreibgeräte, Reisegepäck und Lederwaren, Rauchaccessoires und Brillen.



Neue Lizenzpartnerschaften wurden unter anderem mit dem Sportartikelhersteller Adidas-Salomon AG, dem italienischen Luxuswarenhersteller Ferragamo Finanziaria Spa, und dem italienischen Modeunternehmen Belfe S.p.A. abgeschlossen. Im Rahmen dieser Kooperationen werden Schuhe, Leder-Reisegepäck, Kleinlederwaren, eine Sportartikel-Linie und eine Herrenkollektion auf den Markt kommen.

Die Porsche Design-Produkte werden ausschließlich in eigenen Stores, Shop-in-Shops hochwertiger Warenhäuser sowie im gehobenen Fachhandel verkauft. Im Berichtsjahr wurde gemeinsam mit dem italienischen Architekten Matteo Thun ein neues Laden-Konzept entwickelt, wobei der erste dieser Stores im Januar 2005 in Berlin seine Premiere erlebte. Weitere Läden in Leipzig und Hamburg folgten. Shop-in-Shops wurden unter anderem in Ho Chi Minh City, Dubai, Athen und Singapur, Showrooms in New York und Hongkong eröffnet.

Die Marke Porsche Design Driver's Selection umfasst das fahrzeugbezogene Produktprogramm für Porsche Kunden und Fans der Marke. Wie die Sportwagen selbst zeichnen sich diese Produkte durch Qualität, Funktionalität und klassisches Design aus – ganz gleich, ob es sich um innovatives Gepäck, hochwertige Mode, Lifestyle-Accessoires oder die breite Palette von Modellfahrzeugen handelt. Die Produkte von „Porsche Design Driver's Selection“ sind in Porsche Zentren und in den Online-Shops der Porsche AG erhältlich. Vor dem Hintergrund des neuen Markenauftritts der Porsche Design Group wurde auch das Shop-in-Shop-System der Marke in den Porsche Zentren neu gestaltet.

Das Porsche Design-Studio in Zell am See wurde 1972 von Professor Ferdinand Alexander Porsche gegründet, der im Dezember 2005 seinen 70. Geburtstag feiert. Sein Mandat als Aufsichtsrat der Porsche AG hat er bereits bei der Hauptversammlung im Januar 2005 auf eigenen Wunsch niedergelegt. Die Entwürfe des Studios stehen für eine klare, zeitlose und unverwechselbare Design-Handschrift. Neben den Herrenaccessoires der Marke Porsche Design entwirft das Studio Industrieprodukte, Hausgeräte und Gebrauchsgüter für externe Auftraggeber. Auch im Berichtsjahr wurden Produkte des Studios mit renommierten Design-Preisen ausgezeichnet.

Kommunikation 2004/05

Ziel der Kommunikation ist es, den guten Ruf von Porsche zu festigen. Großer Wert wird dabei auf eine eigenständige Positionierung gelegt, die auch der sozialen Verantwortung des Unternehmens gerecht wird.







Der Erfolg eines Unternehmens beruht nicht nur auf erstklassigen Produkten und einem hervorragenden Service, sondern auch auf dem Ruf, den es weltweit genießt. Porsche nimmt hierbei seit Jahren eine Spitzenstellung ein, was unter anderem die Auszeichnung als Unternehmen mit dem besten Image in Deutschland beweist, die vom „manager magazin“ vergeben wird. Bereits zum dritten Mal nacheinander – der Preis wird alle zwei Jahre ermittelt – hat Porsche zuletzt im Januar 2004 über alle Branchen hinweg den ersten Platz erreicht. Aber auch in internationalen Rankings wird die Marke mit herausragenden Werten benotet, rangierte Porsche doch im Jahr 2005 wieder unter den von Interbrand ermittelten „100 wertvollsten Marken der Welt“.

Die zielführende Kommunikationsstrategie von Porsche hat diesen guten Ruf gefestigt. Es ist ihr in den vergangenen Jahren gelungen, sowohl die Glaubwürdigkeit der Produkte und der Marke als auch deren soziale Akzeptanz zu steigern. Dabei kommt es nicht auf die Unternehmensgröße an, wie Porsche als weltweit kleinster unabhängiger Autohersteller beweist. Viel eher schon darauf, eine eigenständige Position und eine klare Meinung zu vertreten, die der sozialen Verantwortung des Unternehmens gegenüber Mitarbeitern, Kunden und Gesellschaft gerecht wird.

Diese Haltung war es wohl auch, die das renommierte Kieler Institut für Weltwirtschaft bewogen hat, den erstmals vergebenen „Weltwirtschaftlichen Preis“ des Instituts im Juni 2005 an den Porsche Vor-

standsvorsitzenden zu verleihen. Gemeinsam mit dem früheren niederländischen Ministerpräsidenten Wim Kok und dem kanadischen Wirtschafts-Nobelpreisträger Robert Mundell wurde Dr. Wendelin Wiedeking in Anwesenheit von Bundespräsident Horst Köhler als eine Persönlichkeit geehrt, „die sich durch ihr Vordenken und Vermitteln weltwirtschaftlicher Lösungsansätze sowie ihr Eintreten für eine sozial verantwortungsvolle Gesellschaft“ auszeichnet.

Den im Januar 2005 ebenfalls erstmals verliehenen „Gelben Engel“ des ADAC erhielt Wiedeking als „Persönlichkeit 2005“ für besondere Verdienste im Bereich Automobil. Die Laudatio hielt der damals noch designierte Ministerpräsident Baden-Württembergs, Günther Oettinger, der den Porsche Chef als einen „Teamworker mit hoher Sozialkompetenz“ bezeichnete.

Im Berichtsjahr konnte der Porsche Chef aber noch weitere Auszeichnungen in Empfang nehmen. So wählten ihn die Anleger in einer vom „manager magazin“ in Auftrag gegebenen Meinungsumfrage zum beliebtesten deutschen Topmanager. Dies ist eine Anerkennung für die großen wirtschaftlichen Erfolge unter seiner Führung. Zudem weist auch die Porsche Aktie enorme Wertzuwächse in den vergangenen Jahren auf. Schließlich erhielt Wiedeking neben anderen Persönlichkeiten den Hans-Peter-Stihl-Preis des Forums Region Stuttgart. Mit dieser Auszeichnung wurde der jahrelange Einsatz für den Standort Stuttgart und seine Region gewürdigt, aber auch das Engagement des Unternehmens beim Bau eines neuen Firmenmuseums.

Im Berichtsjahr konnten Journalisten bei Fahrvorstellungen die neuen Varianten des 911 und die neue Generation des Boxster auf anspruchsvollen Routen näher kennen lernen.

Anhand des Cayman S wurde ausgewählten Fachjournalisten beim Porsche Technik-Workshop die faszinierende Technik der Fahrzeuge anschaulich erläutert.



Welche Bedeutung dem Bekenntnis von Porsche zu seinen deutschen Standorten mittlerweile beigemessen wird, zeigte im Juni 2005 auch ein Besuch des Bundeskanzlers bei einer Betriebsversammlung im Stammwerk Zuffenhausen. Der Betriebsratsvorsitzende und der Porsche Chef verkündeten dort die Eckpunkte der zum Ende des Berichtsjahres unterzeichneten Standortsicherungsvereinbarung für Zuffenhausen, Ludwigsburg und Weissach. Gerhard Schröder seinerseits lobte ausdrücklich die „Kultur des Miteinanders“ bei Porsche. Porsche beweise, dass man als deutsches Unternehmen äußerst erfolgreich im internationalen Wettbewerb sein könne. „So etwas wünschen wir uns als Modell Deutschland“, sagte der Bundeskanzler.

Das gesellschaftspolitische Engagement von Porsche für den Standort Deutschland wurde schließlich auch von ganz anderer Seite gewürdigt: Der Unternehmensfilm „Trotzdem“ erhielt bei der Vergabe des 37. Deutschen Wirtschaftsfilmpreises im November 2004 in Ludwigsburg den ersten Preis in der Kategorie Imagefilm. Er zeigt, warum ein Unternehmen wie Porsche trotz angeblicher Standortnachteile in Deutschland erfolgreich sein kann.

Fahrvorstellungen an beeindruckenden Orten

Ein zentraler Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit von Porsche sind die Pressefahrvorstellungen neuer Modelle. Im Berichtsjahr stand dabei zunächst die neue Generation des Boxster im Rampenlicht. In der landschaftlich reizvollen Umgebung rund um den Wörthersee konnten rund 800 Journalisten aus aller Welt den Roadster im Oktober 2004 auf Herz und Nieren prüfen. Die Reaktionen waren überaus positiv, die Journalisten bescheinigten den neuen Modellen erstklassige fahrdynamische Eigenschaften und ein gelungenes Design.

Die Allrad-Varianten des 911 Carrera Coupés wurden den Journalisten im Frühsommer 2005 in der Nähe von Monaco vorgestellt, wobei der Praxistest der Fahrzeuge auf einer anspruchsvollen und kurvenreichen Route in den französischen Seealpen absolviert werden konnte. Ziel war der legendäre Col de Turini, spektakulärer Schauplatz der Rallye Monte Carlo, wo Rallye-Champion Walter Röhrl auf die Testfahrer wartete. Auf einem abgesperrten Streckenabschnitt demonstrierte er das große Potenzial der Allrad-Elfer im Grenzbereich.

Im Juli 2005 schließlich wurden die Cabriolet-Versionen des 911 Carrera 4 und 4S im Bergischen Land der Presse vorgestellt. Von Schloss Bensberg aus waren mehrere bis zu 200 Kilometer lange Routen ausgewählt worden, um die besondere Kombination der Fahrdynamik des Allradantriebs mit dem Fahrgefühl eines offenen Sportwagens ausgiebig erleben zu können.

Für ausgewählte Fachjournalisten ist der Porsche Technik-Workshop in Weissach alljährlich im Frühjahr ein ganz besonderer Termin, bei dem die faszinierende Technik der Fahrzeuge anschaulich von Ingenieuren des Unternehmens erläutert wird. Im Berichtsjahr standen Fahrwerk und aktive Sicherheit im Mittelpunkt, also entscheidende Kernkompetenzfelder von Porsche, die den 130 Journalisten am Cayman S demonstriert wurden.

Positive Resonanz auf Fahrzeugpremierer

Der Automobilsalon in Paris hat für Porsche eine besondere Bedeutung, ist es doch inzwischen schon Tradition, dass Porsche hier für Schlagzeilen sorgt. Nachdem im Jahr 2000 der Carrera GT auf der Champs-Élysées und im Louvre seine Premiere erlebte und 2002 der Cayenne am Place Vendôme mit großem Presseecho präsentiert worden war, feierte im September 2004 der neue Boxster seine Weltpremiere in der französischen Hauptstadt. Auch die aktuelle Generation des 911 Carrera hatte dort ihren ersten Messeauftritt.

Ein Jahr später – im September 2005 – schlug dann für den Cayman S die große Stunde. Das Mittelmotor-Coupé von Porsche feierte auf der IAA in Frankfurt seine Weltpremiere. Zudem wurden die neuen Allrad-Varianten des 911 Carrera erstmals auf einer Messe gezeigt – auch sie ernteten viel Beifall von den Messebesuchern.

Offener Dialog mit dem Finanzmarkt

Wie mit Kunden und Journalisten pflegt Porsche auch mit den Akteuren am Finanzmarkt – dazu zählen private Aktionäre, institutionelle Investoren und Analysten – den offenen und geradlinigen Kontakt. Porsche legt großen Wert auf diesen intensiven Dialog, denn der persönliche Kontakt stärkt das positive Image des Unternehmens und der Marke weltweit. Ob in Zuffenhausen oder bei Road Shows an den

Porsche pflegt nicht nur den intensiven Dialog mit den Journalisten, sondern auch mit den Finanzmarktteilnehmern, die ebenfalls an Fahrveranstaltungen teilnehmen.



Gewinn beim „Porsche Tennis Grand Prix“ in Filderstadt den 50. Turniersieg ihrer beeindruckenden Karriere: Lindsay Davenport.

wichtigsten Finanzplätzen der Welt, das Gespräch mit den Marktteilnehmern ist eine wichtige Voraussetzung für die erfolgreiche Entwicklung der Porsche Aktie. Die Einbindung der Abteilung Investor Relations in den Bereich Öffentlichkeitsarbeit ist dabei eine Garantie dafür, dass die Kommunikation nach außen mit einer einheitlichen „Sprache“ erfolgt.

Intensive Vorbereitung auf Krisen

Krisen jeglicher Art treffen ein Unternehmen plötzlich und unerwartet. Gerade von einem Hersteller exklusiver Produkte mit einem anspruchsvollen Kundenkreis erwartet man im Krisenfall, dass er in der Lage ist, schnell und umfassend zu agieren und zu informieren. Porsche verfügt seit längerem über einen Krisenmanagementplan samt einem entsprechenden Kommunikationskonzept für den Ernstfall, der verbindlich Verhalten sowie Verantwortlichkeiten bis hin zu den Tochtergesellschaften und Importeuren regelt. Je nach Art des Zwischenfalls tritt ein individueller Einsatzplan in Kraft. Darin sind die Führungskräfte aus den verschiedenen Fachbereichen klar definiert, ebenso deren Stellvertreter sowie diejenigen Personen, die mit hoheitlichen Stellen Kontakt aufzunehmen haben.

Zur Krisenprävention werden verschiedene denkbare Szenarien als „künstliche“ Krise wiederholt durchgespielt, um die einbezogenen Mitarbeiter so vertraut wie nur möglich mit den vorgesehenen Maßnahmen zu machen. Mit Blick auf Effizienz und Schnelligkeit von Krisenmanagement und Krisenkommunikation wird der Kreis der beteiligten Personen dabei bewusst klein gehalten. Dies gilt auch für die mögliche Besetzung unseres Krisenstabes. Alle diese Faktoren zusammen sollen sicherstellen, dass im Ernstfall mit der Kompetenz reagiert wird, die man mit dem Namen Porsche verbindet.

Sportförderung kommt große Bedeutung zu

Sportliche Ereignisse sind für die Kommunikation von Porsche von herausragender Bedeutung, haben doch nur wenige Marken eine solche Affinität zu Sport und Leistung wie Porsche. Neben dem Motorsport unterstützt das Unternehmen unter anderem in Bietigheim-Bissingen, wo mehrere Tochtergesellschaften von Porsche ihren Sitz haben, den Eishockey-Club „Bietigheim Steelers“. Die ambitionierte

Mannschaft spielt in der zweiten Bundesliga. Im Berichtsjahr bot der Verein in Zusammenarbeit mit Porsche auch wieder Wochenendkurse für jugendliche Eishockeyspieler an.

Tennis Grand Prix in neuer „Porsche Arena“

Mittelpunkt der Sport-Aktivitäten außerhalb des Motorsports ist seit mehr als einem viertel Jahrhundert der jährlich ausgetragene Porsche Tennis Grand Prix in Filderstadt bei Stuttgart. Auch im Jahr 2005 trafen die besten Spielerinnen der Welt bei diesem Turnier aufeinander, das zukünftig in der neuen „Porsche-Arena“ stattfinden soll. Damit ist der neben der Hanns-Martin-Schleyer-Halle in Stuttgart gelegene Komplex gemeint, der im Mai 2006 fertiggestellt sein wird und je nach Veranstaltung bis zu 7.500 Besuchern Platz bietet. Porsche hat sich im Oktober 2005 für zehn Millionen Euro bei einer Laufzeit von 20 Jahren die Namensrechte an dieser noch im Bau befindlichen neuen Arena im NeckarPark Stuttgart erworben. Der besondere Reiz der „Porsche-Arena“ liegt vor allem in der flexiblen Nutzung durch kurze Umrüstzeiten. Neben Sportveranstaltungen können dort auch Hauptversammlungen – darunter die von Porsche – abgehalten werden.

Breites kulturelles Engagement

Die Bühne für eine Inszenierung mit einem Weltstar bildeten im März 2005 sechs Porsche Zentren in Deutschland, in denen der Burgschauspieler Klaus Maria Brandauer vor insgesamt mehr als 2.500 Zuschauern im Rahmen einer Lesereise auftrat. Unter dem Titel „Klein gegen Groß – Geschichten zum Davidprinzip“ hatte der Künstler mehr als 20 Texte rund um das „Das Davidprinzip“ ausgewählt. In dem gleichnamigen, von Porsche herausgegebenen Buch, variieren und interpretieren namhafte Autoren die biblische Geschichte als Parabel für den Erfolg des weltweit kleinsten unabhängigen Autobauers. Brandauer seinerseits las Texte von Brecht und Rilke, Schiller und Kästner, ja selbst von Herbert Grönemeyer. Für jede Geschichte fand er den passenden Ton, mal zärtlich und sanft, mal impulsiv – begleitet von der Cellistin Maria Magdalena Wiesmaier.

Mit einem Konzert und einem Festgottesdienst wurde im Herbst 2004 die Wiederherstellung der Ladegast-Orgel in der Leipziger Nikolai-

Auf einer Lesereise mit dem Titel „Klein gegen Groß – Geschichten zum Davidprinzip“ – trug der Weltstar Klaus Maria Brandauer in Porsche Zentren Texte aus der deutschen Literatur vor.



kirche gefeiert. Porsche hatte die Restaurierung mit einer Spende von 1,8 Millionen Euro gefördert. Drei Porsche Designer entwarfen den imposanten Spieltisch auf der Empore und blieben damit der Porsche Linie treu: Die Orgel wird links gestartet, wie es auch bei den Fahrzeugen Brauch ist. Das Design Zentrum Nordrhein-Westfalen zeichnete die Arbeit mit dem „red dot award for product design“ aus.

Nicht zuletzt unterstützt Porsche auch einen Gastauftritt der Staatsoper Stuttgart in Tokio. Im Februar 2006 werden die Künstler drei Aufführungen von Wolfgang Amadeus Mozarts Oper „Die Zauberflöte“ in der japanischen Hauptstadt geben. Dabei kommt es zu einer doppelten Premiere: Zum ersten Mal reist die Staatsoper Stuttgart nach Japan, und zum ersten Mal tritt Porsche als Förderer eines Auslandsauftritts des Ensembles auf.

Kunden und Mitarbeiter gut informiert

Nachdem das Porsche Kundenmagazin „Christophorus“ Anfang 2004 gründlich überarbeitet worden ist, hat es zusätzlich an Attraktivität für Porsche Kunden und Freunde des Hauses gewonnen. Als eine der ersten Publikationen dieser Art in der Automobilindustrie wird es bereits seit 1952 als wichtiges Instrument der Kundenbindung genutzt. Das Magazin erscheint alle zwei Monate in fünf Sprachen und enthält neben Informationen über das Unternehmen – von den Produkten über die Technik bis zu aktuellen wirtschaftlichen Entwicklungen – auch interessante Lifestyle-Themen.

Doch nicht nur die Kunden, auch die Mitarbeiter werden bei Porsche gut informiert, betrachtet das Unternehmen seine Beschäftigten doch als sein wichtigstes Kapital. So konnte die Mitarbeiterzeitung „Carrera“ im September 2004 bereits ihr 20-jähriges Jubiläum feiern. Das Datum der Premiere war einst bewusst gewählt worden: Am 19. September 1984, zum 75. Geburtstag von Professor Ferry Porsche, erschien die erste Ausgabe.

Marketing-Kommunikation

Die Verleihung des Deutschen Marketing-Preises im Herbst 2004 war der Auftakt für eine ganze Reihe von nationalen und internationalen Auszeichnungen, die Porsche im Berichtsjahr für die Marketing-Arbeit

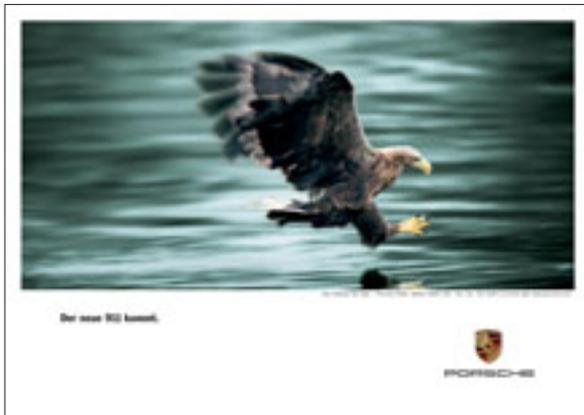
erhalten hat. Besonders erfolgreich waren dabei die Porsche Filme. So wurde Porsche Anfang 2005 bei dem renommierten New York Film Festival mit insgesamt sechs Preisen ausgezeichnet. Bei dem Festival werden jedes Jahr die weltweit besten Filme und Videos unter anderem aus dem Bereich Industrie gekürt. In der Kategorie Transport/Vertrieb gingen die drei ersten Plätze an Porsche. Gold erhielt der Technikfilm „Augenblicke“ über den 911, Silber bekam der Film zum neuen Boxster mit dem Titel „Wo Sport beginnt“ und Bronze wurde an den 911-Film „Nicht vergessen“ vergeben. Außerdem erhielt der Streifen „Sport in Zahlen“, der die technischen Leistungen des Boxster erklärt, den Sonderpreis in dieser Sparte. Aber auch der Imagemofilm „Trotzdem“ konnte in New York noch einmal punkten und erhielt in der Kategorie Transport/Public Relations die Silber-Medaille. Ein Sonderpreis wurde in dieser Kategorie für den Film „Millimeterarbeit“ verliehen, der die Entwicklung des 911 zeigt.

Neben der Produktion eigener Filme ist das Unternehmen auch in der Filmförderung aktiv. So wurde im Juni 2005 der „Porsche Nachwuchspreis Internationaler Werbefilm“ zum zweiten Mal von der baden-württembergischen Filmakademie vergeben. Das Unternehmen setzte damit sein Engagement für junge Studenten im Bereich Werbefilm fort und baute die langjährige Zusammenarbeit mit der Akademie aus. Insgesamt wurden 94 internationale Beiträge eingekürt, den ersten Preis gewannen zwei Studenten aus Amsterdam.

Prämierte Anzeigenkampagne für die 911-Einführung

Nicht nur bewegte Bilder von Porsche gewannen im Berichtsjahr Preise und Aufmerksamkeit. Auch das Ankündigungsmotiv „Adler“ für die Kampagne zur Einführung der neuen Generation des 911 wurde beim Kontakt Client Award zur „Anzeige des Jahres 2004“ in Deutschland gekürt. Sie zeigt einen kraftvollen Adler, der Dynamik und Präzision symbolisiert. Besonders bemerkenswert ist dabei, dass eine Anzeigen-Kampagne, deren grundsätzliches Layout seit mehr als zehn Jahren den Betrachter fesselt, immer wieder neue Überraschungseffekte erzielen kann. Für Porsche ist das eine Bestätigung für die kontinuierliche Pflege des Markenauftritts, der zu Unverwechselbarkeit und Wiedererkennbarkeit führt, ohne jedoch den kreativen Spielraum einzuschränken.

Das Ankündigungsmotiv „Adler“ für die Kampagne zur Einführung der neuen Generation des 911 wurde beim Kontakter Client Award zur „Anzeige des Jahres 2004“ in Deutschland gekürt.



Nach oben offen ist der Fahrspaß in den neuen 911 Carrera Cabriolet-Modellen, und das vermittelte auch die Einführungskampagne im Frühjahr 2005. Neben den Anzeigen war es vor allem das zweistufige Special im Internet, welches Kunden und Interessenten über die wichtigsten Eigenschaften der beiden neuen 911-Modelle auf emotionale Weise informierte und erstmals eine Rund-um-Ansicht des Fahrzeugs erlaubte.

Obwohl die Fahrzeuge erst im Herbst 2005 zu den Händlern geliefert wurden, begann die Kampagne zur Einführung der allradgetriebenen 911-Modelle bereits im Mai 2005. Die Markteinführung wurde von einer dreistufigen Kampagne sowohl im Internet als auch im Direktmarketing begleitet und ging auf die wichtigsten Vorteile der Carrera 4-Modelle ein.

„Wo Sport beginnt“ hieß das Motto zur Einführung der neuen Modelle des Boxster ab dem Herbst 2004. Dem Betrachter wurde die Frage gestellt: „Roadster oder Sportwagen? Bei uns müssen Sie sich nicht entscheiden.“ Das Thema Sportlichkeit und deren Interpretation beim Boxster prägte die gesamte, international einheitliche Einführungskampagne. Es stand nicht nur in den Anzeigen im Vordergrund, sondern auch in den Filmen und in einem Internet-Special.

Spannende Cayman S-Einführungskampagne

Bereits ein halbes Jahr, bevor der neue Cayman S im November 2005 auf den Markt kam, begann die Kommunikation zur Einführung des neuen Mittelmotor-Coupés. Zunächst wurde nur der Name bekannt gegeben, entsprechend war auch in der ersten Anzeige kein Fahrzeug zu sehen. Stattdessen blickten den Betrachter der Anzeigen die lauernden Augen eines Reptils an, das halb unter Wasser verborgen war. Wer mehr wissen wollte, wurde im Internet fündig. Dort präsentierte Porsche die Welt des Cayman S – ohne das Fahrzeug jedoch zunächst zu zeigen. So waren etwa aus dem Cockpit aufgenommene Fahrtszenen und Stadtansichten zu sehen, mit denen der Spannungsbogen noch gesteigert wurde. Ausdrucksstarke Bilder sollten ein jüngeres, urbanes und designorientiertes Publikum ansprechen. Die bereits nach kurzer Zeit erreichten Zugriffs- und Besucherzahlen im Internet belegten eindrucksvoll,

dass die Strategie aufgegangen ist und ein hohes Interesse bei der Zielgruppe geweckt wurde.

Cayenne neu ins Gespräch gebracht

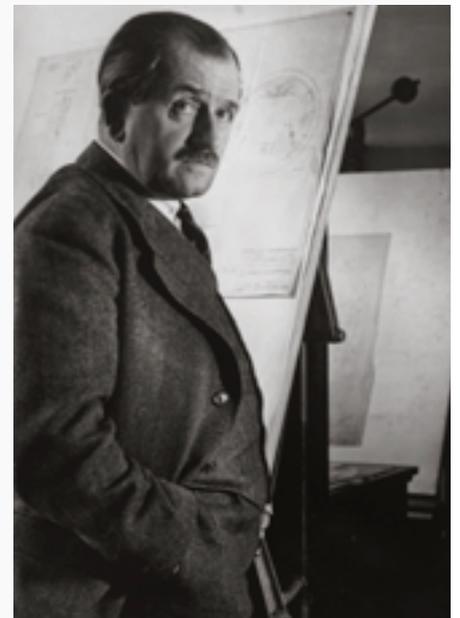
Dass der Cayenne jede Menge Raum für sportliche Aktivitäten bietet, vermittelte die Kommunikation rund um die dritte Baureihe von Porsche im Sommer 2005. Zahlreiche Veranstaltungen in Kooperation mit Golf-Clubs oder Reitvereinen lockten nicht nur Porsche Kunden an, sondern brachten den Cayenne auch bei diesen Zielgruppen neu ins Gespräch. Um die Porsche Händler weltweit bei der Konzeption, Vorbereitung und Umsetzung solcher Veranstaltungen zu unterstützen, wurde ein detaillierter Leitfaden entwickelt und unseren Vertriebspartnern online zur Verfügung gestellt.

Internetauftritt neu gestaltet

Die weltweiten Besuchszahlen auf www.porsche.com, den Porsche Internetseiten, stiegen im Berichtsjahr weiterhin stark an. Mit rund 25 Millionen Seitenzugriffen und durchschnittlich 1,8 Millionen Besuchen pro Monat konnte das hohe Niveau des Vorjahres noch einmal gesteigert werden. Zum Ende der Berichtsperiode waren über die Porsche Website zwölf Tochtergesellschaften sowie 21 Seiten von Importeuren erreichbar. Um eine einheitliche Ansprache der Kunden auf allen Vertriebsstufen sicherzustellen, wurde auch die Erstellung von Händlerseiten gemäß den weltweit einheitlich geltenden Gestaltungsrichtlinien weiter vorangetrieben. Derzeit präsentieren sich weltweit über 460 Händler mit einer eigenen Website unter dem Markendach von Porsche. Seit drei Jahren belegt die Porsche Website in Deutschland den Spitzenplatz beim Online-Automobil-Benchmarking-Report des unabhängigen Marktforschungsinstituts Psyma Online Research. Um diese Position zu festigen, wurde der Internetauftritt im Berichtsjahr überarbeitet. Ziel war es, die Faszination Porsche virtuell noch erlebbarer zu machen, ohne dabei eine optimale Bedienbarkeit der Internetseiten für die Nutzer zu vernachlässigen. Das neue Design ist klar, übersichtlich strukturiert und stellt die Basis für eine Reihe von inhaltlichen Weiterentwicklungen dar. Die überarbeitete Website ging in Deutschland und den USA mit Beginn des laufenden Geschäftsjahres online, die weiteren Tochtergesellschaften werden bis zum Ende des Kalenderjahres 2005 folgen.

Das neue Museum

Wissen, woher man kommt und die eigene Tradition pflegen – darauf hat man in Zuffenhausen seit jeher großen Wert gelegt. So genügt bereits ein einziger kurzer Blick, um einen Porsche immer und überall als Porsche zu erkennen. Zu dieser Unverwechselbarkeit trägt die zeitlos-klassische Linienführung entscheidend bei, die den Fahrzeugen seit mehr als fünf Jahrzehnten ihren einzigartigen Charakter verleiht und sich noch heute in allen Modellen – vom Boxster über den 911 bis zum Cayenne – widerspiegelt.

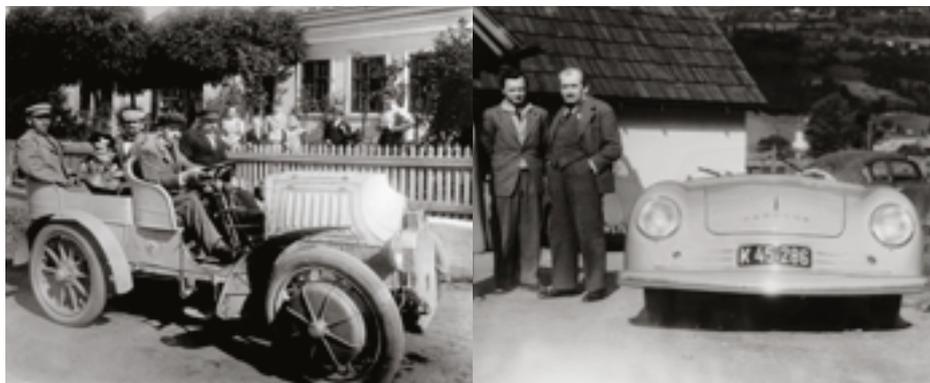


Die Arbeiten von Prof. Ferdinand Porsche sind Meilensteine in der Geschichte des Automobils, viele sind nach wie vor hochaktuell. Die komplexe Geschichte von den frühen Konstruktionen bis zu aktuellen Entwicklungen bildet das Rückgrat der Ausstellung.

Ferdinand Porsche im Jahr 1902 am Steuer eines von ihm konstruierten Lohner-Porsche mit benzin-elektrischem Antrieb, dem ersten Hybrid-Automobil der Welt.

Ferry Porsche (links) und sein Vater Ferdinand Porsche (rechts) im Jahr 1948 mit dem Porsche 356 Nr.1.

Die „24 Stunden von Daytona“ endeten 1968 für die Porsche 907/8 Langheck-Coupés mit einem eindrucksvollen Dreifachsieg.



Einen beliebten Zugang zur Geschichte des Unternehmens Porsche und seiner Fahrzeuge bietet das Porsche Museum am Stammsitz in Zuffenhausen. Schon heute lassen sich jährlich rund 80.000 Besucher von der Faszination der Exponate aus einer langen und bewegten Firmengeschichte locken. Doch der Platz im Ausstellungsraum ist begrenzt, und es kann nur eine kleine Auswahl von rund 25 Fahrzeugen aus dem Museumsbestand von etwa 300 vorzeigenswerten Exponaten gezeigt werden. Kunden, Liebhaber von Oldtimern und Aktionäre wünschten sich deshalb seit langem großzügigere Räumlichkeiten.

Im Juli 2004 gab der Vorstand grünes Licht für den Bau eines neuen Museums und damit für eines der spektakulärsten Projekte in der Geschichte des Unternehmens. Die Kosten für das gesamte Bauvorhaben werden sich auf rund 60 Millionen Euro belaufen. Das neue Museum soll im Jahr 2007 seine Pforten öffnen, wobei die ersten Bauarbeiten schon im Oktober 2005 begonnen haben.

Bereits die Ankündigung des Bauvorhabens stieß in der Fachwelt auf eine überwältigende Resonanz. Insgesamt 170 europäische Architekturbüros bewarben sich um den Auftrag. Porsche lobte daraufhin einen Wettbewerb für zehn eingeladene Teilnehmer aus, an dem namhafte Büros aus Deutschland, Österreich und der Schweiz teilnahmen. Die Jury wählte den Entwurf des Wiener Architekturbüros Delugan Meissl Associated Architects als Sieger aus.

Das neue Museum soll jährlich mehr als 200.000 Besucher anziehen und nahezu das ganze Jahr über an sieben Tagen in der Woche geöffnet sein. Rund 80 Fahrzeuge und eine Werkstatt für historische Fahrzeuge werden den Blickfang für das Publikum bilden. Um den Besuchern einen umfassenden Überblick über die Porsche Modellhistorie zu geben, werden die Exponate in regelmäßigen Abständen ausgewechselt. Zudem verfügt das neue Museum über eine großzügige, von Porsche betriebene Gastronomie und es stehen Räume für Veranstaltungen zur Verfügung.

Tradition von Porsche sichtbar machen

Das gesamte Konzept für das Museum folgt einer klaren Idee: Inhalte statt Effekte. Der Bau soll der zentrale Ort sein, an dem das gesamte historische und zeitgenössische Wissen rund um das Thema Porsche gebündelt und der Öffentlichkeit zugänglich gemacht wird. Das Museum will Offenheit ausstrahlen und den Dialog mit der Öffentlichkeit suchen, es soll ein Ort entstehen, der die besondere, aus über hundertjähriger Tradition erwachsene Unternehmenskultur deutlich sichtbar und erlebbar macht.

Funktion und Gestalt des Museums stehen so gemeinsam für die Leitideen des Unternehmens und dessen Geschichte. Es geht um mehr als eine bloße Erlebniswelt rund um möglichst viele interessante Exponate, die dem Zeitgeist gerecht zu werden versucht. Entstehen soll vielmehr ein Museum im klassischen Verständnis, ein Ort des Bewahrens von Werten, der gleichzeitig auch einen Bildungsauftrag erfüllt: Das Wissen über wichtige Kapitel der deutschen Wirtschafts- und Industriegeschichte zu sammeln, zu interpretieren und den Menschen zu vermitteln.

Auf dem Porsche 804 Formel-1-Rennwagen siegte Dan Gurney beim Großen Preis von Frankreich 1962 in Rouen.

Viele Schaulustige bewundern ein 356 Coupé bei dem berühmten Oldtimer-Rennen „Mille Miglia“.

Der Porsche 718 RS 60 ist ein bedeutender Klassiker der Porsche Modellgeschichte.



Die geschichtliche Basis von Porsche bildet die Arbeit von Professor Ferdinand Porsche und die Weiterführung durch seinen Sohn Ferry. Entsprechend steht im Mittelpunkt der Museumsdarstellung die komplexe Geschichte von den frühen Konstruktionen Ferdinand Porsches bis hin zu aktuellen Entwicklungen. Eingebunden in das gesellschaftliche Umfeld der vergangenen 100 Jahre werden neben der Technik auch die unternehmerischen Initiativen herausgearbeitet, die Porsche zu dem bis heute unabhängigen und mittlerweile profitabelsten Automobilproduzenten der Welt gemacht haben.

Die Besucher werden erfahren, wie das Selbstverständnis von Porsche die Produkte und die Arbeit im Unternehmen beeinflussen. Die Einbindung in Zuffenhausen, die Nähe zum Werksgelände und vor allem der auf einer familiären Atmosphäre beruhende Charme des Museums sollen zudem das Gefühl vermitteln, sich unmittelbar in der Heimat von Porsche und damit in Tuchfühlung zur einzigartigen Tradition der Fabrik aufzuhalten.

Im Zusammenspiel mit dem benachbarten Stammwerk der Porsche AG und der Verkaufsniederlassung soll das Museum künftig die Visitenkarte des Unternehmens sein. An der traditionellen Porsche Produktionsstätte wird es für Besucher wie für Mitarbeiter den Standort Zuffenhausen repräsentieren und der weitgehend durch Industrie und Gewerbebauten geprägten Umgebung einen neuen Akzent verleihen. Mit dieser Aufwertung des Areals rund um den Porsche Platz leistet der neue Bau auch einen wesentlichen Beitrag zur städtebaulichen Entwicklung des Stadtteils Zuffenhausen.

Idee des rollenden Museums wird fortgeführt

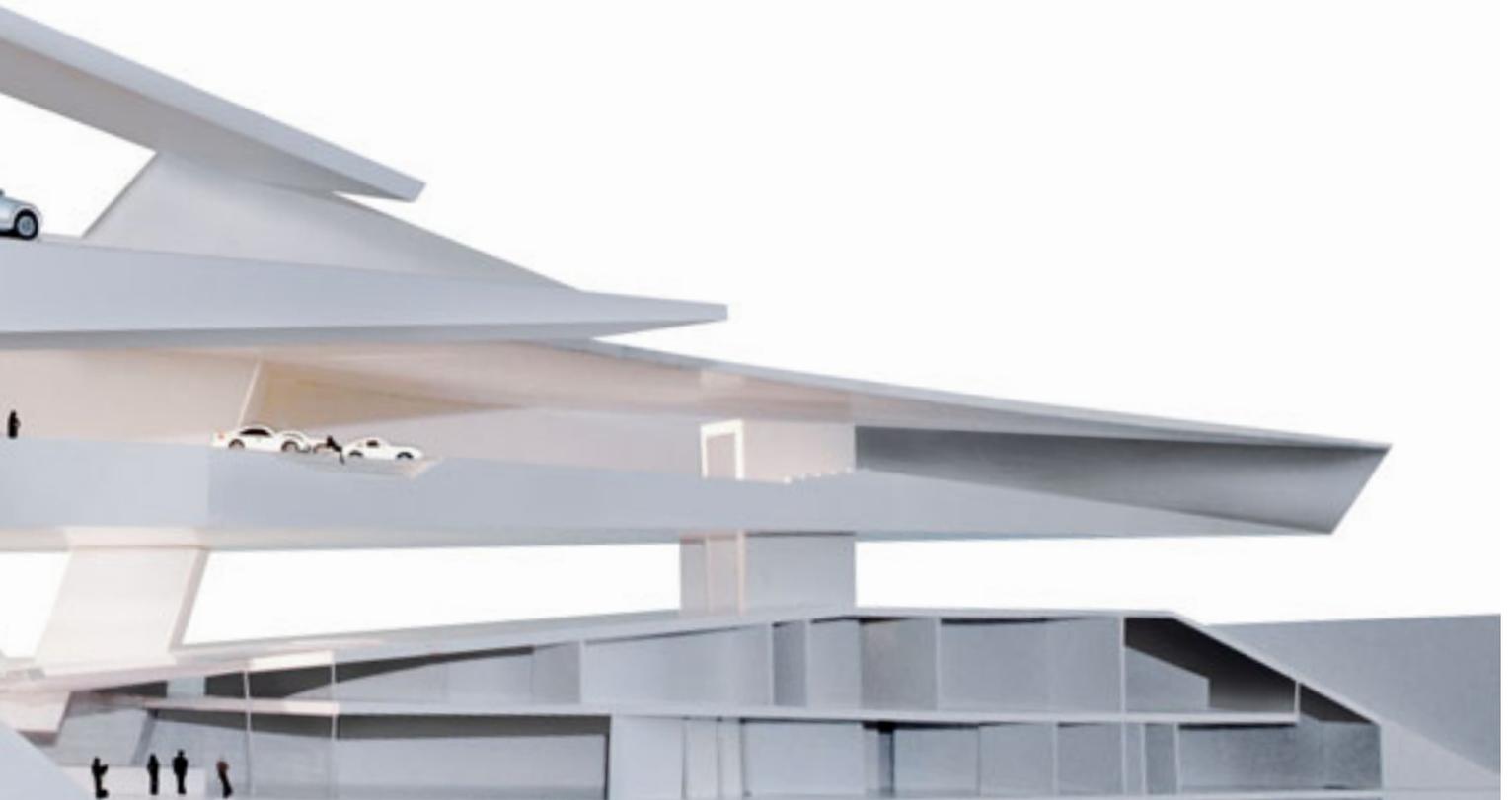
Die historische Öffentlichkeitsarbeit von Porsche hält die Unternehmenstradition auch außerhalb des Museums in Zuffenhausen lebendig. Ausgewählte historische Fahrzeuge gehen deshalb als „rollendes Museum“ oft auf Reisen und präsentieren sich Jahr für Jahr auf mehr als 20 Oldtimer-Rallyes weltweit.

Die Philosophie des „rollenden Museums“ wird auch nach der Eröffnung des neuen Museums beibehalten. Die Museumsbesucher können also auch in Zukunft erleben, wie Oldtimer die Ausstellung verlassen, um etwa an einschlägigen Veranstaltungen wie dem britischen Goodwood Festival of Speed, der Targa Tasmania auf Tasmanien/Australien oder der Mille Miglia in Italien teilzunehmen. Und sie können hautnah dabei sein, wenn die Fahrzeuge nach ihrem Renneinsatz wieder zurückkehren.

Darüber hinaus erhalten die Besucher durch ein „Schaufenster“ Einblick in die Classic-Werkstatt, in der sowohl die Exponate als auch historische Fahrzeuge von Kunden gewartet und restauriert werden. Oldtimer-Kunden, die ihr Fahrzeug in die Werkstatt bringen, sollen zu jeder Zeit sehen, dass qualifiziertes Fachpersonal an ihrem Fahrzeug arbeitet. Sie werden damit Zeugen einer Arbeit, die zu den wesentlichen Aufgaben des Museums gehören: der aktiven Pflege automobilen Kulturguts.

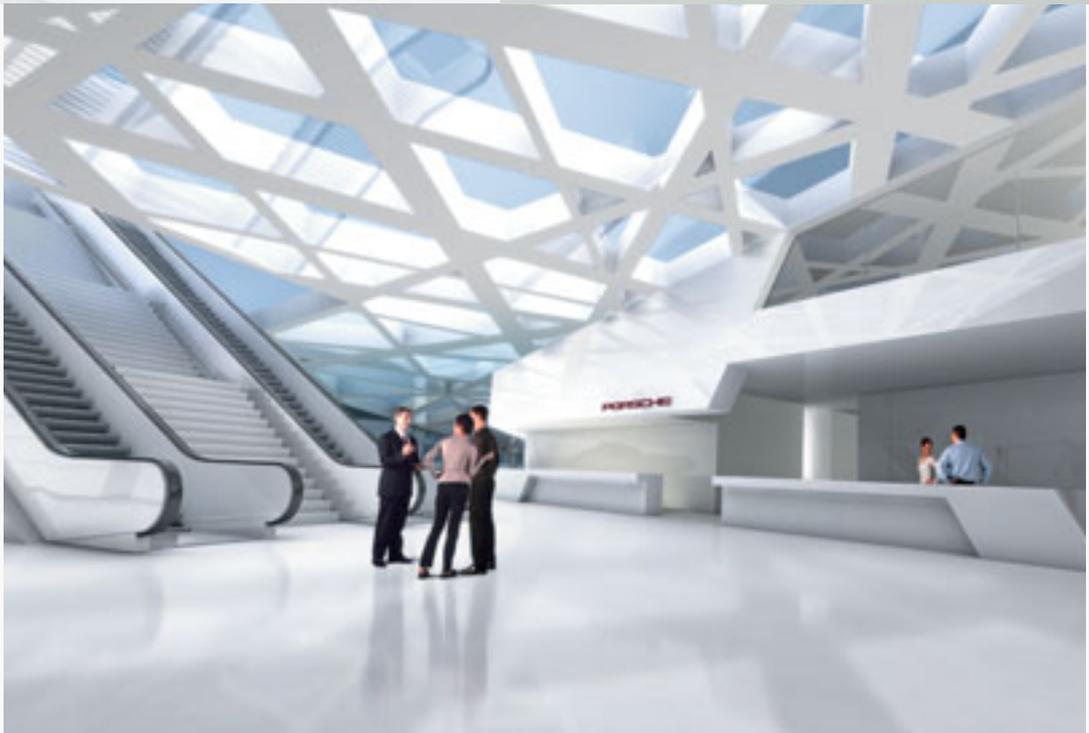
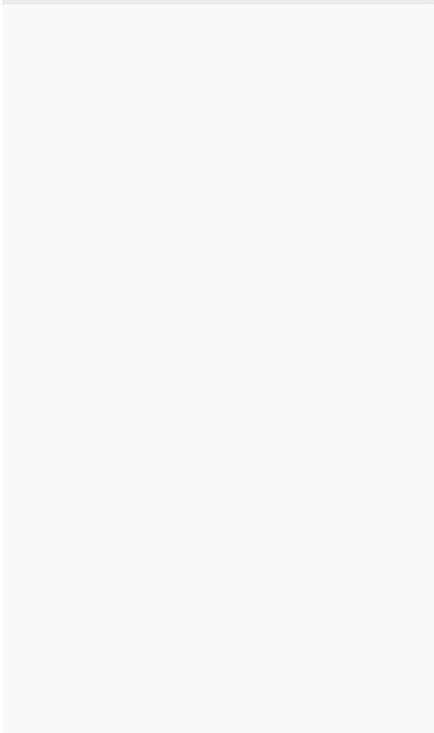
Nicht zuletzt findet auch das Historische Archiv der Porsche AG im Museumsgebäude ein neues Zuhause. Als das „Gedächtnis“ der Porsche AG sichert und dokumentiert das Historische Archiv die einzigartige Geschichte des Unternehmens und seiner Produkte und trägt dazu bei, die Erfolge und Werte der Porsche AG an die Öffentlichkeit sowie die Mitarbeiter zu vermitteln.

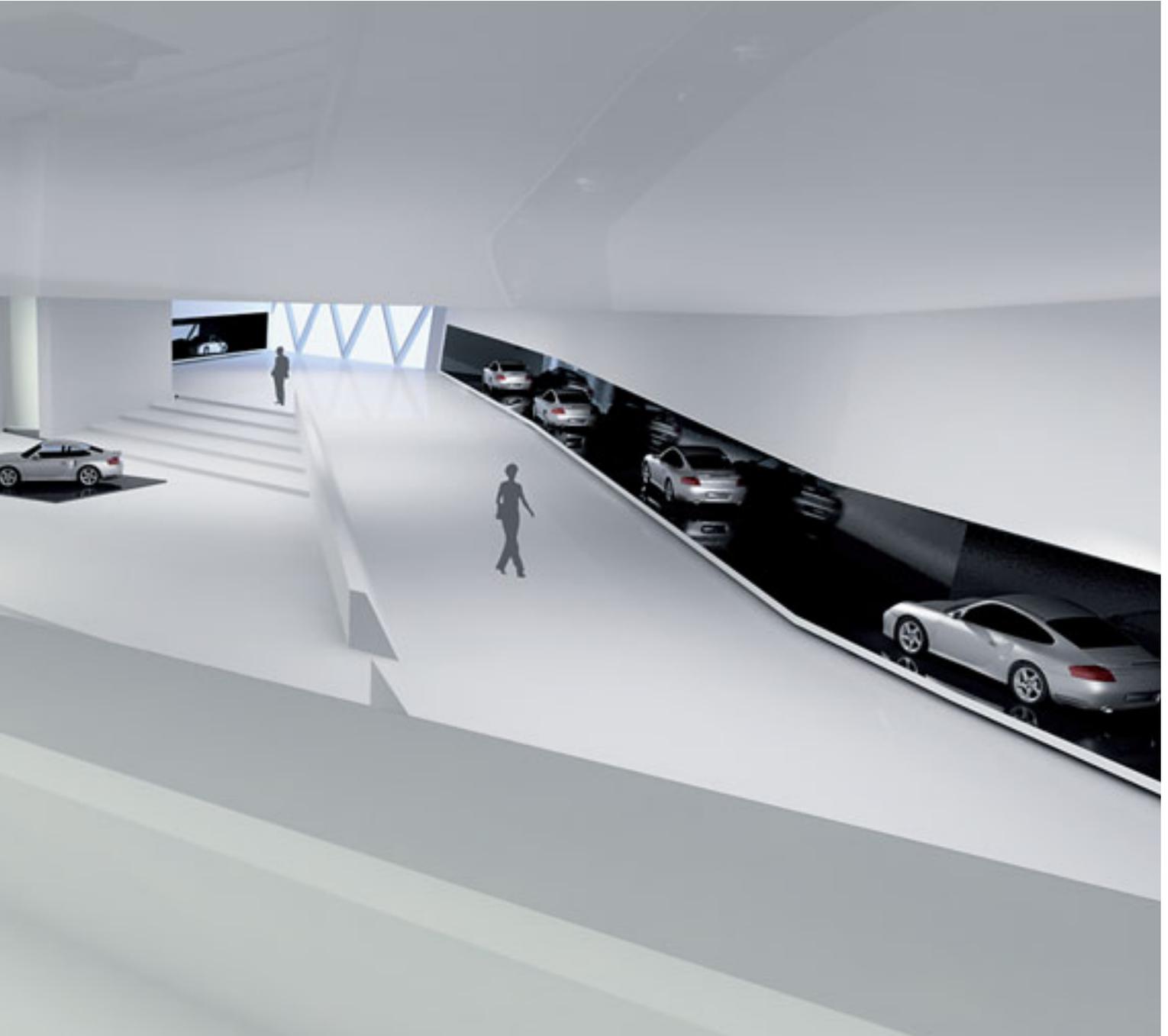




Die unaufdringliche, aber selbstbewusste Gestalt des Museums soll dem Selbstverständnis des Unternehmens sichtbar Ausdruck verleihen. Die Menschen, die es besuchen oder täglich daran vorübergehen oder vorbeifahren, werden darin ein Stück gebaute Unternehmenskultur erkennen.

Das Museum strahlt Offenheit aus und wird den Dialog mit der Öffentlichkeit suchen. Gestalt und Funktion stehen so gemeinsam für die Leitideen und Stärken des Unternehmens und der Marke Porsche. Im Zusammenspiel mit dem Stammwerk und dem Porsche Zentrum wird es die Visitenkarte des Unternehmens sein.





Das Foyer betreten Besucher zuerst, hier bekommen sie den ersten Eindruck vom Museum und von Porsche. Es wird großzügig und transparent gestaltet, um den Besuchern sowohl das Gefühl zu geben, bei Porsche angekommen zu sein, wie ihnen auch eine schnelle Orientierung zu ermöglichen.

Den Mittelpunkt des Museums bildet eine großzügige Ausstellungsfläche zur Präsentation faszinierender Fahrzeugmodelle. Die Produktgeschichte wird anhand von Serienfahrzeugen erzählt, darin eingestreut Ikonen der Renngeschichte. So können technische und gestalterische Veränderungen über einen Zeitraum von fast 60 Jahren verfolgt werden.



Eine gut erkennbare Informationstheke im Empfangsbereich hilft den Besuchern nicht nur bei allen Fragen, sondern von hier aus ist auch ein Zugang zur Classic-Werkstatt. Sie ist

ein elementarer Bestandteil der Museumsphilosophie, denn dort werden sowohl eigene Exponate als auch historische Fahrzeuge von Kunden gewartet und restauriert.

Die Materialien für die Produktion der Porsche Fahrzeuge werden überwiegend aus dem Inland bezogen. Dem Gütesiegel „Made in Germany“ kommt damit eine wichtige Rolle zu.

■ Partnerschaften mit Lieferanten weiterentwickelt

Porsche verfügt über eine vergleichsweise geringe eigene Fertigungstiefe, was eine hohe externe Wertschöpfung mit sich bringt. Vor diesem Hintergrund ist es unerlässlich, die Lieferanten konsequent in die Entwicklung und Produktion der Fahrzeuge einzubinden sowie die bestehenden Partnerschaften systematisch zu pflegen und weiterzuentwickeln. Das besondere Augenmerk lag dabei im Berichtsjahr auf einer optimalen Betreuung auch der Sublieferanten, denn es ist wichtig, alle Partner in der Wertschöpfungskette gleichermaßen zu berücksichtigen.

Porsche pflegt insgesamt eine loyale, faire und langfristige Partnerschaft mit seinen Zulieferern, die sich unter anderem bei der Teileversorgung für den Anlauf der neuen Sportwagen-Generationen einmal mehr bewährt und auch im laufenden Geschäftsjahr weiter ausgebaut werden soll.

Hoher Anteil von deutschen Zulieferern

Der Unternehmensbereich Einkauf legt größten Wert auf eine sorgfältige Auswahl seiner Lieferanten, müssen diese doch allen Anforderungen an Qualität, Technologie, Versorgungs- und Kostenmanagement gerecht werden. Auch im Berichtsjahr hat Porsche deshalb im Rahmen dieses Auswahlprozesses klare Kriterien für die Zusammenarbeit mit seinen zukünftigen Partnern definiert.

Eine wichtige Rolle bei der Auswahl der Lieferanten kommt dabei auch dem Gütesiegel „Made in Germany“ zu. So hat Porsche – obwohl die Fertigung von Industriegütern insgesamt mehr und mehr ins Ausland verlagert wird – auch im Berichtsjahr nicht nur die Fahrzeuge ganz überwiegend am Standort Deutschland entwickelt und produziert, sondern auch die dafür erforderlichen Materialien und Dienstleistungen zum überwiegenden Teil aus dem Inland bezogen. Mehr als zwei Drittel der Produktionsmaterialien wurden bei deutschen Zulieferern eingekauft, und der inländische Einkauf bei nicht für die Fertigung bestimmten Materialien macht ebenfalls mehr als zwei Drittel aus. Ein klares Zeichen dafür, dass Porsche auch hier die heimische Wirtschaft stärkt.

Gestiegene Stahl- und Rohölpreise auf den Weltmärkten

Porsche war wie die anderen Automobilhersteller im vergangenen Geschäftsjahr mit steigenden Rohstoffpreisen konfrontiert. Äußerst angespannt gestaltete sich vor allem die Situation auf dem Stahlmarkt, hatte der in der Industrie weltweit stark gestiegene Bedarf doch rasant steigende Preise zur Folge. Diese trieben die Beschaffungskosten für die in der Automobilproduktion nötigen Produkte

aus Stahl in die Höhe. Zudem kam es zu Versorgungsengpässen auf den Märkten. Gleichwohl konnte bei Porsche zu jedem Zeitpunkt die Versorgung mit Stahlerzeugnissen sichergestellt werden.

Eine ähnliche Marktentwicklung wie beim Stahl war auch beim Rohöl und den daraus hergestellten Produkten zu beobachten. Aufgrund langfristiger Verträge mit den Lieferanten war das Unternehmen jedoch in der Lage, die Kosten für die Beschaffung von Kunststoffen und Kunststoffprodukten stabil zu halten. Insgesamt konnte Porsche dank der nochmals intensivierten Zusammenarbeit mit den Lieferanten die Materialkosten je Fahrzeug weiter reduzieren.

Versorgung mit Halbleiterelementen gesichert

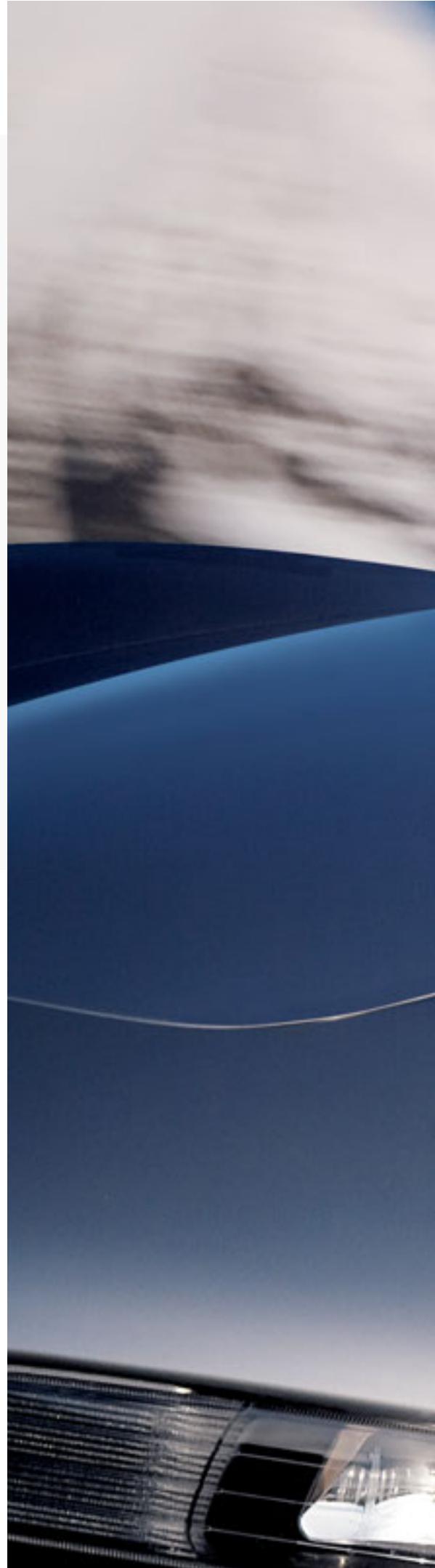
Die kurzen Innovationszyklen in der Halbleiterindustrie stellen im Blick auf die Versorgungsstabilität und Produktqualität eine besondere Herausforderung für Automobilhersteller dar, orientieren sich doch gerade in dieser Branche Innovationszyklen nicht primär am Automobilmarkt, sondern an Märkten mit einem noch höheren Endverbraucheranteil wie etwa in der Unterhaltungselektronik. Dadurch können Versorgungsengpässe in der Fahrzeugproduktion sowie erhöhte Entwicklungs- und Qualifizierungskosten entstehen. Vor diesem Hintergrund hat Porsche im Berichtsjahr im Bereich Elektrik/Elektronik ein sogenanntes Critical Part Management installiert. Ein spezielles Team hat dabei die Aufgabe, die Versorgung – die sich am Lebenszyklus der Fahrzeuge orientiert – mit solchen elektronischen Bauteilen sicherzustellen, die aufgrund ihrer Verfügbarkeit als „kritisch“ einzustufen sind.

Optimierung aller Einkaufsprozesse

Im Rahmen der im Jahr 2004 begonnenen „Porsche Prozess Optimierung“ (PPO) wurden im Einkauf die wichtigsten Beschaffungsvorgänge grundlegend durchleuchtet, Schwachstellen analysiert und beseitigt. Ein Schwerpunkt des Projektes war, die Zusammenarbeit mit anderen Unternehmensbereichen zu optimieren. Der Einkauf konnte auch bei der Bündelung der Beschaffung von indirektem Material, Betriebsmitteln und Dienstleistungen erhebliche Fortschritte realisieren. Die Beschaffung wurde durch die Anwendung einheitlicher Prozesse und Strukturen deutlich effizienter und damit auch kostengünstiger, wobei die Umsetzung von E-Business-Lösungen im Beschaffungswesen eine besondere Rolle spielt. Auch das Lieferantenmanagement im Rahmen des Projektes „Connecting Excellence“ wurde ausgebaut und noch intensiver in die Unternehmensprozesse integriert. Die Partner wurden in allen Phasen der Zusammenarbeit bewertet, so dass die Ergebnisse mit ihnen besprochen und positive Veränderungen eingeleitet werden konnten.

Porsche und Umwelt 2004/05

Alle Bereiche des Unternehmens sind dem Umweltschutz verpflichtet. Der sorgsame Umgang mit Ressourcen beginnt bereits bei der Entwicklung der Fahrzeuge.





Umweltschutz wird große Bedeutung beigemessen

Der Schutz der Umwelt ist bei Porsche ein festgeschriebenes Unternehmensziel. Alle Bereiche des Unternehmens sind dieser Vorgabe durch die vom Vorstand verabschiedeten Umweltleitlinien verpflichtet. Ihre Einhaltung trägt maßgeblich zum Erfolg des Unternehmens bei, sind sie doch die Grundlage für die weltweite Akzeptanz der Porsche Produkte unter Umweltgesichtspunkten.

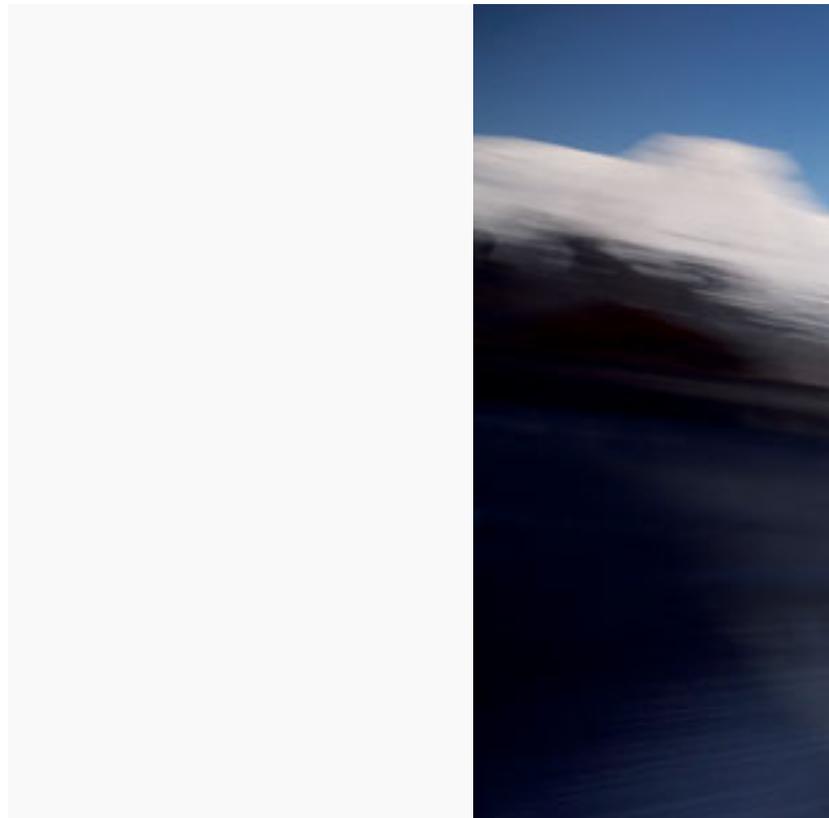
Grundsätzlich stellen sich für Porsche umweltrelevante Fragen sowohl hinsichtlich der Nutzung als auch der Produktion der Fahrzeuge. Porsche hält dabei selbstverständlich alle gesetzlichen Anforderungen der Länder ein, in die die Fahrzeuge exportiert werden. Zusätzlich zur Einhaltung der europäischen und nationalen Vorschriften für produzierende Unternehmen hat Porsche freiwillig eine ganze Reihe von Aktivitäten gestartet, die zur Schonung der Ressourcen, der Energieeinsparung und der Minimierung der Umweltbelastung beitragen. So werden etwa alle neuen Mitarbeiter dafür sensibilisiert, wie wichtig die Schonung der Umwelt ist. Regelmäßige Schulungen und Informationsmaterialien sollen darüber hinaus das Umweltbewusstsein stärken. Außerdem können die Beschäftigten ihre Ideen in einem Umweltvorschlagswesen vortragen.

Porsche von Feinstaub-Diskussion nicht betroffen

Porsche Fahrzeuge werden kontinuierlich weiterentwickelt – gerade auch unter Umweltaspekten. So sind im Berichtsjahr bei allen neuen Modellen die aerodynamischen Werte, das Gewicht und der Verbrauch optimiert worden. Es gelang auch, die Kraftstoffverbrauchswerte der Porsche Fahrzeugflotte insgesamt weiter abzusenken, obwohl Fahrleistung, Ausstattung und Sicherheit der Fahrzeuge noch verbessert wurden.

Von der umweltpolitischen Diskussion um Feinstaubpartikel, die seit dem 1. Januar 2005 durch eine europäische Richtlinie limitiert sind, ist Porsche nicht betroffen, denn in den Fahrzeugen werden ausnahmslos Benzinmotoren eingesetzt, die praktisch keine Russpartikel ausstoßen. Die in der europäischen Luftreinhaltungsrichtlinie ebenfalls limitierten Stickoxide (NO_x) emittieren Ottomotoren nur zu einem wesentlich geringeren Anteil als Dieselmotoren. Dies zeigt sich auch daran, dass ein aktueller umweltpolitischer Vorschlag für eine weitere Verschärfung der Abgasgrenzwerte für PKW (EURO 5), welcher noch vor dem Jahr 2010 in Kraft treten soll, wie schon in der Vergangenheit für Benzinmotoren wesentlich schärfere Grenzwerte vorschreibt als für Dieselmotoren. Insgesamt ist vorhersehbar, dass zu der umweltpolitischen Diskussion um Feinstaubpartikel eine Diskussion um die NO_x-Grenzwerte hinzukommen wird – spätestens dann, wenn die entsprechende EU-Richtlinie ab dem Jahr 2010 gültig wird.

Der Straßenverkehr ist nach akzeptierter Meinung im Durchschnitt nur mit etwa 20 Prozent am Gesamtaufkommen der Feinstaubpartikel beteiligt. Davon entfällt ein relativ großer Teil auf die Abgase von Dieselfahrzeugen ohne Partikelfilter. Die geplanten europäischen Abgasgesetze sehen maximal 5 mg/km als Grenzwert für alle



Antriebskonzepte vor, also auch für Benzinmotoren. Dieser Wert wird von Benzinmotoren bereits problemlos eingehalten, Dieselmotoren wird dies nur mit dem künftig obligatorischen Russfilter und mit erheblichem technologischem Aufwand gelingen.

Porsche sieht sich vor diesem Hintergrund klar darin bestätigt, nur Ottomotoren einzusetzen. Zudem sprechen für Benzinmotoren noch zwei weitere zentrale Gründe: Das von Porsche Kunden gewünschte sportlich-emotionale Fahrerlebnis kann mit Dieselmotoren nicht realisiert werden, da deren Nenndrehzahl mit maximal 4.500 Umdrehungen pro Minute weit unter denen von Porsche Triebwerken mit bis zu 8.000 Umdrehungen liegt. Außerdem sind Dieselmotoren deutlich schwerer als Ottomotoren mit vergleichbarer Leistung. Durch das Mehrgewicht würde sowohl der Kraftstoffverbrauch steigen als auch die Fahrdynamik spürbar beeinträchtigt. Dies gilt nicht nur für unsere Sportwagen, sondern gerade auch für den Cayenne. Desweiteren sind Dieselmotoren teurer in der Herstellung als Ottomotoren, was den Verkaufspreis der Fahrzeuge erhöhen würde und damit ebenfalls gegen deren Einsatz spricht.

Verbrauchsoptimierung beim Ottomotor

Dem Autofahrer bietet der Dieselmotor bei oberflächlicher Betrachtung einen erheblichen Vorteil beim Verbrauch. Dieser relativiert sich allerdings, wenn man sich der Thematik intensiver widmet und die beiden Treibstoffarten nach der so genannten CO₂-Bilanz bewertet. Benzin ist eine verhältnismäßig leichte, Dieseldieselkraftstoff dagegen eine

Bis zum Ende des Jahrzehnts will Porsche eine vierte Variante des sportlichen Geländewagens Cayenne mit Hybrid-Motor auf den Markt bringen.



schwerere Flüssigkeit. Entsprechend sind die in einem Liter Diesel enthaltenen Energiemengen und die mit der Verbrennung verknüpften CO₂-Emissionen größer als dies beim Benzin der Fall ist. Insgesamt kann man damit rechnen, dass Diesel je Liter etwa zwölf bis 14 Prozent mehr CO₂-Emissionen verursacht als Benzin, womit der unter Umweltaspekten an sich positiv zu bewertende geringere Verbrauch des Diesel wieder relativiert wird.

Da der Verbrauchsvorteil der Dieselantriebe wie geschildert mit gesundheitlich bedenklichen Emissionen (Partikel und Stickoxide) und mit wesentlich höheren Kosten erkauft wird, gilt es für die Motorenentwickler von Otto-Antrieben, diesen verbliebenen Verbrauchsvorteil möglichst auszugleichen. Otto-Motoren sollen also künftig weniger verbrauchen, ohne dabei die Kosten- und Gewichtsvorteile sowie die Leistungsdichte dieser Antriebsart aufzugeben. Entsprechende Entwicklungsaktivitäten sind bei Porsche wie auch bei anderen Automobilherstellern in vollem Gange.

Porsche plant Cayenne mit Hybrid-Antrieb

Die großzügigeren Emissionsgrenzwerte für Dieselmotoren und die steuerliche Bevorzugung des Dieselmotors existieren nur in Europa. In anderen wichtigen Automobilmärkten wie den USA gelten identische Grenzwerte und Steuersätze für beide Antriebskonzepte. Entsprechend gering ist dort die Präsenz von Diesel-Fahrzeugen. Umso wichtiger wird es mit Blick auf diese Märkte jedoch sein, Fahrzeuge mit Ottomotoren in Verbindung mit der Hybridtechnologie

anzubieten, um damit auch Kunden anzusprechen, die besonderen Wert auf niedrigere Verbrauchswerte legen.

Porsche plant, bis zum Ende des Jahrzehnts eine vierte Variante des sportlichen Geländewagens Cayenne mit Hybrid-Motor auf den Markt zu bringen, der zusammen mit dem Volkswagen-Konzern entwickelt wird. Das umweltfreundliche Antriebskonzept sieht den Einsatz eines so genannten „Full-Hybrid“ vor.

Das Fahrzeug wird mit einem Otto-Verbrennungsmotor und einem Elektromotor ausgestattet, die sowohl unabhängig voneinander als auch gemeinsam arbeiten können. Eine zweite Kupplung zwischen den beiden Antriebsaggregaten sorgt dafür, dass der Elektromotor völlig selbständig arbeiten kann. Dabei berechnet eine Leistungselektronik anhand der Gaspedalstellung die elektrische Energie, die von der im Heck untergebrachten Speicherbatterie zum Elektromotor fließen muss, um die gewünschte Antriebsleistung zu erhalten. Wird die zweite Kupplung geschlossen, können sowohl Verbrennungsmotor als auch Elektromotor ihre Kraft auf das Getriebe übertragen. Ist die elektrische Energie verbraucht, schaltet sich der Elektromotor automatisch ab.

Die drei verschiedenen Betriebszustände erlauben den alleinigen Einsatz des Elektromotors nicht nur beim moderaten Anfahren an der Ampel und beim Rangieren auf dem Parkplatz, sondern auch beim Fahren in Wohngebieten mit Geschwindigkeitsbegrenzung auf

Die Produktionsstandorte Zuffenhausen und Leipzig sind nach internationalen Standards zertifiziert.



30 Kilometer pro Stunde. Außerdem ist das Bremsen mit Hilfe des Elektromotors möglich, die dabei erzeugte elektrische Energie wird in der Batterie gespeichert.

Das von Porsche bevorzugte Hybrid-Konzept bietet insbesondere im immer dichter werdenden Verkehr der Ballungsräume und den dort zwangsläufig auftretenden relativ niedrigen, ständig wechselnden Geschwindigkeiten erhebliche Verbrauchsvorteile. Durch den Einsatz des Elektromotors sinkt der Kraftstoffverbrauch um rund 15 Prozent, was für diese Technologie spricht.

Umweltschutz in der Produktion

Der Umweltschutz in der Produktion wird bei Porsche über das Umweltmanagementsystem gesteuert – ein hervorragend funktionierendes Instrument, das stark auf die Kooperation jedes einzelnen Mitarbeiters setzt. Es steuert systematisch sämtliche Zuständigkeiten, Verfahren, Abläufe und Verhaltensweisen nach Umweltgesichtspunkten. Auf diese Weise wird der Umweltschutz erfolgreich in die betriebliche Praxis übertragen.

Im Rahmen eines System- und Prozessaudits werden jährlich insbesondere die Einhaltung der Umweltgesetze und der Porsche Umweltrichtlinien, die Funktionsfähigkeit des Umweltmanagementsystems sowie die Verfolgung der Umweltkennzahlen auditiert. Porsche setzt dabei hohe Maßstäbe an, die von einem externen Berater mit der Qualifikation eines Umweltgutachters geprüft werden.

Bei der Bewertung der Anlagen erfolgt eine qualitative Einstufung der Umweltaspekte Wasser, Strom, Wärme, Abfall, Abwasser, Lärm, Abluft und Boden-/Grundwassergefährdung anhand einer vierstufigen Skala. Die Summe ergibt eine Gesamtbewertung der von einer Anlage ausgehenden Umweltbelastung.

Ehrgeizige Umweltziele im Werk Zuffenhausen

Das Werk Zuffenhausen hat sich bereits 1996 freiwillig verpflichtet, seine umweltpolitischen Aktivitäten nach der europäischen Öko-Audit-Verordnung (EMAS) und seit 1999 zusätzlich nach der internationalen Norm ISO 14001 regelmäßig kontrollieren zu lassen. Im Juni 2005 fand die zweite Prüfung nach ISO 14001 und bereits die dritte nach EMAS statt. Alle Bedingungen wurden erfüllt.

Die „Umwelterklärung 2005“ beweist, dass die ehrgeizigen Ziele aus dem Jahr 2002 nicht nur erreicht, sondern oftmals übertroffen wurden. Das neue Umweltprogramm 2005 bis 2009 belegt das intensive Engagement im Umweltschutz und definiert zukünftige Handlungsfelder. Da der Umweltschutz fest in den kontinuierlichen Verbesserungsprozess aller Porsche Aktivitäten integriert ist, sollten auch die neuen Umweltziele aller Voraussicht nach erreicht werden.

Eine große Herausforderung für das Umweltmanagementsystem von Porsche sind zunehmend auch die politischen Entwicklungen. Am 1. Januar 2005 startete der europaweite Emissionshandel auf der Grundlage des internationalen Klimaschutzabkommens von Kyoto.



Insgesamt nehmen in der ersten Handelsperiode, die bis zum Jahr 2007 dauert, 1.849 Anlagen der Energiewirtschaft und der emissionsintensiven Industrie in Deutschland teil.

Bei Porsche fällt die Heizzentrale am Standort Zuffenhausen unter das Gesetz über den Handel mit Emissionsrechten. Zur Umsetzung des Gesetzes wurden dort die spezifischen Treibhausgase ermittelt und eine transparente Basis über die Emissionssituation geschaffen. Diese Daten wurden durch einen speziell dafür akkreditierten Gutachter überprüft und verifiziert. Derzeit wird ein Monitoring-System gemäß den EU-Vorgaben aufgebaut, das zur Überwachung und zur jährlichen Berichterstattung an die Behörden dient.

Umweltschutz an den weiteren Standorten

Seit Dezember 2004 wurde am Standort Weissach ein Umweltmanagementsystem nach der internationalen Norm ISO 14001 aufgebaut. Die erfolgreiche Erst-Zertifizierung erfolgte im Juni 2005. Sie dokumentiert, dass in unserem Entwicklungszentrum Umweltaspekte von der Entwicklung der Fahrzeuge bis zum Betrieb der Werkstätten, der Prüfstände und der Anlagen berücksichtigt werden und den Vorgaben der ISO 14001 entsprechen. Hervorzuheben ist dabei, dass das Umweltmanagementsystem in einem ehrgeizigen Zeitplan realisiert wurde, da sich die Mitarbeiter sehr stark engagierten.

Im vergangenen Geschäftsjahr wurde auch in Weissach erheblich in den Umweltschutz investiert. So sind ein neues Sonderabfalllager, ein Gefahrstofflager sowie eine neue Tankstelle errichtet worden.

Am Standort Ludwigsburg hat sich das einheitliche Abfallwirtschaftskonzept von Porsche bewährt. Mit den neuen Infotafeln „Aktiv für die Umwelt“ können die Mitarbeiter Abfall schnell zuordnen, was eine Voraussetzung für die effiziente Entsorgung ist.

Die Porsche Leipzig GmbH wurde im Juni 2005 erfolgreich nach der ISO 14001 zertifiziert. Mit erheblichen Investitionen sind die Umweltleistungen verbessert worden, etwa durch die neue Wasch- und Dichtigkeitsbox, mit welcher die fertig montierten Fahrzeuge auf Dichtheit geprüft werden, oder das neue Abfallzentrum im Kunden-

center. Ein Ziel der Umweltaktivitäten des Unternehmens in Leipzig ist es, den ökologischen Wert des Geländes mit seiner bestehenden Flora und Fauna dauerhaft zu erhalten. Die Ansiedlung von Auerochsen und Wildpferden war ein wichtiger Bestandteil des umfassenden Konzepts zur Landschaftspflege. Auf dem Areal sind daneben auch hohe Bestände an Hasen, Füchsen und Rehen zu beobachten, während Fledermäuse von der hohen Insektdichte über dem Biotop profitieren.

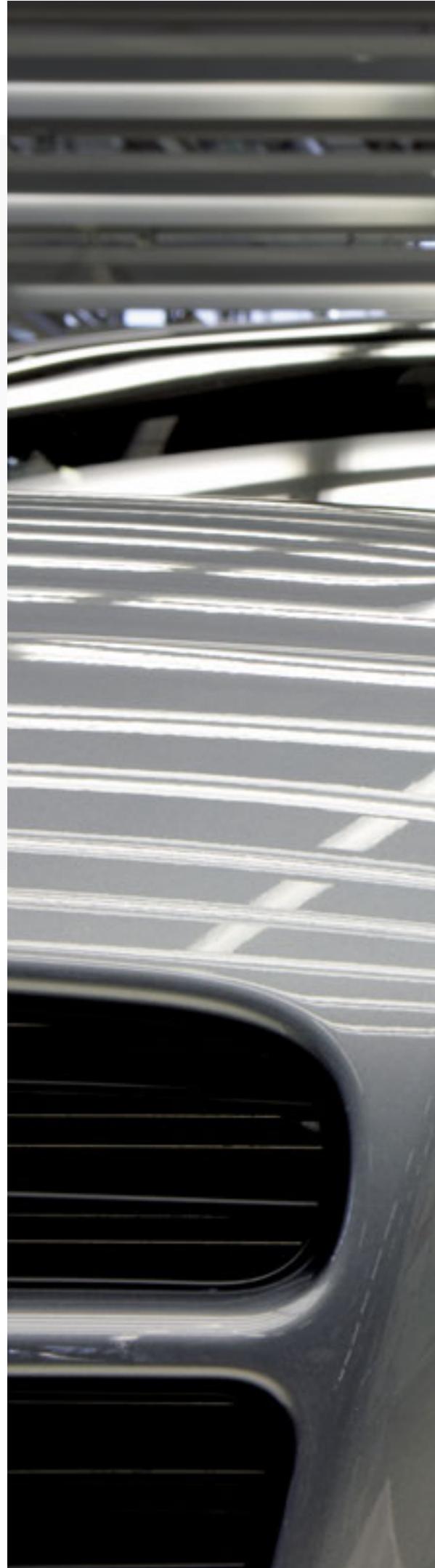
Kosten des Umweltschutzes

Es ist nicht einfach für Unternehmen, alle Investitionen und Aufwendungen für den Umweltschutz exakt zu ermitteln, denn in aller Regel sind die Umweltaktivitäten eng verflochten mit anderen Tätigkeiten. Darüber hinaus gibt es keine internationalen Standards zur Ermittlung der Umweltkosten, nur die statistischen Landesämter und das statistische Bundesamt verlangen die Definition der Kosten für bestimmte Umweltaktivitäten. Dennoch versucht Porsche, die Aufwendungen so präzise wie möglich zu beziffern. Hierunter fallen die Kosten für Abfallwirtschaft, Gewässerschutz, Lärmbekämpfung, Luftreinhaltung, Naturschutz, Landschaftspflege und Bodenschutz. Für diese Bereiche, die in der Regel dem Produktionsprozess der Fahrzeuge zugeordnet werden können, wurden im Geschäftsjahr 2004/2005 insgesamt 22,5 Millionen Euro aufgewendet und damit deutlich mehr als im Vorjahr.

Der wesentlich größere Teil der Kosten für den Umweltschutz entsteht allerdings bei der Entwicklung der Fahrzeuge. So verursachten noch strengere Forderungen in der Abgasgesetzgebung – beispielsweise zur Einführung der EURO 4-Grenzwerte seit dem Januar 2005 – einen erheblichen Entwicklungsaufwand. Es kann also nicht verwundern, dass im Berichtsjahr der weitaus größte Teil der gesamten Kosten für den Umweltschutz – die rund 1,4 Prozent des Konzernumsatzes betragen – im produktbezogenen Umweltschutz in der Entwicklung anfielen.

Die Mitarbeiter 2004/05

Die neue Standortsicherungsvereinbarung erlaubt es, unter Beachtung der geltenden Tarifverträge künftig noch flexibler und produktiver zu arbeiten.





Die hohe Bereitschaft zur Flexibilität und zu einem überdurchschnittlichen Arbeitseinsatz beweist den festen Willen der Belegschaft, die Wettbewerbsfähigkeit von Porsche zu stärken.



Der Erfolg von Porsche wäre ohne die große Leistungsbereitschaft und hohe Motivation der Belegschaft nicht denkbar. Eine starke Identifikation mit dem Unternehmen und seinen Produkten bildet ebenso wie die Beteiligung der Belegschaft am überdurchschnittlichen Erfolg die Grundlage für eine Unternehmenskultur, die durch einen außergewöhnlich hohen Grad an Mitarbeiterzufriedenheit gekennzeichnet ist. Für die hohe Motivation der Belegschaft spricht ebenfalls, dass im Berichtsjahr auch aufgrund des gestiegenen Fahrzeugabsatzes ein wiederum erhöhtes Arbeitspensum bewältigt wurde, während die Zahl der Beschäftigten im Konzern nur wenig über der des Vorjahres lag. Am Bilanzstichtag, dem 31. Juli 2005, waren im Konzern – ohne die voll konsolidierte Tochter CTS Fahrzeug-Dachsysteme GmbH – 11.008 (Vorjahr 10.729) Mitarbeiter beschäftigt. Einschließlich der CTS waren es 11.878 (Vorjahr 11.668) Personen, das ist ein Plus von 1,4 Prozent. Bei der Porsche AG blieb die Zahl der Mitarbeiter mit 7.995 (Vorjahr 7.992) fast konstant.

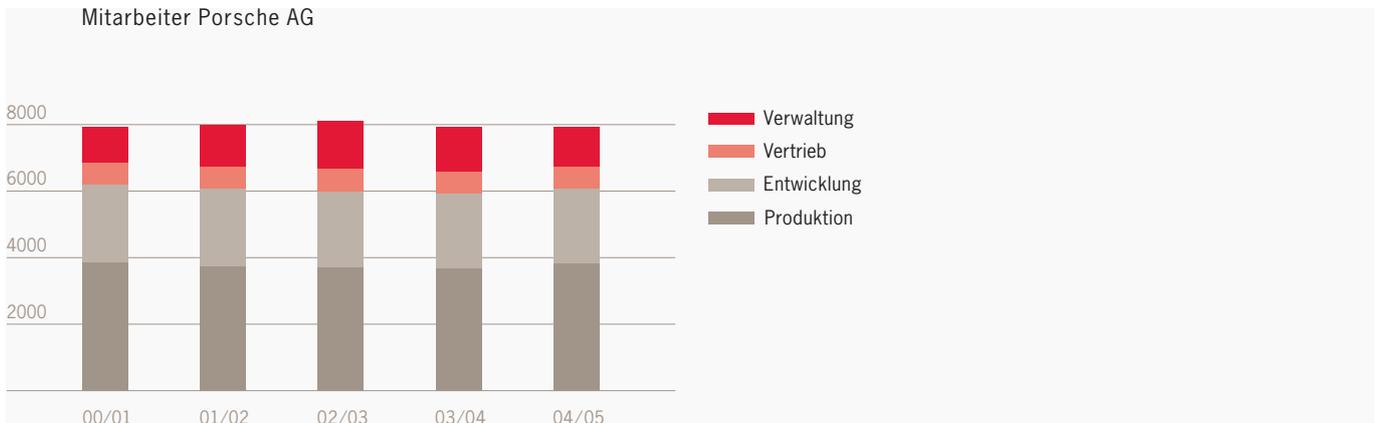
Neue Standortsicherungsvereinbarung abgeschlossen

Die Betriebsvereinbarung zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit und zur Standortsicherung, die im Juli 2000 abgeschlossen worden war, hat in den vergangenen Geschäftsjahren nachhaltig zum Unternehmenserfolg von Porsche beigetragen. In der Vereinbarung waren Regelungen zur Arbeitszeit und zu Produktivitätssteigerungen enthalten, die einen Rahmen vorgaben, in dem das Unternehmen seinen Wachstumskurs verfolgen konnte. Da die Vereinbarung im Juli 2005 auslief, wurde im Berichtsjahr zwischen Vorstand und Gesamt-

betriebsrat über eine neue Vereinbarung verhandelt, welche noch vor Ende des Berichtsjahres abgeschlossen worden ist. Die neue Regelung läuft bis zum 31. Juli 2010 und gilt erstmals nicht nur für die Mitarbeiter in der Produktion in Zuffenhausen, sondern sichert die Arbeitsplätze aller Mitarbeiter der Porsche AG an den Standorten Zuffenhausen, Ludwigsburg und Weissach. Für den Standort Leipzig gilt die Vereinbarung nicht, da es hier einen gesonderten Haustarifvertrag gibt. Übergreifendes Ziel der Regelung ist die Sicherung der wirtschaftlichen Eigenständigkeit des Unternehmens.

Wesentliche Voraussetzung für die neue Vereinbarung war die Bereitschaft der Mitarbeiter, unter Beachtung der geltenden Tarifverträge noch produktiver und flexibler zu arbeiten als bisher. Die Arbeitsabläufe werden in der Fertigung effizienter organisiert, das heißt, die zur Verfügung stehende Arbeitszeit wird noch intensiver genutzt. Porsche wird damit einen signifikanten Produktivitätssprung erzielen. Mit dem gleichen Personal können künftig deutlich mehr Fahrzeuge in Zuffenhausen gebaut werden.

Um die Arbeitsplätze auch vor dem Hintergrund der vereinbarten Produktivitätssteigerung zu sichern, wird Porsche in den nächsten fünf Jahren mehr als 600 Millionen Euro an den drei Standorten investieren. Beispiele hierfür sind die Verlängerung des Montagebands in Zuffenhausen, um mehr Fahrzeuge als bisher produzieren zu können, sowie der Bau einer neuen Lackiererei.



Die Standortsicherungsvereinbarung wurde unter den Prämissen der derzeitigen drei Baureihen von Porsche abgeschlossen und steht nicht im Zusammenhang mit der Entscheidung für den Bau des „Panamera“. Gleichwohl wird die Entscheidung für eine vierte Baureihe die Umsetzung dieser Vereinbarung positiv beeinflussen.

Mit der neuen Vereinbarung verpflichtet sich Porsche zudem, auch künftig Ausbildungsplätze in qualifizierten Berufen auf hohem Niveau bereitzustellen und alle Auszubildenden in ein unbefristetes Arbeitsverhältnis im Unternehmen zu übernehmen. Vorstand und Gesamtbetriebsrat tragen damit der Bedeutung junger, qualifizierter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für Porsche und zugleich der gesellschaftlichen und sozialen Verantwortung des Unternehmens Rechnung.

Positive Erfahrungen mit Altersteilzeit

Mit dem Gesetz zur Altersteilzeit hat der Gesetzgeber eine Voraussetzung zur Entlastung des Arbeitsmarktes geschaffen, indem Beschäftigte die Möglichkeit erhalten, vorzeitig aus dem Erwerbsleben auszuscheiden. Bereits im April 1998 unterzeichneten Vorstand und Gesamtbetriebsrat von Porsche auf der Grundlage der für die Metall- und Elektroindustrie abgeschlossenen tariflichen Altersteilzeitregelungen eine Betriebsvereinbarung über die Umsetzung der Altersteilzeit im Unternehmen. Aufgrund der positiven Erfahrungen wurde diese Betriebsvereinbarung im März 2005 neu verhandelt und bis zum 31. Dezember 2009 verlängert. Dies entspricht der Laufzeit des Altersteilzeitgesetzes. Letztmals werden demnach Mitarbeiter am 1. Dezember 2009 mit der Altersteilzeit beginnen können.

Die Altersteilzeitregelung erlaubt Porsche auch, die Verjüngung der Belegschaft und damit die Sicherung der Nachwuchsgewinnung und -entwicklung fortzusetzen. Durch die rechtzeitige Wiederbesetzung der Altersteilzeitstellen wird zudem der Know-how-Transfer zwischen den älteren und jungen Mitarbeitern gewährleistet. Das Altersteilzeitmodell trägt damit maßgeblich zur Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens und zur Entlastung des Arbeitsmarktes bei. Seit Einführung der Altersteilzeit im August 1998 haben insgesamt 938 Mitarbeiter einen solchen Vertrag unterzeichnet. Am 31. Juli 2005 befanden sich hiervon 163 Mitarbeiter in der Freistellungsphase. Auch im laufenden

Geschäftsjahr haben die Mitarbeiter, die 55 Jahre oder älter sind, die Möglichkeit, einen Altersteilzeitvertrag abzuschließen.

Nachwuchsförderung sichert Wettbewerbsfähigkeit

Die Ausbildung junger Menschen hat bei Porsche eine lange Tradition. Weil kompetente und leistungsbereite Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die wichtigste Bedingung für die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens sind, wurden im Berichtsjahr erneut alle Auszubildenden, die ihre Ausbildung erfolgreich abgeschlossen haben, in ein Arbeitsverhältnis übernommen.

Am 31. Juli 2005 hatte Porsche 198 technisch-gewerbliche und 16 kaufmännische Auszubildende in Zuffenhausen. Hinzu kamen 20 Studenten, die im Rahmen eines Ausbildungsvertrags mit Porsche an der Berufsakademie Stuttgart ein Studium der Elektrotechnik, Wirtschaftsinformatik oder des Wirtschaftsingenieurwesens absolvieren.

Porsche rekrutiert einen großen Teil seiner akademischen Nachwuchskräfte aus ehemaligen Praktikanten und Diplomanden. Im Berichtsjahr wurden mehr als 80 Prozent der offenen Stellen für Akademiker aus dieser Gruppe besetzt. Auf solche personelle Ressourcen zurückgreifen zu können, ist auch ein Beweis für die erfolgreiche Nachwuchsförderung der vergangenen Jahre, der angesichts sinkender Zahlen von Studienanfängern in den ingenieur- und naturwissenschaftlichen Studiengängen große Bedeutung zukommt.

Um auch künftig eine optimale Rekrutierung des Nachwuchses zu gewährleisten, wurde im Berichtsjahr mit der Anpassung der studentischen Programme auf die neu ausgerichteten Studiengänge und Abschlüsse (Bachelor/Master) begonnen. Darüber hinaus wurden die bestehenden Kooperationen ausgebaut. So erstreckt sich die Zusammenarbeit mit dem Hochschulkarrierezentrum „femtec GmbH“, die junge Frauen in natur- und ingenieurwissenschaftlichen Studiengängen fördert, auf fünf renommierte technische Universitäten in Deutschland.

Dass Porsche als Arbeitgeber beim wissenschaftlichen Nachwuchs sehr beliebt ist, zeigt nicht zuletzt die bedeutendste Umfrage unter

Sichere und gesunde Arbeitsbedingungen zu fördern und zu erhalten ist ein Grundsatz, zu dem sich Porsche aufgrund seiner unternehmerischen und sozialen Verantwortung verpflichtet hat.

Absolventen auf dem deutschen Markt, die das Institut für Personalmarketing „Trendence“ durchführte. In ihr nimmt Porsche bei der Frage nach den angesehensten Arbeitgebern bei Ingenieuren und Wirtschaftswissenschaftlern weiterhin Top-Platzierungen ein.

Fortbildung für Führungskräfte

Der in den vergangenen Jahren kontinuierlich ausgebauten Strategische Führungsprozess zielt darauf ab, die hohe Kompetenz im Management des Porsche Konzerns zu sichern. Die Nachwuchsprogramme zur gezielten Förderung junger Leistungs- und Potenzialträger wurden daher konsequent fortgesetzt: Dies gilt sowohl für die zweijährige „Porsche Nachwuchs-Förderung“ (PNF) für Nachwuchskräfte aus der Porsche AG und den deutschen Tochtergesellschaften als auch für „Globalution“, das konzernweite Programm zur Vorbereitung auf internationale Aufgaben. Im Berichtsjahr haben insgesamt drei Gruppen ihre Programme erfolgreich abgeschlossen. Erneut konnten zahlreiche Leitungsfunktionen durch Teilnehmer dieser Programme besetzt werden.

Für erfahrene Führungskräfte wurde im Berichtsjahr das „Porsche Management Training“ (PMT) in Kooperation mit der „European Business School“ in Oestrich-Winkel fortgesetzt. Neben der Vermittlung aktueller und praxisnaher Themenfelder des General Managements fördert das Programm die Netzwerkbildung, den Ausbau eines gemeinsamen Führungsverständnisses und stärkt insgesamt das unternehmerische und konzernbezogene Denken und Handeln.

Neue Führungsleitlinien eingeführt

Um den veränderten Anforderungen im Wettbewerb gerecht zu werden, wurden im Berichtsjahr die im Vorjahr überarbeiteten Porsche Führungsleitlinien in drei Schritten eingeführt. Nach der Vorstellung in mehreren Informationsveranstaltungen hatten die Führungskräfte die Möglichkeit, sich in Workshops aktiv mit deren Inhalt auseinanderzusetzen. Darüber hinaus wurde damit begonnen, die neuen Führungsleitlinien in Zielgruppenprogramme des Strategischen Führungsprozesses wie zum Beispiel „Porsche Nachwuchs-Förderung“ (PNF) oder „Porsche Führungskräfte-Entwicklung“ (PFE) zu integrieren.

Die inhaltlichen Schwerpunkte der neuen Führungsleitlinien bilden die Verpflichtung zur Qualität von Produkten und Prozessen, der Gedanke der schlanken Produktion und die Förderung der Mitarbeiter. Zudem wird eine Besonderheit herausgehoben: Porsche ist – obwohl ein vergleichsweise kleiner Hersteller – unabhängig und möchte das auch in Zukunft bleiben. Diese Eigenständigkeit spielt in der gesamten Unternehmensgeschichte eine tragende Rolle und wurde auch von Professor Ferry Porsche immer betont.

Gesundheitsförderung und Arbeitssicherheit

Die Gesundheit der Mitarbeiter ist für deren Leistungsfähigkeit und damit den Unternehmenserfolg von größter Bedeutung. In diesem Zusammenhang wird großer Wert auf die Prävention von Krankheiten gelegt, wozu auch die elften Porsche-Gesundheitstage gehörten, die

im Mai 2005 das Thema Immunsystemfunktion/Impfen behandelten. In Zusammenarbeit mit der Abteilung für Rheumatologie und klinische Immunologie der Universität Freiburg wurde dabei erstmals deutschlandweit eine individuelle, anonyme und Web-basierte Fragebogenaktion zur Funktionstüchtigkeit des Immunsystems durchgeführt. Rund 400 Porsche-Mitarbeiter haben ihr Immunsystem auf Stärken und Schwächen prüfen lassen.

In der Arbeitssicherheit werden die folgenden zentralen Themen behandelt: Erstellen sicherheitsgerechter Anlagenkonzepte einschließlich der fehlerfreien Montage, objektive Beurteilung der Gefährdung in Arbeitsabläufen und aktive Förderung des Sicherheitsbewusstseins der Mitarbeiter. Zusätzlich zu den ressortübergreifenden Maßnahmen werden kontinuierlich Programme entwickelt und umgesetzt, die den speziellen Bedürfnissen der jeweiligen Standorte entsprechen.

Sensibilisierung für Umweltthemen

In einem produzierenden Unternehmen wie Porsche ist der Umweltschutz eine gemeinsame Aufgabe des fest installierten Umweltmanagementsystems wie auch jedes einzelnen Mitarbeiters, weswegen die Belegschaft regelmäßig über Umweltschutzthemen informiert wird. Im Berichtsjahr wurde das Faltblatt „Aktiv für die Umwelt“ aktualisiert und an alle Mitarbeiter verteilt. Es befasst sich unter anderem mit den Umweltleitlinien bei Porsche.

Darüber hinaus fand im Juli 2005 in Zuffenhausen und Weissach die sechste Umweltwoche statt; sie stand unter dem Motto „Aktiv im grünen Bereich“. Die Mitarbeiter wurden vom produktorientierten Umweltschutz, über das Umweltmanagementsystem mit den Zertifizierungen an den Standorten Zuffenhausen und Weissach bis hin zum Naturschutz am Standort Leipzig umfassend informiert. Die gute Resonanz auf die Veranstaltung war auch ein Beleg dafür, dass das Thema Umweltschutz einen hohen Stellenwert bei den Mitarbeitern einnimmt.

Dank an unsere Mitarbeiter

Die hohe Bereitschaft, einen flexiblen und überdurchschnittlichen Arbeitseinsatz zu zeigen, beweist den festen Willen der Belegschaft, die Wettbewerbsfähigkeit von Porsche weiter zu steigern. Zudem waren hohe fachliche Kompetenz und Eigeninitiative auch im Berichtsjahr entscheidende Faktoren dafür, dass die äußerst ehrgeizigen Geschäftsziele erreicht und sogar übertroffen werden konnten. Dafür möchte der Vorstand allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ganz besonders danken.

Insbesondere gilt dieser Dank auch den Arbeitnehmervertretern, die sich für die Interessen der Belegschaft eingesetzt, Verständnis für betriebswirtschaftliche notwendige Entscheidungen aufgebracht und so aktiv an der Zukunftsfähigkeit des Unternehmens mitgewirkt haben. Die zielführende Kooperation zwischen Unternehmensleitung und Arbeitnehmervertretung bildet den Kern der ganz besonderen Unternehmenskultur, die Porsche auszeichnet, und ohne die der dauerhafte Erfolg des Unternehmens nicht möglich wäre.

Struktur des Personalaufwands der Porsche AG (nach IFRS)

	2004/05		2003/04	
	Mio €	%	Mio €	%
Löhne und Gehälter (Basisaufwand)	337,0	100,0	332,9	100,0
Bezahlte Ausfallzeiten	79,0	23,4	80,5	24,2
Bezahlter Tarifierurlaub	48,4		47,4	
Feiertagsvergütung	9,8		13,5	
Lohn- und Gehaltsfortzahlung bei Krankheit	12,4		11,9	
Sonstige Ausfall- und Erholungszeiten	8,4		7,7	
Sozialausgaben	82,2	24,4	84,9	25,5
Sozialversicherungsbeiträge	79,1		80,4	
Berufsgenossenschaftsbeiträge	3,1		4,5	
Nebenleistungen	146,3	43,4	141,5	42,5
Weihnachtsgeld und Sondervergütung	121,2		116,4	
Vermögenswirksame Leistungen	2,3		2,3	
Urlaubsvergütung	21,3		20,9	
Sonstige Aufwendungen	1,5		1,9	
Altersversorgung und Unterstützung	19,0	5,6	16,2	4,9
Altersteilzeit bis 2005	6,8	2,0	3,5	1,1
Altersteilzeit von 2006 – 2009	12,7	3,8	23,7	7,1
Bildungsaufwand*	13,4	4,0	13,2	4,0
Soziale Dienste*	12,5	3,7	13,5	4,1
Doppelt erfasste Beträge	- 7,5	- 2,2	- 7,6	- 2,3
Summe Zusatzaufwand	364,4	108,1	369,4	111,1
Personalaufwand (Basis- und Zusatzaufwand)	701,4	208,1	702,3	211,1
davon sonstiger Aufwand	- 5,5	- 1,6	- 4,9	- 1,5
Personalaufwand laut Gewinn- und Verlustrechnung	695,9	206,5	697,4	209,6
* ohne Umlagekosten				



Die Produktion 2004/05

Der anspruchsvolle Übergang zu den neuen Generationen der Sportwagen lief im Produktionsbereich reibungslos ab. Die Qualität der Fahrzeuge wurde einmal mehr gesteigert.

■ **Produktanläufe erfolgreich umgesetzt**

Das Geschäftsjahr 2004/05 war für das Produktionsressort durch eine Vielzahl von Herausforderungen geprägt, wozu insbesondere die parallele Fertigung von Fahrzeugen verschiedener Generationen und Baureihen gehörte. So begann in Zuffenhausen zeitgleich zum Produktionsanlauf des neuen Boxster die Fertigung weiterer Varianten der neuen – intern 997 genannten – Generation des 911. Dazu zählte das 911 Carrera Cabriolet. Gleichzeitig ging die Montage verschiedener Varianten der vorigen Generation des 911 weiter, wozu etwa die Turbo-Modelle gehörten.

Zeitweise wurden im Berichtsjahr im Stammwerk 16 verschiedene Modelle auf dem gleichen Montageband gefertigt. Dies stellte eine große Herausforderung aufgrund der Vielfalt an Bauteilen und Lieferanten sowie der fortlaufenden Qualifizierungsmaßnahmen der Mitarbeiter dar. Auch im laufenden Geschäftsjahr bleiben die Anforderungen hoch, werden doch weitere Varianten des 911 wie die Allrad-Modelle auf dem gleichen Montageband gefertigt.

Insgesamt konnte der anspruchsvolle Übergang zu den neuen Sportwagen-Generationen reibungslos vollzogen werden. Bei allen Produktionsanläufen wurden die Ziele planmäßig erreicht. Herausragend war dabei das hohe Qualitätsniveau, setzten die neuen Fahrzeuge doch wiederum erhöhte Maßstäbe in der Fertigungsqualität.

Zu dieser erneuten Qualitätsverbesserung trug ein Bündel von Maßnahmen bei, wozu ganz besonders der Simultaneous Engineering-Prozess zählt. Aus dieser bereits im Produktentstehungsprozess einsetzenden intensiven Zusammenarbeit zwischen der Fahrzeug-Produktion und der Fahrzeug-Entwicklung resultieren technische Verbesserungen, zu denen etwa die Entwicklung des sogenannten Porsche Aufnahmekonzepts gehört. Dieses stellt sicher, dass die Toleranzen bezüglich Funktionsmaßen und Optik bei Komponenten vom Pressteil bis zur fertigen Karosserie bereits in der Entwicklungsphase erheblich verringert werden.

Eine weitere Maßnahme, die die Fertigungsqualität der Fahrzeuge steigerte, war die Ausweitung der Teamarbeit. Sie ist ein wichtiger Faktor, um die Arbeit flexibel zu gestalten und gleichzeitig höchsten Qualitätsansprüchen zu genügen. In diesem Zusammenhang fand ein umfangreiches Schulungsprogramm für die Werkstattemitarbeiter statt, das ihnen die Produktionsprozesse der neuen Sportwagen-Modelle eingehend vermittelte. Darüber hinaus sorgte ein übergreifendes Anlaufmanagement, das vom Lieferanten bis zum fertigen Fahrzeug reicht, für einen reibungslosen Ablauf der Produktion.

Um schließlich auch der steigenden Nachfrage nach den neuen Sportwagen-Modellen gerecht zu werden, wurden in Zuffenhausen alle Möglichkeiten genutzt, die das flexible Arbeitszeitmodell von Porsche bietet. Dazu gehörten längere Schichten in der Produktion, ermöglicht durch den Abbau von in den Vorjahren angelaufenen Minderstunden auf den Arbeitszeitkonten der Werker.

Produktionsvolumen gesteigert

Angesichts der großen Nachfrage nach den neuen Sportwagen-Modellen und der anhaltend hohen Verkaufszahlen des Cayenne hat Porsche im Geschäftsjahr 2004/05 insgesamt 90.954 Fahrzeuge produziert; das ist ein Plus von 11,6 Prozent. Im Stammwerk Zuffenhausen liefen 33.048 Fahrzeuge vom Band, in Leipzig 42.014 Einheiten, und unser finnischer Partner fertigte 15.892 Fahrzeuge. Auf die einzelnen Baureihen verteilt sich die Produktion wie folgt: Vom 911 wurden 28.619 Fahrzeuge gefertigt, davon entfiel mit 24.596 Einheiten der größte Teil auf dessen neue Fahrzeuggeneration.

Auch die zweite Boxster-Generation wird – wie ihr Vorläufer – in Arbeitsteilung zwischen Zuffenhausen und unserem finnischen Partner produziert. Insgesamt betrug die Boxster-Produktion im Berichtsjahr 20.321 Einheiten, davon wurden 15.892 Fahrzeuge in Finnland montiert. In der Gesamtzahl der produzierten Boxster-Modelle sind auch noch einige wenige Einheiten der ersten Generation des Roadsters enthalten, die im Oktober 2004 auslief, sowie in geringem Umfang zur Erprobung bestimmte Cayman S-Modelle.

In Leipzig wurden nicht nur 41.299 Einheiten der Baureihe Cayenne hergestellt, sondern auch 715 Fahrzeuge des Carrera GT. Von diesem in der Gesamtstückzahl limitierten Hochleistungs-Sportwagen verließen in den vergangenen beiden Geschäftsjahren 985 Einheiten die Werkshallen.

Fertigungsprozesse optimiert

Auch im Berichtsjahr wurden die Prozessabläufe bei der Produktion weiter verbessert. Dies erfolgte unter anderem durch die Integration neuer Technologien, zu denen die Verarbeitung von Aluminium-Komponenten im Rohbau gehörte.

Im Karosseriebau wurde die Anwendung der Klebetechnik zugunsten einer sehr hohen Struktursteifigkeit des Fahrzeuges stark ausgedehnt. Desweiteren wurden, nachdem die Fertigung der vorigen Generation des 911 gegen Ende des Berichtsjahres auslief, die Flächen in der Produktion neu strukturiert und die Abläufe mit den Instrumenten des Porsche Verbesserungs-Prozesses optimiert.

Das neue Motorenwerk in Zuffenhausen ging im Berichtsjahr in Betrieb. Dadurch ist es möglich, die Motorenfertigung von der Fahrzeugmontage zu trennen und die Arbeitsabläufe noch effizienter zu gestalten.



Auf den frei gewordenen Flächen konnten zuvor aufgrund der Parallelfertigung ausgelagerte Fertigungsprozesse wieder in die Montage integriert werden.

Zahlreiche Projekte und Workshops dienen im Berichtsjahr der nachhaltigen Sicherung der Qualität in allen Fertigungsprozessen, wozu etwa der Einsatz elektronischer Diagnoseverfahren bereits am Montageband gehörte. Qualitätsmerkmale lassen sich dadurch bereits während der Produktion prüfen und nicht erst am fertigen Fahrzeug, so dass die Mitarbeiter diese Mängel sofort erkennen und abstellen können.

Insgesamt wurden Effektivität und Effizienz der Qualitätssicherung vor allem durch die Reorganisation des zuständigen Bereichs weiter verbessert. Das Ziel war, die Fehlerprävention zu optimieren, indem Informationen schneller zur Verfügung stehen und die Schnittstellen zwischen der Analyse von Mängeln und deren Beseitigung noch weiter reduziert werden. Dafür wurden alle Qualitätsprozesse, -methoden und -systeme analysiert und verbessert.

Das aktuelle und zukünftige Wachstum des Unternehmens erfordert eine ständige Optimierung der Logistik. Die mit dem Werk Leipzig erfolgte Ausweitung der Standorte und die zunehmende Teilevielfalt infolge der Ausweitung der Modellpalette haben auch eine höhere Komplexität des Fertigungsverbundes zur Folge. Dem wurde durch die Einrichtung einer zentralen Planungs- und Koordinierungsfunktion zur optimalen Gestaltung der Logistikkabläufe Rechnung getragen. Am Standort Zuffenhausen sind in diesem Zusammenhang die zentralen Logistikkbereiche wie Wareneingang, Lager, Kommissionierung, innerbetrieblicher Transport oder Teile-Bereitstellung neu gestaltet worden. Die Verantwortung für die Qualitätssicherung bei zugelierten Serienteilen wurde auf den Logistikkbereich übertragen. Dieser hat nun dafür Sorge zu tragen, dass die richtigen Teile zur richtigen Zeit in der richtigen Qualität am richtigen Ort sind. Mit dem Zusammenführen von operativ steuernden und ausführenden Logistikfunktionen über die komplette Prozesskette wurden die Voraussetzungen geschaffen, den Wandel von der klassischen Logistik hin zu einem übergreifenden Supply Chain-Management zu vollziehen.

Produktionsabläufe in Leipzig verbessert

Aufgrund der großen Nachfrage nach dem Cayenne auf den weltweiten Märkten wurde die Fertigungskapazität des Werks in Leipzig im Berichtsjahr erhöht. Möglich geworden ist dies auch durch die Erweiterung der Fertigungshalle um 3.000 Quadratmeter, wodurch der Produktionsablauf optimiert werden konnte.

Im Berichtsjahr wurde in diesem Zusammenhang die Verpackung für den Auslieferungstransport der Fahrzeuge in den Fertigungsprozess integriert. Dadurch konnte auch der Einsatz von Kunststofffolien reduziert werden. Weitere Optimierungen werden nun nach dem Vorbild des Werkes in Zuffenhausen vorgenommen, um die Flexibilität und Qualität in der Produktion weiter zu verbessern. Diesem Ziel dient auch die systematische Weiterbildung der Mitarbeiter.

Im Porsche Werk in Leipzig gab es im Jahr 2005 zwei Produktionsjubiläen zu feiern: Nachdem im Juni der 100.000ste Cayenne vom Band gelaufen war, wurde im August das 1.000ste Exemplar des Hochleistungssportwagens Carrera GT gefertigt. Der Carrera GT weckt indes Emotionen nicht nur durch die Fahrerlebnisse, die er auf der Straße bietet, sondern schon bei der Produktion. So sind sich die Mitarbeiter im Werk Leipzig durchaus dessen bewusst, was es heißt, das Topmodell von Porsche zu bauen. Insgesamt montieren rund 70 hochqualifizierte Spezialisten das Fahrzeug auf einer Montagelinie in acht Takten, wobei der 612 PS starke Zehnzylinder-Motor aus dem Porsche Stammwerk Zuffenhausen zugeliefert wird.

Motorenwerk fertig gestellt

Um den Wachstumskurs des Unternehmens abzusichern, wurde in Zuffenhausen ein neues Motorenwerk errichtet. Nach 14 Monaten Bauzeit ist das neue Werk im Januar 2005 mit der Montage der Achtzylinder-Motoren für den Cayenne in Betrieb genommen worden. Durch den Neubau ist es möglich, die Motorenfertigung in einem Bau zu konzentrieren. Das neue Werk zeichnet sich durch eine große Offenheit und Transparenz aus und entspricht dadurch dem in Leipzig geschaffenen Standard der Werksgestaltung. Die Arbeitsabläufe in dem neuen Motorenwerk sind durch eine große Effizienz geprägt, die bereits mit dem optimierten Wareneingang der zugelierten Teile



beginnt. Der Motorentransport erfolgt über neuartige, magnetgesteuerte fahrerlose Transportsysteme. Das Material wird über Rollwagen und Elektroschleppzüge ohne Gabelstapler bereitgestellt, was zu einer Beschleunigung der Teileversorgung beiträgt. Auch die Bereitstellung der Materialien an den Montagebändern wurde optimiert. Zudem wurde in das neue Werk die Fertigung von Motoren-Prototypen für neue Modelle integriert, in deren Rahmen auch Mitarbeiter geschult werden.

Investitionen für den Umweltschutz

Im Berichtsjahr wurden erhebliche Investitionen getätigt, um die Umweltbelastung durch Anlagen und Produkte zu verringern. Diese Thematik wird auch im Kapitel „Porsche und Umwelt“ dieses Geschäftsberichts beleuchtet. Im Vordergrund der Umweltschutzinvestitionen in Zuffenhausen stand das neue Motorenwerk, bei dem höchste Anforderungen an die Technik gestellt wurden, wodurch die Genehmigung nach dem Bundes-Immissionsschutzgesetz problemlos erfolgte. So wird die Abwärme der Heißtestprüfstände zur Heizung der Fabrik genutzt. Durch die Aufbereitung in einem Kreislauf wird der Einsatz von Ethylenglykol um die Hälfte reduziert.

Porsche ist nicht nur nach ISO 14001 zertifiziert, sondern stellt sich darüber hinaus auch erfolgreich dem europäischen Verfahren EMAS. Eine Besonderheit dieses Verfahrens ist es, dass Ziele zur ständigen Verbesserung der Umwelleistungen festgelegt werden müssen und diese kontinuierlich verfolgt werden.

Künftige Effizienzsteigerungen vereinbart

Über die dargestellten Schritte hinaus wird Porsche auch in Zukunft die Effizienz in der Produktion weiter steigern. In der Ende Juli 2005 vom Vorstand und Betriebsrat unterzeichneten Vereinbarung zur langfristigen Sicherung der Standorte Zuffenhausen, Ludwigsburg und Weissach – auf die im Kapitel „Mitarbeiter“ näher eingegangen wird – sind dazu wesentliche Schritte festgeschrieben worden.

So können die im Tarifvertrag vorgegebenen Erholzeitpausen im Leistungslohn bei Produktionsunterbrechungen unmittelbar angerechnet werden. Auch eine effizientere neue Eintaktungslogik der Fahrzeuge in den Bändern und eine optimierte Methode zur Ermittlung der Fertigungszeiten wurden vereinbart. Bei Bedarf können außerdem pro Jahr zwölf zusätzliche Sonderschichten gefahren werden.

Weiter ist in der bis Ende Juli 2010 geltenden Standortsicherungsvereinbarung festgeschrieben, dass in Zuffenhausen die Montagebänder verlängert werden, um dort mehr Fahrzeuge als bisher produzieren zu können. Auch alle Porsche Motoren für die derzeitigen und künftigen Modelle werden ausschließlich in Zuffenhausen produziert. Die einzelnen Gewerke der Produktion bleiben erhalten, ebenso das Ersatzteillager in Ludwigsburg. Außerdem soll in eine neue Lackiererei am Standort Zuffenhausen investiert werden.

Alle diese Maßnahmen sind ein klares Signal, dass Porsche auch langfristig auf den Produktionsstandort Deutschland setzt.

Forschung und Entwicklung 2004/05

Die Entwicklung zusätzlicher 911-Varianten prägte die Arbeit der Ingenieure in Weissach, und mit dem Cayman S wurde ein weiteres eigenständiges Fahrzeug auf den Markt gebracht.







Der Schwerpunkt der Aktivitäten im Unternehmensbereich Forschung und Entwicklung lag im Berichtsjahr auf dem Ausbau der 911-Baureihe, wozu insbesondere die Cabriolet- und Allrad-Varianten der neuen Generation zählen. Parallel dazu wurde mit dem Cayman S ein neues eigenständiges Fahrzeug konzipiert, das sich in Design und Motorisierung klar vom Boxster und 911 unterscheidet. Zudem wurde die Attraktivität des Cayenne durch ergänzende Ausstattungsangebote weiter erhöht, wozu etwa das Panoramadach gehört.

Im Zuge der Weiterentwicklung der Modellpalette hat sich das Entwicklungs-Ressort von Porsche auch stark auf dem Feld der Elektrik/Elektronik engagiert, das von einem rasanten technischen Fortschritt geprägt ist. Diesem wurde etwa durch eine stärkere Betonung der Vorentwicklung Rechnung getragen, schafft sie doch die Grundlagen für eine erfolgreiche Serienentwicklung der Fahrzeuge. Zudem haben sich die Ingenieure des Weissacher Entwicklungszentrums intensiv den Themen Emissionen und Sicherheit gewidmet und für zukünftige Fahrzeuggenerationen innovative Konzepte erarbeitet.

Um die technische und organisatorische Führungsposition des Porsche-Entwicklungszentrums zu halten und auszubauen, müssen auch dort die Abläufe und Prozesse kontinuierlich verbessert werden. Dazu gehört der Ausbau von Versuchseinrichtungen und Simulationsprogrammen, der im Berichtsjahr weiter vorangetrieben wurde.

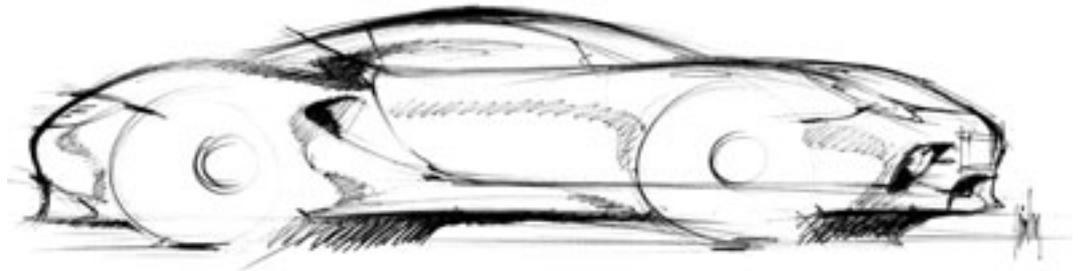
911 Carrera Cabriolet mit vielen technischen Neuerungen

Entsprechend der Porsche Dramaturgie bei Modelleinführungen kam im Berichtsjahr nur wenige Monate nach dem Debüt des neuen 911 Carrera Coupés auch eine Cabriolet-Version auf den Markt, die erstmals von der Markteinführung an in zwei Leistungsvarianten angeboten wird. Das Design ist eine progressive Weiterentwicklung der klassischen Form des 911. Die Spur wurde gegenüber dem Vorgänger verbreitert, die Taillierung des Fahrzeugs deutlich verstärkt. Durch die klare Linienführung und die Betonung des Hinterwagens mit breiteren Kotflügeln wurde die Fahrzeugsilhouette noch kraftvoller. Um diese auch mit dem Softtop wirkungsvoll zur Geltung zu bringen, arbeiteten die Designer besonders intensiv an den Übergängen im Heckbereich.

Häufig muss der Genuss des offenen Fahrens mit Einbußen bei der Aerodynamik erkaufte werden. Die Porsche Entwickler haben jedoch auch in diesem Punkt keine Kompromisse gemacht: Bei geschlossenem Verdeck liegt der Luftwiderstandsbeiwert (cW-Wert) des Cabriolets bei 0,29 (Vorgängermodell: cW = 0,30) und entspricht damit exakt dem des 911 Carrera S Coupé. Erreicht wurde dieser im Konkurrenzvergleich hervorragende Wert unter anderem durch eine sehr gute Integration des Stoff-Verdecks in die Aerodynamik.

Das Verdeck des neuen offenen 911 basiert auf der bewährten Form und Technik des Vorgängermodells, wurde aber in einigen Details verbessert. Eine dezente Wasserleitkante über den Türen verringert

Der Cayman S ist sofort als Porsche erkennbar, setzt sich aber gleichzeitig deutlich vom Boxster und 911 ab. Seine Designer ließen sich bei ihren Skizzen durch frühere Modelle wie den Rennsportwagen 904 inspirieren.



jetzt das Abtropfen von Regenwasser. Einschließlich der Bedienhydraulik im Fond wiegt das Faltdach 42 Kilogramm und damit knapp die Hälfte eines vergleichbaren Vario-Klappdaches. Das wirkt sich positiv auf die Fahreigenschaften aus.

Auch das Hardtop wurde verbessert. Im hinteren Bereich wird es nicht mehr über Bajonettverschlüsse, sondern mit zwei Schraubverschlüssen befestigt, so dass eine Geräuschminderung im Innenraum erreicht wird. Die Montage ist nicht nur wegen des geringen Gewichts sehr einfach. So wird etwa die elektrische Verbindung zur Heckscheibenheizung automatisch und ohne zusätzliche Kabel über die hinteren Aufnahmepunkte hergestellt. Wie beim Stoffverdeck sorgen auch beim Hardtop neue Dichtungen für eine bessere Regenwasserführung.

Die ausgezeichneten Fahreigenschaften der neuen 911-Modelle ist auch auf die eingesetzten Leichtbaukonzepte zurückzuführen. Beim 911 Carrera Cabriolet gilt das speziell für die Auswahl der Werkstoffe des Verdeck- und Überrollschutzsystems, sowie für Versteifungen an der Karosserie. Das 911 Carrera Cabriolet hat deshalb ein Leergewicht von nur 1.480 Kilogramm und die S-Variante von 1.505 Kilogramm. Damit unterbieten diese Fahrzeuge ihre Wettbewerber deutlich.

Bei der Entwicklung des Rohbaus der neuen 911 Carrera Cabriolets standen zwei Ziele im Vordergrund: die Karosseriesteifigkeit und die passive Sicherheit. Um das zusätzliche Gewicht des Cabriolets zu minimieren, wurde die Karosserie des Coupés so strukturiert, dass die offene Variante durch wenige Modifikationen entwickelt werden konnte. Bereits in einem frühen Stadium wurden Karosserie-Versteifungen für das Cabriolet eingeplant und auch der Heckbereich wurde so ausgelegt, dass der Verdeckkasten problemlos integriert werden konnte. Um die Karosserie-Eigenschaften weiter zu verbessern, wurden neue Verfahren und Materialien genutzt. Die vorderen und hinteren Längsträger bestehen nun aus „Tailored Blanks“, bei denen unterschiedlich dicke Stahlbleche per Laser zusammenschweißt werden. Im Verbund mit den vorderen Längsträgern sorgt der Stirnwandquerträger aus höchstfestem Stahl für eine hohe Widerstandsfähigkeit bei Kollisionen. Dank dieser Neuerungen wiegt die Rohkarosserie des Cabriolets nur rund sieben Kilogramm mehr als die des Coupés.

Offene Fahrzeuge neigen wegen ihrer geringeren Verwindungssteifigkeit zu stärkeren Torsionsschwingungen als ein Coupé. Um diese weiter zu reduzieren wurde zum einen die Torsions- und Biegesteifigkeit der Karosserie erhöht und zum anderen ein neues Konzept für die Motorlagerung entwickelt, bei dem der komplette Antriebsblock von Motor und Getriebe als Tilgermasse gegen Karosserieschwingungen dient. Dadurch wurde eine feinfühligere Fahrwerksabstimmung möglich.

Besonders hervorzuheben ist auch die bessere Sicherheit bei einem Überschlag des Cabriolets, entstand doch durch Optimierungen in der Fahrzeugstruktur, beim Überrollsensor und bei der Auslegung des Innenraumes ein aufeinander abgestimmtes Überrollschutzsystem. Höchsthochwertige Stahlrohre in den A-Säulen und U-förmige Überrollbügel vergrößern dabei den Überlebensraum der Insassen. Die hinter den Rücksitzen untergebrachten Überrollbügel werden in Bruchteilen einer Sekunde in Position gebracht. Gleichzeitig werden die Insassen durch Aktivierung der Gurtstraffer fest in ihren Sitzen gehalten. Energieaufnehmende Verkleidungsteile im Innenraum tragen zu einer weiteren Erhöhung des Insassenschutzes bei, der auch durch das POSIP-System („Porsche Side Impact Protection-System“) verbessert wird. Das System bietet unter anderem einen Thorax-Airbag an der Außenseite der Sitzlehne und einen weltweit neuartigen Kopf-Airbag in der Türbrüstung am unteren Rand der Seitenscheibe. Bei einem Seitenaufprall entfaltet sich der acht Liter große Kopf-Airbag in Form eines flachen Kissens von unten nach oben. Damit wird der Kopf vor einem Aufprall gegen die Seitenscheibe und auch vor Splintern geschützt. Dieser Airbag ist speziell für offene Fahrzeuge konzipiert, er wird von Porsche als erstem Hersteller serienmäßig eingesetzt.

Neben der passiven wird die aktive Sicherheit immer wichtiger beim Insassenschutz. Das „Porsche Stability Management“ (PSM) gehört jetzt serienmäßig zur Ausstattung der neuen 911 Carrera Cabriolets. Im PSM sind die Funktionen ABS (Antiblockiersystem), ASR (Antriebs-schlupfregelung), MSR (Motorschleppmomentregelung) und ABD (Automatisches Bremsendifferential) enthalten, womit das System im längs- und querdynamischen Grenzbereich eine sehr hohe aktive Fahrsicherheit bietet.

Wegen des rasanten technischen Fortschritts spielt die Vorentwicklung eine immer größere Rolle. Sie legt die Grundlagen für eine erfolgreiche Erprobung und Serienentwicklung der Fahrzeuge.



Weil die Coupé- und Cabriolet-Versionen des 911 Carrera simultan entwickelt wurden, haben beide Fahrzeuge auch das gleiche Fahrwerkskonzept. Beim Cabriolet wurden allerdings Federn und Dämpfer komfortabler abgestimmt. Der offene 911 Carrera S hat ein aktives Fahrwerk mit elektronisch geregelten Dämpfern, das „Porsche Active Suspension Management“ (PASM). Damit kann das Cabriolet sicher, agil und mit beeindruckender Fahrdynamik bewegt werden.

Die hervorragenden Werte beim Kraftstoffverbrauch von nur 11,2 Liter auf 100 Kilometer nach EU-Norm verdankt das Fahrzeug dem effizienten Motor mit dem Ventilsteuersystem Vario-Cam Plus. Dabei handelt es sich um ein System zur Verstellung der Einlassnockenwellen sowie zur Schaltung des Ventilhubes der Einlassventile. Es ermöglicht neben bester Laufqualität, günstigem Kraftstoffverbrauch und geringen Schadstoffemissionen vor allem hohe Leistungs- und Drehmomentwerte. Beide Cabriolets unterschreiten insgesamt die Abgasgrenzwerte nach EU4 und gelten in Nordamerika als Low Emission Vehicle (LEV II).

Das neue 911 Carrera Cabriolet bietet serienmäßig das „Porsche Sound Package Plus“. Darüber hinaus wird erstmalig auch das „BOSE Surround Sound-System“ angeboten, bei dem zwölf Lautsprecher für ein beeindruckendes Klangerlebnis sorgen. Eine deutliche Klangverbesserung wird durch die Funktion „Soundanpassung an Verdeckstellung“ erreicht, die während der Fahrt automatisch Klang und Lautstärke in Abhängigkeit von Störquellen wie Wind und Abrollgeräuschen regelt.

Wie bereits die Coupé-Version zeichnet sich auch das Cabriolet durch niedrigere Unterhaltskosten gegenüber dem Vorgänger-Modell aus. Mit konstruktiven Veränderungen und konsequenter Anwendung modernster Technologien ist es gelungen, sowohl die Wartungshäufigkeit als auch die Wartungsumfänge zu reduzieren. Damit vermindern sich die Wartungskosten um 26 Prozent. Neue Prall-Elemente im Stoßfänger sorgen dafür, dass der Rohbau bei leichten Unfällen vor größeren Beschädigungen geschützt wird. So konnte auch bei der Fahrzeugversicherung eine günstigere Einstufung erreicht werden.

911 Carrera 4 bietet herausragende Fahreigenschaften

Porsche bietet seinen Kunden faszinierende und emotionale Fahrzeuge mit sehr hoher Konzeptharmonie. Dies gilt ganz besonders für die neuen Allrad-Modelle des 911, die typische Eigenschaften aufweisen wie optimale Kraftübertragung bei widrigen Straßenverhältnissen und schlechten Fahrbahnzuständen sowie ein hohes Maß an Performance und Fahrsicherheit, kurz: eine ideale Verbindung von Sportlichkeit und Fahrstabilität. Das Fahrwerk des heckgetriebenen 911 Carrera bildet die Basis für die Allrad-Versionen, es bedurfte nur einiger Modifikationen. So wurden die Federn, Dämpfer und Stabilisatoren an das höhere Gewicht (plus 55 kg) angepasst und optimal auf den Antrieb abgestimmt. Der variable Allradantrieb wird über eine Visco-Kupplung gesteuert, die in das Vorderachsgetriebe integriert ist. Sie ermöglicht selbst in Grenzsituationen eine sehr agile Fahrweise ohne Abstriche bei der Sicherheit.

Anders als das Vorgängermodell haben sowohl der 911 Carrera 4 als auch der 911 Carrera 4 S eine breitere Heckpartie. Diese Gestaltung erfolgte keineswegs allein wegen der attraktiveren Optik, sondern auch aus Gründen der verbesserten Fahrdynamik, die aus der Kombination aus breiteren Rädern und einer breiteren Spur an der Hinterachse resultiert. Positiv wirken dabei auch die ausgewogenere Gewichtsverteilung und der zusätzliche Grip an der Vorderachse. Zudem verfügen die allradgetriebenen Carrera-Modelle mit PSM Plus und einem neu konstruierten Bremskraftverstärker über weitere technische Besonderheiten, die ein Maximum an Sicherheit bieten.

Das erstmals im 911 Carrera 4 zum Einsatz kommende PSM Plus weist zwei besondere Funktionen auf, die den Fahrer in kritischen Fahrsituationen unterstützen: Eine so genannte Vorbefüllung der Bremsanlage veranlasst bei einem plötzlichen Lösen des Gaspedals (Indiz für eine bevorstehende Notbremsung), dass Bremsdruck aufgebaut wird und die Bremsbeläge leicht an die Bremscheiben angelegt werden. Damit ist das Fahrzeug optimal für eine bevorstehende Bremsung vorbereitet. Außerdem wird bei einem starken Druck auf das Bremspedal, der typisch für Notsituationen ist, ein Bremsassistent ausgelöst. Dadurch wird die maximale Bremskraft aktiviert.



Der Cayman S – ein eigenständiger Porsche Sportwagen

Mit dem Cayman S hat Porsche ein Mittelmotorcoupé mit sehr hoher Alltagstauglichkeit und einem faszinierenden Design entwickelt. Bei der Gestaltung des Fahrzeugs gelang den Designern der Spagat zwischen der eindeutigen Zugehörigkeit zur Porsche Sportwagenfamilie und der Unterscheidung des Exterieurs von Boxster und 911. Dabei ließen sich die Designer durchaus auch von früheren Porsche Modellen inspirieren, insbesondere von dem Rennsportwagen 904 aus den 60er Jahren. Der 904 war das Bindeglied zwischen dem 718 RSK Spyder und dem 917. Er gilt bis heute als einer der form schönsten Rennwagen.

Für den Cayman S entstand eine Frontansicht mit markanten Bug-einlässen, integrierten Bugleuchten und der gegenüber dem 911 um 25 Millimeter niedriger liegenden Oberkante der Windschutzscheibe. Die Seitenlinie mit der flach abfallenden Heckpartie, dem langen Radstand und den großen Radausschnitten definiert eine neue eigenständige Coupé-Silhouette. Die Rückansicht wird durch stark gewölbte Kotflügel und eine dominierende Heckklappe geprägt. Der ausfahrbare Heckflügel und das optisch an ein Leitwerk erinnernde Heckteil mit integrierten Abgasendrohren runden den dynamisch sportlichen Eindruck ab.

Im Fahrzeuginneren wird das Raumgefühl von Fahrer und Beifahrer durch das kuppelartige Dach geprägt. Das Interieur baut auf dem neuen Innenraum-Design des Boxster auf, unterscheidet sich aber durch markante Details. Der zweiteilige, hintere Gepäckraum hat ein Volumen von 260 Litern, er kann durch die weit aufschwingende Heckklappe beladen werden. Der Kofferraum hat die gleichen edlen Oberflächen wie der Fahrgastraum. Sichtbare Federbeindome, ein mit Edelstahl verkleideter Querträger und die hochwertig verkleidete Serviceklappe machen die besondere Technik sichtbar.

Der Cayman S wird angetrieben durch einen Sechszylinder-Boxermotor mit einem 3,4-Liter-Hubraum. Die maximale Leistung beträgt 295 PS und liegt damit zwischen 911 und Boxster S. Bei der Abstimmung des Fahrwerks wurde ein Höchstmaß an Performance, Fahrverhalten und Agilität bei gleichzeitig hohem Fahrkomfort erreicht; es

entspricht in seiner Grundkonzeption dem des Boxster. Durch eine spezielle Abstimmung mit der sehr biege- und torsionssteifen Karosserie wird aber ein eigenständiges, sportliches Fahrverhalten erreicht.

Im Blick auf die Aerodynamik kam es darauf an, mit dem Cayman S eine Spitzenstellung im Vergleich zu den Wettbewerbern zu erreichen. Dafür wurden nicht nur das gesamte Styling, die Kühlluftführung und alle Anbauteile aerodynamisch optimiert, sondern auch ein Heckspoiler mit ausfahrbarem Heckflügel und eine großflächige Unterbodenverkleidung entwickelt. Erreicht wurde ein – im Vergleich zu den bereits guten Werten des Boxster – weiter reduzierter cW-Wert von 0,29 und ein um 20 Prozent reduzierter Auftrieb an Vorder- und Hinterachse. Das Ergebnis sind herausragende Werte bei Fahrdynamik, Fahrleistung und Kraftstoffverbrauch.

Auch beim Cayman S waren niedrige Unterhaltskosten ein wichtiges Entwicklungsziel der Ingenieure. Die Wartungsintervalle betragen 30.000 Kilometer. Lichtmaschine, Lenkungsservopumpe und Klimaanlage werden von einem sich selbst nachstellenden Riemen angetrieben. Die Zündanlage ist bis auf die Zündkerzen wartungsfrei, und die Steuerketten der Nocken- und Zwischenwellen sowie die Kühlflüssigkeit müssen während des gesamten Fahrzeuglebens nicht gewechselt werden. Auch die Reparaturfreundlichkeit bei Bagatellunfällen wurde verbessert und damit eine günstige Einstufung bei der Versicherung erreicht.

Neue Ausstattungen erhöhen Attraktivität des Cayenne

Parallel zu den Neuentwicklungen bei den Sportwagen wurden im Berichtsjahr auch zahlreiche neue Ausstattungen für den Cayenne angeboten. Dazu zählt etwa das seit Dezember 2004 erhältliche Panorama-Dachsystem, das sich nahezu über die gesamte Dachaußenhaut erstreckt – dennoch bleibt die hohe Steifigkeit des Fahrzeuges erhalten, wodurch der Cayenne nichts von seiner Geländetauglichkeit einbüßt.

Das elektrisch vielfältig verstellbare Dach-System mit drei beweglichen und einem festen Segment besteht aus grau getöntem, laminiertem Sicherheitsglas. Mit dem Panorama-Dach wird dem



Wunsch vieler Kunden nach einem hellem Innenraum und einem weit zu öffnenden Dach Rechnung getragen.

Im Rahmen des Exclusive- und Tequipment-Programms wird der Cayenne Turbo seit Dezember 2004 mit einer Leistungssteigerung angeboten. Mit 500 PS, einer angepassten Bremsanlage und Fahrwerksabstimmung beschleunigt das Fahrzeug in 5,3 Sekunden auf 100 Stundenkilometer und erreicht eine Spitzengeschwindigkeit von 270 Stundenkilometer – das sind überragende Fahrleistungen im Segment der Offroad-Fahrzeuge.

Zur Fahrerunterstützung wurde eine Sprachbedienung für Navigation, Telefon und Audio entwickelt. Sie verbessert die aktive Sicherheit, da der Fahrer damit seinen Blick während der Bedienung des „Porsche Communication Management“ (PCM) auf der Straße lassen kann. Eine weitere Assistenzfunktion für den Fahrer bietet die automatisch ausfahrbare Rückfahrkamera, die beim Einlegen des Rückwärtsganges unterhalb der Heckscheibe ausklappt und dem Fahrer die Umgebung hinter dem Fahrzeug über das Farbdisplay des PCM zeigt.

Keramikbremse noch effizienter

Im Berichtsjahr wurde die zweite Generation der „Porsche Ceramic Composite Brake“ (PCCB) eingeführt. Die Form der Innenkühlkanäle wurde so modifiziert, dass einerseits ein höherer Ventilationseffekt entsteht und andererseits auch die Formsteifigkeit der Bremsscheiben verbessert wird. Dadurch wird der Bremskomfort erhöht, während die veränderte Materialzusammensetzung der Carbonfaserverstärkung die Abriebfestigkeit der Bremsscheibe steigert.

Die Keramikbremse kommt auch im Hochleistungs-Sportwagen Carrera GT zum Einsatz. Dessen Entwickler wurden im Berichtsjahr für ihre Leistungen ausgezeichnet: sie erhielten den „Engineering Excellence Award“ der Society of Plastic Engineers, einer der angesehensten Vereinigungen für Werkstofftechnik. Mit dem Preis wurde sowohl der erste Einsatz von kohlefaserverstärktem Kunststoff beim Chassis und dem Aggregateträger als auch die Verwendung einer Keramikkupplung zur Kraftübertragung in einem Serienfahrzeug prämiert.

Weiterentwicklung der elektronischen Systeme

Im Cayenne und in den neuen Sportwagen-Modellen hat Porsche die erste Generation von komplex vernetzten Elektroniksystemen eingesetzt. Derzeit wird bereits die zweite Generation entwickelt, um den gestiegenen Anforderungen an Qualität und Funktionen gerecht zu werden. Neben den typischen Merkmalen wie Navigations- und Komfortelektronik steht dabei die Unterstützung der klassischen Kernkompetenzen von Porsche in den Bereichen Antrieb, Getriebe und Fahrwerk im Mittelpunkt.

Das Projekt „Architektur 2007+“ bildet in diesem Zusammenhang die Basis für eine baureihenübergreifende Elektronik-Plattform, die sich in hohem Maße auf Industriestandards stützt. Sie erlaubt eine für Porsche typische Differenzierung mit geringem Aufwand, indem Hardware- und Software-Module über alle Baureihen und Modelle verwendet werden, was der Qualität zugute kommt und die Kosten niedrig hält.

Begleitet wird das Projekt durch eine weitere Optimierung aller mit der Elektrik-/Elektronikentwicklung verbundenen Entwicklungsprozesse. Ein fahrendes „gläsernes“ Elektronikfahrzeug bietet den Entwicklern einen einfachen Zugriff auf alle Elektronelemente wie Verkabelung, Steuergeräte und elektromechanische Bauteile. Damit können schnell neue Funktionen im Gesamtfahrzeug dargestellt und auf ihre korrekte Funktion überprüft werden. Die Elektronik kann modellneutral dargestellt und im Gegensatz zu üblichen Versuchsaufbauten unter realen Betriebsbedingungen getestet werden, wodurch sich Erkenntnisgewinne zeitnah und zuverlässig erzielen lassen.

Vorreiterrolle bei Computersimulationen

Wie die Fahrzeuge selbst, so stehen bei Porsche auch alle Prozesse, Methoden und Einrichtungen im Entwicklungsbereich permanent auf dem Prüfstand. Im Berichtsjahr wurden allein 51 Projekte mit den Schwerpunkten Kosteneinsparung, Qualität, Flexibilisierung und Verkürzung der Entwicklungszeiten erfolgreich umgesetzt. So konnte beispielsweise die Entwicklung der Rückspiegel von Versuchen am realen Fahrzeug auf eine Rechnersimulation umgestellt werden. Porsche hat auf diesem Gebiet eine Vorreiterrolle übernommen und

Entwicklungsarbeiten im Auftrag von Kunden aus aller Welt zählen traditionell zu den Geschäftsaktivitäten von Porsche.

entwickelt gemeinsam mit einer Softwarefirma neue Programme. Das virtuelle Verfahren hat den Vorteil, dass es sowohl einen enormen Zeitgewinn mit sich bringt als auch nur noch rund zehn Prozent der Kosten eines realen Versuchsaufbaus verursacht.

Auf den Prüfständen für die Motoren wird die virtuelle mit der realen Welt verknüpft. Simulationsmodelle für Straßen, Reifen, Fahrer und Fahrzeug werden in Verbindung mit realen elektrischen Antrieben und komplexer Regelung dazu verwendet, den Antrieb, die Steuergeräte und den Verbrennungsmotor zu entwickeln. Die Fahrsimulation bietet die Möglichkeit, die Eigenschaften des Antriebes regelrecht zu erfahren, bevor der Prototyp eines Fahrzeugs existiert. Ein vollautomatisierter Betrieb rund um die Uhr macht aus diesen Prüfständen ein unentbehrliches Entwicklungswerkzeug.

Ein anderes Beispiel für die hochmodernen Meßmethoden bei Porsche ist das Laser-Doppler-Vibrometer für die Fahrzeugakustik. Porsche Fahrzeuge sind für ihre besonders dynamische Soundkulisse bekannt. Besonders schwierig beim Sound-Tuning ist die Analyse von Schallquellen, die durch schnell drehende Riemenscheiben, heiße Katalysatoren oder glühende Krümmer entstehen. Bei diesen Teilen, die eine berührungslose akustische Messung erfordern, hilft das Laser-Vibrometer zur Geschwindigkeitsmessung an bewegten oder unberührbaren Oberflächen. Mit dem Laserstrahl lassen sich Oberflächenschwingungen ganz spezifischer Bereiche über den ganzen Hörbereich des menschlichen Ohres messen und dadurch akustisch optimieren.

Anmeldungen für Schutzrechte auf hohem Niveau

Für den Patentschutz wichtige Fragestellungen werden bei Porsche bereits in frühen Phasen der Fahrzeugentwicklung bearbeitet, wodurch die Schutzrechtspositionen des Unternehmens besser gesichert werden. Im Berichtsjahr stand bei den Patentanmeldungen die Vorentwicklung sowie der Cayman S im Vordergrund. Die Zahl der insgesamt neu angemeldeten Schutzrechte blieb mit 259 annähernd auf dem hohen Niveau des Vorjahres (267 neu angemeldete Schutzrechte).

Die weltweit zu beobachtende Zurückhaltung bei der Auftragsvergabe in der Industrie hat sich auch bei den Lizenzerlösen von Porsche niedergeschlagen, die leicht unter dem Vorjahresniveau lagen. Ein großer Erfolg für Porsche ist in diesem Zusammenhang, dass inzwischen 18 Automobilhersteller und Zulieferer Lizenzen an der Tiptronic®-Technologie von Porsche oder Teilen davon erworben haben, was eindeutig für diese Getriebeart spricht.

Entwicklung für Kunden

Entwicklungsleistungen für andere Autofirmen und Unternehmen in aller Welt haben bei Porsche eine lange Tradition. Sie waren auch im Berichtsjahr ein wichtiger Teil der Arbeit der Ingenieure. Die Öffentlichkeit erfährt nur wenig darüber, denn Basis der meist langfristigen Kundenbeziehung ist die Geheimhaltung, wodurch die

Strategie unserer Kunden gesichert und die jeweilige Markenidentität gewahrt wird.

Alle diese Entwicklungsprojekte werden von der Porsche Engineering Group GmbH (PEG) gesteuert. Die PEG unterstützt ihre Kunden entlang des gesamten Produktentstehungsprozesses bei der Entwicklung von Komponenten, Systemen, Modulen und Gesamtfahrzeugen. Mit dem gebündelten Wissen des Serienherstellers im Hintergrund hat Porsche Engineering selbst bei kleinsten Bauteilen stets das ganze Fahrzeug im Blick.

Das gesamte Know how der PEG fließt in Weissach zusammen, von wo aus die Gruppe auch gesteuert wird. Die PEG kann auf die Leistungen der Tochtergesellschaften Porsche Engineering Services GmbH in Bietigheim, Porsche Engineering Services Inc. in Troy, Michigan, und Porsche Engineering Services s.r.o. in Prag zurückgreifen. An den Porsche Engineering-Standorten sind derzeit mehr als 500 Mitarbeiter beschäftigt. Darüber hinaus stehen bei Bedarf auch Ressourcen des Forschungs- und Entwicklungszentrums in Weissach für Kundenentwicklungsarbeiten zur Verfügung. Auf Wunsch arbeitet die PEG auch direkt beim Kunden vor Ort.

Innerhalb der PEG wurden im Berichtsjahr die Styling-Dienstleistungen neu ausgerichtet. Bislang wurden sie vom Entwicklungszentrum in Weissach und dem Porsche Engineering Styling-Studio in Huntington Beach in Kalifornien erbracht. Nachdem im Jahr 2003 das Porsche Design Studio im österreichischen Zell am See in den Konzernverbund integriert worden ist, wurde der Standort in Kalifornien aufgelöst. Styling-Projekte werden jetzt in Weissach und in Zell am See bearbeitet; unter dem Namen „Style Porsche“ erfolgt in Weissach das Design der gesamten Modellpalette von Porsche. Die Design-Aktivitäten des Unternehmens werden im vorliegenden Geschäftsbericht auch im Kapitel „Dienstleistungen“ näher beleuchtet.

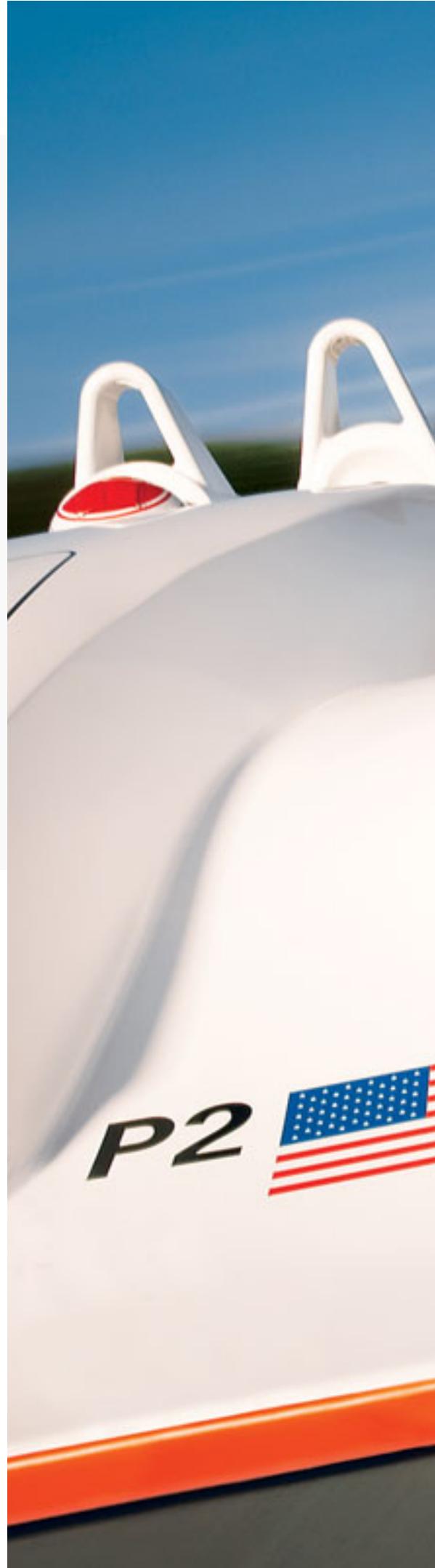
Hohes Niveau bei Auftragseingängen

Der Markt im Engineering-Geschäft ist weltweit nach wie vor hart umkämpft. Porsche Engineering entwickelt sich in profitablen Nischen als Premium-Dienstleister mit Spezialkompetenzen gleichwohl positiv. Gute und langjährige Kundenbeziehungen und eine professionelle Marktbearbeitung sind Erfolgsfaktoren für die Gewinnung neuer Projekte. Asien bleibt dabei ein wichtiger Markt. Mit der frühzeitigen Präsenz in China hat sich Porsche Engineering dort bereits zukunftssträftig positioniert, im Berichtsjahr wurde ein Großprojekt mit einem chinesischen Kunden erfolgreich abgeschlossen.

Insgesamt konnte die PEG trotz der erschwerten Marktbedingungen auch im Berichtsjahr das hohe Niveau des Vorjahres bei den Auftragseingängen erreichen. Dies gilt gleichermaßen für Umsatz und Ergebnis. Ausschlaggebend hierfür war, dass zahlreiche Klein- und Großprojekte mit Entwicklungsschwerpunkten in den Leistungsbereichen Gesamtfahrzeug, Fahrwerk, Getriebe, Antrieb und Elektrik/Elektronik erfolgreich abgeschlossen werden konnten.

Motorsport 2004/05

Porsche legte im Berichtsjahr auch auf den Rennstrecken weiter an Tempo zu. Der neue Sport-Prototyp RS Spyder wurde für den Renneinsatz in den USA entwickelt.





Der 911 fährt in der GT-Klasse regelmäßig Siege ein

In der Geschichte der bedeutendsten Langstreckenrennen der Welt stößt man immer wieder auf einen Namen: Porsche. Die Marke hat unter anderem Siege beim 24-Stunden-Rennen von Le Mans, aber auch bei der Rallye Monte Carlo und dem Marathon von Paris nach Dakar eingefahren sowie Formel 1-Motoren konstruiert, mit denen drei Fahrer- und zwei Konstrukteursweltmeisterschaften gewonnen wurden. Seit Ende der 90er Jahre richtete das Unternehmen das Renngeschäft neu aus: Statt mit einem eigenen Werksteam anzutreten, unterstützt Porsche Kunden im weltweiten Motorsport. Sie tragen dabei als Teamchefs, Fahrer und Sponsoren zum Fortleben einer einzigartigen Tradition bei. Basis für den Erfolg ist hierbei der 911, dessen seriennahe Rennversionen in den sogenannten Gran Turismo-Klassen (GT) regelmäßig Siege und Meisterschaften einfahren.

Einer großen Popularität bei den Motorsport-Enthusiasten in den Cockpits und auf den Tribünen erfreuen sich auch die Markenpokale wie der Porsche Michelin Supercup und die sieben Carrera Cups in 15 Ländern. Diese Rennserien erlauben den Kunden, auf professionellem Niveau Motorsport zu betreiben.

Engagement im US-Rennsport verstärkt

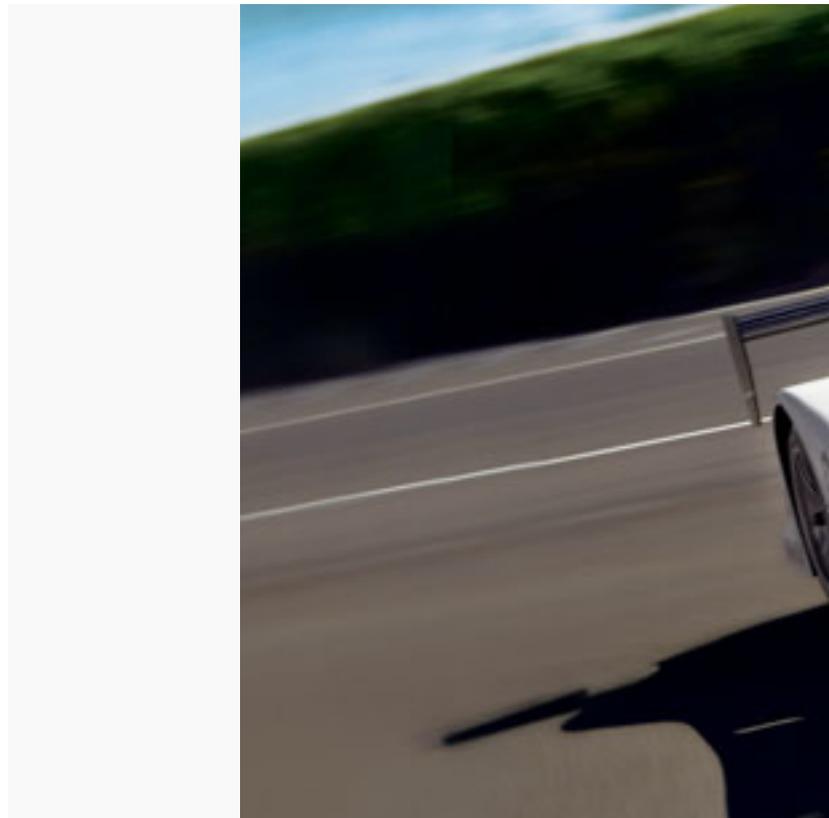
Im Berichtsjahr ist Porsche noch einen Schritt über die bisherigen Motorsport-Aktivitäten hinaus gegangen und hat einen Sport-Prototypen für die USA entwickelt: den „RS Spyder“. Die Rückkehr zum Prototypensport in den USA geht auch auf den Wunsch der Vertriebs-tochter PCNA und der dortigen, sehr motorsportlich orientierten Kundschaft zurück, sich im Rennsport – über den bereits seit vielen Jahren erfolgreichen Einsatz von seriennahen Rennversionen des 911 hinaus – noch stärker zu engagieren.

Der neue Rennsportwagen wird in der LMP2 (Le Mans Prototyp 2)-Kategorie der American Le Mans Series (ALMS) eingesetzt werden. Diese Rennserie für Prototypen und GT-Sportwagen hat sich seit 1999 in den Vereinigten Staaten und in Kanada etabliert. Zehn Läufe finden jedes Jahr statt. Saisonhöhepunkte sind das 12-Stunden-Rennen in Sebring als Auftakt der Rennserie und der 1.000-Meilen-Marathon in Atlanta.

Mit der Wahl der LMP2-Klasse als der zweithöchsten von vier in der ALMS zugelassenen Fahrzeug-Kategorien stellt sich Porsche gemeinsam mit seinen Kunden dem Wettbewerb auf einem hohen technischen Niveau. Die Kosten für Entwicklung und Einsatz bleiben bei diesem professionellen Kundensport angemessen. Zugleich bietet die ALMS als populärste Sportwagen-Rennserie der USA eine für die beteiligten Teams und Sponsorenpartner hochgradig öffentlichkeitswirksame Plattform im wichtigsten Absatzmarkt für Porsche.

Der RS Spyder – der neue Sport-Prototyp von Porsche

Mit der Typbezeichnung „RS Spyder“ stellt Porsche den neuen Rennsportwagen in eine Tradition, die 1953 mit dem Spyder 550 RS 1500 begann, 1954 bei der Carrera Panamericana überraschend den



dritten Gesamtrang und den ersten bedeutenden Klassensieg für Porsche verzeichnete und 1956 mit Umberto Magliolis Gesamtsieg bei der Targa Florio auf Sizilien einen ersten Höhepunkt markierte. Mit diesem Erfolg begann eine Reihe von Triumphen der offenen Porsche, die 1997 mit dem Sieg eines Spyder in Kundenhand beim 24-Stunden-Rennen von Le Mans ihr vorläufiges Ende fand.

Der neue RS Spyder ist von der Kohlefaser-Kevlar-Außenhaut über den Motor, das Chassis und die Kraftübertragung bis hin zum Fahrwerk eine komplette Eigenentwicklung von Porsche. Das Herz des neuen Rennsportwagens ist ein V8-Langstrecken-Rennmotor mit 3,4 Litern Hubraum, der beeindruckende 480 PS leistet. Der neue Sport-Prototyp verfügt wie der Hochleistungs-Sportwagen Carrera GT über ein Kohlefaser-Monocoque, das ein zentraler Bestandteil des hoch integrierten Leichtbau-Konzepts des gesamten Fahrzeuges ist. Dieses Konzept ermöglicht die Realisierung des vom Regelwerk definierten Mindestgewichts von 750 Kilogramm ohne den umfangreichen Einsatz exotischer und damit sehr teurer Materialien, was den Einsatz durch Kundenteams erschwert hätte.

Seit dem Sommer 2005 durchlief der RS Spyder auf verschiedenen Strecken in Europa ein umfangreiches Testprogramm. Diese Versuche dienten als Vorbereitung für den ersten Renneinsatz, der im Oktober in Laguna Seca stattfand. Das Rennen gehört zur American Le Mans Series. Eingesetzt wurde der RS Spyder bei diesem Rennen von Penske Motorsports.

Vom Werk unterstützte Kundenteams gewannen in ihrer Klasse bedeutende Langstreckenrennen und Meisterschaften.



Penske wird den neuen Prototypen von Porsche in der Rennsaison 2006 bei allen Läufen der ALMS an den Start bringen und exklusiv als einziges Team fahren. Die Mannschaft um den Team-Eigner Roger Penske, seit Jahrzehnten einer der professionellsten und erfolgreichsten Rennställe in den USA, hatte bereits 1972 und 1973 mit den legendären Porsche 917-Sportwagen zwei CanAm-Meisterschaften eingefahren.

Wichtige GT-Meisterschaften erneut gewonnen

Im Berichtsjahr setzten Porsche Kunden mit großem Erfolg verschiedene Rennsportversionen des 911 GT3 in der ALMS sowie in der FIA GT-Meisterschaft und zahlreichen nationalen Championaten ein. In den seriennahen Klassen der ALMS und der FIA GT-Meisterschaft wurden viele Rennen und alle zu vergebenden Titel gewonnen, wobei Porsche mit ausgewählten Kunden-Teams durch den Einsatz von Werksfahrern sowie die Weiterentwicklung der Rennfahrzeuge kooperierte.

Im Jahr 2004 gewann der Werksfahrer Timo Bernhard in der ALMS auf einem 911 GT3 RSR des von Porsche unterstützten Alex Job Racing-Teams (USA) nach fünf Siegen bei neun Starts die GT2-Fahrermeisterschaft. Die Mannschaft um Alex Job feierte nach dem Finale die dritte Team-Meisterschaft in Folge. Auch die Herstellerwertung in der ALMS spiegelt die Dominanz des Porsche 911 GT3 in der GT2-Klasse wider, ging doch die Meisterschaft zum fünften Mal an Porsche.

Im August 2005 führte Timo Bernhard gemeinsam mit seinem Werksfahrer-Kollegen Romain Dumas die GT2-Fahrerwertung der ALMS 2005 nach sechs von zehn Rennen vor weiteren Porsche Fahrern klar an. Auch die Team- und Markenmeisterschaften wurden von Porsche deutlich dominiert.

Erfolgreich waren die Porsche Kunden aber nicht nur in der ALMS, sondern auch in der FIA N-GT Meisterschaft, einem weltweit ausgetragenen Championat für Gran Turismo-Sportwagen. Die Porsche Werksfahrer Lucas Luhr und Sascha Maassen gewannen den Fahrertitel mit einem 911 GT3 RSR des privaten Freisinger Motorsport-Teams und errangen damit zum dritten Mal in Folge die N-GT-Team-Meisterschaft. Ein entsprechend positives Bild bot auch die FIA GT-Meisterschaft im August 2005, wo die Porsche-Werksfahrer Marc Lieb und Mike Rockenfeller nach sieben von elf Läufen im Fahrer-Championat der neu definierten GT2-Klasse führten. Das britische Gruppe M Racing-Team stand als Gewinner der Teamwertung fest, und Porsche hatte die Marken-Meisterschaft zu diesem Zeitpunkt bereits für sich entschieden.

Klassensiege bei den größten Langstreckenrennen der Welt

Der 911 GT3 siegte im Berichtsjahr in seiner Klasse erneut auch bei den fünf bedeutendsten Langstreckenrennen der Welt. Beim 24-Stunden-Rennen von Daytona im Februar 2005 verhalfen die Fahrer Dominik Farnbacher und Wolf Henzler sowie Pierre Ehret und Shawn Price einem 911 GT3 Cup des Farnbacher-Teams USA in der

Mit dem Porsche Michelin Supercup, der im Rahmen der Formel-1-Grand Prix ausgetragen wird, den Carrera Cups und den GT3-Challenges besitzt Porsche ein einzigartiges, weltumspannendes Markenpokal-Konzept.



Rennen vor beeindruckender Kulisse:

Die Porsche Rennfahrzeuge

drehen ihre Runden in Monaco (links)

und in Bahrain (rechts).

streckenrennen in Folge. Zwei Minuten betrug der Abstand des Siegers zum Zweitplatzierten, einem 911 GT3 RSR des White Lightning/Petersen Motorsports-Teams. Rang drei sicherte sich Flying Lizard-Motorsports, womit US-Teams alle Spitzenplätze bei der 73. Auflage des Rennen einnahmen, das aufgrund extremer Witterungsverhältnisse als Hitzerenen in die Motorsport-Geschichte einging.

Ende Juli 2005 fiel die Zielflagge beim letzten der fünf großen Langstreckenrennen des Jahres im belgischen Spa-Francorchamps. Nach 24 Stunden feierte das britische Gruppe M Racing-Team mit einem 911 GT3 RSR den Sieg in der Klasse GT2 durch die Werksfahrer Marc Lieb, Lucas Luhr und Mike Rockenfeller. Porsche Fahrer sicherten sich in Spa auch die Ränge zwei und drei in der Kategorie für seriennahe Rennsportwagen.

Markenpokale auf Tournee rund um den Globus

Die Zahl der Markenpokal-Rennserien nahm auch im Berichtsjahr zu. Der Porsche Michelin Supercup gastierte 2005 erstmals im arabischen Königreich Bahrain, bevor die seit 1993 im Rahmen der Formel 1-Weltmeisterschaft ausgetragene Rennserie auf ihre Tournee zu elf europäischen Grands Prix und dem Formel 1-Rennen im amerikanischen Indianapolis ging. Als Publikumsmagnet erwies sich dabei der neue 911 GT3 Cup auf Basis der neuen 911-Generation. Der 400 PS starke Rennsportwagen weist zahlreiche Besonderheiten auf, verfügt er doch über eine sequenzielle Sechsgangschaltung, eine grundlegend überarbeitete Aerodynamik und die Porsche Keramikbremse PCCB.

Während der Porsche Michelin Supercup exklusiv im Rahmen der Formel 1-Wochenenden stattfindet, dienen hochwertige Gran Turismo- und Tourenwagen-Rennserien als Umfeld für die Carrera Cups. Der Carrera Cup Deutschland startete etwa bei den Deutschen Tourenwagen Masters, während sein britisches Pendant bei den British Touring Car Championships zu sehen war. Ab dem Jahr 2006 kommt auch in diesen Markenpokalen der auf der neuen 911-Generation basierende 911 GT3 Cup zum Einsatz, der sich bei den Kunden einer großen Nachfrage erfreut.

Zusätzlich zum Porsche Michelin Supercup und den Porsche Carrera Cups wartete Porsche im Jahr 2005 mit einer weiteren Variante des Markenpokal-Sports auf: der GT3 Cup Challenge, ausgetragen in den USA, Brasilien, den Niederlanden, Italien, Australien und Neuseeland. Diese Rennserien übernehmen das Konzept und das Reglement von den Carrera Cups und stellen den Porsche Kundensport international auf eine noch breitere Basis.

GT-Klasse mit sechs Runden Vorsprung vor dem nächsten Konkurrenten zum 59. Klassensieg für Porsche. Alle neun Top-Positionen der GT-Kategorie wurden von Porsche Teams besetzt.

In Sebring, dem ältesten Sportwagenrennen der Vereinigten Staaten, fuhren Jörg Bergmeister und die Porsche Werksfahrer Patrick Long und Lucas Luhr für das White Lightning/Petersen Motorsports-Team mit einem 911 GT3 RSR den Sieg in der GT2-Klasse ein. Insgesamt wurden in Sebring im März 2005 nur sieben von 17 in der Kategorie GT2 gestarteten Fahrzeugen nach zwölf Stunden abgewunken – Rennsportwagen von Porsche nahmen dabei die ersten sechs Plätze ein.

Die 33. Auflage des 24-Stunden-Rennens auf der Nürburging-Nordschleife wurde im Mai aufgrund von Kälte und Regen zu einem der schwierigsten in der Geschichte dieses Marathons. Sieben private Porsche 911 fuhren in die Top Ten der Gesamtwertung. Als schnellster Porsche wurde der 911 GT3 RS mit dem Fahrer-Quartett Edgar Althoff, Stefan Beil, Norbert Fischer und Paul Hulverscheid auf Rang vier abgewunken. Dieses Resultat bedeutete zugleich den Sieg in der Klasse A7, der höchsten Klasse für seriennahe Rennsportwagen.

Der amerikanische Privatfahrer Leo Hindery siegte gemeinsam mit den Porsche Werksfahrern Marc Lieb und Mike Rockenfeller auf einem 911 GT3 RSR des Alex Job Racing-Teams in der GT2-Klasse beim 24-Stunden-Rennen von Le Mans. Dieser Erfolg markierte den siebten Klassensieg eines 911 GT3 bei dem weltberühmten Lang-





Konzernabschluss 2004/05

Porsche Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit
vom 1. August 2004 bis 31. Juli 2005

	Anhang	2004/05 T€	2003/04 T€
Umsatzerlöse	(1)	6.573.973	6.147.731
Bestandsveränderungen und andere aktivierte Eigenleistungen	(2)	74.277	189.321
Gesamtleistung		6.648.250	6.337.052
Sonstige betriebliche Erträge	(3)	206.888	211.078
Materialaufwand	(4)	- 2.950.073	- 2.875.267
Personalaufwand	(5)	- 964.821	- 949.700
Abschreibungen auf Immaterielle Vermögenswerte, Sachanlagen und Vermietete Vermögenswerte		- 510.479	- 381.546
Sonstige betriebliche Aufwendungen	(6)	- 1.210.550	- 1.220.621
Ergebnis vor Finanzergebnis		1.219.215	1.120.996
Finanzergebnis	(7)	18.785	16.004
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit		1.238.000	1.137.000
Ertragsteuern	(8)	- 459.000	- 447.000
Ergebnis nach Steuern		779.000	690.000
davon Ergebnisanteil anderer Gesellschafter	(9)	- 3.504	- 4.116
davon Ergebnisanteil Aktionäre der Porsche AG		782.504	694.116
Ergebnis je Stammaktie	(10)	44,68	39,63
Ergebnis je Vorzugsaktie	(10)	44,74	39,69

Porsche Konzern-Kapitalflussrechnung für die Zeit
vom 1. August 2004 bis 31. Juli 2005

	Anhang	2004/05 T€	2003/04 T€
	(11)		
1. Operativer Bereich			
Ergebnis nach Steuern		779.000	690.000
Abschreibungen		510.479	381.546
Veränderungen der Pensionsrückstellung		45.844	48.804
Cash Flow		1.335.323	1.120.350
Veränderung der Sonstigen Rückstellungen		- 3.230	391.384
Erweiterter Cash Flow		1.332.093	1.511.734
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen/Erträge		61.657	49.911
Gewinn/Verlust aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens		- 62.207	- 43.194
Veränderung der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva		- 216.168	- 73.384
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva (ohne Sonstige Rückstellungen)		60.072	- 141.349
Mittelzufluss/-abfluss aus laufender Geschäftstätigkeit		1.175.447	1.303.718
2. Investitionsbereich			
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens		411.563	367.988
Einzahlungen aus dem Abgang von Beteiligungen		-	7.680
Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen		- 914.404	- 960.664
Auszahlungen für den Erwerb von konsolidierten Unternehmen ¹⁾		-	- 76.355
Forderungen aus Finanzdienstleistungen		- 185.686	- 380.434
Mittelzufluss/-abfluss aus Investitionstätigkeit laufendes Geschäft		- 688.527	- 1.041.785
Veränderungen der Geldanlagen in Wertpapiere		- 242.799	- 826.554
Mittelzufluss/-abfluss aus Investitionstätigkeit einschließlich Geldanlagen in Wertpapiere		- 931.326	- 1.868.339
3. Finanzierungsbereich			
Auszahlungen an Aktionäre		- 69.475	- 58.975
Kapitaleinzahlungen		5.706	8.885
Einzahlungen aus der Aufnahme von Krediten / Auszahlungen für die Tilgung von Krediten		55.332	- 27.959
Einzahlungen aus der Begebung von Anleihen		-	632.309
Einzahlungen aus sonstigen Finanzverbindlichkeiten		92.063	321.811
Mittelzufluss/- abfluss aus Finanzierungstätigkeit		83.626	876.071
4. Finanzmittelbestand			
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes (Zwischensumme 1. – 3.)		327.747	311.450
Wechselkursbedingte Wertänderung des Finanzmittelbestandes		- 31.607	7.058
Finanzmittelbestand am 1. 8. 2004 bzw. 1. 8. 2003		1.458.790	1.140.282
Finanzmittelbestand am 31. 7. 2005 bzw. 31. 7. 2004		1.754.930	1.458.790
Darstellung Bruttoliquidität			
Schecks, Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten		1.754.930	1.458.790
Wertpapiere		1.871.096	1.610.597
Bruttoliquidität		3.626.026	3.069.387

1) Abzüglich erworbener Zahlungsmittel von 7,7 Mio. Euro.

Porsche Konzernbilanz zum 31. Juli 2005

		Anhang	31. 7. 2005 T€	31. 7. 2004 T€
Aktiva	Anlagevermögen	(12)		
	Immaterielle Vermögenswerte		293.587	327.228
	Sachanlagen		1.141.082	1.108.477
	Finanzanlagen		26.574	21.961
	Vermietete Vermögenswerte		967.107	922.433
			2.428.350	2.380.099
	Umlaufvermögen			
	Vorräte	(13)	571.772	625.542
	Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(14)	307.666	310.735
	Forderungen aus Finanzdienstleistungen	(15)	1.567.302	1.402.742
	Sonstige Forderungen und Vermögenswerte	(16)	1.005.400	1.152.526
	Wertpapiere	(17)	1.871.096	1.610.597
	Flüssige Mittel	(18)	1.754.930	1.458.790
			7.078.166	6.560.932
	Aktive latente Steuern	(8)	184.764	56.662
Rechnungsabgrenzungsposten	(19)	18.780	16.609	
		9.710.060	9.014.302	
Passiva	Eigenkapital und Anteile anderer Gesellschafter	(20)		
	Gezeichnetes Kapital		45.500	45.500
	Kapitalrücklage		121.969	121.969
	Gewinnrücklagen		3.234.135	2.745.772
	Währungsumrechnung		10.532	1.098
	Den Aktionären zustehendes Kapital		3.412.136	2.914.339
	Anteile anderer Gesellschafter		8.057	6.457
			3.420.193	2.920.796
	Rückstellungen			
	Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	(21)	596.264	550.817
	Steuerrückstellung	(22)	163.713	364.125
	Sonstige Rückstellungen	(22)	1.526.993	1.344.845
			2.286.970	2.259.787
	Passive latente Steuern	(8)	180.349	206.663
	Verbindlichkeiten			
Finanzverbindlichkeiten	(23)	3.091.903	2.946.763	
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	(24)	442.994	377.165	
Sonstige Verbindlichkeiten	(25)	235.337	255.719	
		3.770.234	3.579.647	
Rechnungsabgrenzungsposten	(26)	52.314	47.409	
		9.710.060	9.014.302	

Porsche Konzern-Eigenkapitalpiegel zum 31. Juli 2005

	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Gewinn- rücklagen	Unterschiede aus Währungs- umrechnung	Kumuliertes übriges Eigenkapital	Den Aktionären zustehendes Kapital	Anteile anderer Gesell- schafter	Konzern- eigenkapital
	T €	T €	T €	T €	T €	T €	T €	T €
Stand am 31. 7. 2003	45.500	121.969	1.724.616	-	409.920	2.302.005	2.268	2.304.273
Dividendenzahlung			- 58.975			- 58.975	- 946	- 59.921
Währungsänderung			3.023			3.023		3.023
Andere neutrale Transaktionen			- 366			- 366	366	-
Änderungen Konsolidierungskreis			15.291			15.291	8.885	24.176
Unterschiede Währungsumrechnung				1.098		1.098		1.098
Finanzinstrumente gemäß IAS 39					- 41.853	- 41.853		- 41.853
Ergebnis nach Steuern			694.116			694.116	- 4.116	690.000
Stand am 31. 7. 2004	45.500	121.969	2.377.705	1.098	368.067	2.914.339	6.457	2.920.796
Dividendenzahlung			- 69.475			- 69.475	- 630	- 70.105
Währungsänderung			- 30.197			- 30.197	28	- 30.169
Andere neutrale Transaktionen			- 5.706			- 5.706	5.706	-
Unterschiede Währungsumrechnung				9.434		9.434		9.434
Finanzinstrumente gemäß IAS 39					- 188.763	- 188.763		- 188.763
Ergebnis nach Steuern			782.504			782.504	-3.504	779.000
Stand am 31. 7. 2005	45.500	121.969	3.054.831	10.532	179.304	3.412.136	8.057	3.420.193

■ Grundlagen und Methoden

Die Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft („Porsche AG“) hat ihren Firmensitz am Porscheplatz 1 in 70435 Stuttgart. Der Unternehmensgegenstand der Porsche AG und ihrer Tochtergesellschaften („Porsche Konzern“) ist die Herstellung und der Vertrieb von Fahrzeugen und Motoren aller Art sowie von Teilen und Baugruppen für solche und andere technische Erzeugnisse. Des Weiteren gehören zum Unternehmensgegenstand die Durchführung von Entwicklungsarbeiten und Konstruktionen, insbesondere im Bereich des Fahrzeug- und Motorenbaus, die Beratung auf dem Gebiet der Entwicklung und Fertigung und alle sonstigen Tätigkeiten, die damit in technischer oder wirtschaftlicher Beziehung stehen, einschließlich der Verwertung von gewerblichen Schutzrechten.

Der Konzernabschluss der Porsche AG zum 31. Juli 2005 ist erstmals in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards (IFRS) erstellt. Es werden die am Abschlussstichtag anzuwendenden Standards des International Accounting Standards Board (IASB), London, sowie die für das Geschäftsjahr gültigen Interpretationen des International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) berücksichtigt. Darüber hinaus wurde teilweise von der Möglichkeit Gebrauch gemacht, Standards und Interpretationen, die am 31. Juli 2005 verabschiedet waren, vorzeitig anzuwenden. Die Anforderungen der angewandten Standards wurden vollständig erfüllt. Der Abschluss vermittelt damit ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Porsche Konzerns.

Der Konzernabschluss in der vorliegenden Fassung befreit in Anwendung des Wahlrechts nach § 292a HGB von der Pflicht zur Aufstellung eines Konzernabschlusses nach deutschen Rechnungslegungsvorschriften. Der Abschluss wurde auf der Grundlage der Auslegungen des Deutschen Rechnungslegungsstandards Nr. 1 erstellt und steht damit im Einklang mit der 7. EG-Richtlinie.

Die Abschlüsse der Tochterunternehmen werden auf den Stichtag des Konzernabschlusses, der dem Stichtag der Porsche AG entspricht, aufgestellt. Sofern der Jahresabschlussstichtag eines Tochterunternehmens vom Konzernabschlussstichtag abweicht, wird ein Zwischenabschluss erstellt und geprüft.

Im Interesse einer besseren Übersichtlichkeit sind in der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung einzelne Posten zusammengefasst und im Anhang gesondert aufgeführt und erläutert. Das Geschäftsjahr des Porsche Konzerns umfasst den Zeitraum vom 1. August eines Jahres bis zum 31. Juli des Folgejahres. Der Konzernabschluss ist in Euro aufgestellt. Die Angaben im Anhang erfolgen, sofern nicht anders vermerkt, in Tausend Euro (T€). Die Gewinn- und Verlustrechnung wird nach dem Gesamtkostenverfahren aufgestellt.

Der zum 31. Juli 2005 aufgestellte Konzernabschluss und Konzernlagebericht ist beim Handelsregister des Amtsgerichts Stuttgart (HRB 5211) hinterlegt.

Unter Bezugnahme auf § 264 Abs. 3 HGB und § 264b HGB wird auf die Offenlegung der Jahresabschlüsse der folgenden inländischen Tochtergesellschaften verzichtet: Porsche Deutschland GmbH, Porsche Niederlassung Stuttgart GmbH, Porsche Engineering Services GmbH, Porsche Financial Services GmbH, Porsche Financial Services GmbH & Co. KG, PIKS Porsche-Information-Kommunikation-Services GmbH, Porsche Consulting GmbH, Porsche Leipzig GmbH, Porsche Leipzig Service GmbH, Karosseriewerk Porsche GmbH & Co. KG, Porsche Zentrum Hoppegarten GmbH, Porsche Classic GmbH, Porsche Lizenz- und Handelsgesellschaft mbH & Co. KG und Porsche Engineering Group GmbH.

Der Konzernabschluss und Konzernlagebericht der Porsche AG wurde durch Beschluss vom 27. Oktober 2005 durch den Vorstand zur Weiterleitung an den Aufsichtsrat freigegeben.

■ **Erstmalige Anwendung von IFRS**

Mit Wirkung zum 1. August 2003 hat die Porsche AG erstmalig die IFRS als Grundlage für die Konzernrechnungslegung übernommen. Die erstmalige Anwendung der Vorschriften des IASB erfolgt unter Berücksichtigung des IFRS 1. Vereinfachungsmöglichkeiten des IFRS 1 in Bezug auf die retrospektive Anwendung wurden für die Vorschriften zu Unternehmenszusammenschlüssen (IFRS 3), Leistungen an Arbeitnehmer (IAS 19) und kumulierte Umrechnungsdifferenzen (IAS 21) in Anspruch genommen.

Die sich aus dem Übergang auf IFRS ergebenden Effekte auf die Bilanz, die Gewinn- und Verlustrechnung sowie auf die Kapitalflussrechnung werden dargestellt. Als Grundlage dient der letzte Konzernabschluss nach HGB, der zum 31. Juli 2004 erstellt wurde, im Vergleich zum Konzernabschluss nach IFRS zu diesem Stichtag.

Überleitung der Konzernbilanz nach deutschem Handelsrecht
zur Konzernbilanz nach IFRS zum 31. Juli 2004

	31. 7. 2004 HGB	Umgliederungen von HGB-Werten	31. 7. 2004 Materielle Anpassungen nach IFRS*	31. 7. 2004 IFRS
Aktiva				
Anlagevermögen				
Immaterielle Vermögenswerte	435.585		- 108.357	327.228
Sachanlagen	1.109.472		- 995	1.108.477
Finanzanlagen	20.686		1.275	21.961
Vermietete Vermögenswerte	1.497.760		- 575.327	922.433
	3.063.503		- 683.404	2.380.099 1)
Umlaufvermögen				
Vorräte	567.877		57.665	625.542 2)
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	271.084		39.651	310.735
Forderungen aus Finanzdienstleistungen	-	919.644	483.098	1.402.742 3)
Sonstige Forderungen und Vermögenswerte	1.401.392	- 919.644	670.778	1.152.526 4)
Wertpapiere und Flüssige Mittel	2.791.412		277.975	3.069.387 5)
	5.031.765		1.529.167	6.560.932
Aktive latente Steuern	-		56.662	56.662 6)
Rechnungsabgrenzungsposten	22.932		- 6.323	16.609
	8.118.200		896.102	9.014.302
Passiva				
Eigenkapital	2.323.467		597.329	2.920.796
Rückstellungen				
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	457.067		93.750	550.817 7)
Steuerrückstellung und Sonstige Rückstellungen	2.103.403	- 55.096	- 339.337	1.708.970 8)
	2.560.470	- 55.096	- 245.587	2.259.787
Passive latente Steuern	-	55.096	151.567	206.663 6)
Verbindlichkeiten				
Finanzverbindlichkeiten	-	2.612.041	334.722	2.946.763
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	368.250	- 70.731	79.646	377.165
Sonstige Verbindlichkeiten	2.241.780	- 1.964.485	- 21.576	255.719
	2.610.030	576.825	392.792	3.579.647 9)
Rechnungsabgrenzungsposten	624.233	- 576.825	1	47.409 10)
	8.118.200		896.102	9.014.302

* Diese umfassen Umgliederungen nach IFRS sowie Ansatz- und Bewertungsanpassungen.

Die Ursachen für die Veränderungen von der Konzernbilanz nach deutschen Rechnungslegungsvorschriften zu der Konzernbilanz nach IFRS zum 31. Juli 2004 lassen sich im Wesentlichen auf folgende Sachverhalte zurückführen:

1) Anlagevermögen

Die Aktivierung von Entwicklungskosten für selbst erstellte Immaterielle Vermögenswerte, einschließlich der Bezugsrechte, erfolgt nur, soweit sämtliche Voraussetzungen nach IAS 38 erfüllt sind. Ist dies nicht der Fall, wird eine ergebniswirksame Erfassung vorgenommen. Die Aktivierung der Entwicklungskosten erfolgt zu Herstellungskosten. Dies führt zum Anstieg der Immateriellen Vermögenswerte. Andererseits ergibt sich eine Verminderung aufgrund des Nichtansatzes von Bezugsrechten, die nach deutschem Handelsrecht zu aktivieren waren.

Geschäfts- oder Firmenwerte werden nach IFRS 3 im Gegensatz zum handelsrechtlichen Abschluss nicht mehr planmäßig abgeschrieben. Ihre Werthaltigkeit wird gemäß IAS 36 jährlich überprüft. Dies führt zu einem höheren Wertansatz nach IFRS.

Insgesamt vermindern sich die Immateriellen Vermögenswerte um T€ 108.357.

Der Konsolidierungskreis nach IFRS hat sich im Vergleich zum HGB erweitert. Dabei handelt es sich um eine Zweckgesellschaften und zwei Spezialfonds, die nach IFRS vollkonsolidiert werden. Ein Teil der nach handelsrechtlichen Vorschriften als Operating Leasing klassifizierten Leasingverhältnisse wird nach IAS 17 als Finanzierungsleasing klassifiziert. Diese werden somit nicht mehr als Vermietete Vermögenswerte, sondern als Forderung aus Finanzdienstleistung bilanziert. Die Gesamtveränderung der Vermieteten Vermögenswerte beläuft sich auf T€ 575.327.

2) Vorräte

Für die Bewertung der Vorräte werden die produktionsbezogenen Vollkosten herangezogen. Als Bewertungsvereinfachungsverfahren wird die Durchschnittsmethode angewandt. Bei langfristiger Auftragsfertigung erfolgt, sofern die Voraussetzungen des IAS 11 erfüllt sind, die Bilanzierung und Bewertung nach dem Grad der Fertigstellung („PoC – Percentage of Completion Method“). Im Porsche Konzern wird diese Methode für die Bilanzierung und Bewertung der Entwicklungsdienstleistungen angewandt. Dies führt zu einer Minderung der Vorräte und zur Bildung von Forderungen aus langfristigen Fertigungsaufträgen. Erhaltene Anzahlungen auf Fertigungsaufträge werden dabei berücksichtigt. Alle weiteren Erhaltene Anzahlungen auf Vorräte werden nicht mehr offen von den Vorräten abgesetzt. Damit erhöhen sich die Vorräte und die Sonstigen Verbindlichkeiten. Die Vorräte erhöhen sich für IFRS gegenüber dem deutschen Handelsrecht um insgesamt T€ 57.665.

3) Forderungen aus Finanzdienstleistungen

Sofern die Voraussetzungen nach IAS 17 erfüllt sind, werden die Forderungen aus Finanzierungsleasingverträgen unter dieser Position ausgewiesen. Dies führt zu einer Erhöhung der Bilanzposition um T€ 483.098.

4) Sonstige Forderungen und Vermögenswerte

Die Veränderung der Sonstigen Forderungen und Vermögenswerte ist im Wesentlichen auf den Ansatz derivativer Finanzinstrumente zurückzuführen. Dies führt zu einer Erhöhung der Bilanzposition gegenüber HGB um T€ 670.778.

5) Wertpapiere und Flüssige Mittel

Die Wertansätze der Bilanzpositionen Wertpapiere und Flüssige Mittel unterscheiden sich vom handelsrechtlichen Wertansatz durch die Marktwertbewertung der zur Veräußerung verfügbaren Wertpapiere und die Vollkonsolidierung einer Zweckgesellschaft. Die Wertpapiere und Flüssigen Mittel erhöhen sich in der Konzernbilanz nach IFRS um T€ 277.975.

6) Latente Steuern

Die Unterschiede bei der Abgrenzung Latenter Steuern begründen sich auf den unterschiedlichen Konzepten zur Ermittlung der Latenten Steuern nach HGB und IFRS. Für IFRS werden Aktive und Passive Latente Steuern auf sämtliche temporäre Differenzen zwischen den steuerlichen Wertansätzen und den Wertansätzen nach IFRS berücksichtigt. Latente Steueransprüche werden bei Erfüllung der Voraussetzungen aktiviert.

7) Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

Für die Ermittlung der Pensionsrückstellung nach IFRS findet das Anwartschaftsbarwertverfahren („Projected Unit Credit Method“) nach IAS 19 Anwendung. Das Verfahren berücksichtigt auch künftige Gehalts- und Rentensteigerungen. Damit ergeben sich Veränderungen gegenüber deutschem Handelsrecht in Höhe von T€ 93.750.

8) Steuerrückstellungen und Sonstige Rückstellungen

Rückstellungen dürfen nur angesetzt werden, sofern eine rechtliche oder faktische Verpflichtung gegenüber Dritten besteht und eine Inanspruchnahme wahrscheinlich ist. Aufwandsrückstellungen werden nicht gebildet. Langfristige Rückstellungen werden auf ihren Barwert abgezinst. Der Gesamtunterschied beläuft sich auf T€ 339.337.

9) Verbindlichkeiten

Die Position Finanzverbindlichkeiten ändert sich im Wesentlichen durch die erstmalige Konsolidierung einer Zweckgesellschaft in Höhe von T€ 254.171. Darüber hinaus werden T€ 576.825, die einen Anteil der Asset Backed Finanzierungen darstellen und nach HGB unter dem Passiven Rechnungsabgrenzungsposten auszuweisen waren, umgegliedert.

Erhaltene Anzahlungen auf Vorräte werden unter den Verbindlichkeiten ausgewiesen und führen zu einer Erhöhung der Verbindlichkeiten gegenüber HGB. Die Verbindlichkeiten erhöhen sich gegenüber der Konzernbilanz nach deutschem Handelsrecht um T€ 392.792.

10) Passiver Rechnungsabgrenzungsposten

Es erfolgt eine Umgliederung der Teile der Asset Backed Finanzierungen, die für HGB einen Passiven Rechnungsabgrenzungsposten darstellten, in die Finanzverbindlichkeiten.

Auswirkungen der IFRS-Umstellung auf die Gewinn- und Verlustrechnung:

	HGB	IFRS	IFRS
		Anpassungs-	
	2003/04	effekte	2003/04
	T€	2003/04	2003/04
		T€	T€
Umsatzerlöse	6.359.377	- 211.646	6.147.731
Gesamtleistung	6.513.744	- 176.692	6.337.052 1)
Ergebnis vor Finanzergebnis	1.046.961	74.035	1.120.996
Finanzergebnis	41.039	- 25.035	16.004
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	1.088.000	49.000	1.137.000 2)
Ertragsteuern	- 476.000	29.000	- 447.000 3)
Ergebnis nach Steuern	612.000	78.000	690.000
davon Ergebnisanteil anderer Gesellschafter	- 4.116	-	- 4.116
davon Ergebnisanteil Aktionäre der Porsche AG	616.116	78.000	694.116

Die wesentlichen Abweichungen werden im Folgenden erläutert:

1) Umsatzerlöse und Gesamtleistung

Die wesentlichen Umsatzeffekte ergeben sich bei der Umstellung auf IFRS aus der Umklassifizierung von Vermögenswerten aus dem Operating Leasing hin zu Finanzierungsleasing und aus der geänderten Bilanzierung von Entwicklungsdienstleistungen, die für IFRS nach ihrem Grad der Fertigstellung realisiert werden. Damit entfällt die Bestandsveränderung für Entwicklungsdienstleistungen. Die Aktivierung von selbst erstellten Immateriellen Vermögenswerten führt zur Bildung aktivierter Eigenleistungen.

2) Ergebnis vor Steuern

Wesentliche Unterschiede ergeben sich aus der Bewertung der Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen, der Abzinsung von Rückstellungen und dem Nichtansatz von Aufwandsrückstellungen sowie Unterschiede bei der langfristigen Auftragsfertigung und dem Leasinggeschäft.

3) Ertragsteuern

Die Änderung der Ertragsteuern ist auf den geänderten Ausweis der Sonstigen Steuern im Ergebnis vor Finanzergebnis sowie aufgrund der Berücksichtigung der Latenten Steuern nach den IFRS-Grundlagen zurückzuführen.

Auswirkungen der IFRS-Umstellung auf die Kapitalflussrechnung

Der wesentliche Unterschied zwischen der Kapitalflussrechnung nach handelsrechtlichen Vorschriften und der Kapitalflussrechnung nach IFRS besteht in der Definition des Finanzmittelfonds. In der Kapitalflussrechnung nach IAS 7 zählen die Wertpapiere nicht mehr zum Finanzmittelfonds, sondern werden dem Investitionsbereich zugeordnet. Weitere Unterschiede entstehen aufgrund der Veränderung des Konsolidierungskreises sowie in der Zuordnung nicht zahlungswirksamer Effekte aus der Währungsumrechnung zu den einzelnen Bereichen.

Zum 31. Juli 2004 errechnet sich nach IFRS ein Finanzmittelbestand von T€ 1.458.790.

In der Kapitalflussrechnung nach HGB ergibt sich ein Finanzmittelbestand von T€ 2.791.412.

Auswirkungen der IFRS-Umstellung auf das Eigenkapital und den Jahresüberschuss

Aus den nach IFRS anzuwendenden Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden ergeben sich folgende wesentliche Effekte auf das Konzerneigenkapital zu den Stichtagen 1. August 2003 und 31. Juli 2004 und den Konzernjahresüberschuss für das Geschäftsjahr 2003/04. Die Werte sind nicht überleitbar zur Darstellung der wesentlichen Änderungen in der Bilanzstruktur, da es sich hier ausschließlich um Eigenkapitaleffekte handelt.

	1. 8. 2003 T€	31. 7. 2004 T€
Konzerneigenkapital nach HGB	1.754.530	2.323.467
Auswirkungen der Anwendung der geänderten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden nach IFRS:		
Immaterielle Vermögenswerte	- 144.025	- 108.357
Vorratsbewertung	11.848	12.734
Langfristige Fertigungsaufträge	14.271	21.081
Leasing	7.352	13.037
Marktwertbewertung von Finanzinstrumenten	721.012	646.998
Änderung Konsolidierungskreis	15.088	20.922
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	- 98.586	- 87.875
Steuerrückstellungen und Sonstige Rückstellungen	156.994	197.715
Sonstiges	- 1.697	4.134
Latente Steuern	- 132.514	- 123.060
Konzerneigenkapital nach IFRS	2.304.273	2.920.796

2003/2004
T€

Konzernjahresüberschuss nach HGB **612.000**

Auswirkungen der Anwendung der geänderten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden nach IFRS:

Immaterielle Vermögenswerte	3.225
Leasing	5.187
Vorräte	962
Langfristige Fertigungsaufträge	3.910
Marktwertbewertung von Finanzinstrumenten	3.196
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	8.784
Steuerrückstellungen und Übrige Rückstellungen	29.479
Änderung Konsolidierungskreis	1.264
Sonstiges	- 1.247
Latente Steuern	23.240

Konzernjahresüberschuss nach IFRS **690.000**

■ **Erläuterungen nach § 292a HGB**

Die Voraussetzungen des § 292a HGB für eine Befreiung von der Pflicht zur Aufstellung eines Konzernabschlusses nach deutschem Handelsrecht sind erfüllt. Der vom Deutschen Standardisierungsrat veröffentlichte Deutsche Rechnungslegungsstandard Nr. 1 (DRS 1), der letztmalig auf Geschäftsjahre anzuwenden ist, die vor dem 1. Januar 2005 beginnen, wurde berücksichtigt. Der vorliegende Konzernabschluss enthält folgende, vom deutschen Recht abweichende, wesentliche Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden:

- Entwicklungskosten werden als Immaterielle Vermögenswerte aktiviert, wenn die Voraussetzungen für eine Aktivierung von selbst erstellten Immateriellen Vermögenswerten gemäß IAS 38 erfüllt sind.
- Ein Geschäfts- oder Firmenwert wird aktiviert und mindestens jährlich einem Werthaltigkeitstest unterzogen. Eine planmäßige Abschreibung ist nicht zulässig.
- Die Vorräte werden zum niedrigeren Wert aus Anschaffungs- oder Herstellungskosten und Nettoveräußerungswert angesetzt. Die Ermittlung des Nettoveräußerungswerts erfolgt absatzmarktorientiert. Als Bewertungsvereinfachungsverfahren wird die Durchschnittsmethode angewandt.
- Die Umrechnung von Valutaforderungen und -verbindlichkeiten erfolgt zum Mittelkurs am Bilanzstichtag. Die daraus resultierenden Wertänderungen werden ergebniswirksam erfasst.
- Bei langfristiger Auftragsfertigung erfolgt eine anteilige, dem Grad der Fertigstellung entsprechende, Gewinnrealisierung.
- Bei Finanzierungsleasingverhältnissen, bei denen der Porsche Konzern als Leasinggeber auftritt, erfolgt die Bilanzierung einer Forderung aus Finanzdienstleistungen.
- Alle originären und derivativen Finanzinstrumente werden in der Bilanz erfasst. Abhängig von der Kategorisierung erfolgt die Folgebewertung zum beizulegenden Zeitwert oder zu fortgeführten Anschaffungskosten sowie die erfolgsneutrale oder erfolgswirksame Erfassung der Wertänderungen.

- Bei der Bewertung der Pensionsrückstellungen findet das Anwartschaftsbarwertverfahren unter Berücksichtigung künftiger Gehalts- und Rentenentwicklungen Anwendung. Die Korridormethode kommt zur Anwendung.
- Der Ansatz langfristiger Rückstellungen erfolgt zum Barwert.
- Aufwandsrückstellungen sind nicht ansatzfähig.
- Die Bilanzierung von Latenten Steuern erfolgt nach der bilanzorientierten Verbindlichkeitsmethode. Latente Steuern auf temporäre Differenzen, die erfolgsneutral entstanden sind, werden ebenfalls erfolgsneutral gebildet.

■ **Konsolidierungskreis**

In den Konzernabschluss der Porsche AG sind alle Unternehmen einbezogen, bei denen die Porsche AG mittelbar oder unmittelbar die Möglichkeit hat, die Finanz- und Geschäftspolitik zu bestimmen („Control“-Verhältnis).

Neben der Porsche AG gehören zum Kreis der vollkonsolidierten Unternehmen 22 inländische (Vorjahr 22) und 57 ausländische (Vorjahr 52) Tochterunternehmen, einschließlich Wertpapierfondsfonds und Zweckgesellschaft.

Die Porsche Design Great Britain Limited, London, die Porsche Design of France SARL, Serris, die Porsche Design Italia S.r.l., Mailand, die CTS CarTopSystems Belgium N.V., Antwerpen und die Porsche Design Asia Pacific Limited, Hongkong, werden erstmals zum 31. Juli 2005 in den Porsche Konzernabschluss einbezogen. Die Änderungen im Konsolidierungskreis haben eine untergeordnete Bedeutung für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage im Konzern.

Die vollständige Aufstellung des Anteilsbesitzes der Porsche AG und des Porsche Konzerns wird beim Handelsregister des Amtsgerichts Stuttgart (HRB 5211) hinterlegt.

■ **Konsolidierungsgrundsätze**

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt gemäß IFRS 3 („Business Combinations“) nach der Erwerbsmethode. Die erworbenen Vermögenswerte und Schulden werden dabei zum Erwerbszeitpunkt mit ihren beizulegenden Zeitwerten bewertet. Anschließend werden die Anschaffungskosten der erworbenen Anteile mit dem anteiligen neu bewerteten Eigenkapital des Tochterunternehmens verrechnet. Ein verbleibender positiver Unterschiedsbetrag aus der Aufrechnung des Kaufpreises mit den identifizierten Vermögenswerten und Schulden wird unter den Immateriellen Vermögenswerten als Geschäfts- oder Firmenwert ausgewiesen.

Aufwendungen und Erträge sowie Forderungen, Verbindlichkeiten und Rückstellungen zwischen konsolidierten Unternehmen werden aufgerechnet. Zwischenergebnisse aus konzerninternen Verkäufen von Vermögenswerten, die noch nicht an Dritte weiterveräußert sind, werden eliminiert. Für Konsolidierungen mit ertragsteuerlichen Auswirkungen werden Latente Steuern angesetzt. Darüber hinaus werden Bürgschaften und Garantien, die die Porsche AG oder eine ihrer konsolidierten Tochtergesellschaften zu Gunsten anderer konsolidierter Tochtergesellschaften übernimmt, eliminiert.

■ Währungsumrechnung

Die in Fremdwährung aufgestellten Abschlüsse der in den Konzern einbezogenen Tochterunternehmen werden gemäß IAS 21 in Euro umgerechnet. Die funktionale Währung der einbezogenen Gesellschaften entspricht der jeweiligen Landeswährung, da diese Tochterunternehmen ihre Geschäftsaktivitäten in finanzieller, wirtschaftlicher und organisatorischer Hinsicht selbständig führen. Vermögenswerte, Schulden und Eventualverbindlichkeiten werden mit dem Mittelkurs am Bilanzstichtag, das Eigenkapital mit historischen Kursen umgerechnet. Die Umrechnung der Gewinn- und Verlustrechnung erfolgt zum Jahresdurchschnittskurs. Aus der Umrechnung des Abschlusses resultierende Umrechnungsdifferenzen werden bis zum Abgang des Tochterunternehmens ergebnisneutral als gesonderter Posten im Eigenkapital erfasst.

In den Jahresabschlüssen der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen werden Fremdwährungsposten bei ihrem Zugang mit dem Anschaffungskurs bewertet. Monetäre Posten werden zum Stichtag mit dem Mittelkurs bewertet. Kursgewinne und -verluste zum Bilanzstichtag werden ergebniswirksam erfasst.

Folgende für den Porsche Konzernabschluss wesentliche Wechselkurse wurden für die Währungsumrechnung verwendet:

		Stichtagkurs		Durchschnittskurs	
		31. 7. 2005	31. 7. 2004	2004/05	2003/04
USA	USD	1,2120	1,2055	1,2705	1,2001
Kanada	CAD	1,4888	1,5944	1,5761	1,6042
Großbritannien	GBP	0,6899	0,6639	0,6863	0,6827
Australien	AUD	1,5937	1,7190	1,6802	1,6721
Japan	JPY	136,0700	134,2992	136,0043	131,9140

■ Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Die Vermögenswerte und Schulden der Porsche AG und der im Wege der Vollkonsolidierung einbezogenen inländischen und ausländischen Tochterunternehmen werden einheitlich nach den im Porsche Konzern geltenden Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden zum 31. Juli 2005 angesetzt und bewertet.

Die Vergleichsinformationen für das Geschäftsjahr 2003/04 basieren auf den gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, die auch für das Geschäftsjahr 2004/05 angewendet werden.

Zur Erstellung des Konzernabschlusses sind Annahmen und Schätzungen notwendig, die sich auf Ansatz, Bewertung und Ausweis der Vermögenswerte, Schulden, Erträge und Aufwendungen auswirken. Dabei werden sämtliche aktuell verfügbaren Erkenntnisse berücksichtigt. Wesentliche Annahmen und Schätzungen werden für die konzerneinheitlichen Nutzungsdauern und die erzielbaren Beträge des Anlagevermögens, die Realisierbarkeit von Forderungen, die Ermittlung des Fertigstellungsgrads bei langfristiger Auftragsfertigung und die Bilanzierung und Bewertung von Rückstellungen getroffen. Die tatsächlich eintretenden Werte können im Einzelfall von den Schätzungen abweichen.

Anlagevermögen

Unter den Immateriellen Vermögenswerten werden Geschäfts- oder Firmenwerte sowie aktivierte Entwicklungskosten, Patente, Software, Lizenzen und ähnliche Rechte mit begrenzter Nutzungsdauer ausgewiesen. Der Ansatz erfolgt im Falle eines wahrscheinlichen künftigen wirtschaftlichen Nutzenzuflusses und sofern eine eindeutige Aufwandszuordnung möglich ist.

Patente, Software, Lizenzen und ähnliche Rechte werden gemäß IAS 38 zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten aktiviert und planmäßig linear über ihre wirtschaftliche Nutzungsdauer abgeschrieben, soweit sich kein außerplanmäßiger Abschreibungsbedarf ergibt. Die Nutzungsdauer beträgt grundsätzlich zwischen drei und fünf Jahren.

Erworbene Geschäfts- oder Firmenwerte werden aktiviert. Eine planmäßige Abschreibung auf Geschäfts- oder Firmenwerte wird nicht vorgenommen. Die **Entwicklungskosten** für Fahrzeuge werden aktiviert, sofern eine eindeutige Aufwandszuordnung möglich ist und die übrigen Kriterien des IAS 38 kumulativ erfüllt sind. Die aktivierten Entwicklungskosten schließen alle dem Entwicklungsprozess direkt und indirekt zurechenbaren Produktionsgemeinkosten ein, die ab dem Zeitpunkt anfallen, an dem sämtliche Kriterien zur Aktivierung erfüllt sind. Aktivierte Entwicklungskosten werden ab Produktionsstart planmäßig linear über den erwarteten Produktlebenszyklus von in der Regel sechs Jahren abgeschrieben. Die Forschungs- und nicht aktivierungsfähigen Entwicklungskosten werden bei Entstehung als Aufwand erfasst.

Das **Sachanlagevermögen** wird zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten bewertet, vermindert um planmäßige Abschreibungen entsprechend der betriebsgewöhnlichen Nutzungsdauer sowie außerplanmäßige Abschreibungen aufgrund von Wertminderungen. Kosten für Reparaturen und Instandhaltung werden als laufender Aufwand erfasst. Die planmäßigen im Wesentlichen linearen Abschreibungen werden entsprechend dem erwarteten Verlauf des Verbrauchs des künftigen wirtschaftlichen Nutzens vorgenommen. Spezialwerkzeuge und -vorrichtungen werden leistungsabhängig abgeschrieben. Für im Schichtbetrieb eingesetzte Anlagen werden die Abschreibungen durch Schichtzulagen erhöht. Den planmäßigen Abschreibungen liegen überwiegend folgende Nutzungsdauern zugrunde:

Sachanlagevermögen	in Jahren
Betriebs- und Geschäftsgebäude	25 bis 40
Technische Anlagen und Maschinen	7 bis 20
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3 bis 13

Die selbst erstellten Sachanlagen sind zu Herstellungskosten aktiviert. Sie enthalten neben den direkt zurechenbaren Kosten auch die anteiligen produktionsbezogenen Gemeinkosten. Finanzierungskosten werden nicht in die Ermittlung der Anschaffungs- oder Herstellungskosten einbezogen.

Vermietete Vermögenswerte resultieren aus Leasingverträgen, bei denen im Wesentlichen alle Chancen und Risiken im Zusammenhang mit dem Eigentum beim Porsche Konzern als Leasinggeber verbleiben. Es handelt sich um Fahrzeuge aus Operating Leasingverhältnissen. Die Bewertung erfolgt mit Anschaffungs- oder Herstellungskosten, vermindert um planmäßig lineare Abschreibung über die voraussichtliche Nutzungsdauer bzw. über die kürzere Vertragslaufzeit unter Berücksichtigung kalkulierter Restwerte.

Ein **Werthaltigkeitstest** wird bei Geschäfts- oder Firmenwerten mindestens jährlich, bei sonstigen Immateriellen Vermögenswerten mit begrenzter Nutzungsdauer sowie bei Sachanlagevermögen und Vermieteten Vermögenswerten nur bei Vorliegen konkreter Anhaltspunkte durchgeführt. Eine Wertminderung wird ergebniswirksam erfasst, soweit der erzielbare Betrag des Vermögenswerts den Buchwert unterschreitet. Der erzielbare Betrag wird für jeden Vermögenswert grundsätzlich einzeln ermittelt. Sofern dies nicht möglich ist, erfolgt die Ermittlung auf Basis einer Gruppe von Vermögenswerten oder der rechtlichen Einheit. Der erzielbare Betrag ist der höhere Betrag aus Nettoveräußerungswert und Nutzungswert. Der Nettoveräußerungswert entspricht dem aus einem Verkauf eines Vermögenswerts zu marktüblichen Bedingungen erzielbaren Betrag abzüglich Veräußerungskosten. Der Nutzungswert wird auf Basis der geschätzten künftigen Cashflows aus der Nutzung und dem Abgang eines Vermögenswerts mit Hilfe des Discounted-Cashflow-Verfahrens ermittelt. Die Cashflows werden aus der langfristigen Unternehmensplanung abgeleitet, aktuelle Entwicklungen werden berücksichtigt. Sie werden unter Anwendung risikoäquivalenter Kapitalisierungszinssätze (vor Steuern) von durchschnittlich zehn Prozent auf den Bilanzstichtag abgezinst.

Bei Entfall des Grundes für eine in Vorjahren erfasste außerplanmäßige Abschreibung erfolgt, mit Ausnahme des Geschäfts- oder Firmenwerts, eine Wertaufholung bis höchstens auf den fortgeführten Buchwert.

Umlaufvermögen

Vorräte

Unter den Vorräten werden Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe, unfertige Erzeugnisse und fertige Erzeugnisse sowie unfertige Leistungen ausgewiesen. Die Vorräte werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten oder dem zum Bilanzstichtag niedrigeren Nettoveräußerungswert angesetzt. Auf ungängige Bestände werden Wertberichtigungen vorgenommen.

Die Herstellungskosten enthalten neben den Einzelkosten angemessene Teile der notwendigen Material- und Fertigungsgemeinkosten sowie fertigungsbedingte Abschreibungen, produktionsbezogene Verwaltungs- und Sozialbereichskosten. Die Finanzierungskosten werden nicht als Teil der Anschaffungs- und Herstellungskosten angesetzt.

Sofern erforderlich, wird als Bewertungsvereinfachungsverfahren die Durchschnittsmethode angewandt.

Langfristige Fertigungsaufträge

Künftige Forderungen aus langfristigen Fertigungsaufträgen werden gemäß dem Grad der Fertigstellung bilanziert. Der anzusetzende Fertigstellungsgrad je Auftrag wird durch das Verhältnis der aufgelaufenen Kosten zu den erwarteten Gesamtkosten („Cost to Cost Method“) bestimmt. Ist das Ergebnis eines Fertigungsauftrages nicht zuverlässig ermittelbar, werden Erlöse nur in Höhe der angefallenen Auftragskosten erfasst („Zero Profit Method“). Soweit die Summe aus angefallenen Auftragskosten und ausgewiesenen Gewinnen die Anzahlungen übersteigt, erfolgt der Ausweis der Fertigungsaufträge aktivisch unter den künftigen Forderungen aus langfristigen Fertigungsaufträgen als Bestandteil der Position Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Ein negativer Saldo wird unter den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen ausgewiesen. Die Grundsätze einer verlustfreien Bewertung werden beachtet.

Finanzinstrumente

Finanzinstrumente sind nach IAS 39 Verträge, die bei einem Unternehmen zu einem finanziellen Vermögenswert und bei einem anderen zu einer finanziellen Verbindlichkeit oder einem Eigenkapitalinstrument führen.

Sofern bei finanziellen Vermögenswerten Handels- und Erfüllungstag zeitlich auseinanderfallen können, ist für die erstmalige Bilanzierung der Erfüllungstag maßgeblich.

Die erstmalige Bewertung eines Finanzinstruments erfolgt zu Anschaffungskosten. Transaktionskosten werden einbezogen. In der Folge werden Finanzinstrumente entweder zum beizulegenden Zeitwert oder zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanziert.

Für die Bewertung unterscheidet IAS 39 finanzielle Vermögenswerte in die Kategorien:

- erfolgswirksam zum Zeitwert bilanzierte Finanzinstrumente,
- bis zur Endfälligkeit gehaltene Finanzinvestitionen,
- ausgereichte Kredite und Forderungen sowie
- zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere.

Finanzielle Verbindlichkeiten sind dagegen den beiden Kategorien zuzuordnen:

- erfolgswirksam zum Zeitwert bilanzierte und zu Handelszwecken gehaltene Finanzinstrumente sowie
- übrige Verbindlichkeiten.

Je nach Kategorisierung der Finanzinstrumente erfolgt die Bewertung entweder zum beizulegenden Zeitwert oder zu fortgeführten Anschaffungskosten.

Der beizulegende Zeitwert entspricht dem Markt- oder Börsenpreis, sofern die zu bewertenden Finanzinstrumente an einem aktiven Markt gehandelt werden. Sofern kein aktiver Markt für ein Finanzinstrument besteht, wird der beizulegende Zeitwert mittels geeigneter finanzmathematischer Methoden, wie zum Beispiel anerkannten Optionspreismodellen oder der Diskontierung zukünftiger Zahlungszuflüsse mit dem Marktzinssatz, errechnet.

Die fortgeführten Anschaffungskosten entsprechen den Anschaffungskosten abzüglich Tilgungen, Wertminderungen und der Auflösung einer Differenz zwischen den Anschaffungskosten und dem bei Endfälligkeit rückzahlbaren Betrag.

Originäre Finanzinstrumente

Die **vom Unternehmen ausgereichten Kredite und Forderungen, die bis zur Endfälligkeit zu haltenden Finanzinvestitionen** sowie die **Finanzverbindlichkeiten** werden, sofern sie nicht mit Sicherungsinstrumenten im Zusammenhang stehen, mit ihren fortgeführten Anschaffungskosten bewertet.

Dabei handelt es sich insbesondere um Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, Forderungen aus Finanzdienstleistungen, Sonstige Forderungen und Vermögenswerte, Wertpapiere, die bis zur Endfälligkeit gehalten werden, Finanzverbindlichkeiten und Sonstige Verbindlichkeiten.

Die Verbindlichkeiten sind, soweit sie Finanzinstrumente im Sinne des IAS 39 sind, und nicht mit einem Sicherungsinstrument verbunden sind, mit ihrem beizulegenden Zeitwert oder mit ihren fortgeführten Anschaffungskosten ausgewiesen. Der beizulegende Zeitwert kommt zum Ansatz, soweit die Verbindlichkeiten in Ausübung der Fair Value Option erfolgswirksam zum Zeitwert zu passivieren sind. Die fortgeführten Anschaffungskosten kommen für alle übrigen Verbindlichkeiten im Sinne des IAS 39 zur Anwendung.

Die ebenfalls unter den Finanzverbindlichkeiten ausgewiesenen Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasingverhältnissen sind gemäß IAS 17 mit ihrem Barwert erfasst.

Zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere sind zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Unrealisierte Gewinne und Verluste aus der Folgebewertung werden im Eigenkapital nach Berücksichtigung Latenter Steuern solange erfasst, bis das Wertpapier veräußert wird bzw. eine objektive Wertminderung eintritt.

Beteiligungen, die im Finanzanlagevermögen ausgewiesen werden, stellen ebenfalls zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere dar und werden zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Sofern jedoch kein aktiver Markt vorhanden ist und die Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts nicht mit vertretbarem Aufwand erfolgen kann, erfolgt die Bewertung zu Anschaffungskosten.

Bei finanziellen Vermögenswerten erfolgt regelmäßig ein Wertminderungstest, falls Anhaltspunkte für eine nachhaltige Wertminderung erkennbar sind. Ein Wertminderungsaufwand wird sofort ergebniswirksam erfasst. Für zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere wird ein bisher im Eigenkapital erfasster Verlust dann ebenfalls ergebniswirksam. Eine Wertaufholung zu einem späteren Zeitpunkt wird für Schuldinstrumente durch eine ergebniswirksame Zuschreibung berücksichtigt.

Derivative Finanzinstrumente

Bei den Derivativen Finanzinstrumenten handelt es sich im Porsche Konzern im Wesentlichen um Devisentermin- und Devisenoptionsgeschäfte, Zinsderivate und Aktienkursicherungsoptionen. Diese werden ausschließlich zur Sicherung von Zins- und Währungsrisiken aus bestehenden Bilanzpositionen oder hochwahrscheinlichen künftigen Transaktionen eingesetzt. Derivative Finanzinstrumente werden zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Soweit die Kriterien für das Hedge Accounting erfüllt sind, erfolgt die Bilanzierung als Cashflow Hedge bzw. Fair Value Hedge. Derivative Finanzinstrumente werden im Rahmen eines Cashflow Hedges zum beizulegenden Zeitwert bilanziert. Die Wertänderungen werden im Kumulierten übrigen Eigenkapital, unter Berücksichtigung Latenter Steuern, erfasst. Mit Eintritt des Grundgeschäfts erfolgt die ergebniswirksame Umbuchung aus dem Kumulierten übrigen Eigenkapital. Im Falle eines Fair Value Hedges wird die Änderung des beizulegenden Zeitwerts aus dem derivativen Finanzinstrument und die Wertänderung des zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Grundgeschäfts ergebniswirksam erfasst.

Latente Steuern

Latente Steuern werden auf alle temporären Differenzen zwischen den steuerlichen Wertansätzen und den Wertansätzen nach IFRS gebildet. Latente Steuern auf Verlustvorträge werden aktiviert, sofern damit gerechnet wird, dass diese genutzt werden können.

Für die Bewertung der Latenten Steuern werden die Steuersätze zum Realisationszeitpunkt zugrunde gelegt, die auf Basis der aktuellen Rechtslage in den einzelnen Ländern gelten oder erwartet werden.

Aktive und Passive Latente Steuern werden, soweit zulässig, saldiert.

Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

Die Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen werden nach dem Anwartschaftsbarwertverfahren ermittelt. Bei diesem Verfahren werden neben den am Bilanzstichtag bekannten Renten und erworbenen Anwartschaften auch künftig zu erwartende Steigerungen von Gehältern und Renten berücksichtigt. Sofern Pensionsverpflichtungen durch Planvermögen rückgedeckt wurden, werden diese saldiert ausgewiesen.

Die Berechnung beruht auf versicherungsmathematischen Gutachten unter Berücksichtigung biometrischer Rechnungsgrundlagen. Die erfolgswirksame Erfassung versicherungsmathematischer Gewinne und Verluste erfolgt erst dann, wenn die zu Beginn des Geschäftsjahres nicht erfassten versicherungsmathematischen Gewinne und Verluste zehn Prozent des Barwerts der Verpflichtung zu Beginn des Geschäftsjahrs übersteigen (Korridormethode). Der Dienstzeitaufwand wird im Personalaufwand ausgewiesen, der Zinsanteil der Rückstellungszuführung im Finanzergebnis.

Steuerrückstellungen und Sonstige Rückstellungen

Steuerrückstellungen und Sonstige Rückstellungen werden gebildet, wenn eine gegenwärtige rechtliche oder faktische Verpflichtung gegenüber Dritten besteht, die künftig wahrscheinlich zu einem Abfluss von Ressourcen führt und dieser verlässlich geschätzt werden kann. Rückstellungen für Gewährleistungen werden unter Berücksichtigung des bisherigen bzw. des geschätzten zukünftigen Schadenverlaufs gebildet. Langfristige Rückstellungen werden mit ihrem auf den Bilanzstichtag abgezinsten Erfüllungsbetrag angesetzt.

Erträge und Aufwendungen

Die Erfassung von Umsatzerlösen, Zins- und Provisionserträgen aus Finanzdienstleistungen erfolgt grundsätzlich erst zu dem Zeitpunkt, zu dem die Erzeugnisse oder Waren geliefert bzw. die Leistungen erbracht sind und der Gefahrenübergang an den Kunden stattgefunden hat. Skonti, Kundenboni und Rabatte vermindern die Umsatzerlöse. Bei langfristigen Fertigungsaufträgen werden Umsätze nach dem Leistungsfortschritt erfasst.

Die produktionsbezogenen Aufwendungen werden mit der Lieferung bzw. der Inanspruchnahme der Leistung, alle sonstigen Aufwendungen werden im Zeitpunkt ihres Anfalls als Aufwand erfasst. Dies gilt auch für nicht aktivierungsfähige Entwicklungskosten. Rückstellungen für Gewährleistung werden im Zeitpunkt des Verkaufs der Produkte gebildet. Zinsen und sonstige Fremdkapitalkosten werden als Aufwand der Periode gebucht. Die Zinsaufwendungen, die für das Finanzdienstleistungsgeschäft anfallen, werden im Materialaufwand ausgewiesen.

Eventualschulden

Die Eventualschulden stellen mögliche Verpflichtungen gegenüber Dritten dar, die aus vergangenen Ereignissen resultieren und deren Existenz durch das Eintreten oder Nichteintreten eines oder mehrerer unsicherer künftiger Ereignisse, die nicht vollständig unter der Kontrolle des Porsche Konzerns stehen, erst noch bestätigt werden müssen. Des Weiteren entstehen Eventualschulden aus einer gegenwärtigen Verpflichtung, die auf vergangenen Ereignissen beruht, die jedoch nicht bilanziert werden, weil der Abfluss von Ressourcen nicht wahrscheinlich ist beziehungsweise die Höhe der Verpflichtung nicht ausreichend verlässlich geschätzt werden kann.

■ Neue Rechnungslegungsvorschriften

Der IASB hat im Rahmen verschiedener Projekte eine Reihe von Änderungen bei bestehenden Standards verabschiedet sowie neue Standards herausgegeben, die grundsätzlich für ab dem 1. Januar 2005 beginnende Geschäftsjahre anzuwenden sind.

Die Porsche AG berücksichtigt ausnahmslos alle zum Stichtag verpflichtend anzuwendenden Standards des IASB sowie Interpretationen des IFRIC bei der Aufstellung des Konzernabschlusses zum 31. Juli 2005.

Darüber hinaus wendet die Porsche AG freiwillig die überarbeiteten Fassungen der folgenden Standards vorzeitig an:

IAS 8	Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, Änderungen von Schätzungen und Fehler
IAS 10	Ereignisse nach dem Bilanzstichtag
IAS 16	Sachanlagen
IAS 17	Leasingverhältnisse
IAS 21	Auswirkungen von Änderungen der Wechselkurse
IAS 27	Konzern- und separate Einzelabschlüsse nach IFRS
IAS 28	Anteile an assoziierten Unternehmen
IAS 32	Finanzinstrumente: Angaben und Darstellung
IAS 33	Ergebnis je Aktie
IAS 39	Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung

Alle weiteren bis zum Ende des Geschäftsjahrs 2004/05 verabschiedeten Standards beziehungsweise Bearbeitungen bestehender Standards und Interpretationen finden im Konzernabschluss zum 31. Juli 2005 keine Anwendung.

(1) Umsatzerlöse

	2004/05 T€	2003/04 T€
Tätigkeitsbereiche		
Fahrzeuge	5.278.254	4.875.226
Teile und Zubehör	685.039	661.324
Sonstiges	610.680	611.181
	6.573.973	6.147.731

Die Gliederung der Umsatzerlöse nach geografischen Segmenten und Geschäftsfeldern ist aus der Segmentberichterstattung ersichtlich.

(2) Bestandsveränderung und Andere aktivierte Eigenleistungen

Die Anderen aktivierten Eigenleistungen resultieren im Wesentlichen aus der Aktivierung von Fahrzeugen und Entwicklungskosten.

(3) Sonstige betriebliche Erträge

Die Sonstigen betrieblichen Erträge enthalten Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen, Buchgewinne aus dem Verkauf von Vermieteten Vermögenswerten, Versicherungsentschädigungen, Kursgewinne und Erträge aus der Auflösung von Wertminderungen. Die Kursgewinne im Geschäftsjahr belaufen sich auf T€ 9.397 (Vorjahr T€ 22.386).

(4) Materialaufwand

	2004/05 T€	2003/04 T€
Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogenen Waren	2.612.506	2.552.048
Aufwendungen für bezogene Leistungen	337.567	323.219
	2.950.073	2.875.267

In den Aufwendungen für bezogene Leistungen werden auch Aufwendungen für das Leasinggeschäft ausgewiesen.

(5) Personalaufwand

	2004/05 T€	2003/04 T€
Löhne und Gehälter	828.131	814.407
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	136.690	135.293
	964.821	949.700
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt *		
Lohnempfänger	4.674	4.794
Gehaltsempfänger	6.835	6.501
Auszubildende und Praktikanten	345	330
	11.854	11.625

*) inklusive Mitarbeiter in Altersteilzeit.

(6) Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die Sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten Aufwendungen für Garantieverpflichtungen, Verwaltung und Vertrieb, EDV-Dienstleistungen, sowie Versicherungen, Mieten und Aufwendungen für verschiedene Risiken. Die Kursverluste betragen T€ 10.962 (Vorjahr T€ 13.087).

(7) Finanzergebnis

	2004/05 T€	2003/04 T€
Erträge aus Beteiligungen	401	754
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	171.954	130.220
Sonstige Zinsen und ähnliche Aufwendungen	- 126.523	- 80.694
Zinsaufwand aus der Aufzinsung von Rückstellungen	- 31.933	- 30.021
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	- 158.456	- 110.715
Sonstiges Finanzergebnis	4.886	- 4.255
	18.785	16.004

Die Zinserträge resultieren im Wesentlichen aus festverzinslichen Wertpapieren und Festgeldanlagen. Darüber hinaus enthalten sie Erträge für verzinsliche Forderungen und Darlehen. Die Zinsen und ähnlichen Aufwendungen setzen sich aus Zinsaufwendungen aus der operativen Geschäftstätigkeit, der Begebung von Anleihen und der Aufzinsung von Rückstellungen zusammen. Das Sonstige Finanzergebnis besteht ausschließlich aus dem Ergebnis aus der Veräußerung von Wertpapieren der Kategorie von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren.

(8) Ertragsteuern

Der ausgewiesene Ertragsteueraufwand setzt sich wie folgt zusammen:

	2004/05	2003/04
	T€	T€
Tatsächliche Steuern	471.126	430.383
Latente Steuern	- 12.126	16.617
	459.000	447.000

Aufgrund von Steuersatzänderungen wurde gegenüber dem Vorjahr zusätzlich ein Ertrag aus Latenten Steuern in Höhe von T€ 1.009 (Vorjahr T€ 7.246) erfasst.

Der tatsächliche Steueraufwand wurde aufgrund von bisher nicht genutzten steuerlichen Verlustvorträgen um T€ 1.548 (Vorjahr T€ 3.854) gemindert. Bei den Latenten Steuern führte dies in beiden Berichtsperioden zu keiner wesentlichen Veränderung.

Die periodenfremden tatsächlichen Steuern betragen T€ 12.079 (Vorjahr T€ 19.162).

Zu- und Abschreibungen auf Latente Steuern waren im Geschäftsjahr nicht erforderlich.

Im Berichtsjahr haben sich die ergebnisneutral im Eigenkapital verrechneten Latenten Steuern um T€ 128.325 (Vorjahr T€ 27.766) verändert.

Der Steuersatz für die Latenten Steuern wird auf Basis der aktuell gültigen Rechtslage ermittelt.

Für die Inlandsgesellschaften kommt ein durchschnittlicher Ertragssteuersatz von 39% (Vorjahr 38%) zur Anwendung. Die angewandten Steuersätze für die Auslandsgesellschaften liegen zwischen 0% und 41% (Vorjahr zwischen 0% und 42%).

Es bestehen Verlustvorträge und noch nicht genutzte Steuergutschriften in Höhe von T€ 29.469 (Vorjahr T€ 25.021), für die keine Aktiven Latenten Steuern angesetzt worden sind. T€ 2.793 (Vorjahr T€ 557) sind unbegrenzt vortragsfähig, der Rest ist begrenzt vortragsfähig über einen Zeitraum von mehr als drei Jahren.

Daneben sind insgesamt T€ 1.126 (Vorjahr T€ 15.768) Latente Steuern auf steuerliche Verlustvorträge und T€ 14 (Vorjahr T€ 3.079) Latente Steuern auf noch nicht genutzte Steuergutschriften aktiviert.

Für temporäre Differenzen auf einbehaltene Gewinne bei Tochtergesellschaften in Höhe von T€ 30.336 (Vorjahr T€ 22.712) wurden keine Latenten Steuern angesetzt, da diese Gewinne zum weiteren Ausbau der Geschäftstätigkeit an den einzelnen Standorten eingesetzt werden sollen.

Die Unterschiede zwischen dem aufgrund des rechnerischen Steuersatzes erwarteten Ertragsteueraufwand und dem tatsächlichen Ertragsteueraufwand können folgender Überleitungsrechnung entnommen werden.

	2004/05	2003/04
	T€	T€
Erwarteter Ertragsteueraufwand	482.820	443.430
Steuersatzbedingte Abweichungen	- 28.066	- 16.642
Abweichung in der steuerlichen Bemessungsgrundlage	4.090	24.269
Ansatz und Bewertung Aktive Latente Steuern	967	- 7.801
Periodenfremde Steuern	- 961	4.982
Sonstige Abweichungen	150	- 1.238
Ausgewiesener Ertragsteueraufwand	459.000	447.000

Die Aktiven und Passiven Latenten Steuern auf Ebene der einzelnen Bilanzposten werden in der folgenden Übersicht dargestellt:

	Aktive Latente Steuern		Passive Latente Steuern	
	31.7.2005 T€	31.7.2004 T€	31.7.2005 T€	31.7.2004 T€
Anlagevermögen	218.683	116.976	284.343	288.244
Umlaufvermögen	150.655	98.597	340.564	318.104
Steuerliche Verlustvorträge und Steuerguthaben	785	18.176	–	–
Rückstellungen	252.897	206.973	–	45
Verbindlichkeiten	13.639	43.075	7.337	27.405
Zwischensumme	636.659	483.797	632.244	633.798
Saldierung	– 451.895	– 427.135	– 451.895	– 427.135
Bestand laut Konzernbilanz	184.764	56.662	180.349	206.663

9) Ergebnisanteil anderer Gesellschafter

Im Ergebnis nach Steuern des Konzerns sind auf andere Gesellschafter entfallende Verlustanteile in Höhe von T€ 3.504 (Vorjahr 4.116 T€) enthalten.

(10) Ergebnis je Aktie

		2004/05	2003/04
Ergebnis nach Steuern	T€	779.000	690.000
Ergebnisanteil anderer Gesellschafter	T€	3.504	4.116
Ergebnisanteil Aktionäre der Porsche AG	T€	782.504	694.116
Ergebnisanteil Stammaktien	T€	390.990	346.796
Ergebnisanteil Vorzugsaktien	T€	391.514	347.320
Durchschnittliche Anzahl der ausgegebenen Stammaktien	Stück	8.750.000	8.750.000
Durchschnittliche Anzahl der ausgegebenen Vorzugsaktien	Stück	8.750.000	8.750.000
Ergebnis je Stammaktie	€	44,68	39,63
Ergebnis je Vorzugsaktie	€	44,74	39,69

Das Ergebnis je Aktie wird aus der Division des Ergebnisanteils der Aktionäre der Porsche AG durch die Anzahl der im Geschäftsjahr insgesamt ausgegebenen Aktien ermittelt. Maßnahmen, die zu Verwässerungseffekten führen, ergaben sich nicht.

Erläuterungen zur Konzern-Kapitalflussrechnung

(11) Erläuterungen zur Konzern-Kapitalflussrechnung

Der in der Kapitalflussrechnung betrachtete Finanzmittelbestand umfasst ausschließlich die Bilanzposition Flüssige Mittel, die sich aus Kassenbeständen, Schecks und Guthaben bei Kreditinstituten mit einer Laufzeit von bis zu drei Monaten zusammensetzt. Die Einflüsse aus wechselkursbedingten Änderungen der Flüssigen Mittel betragen im Konzern T€ – 31.607 (Vorjahr T€ 7.058).

Die Kapitalflussrechnung zeigt, wie sich die Zahlungsmittel des Porsche Konzerns im Laufe des Berichtsjahres durch Mittelzu- und Mittelabflüsse verändert haben. Hierzu werden die Zahlungsströme in der Kapitalflussrechnung nach laufender Geschäftstätigkeit, Investitionstätigkeit einschließlich Geldanlage in Wertpapiere sowie Finanzierungstätigkeit unterteilt.

Die Zahlungsmittelzu- und -abflüsse aus der Investitions- und Finanzierungstätigkeit werden nach der direkten Methode dargestellt. Die Mittelzu- und Mittelabflüsse aus der Investitionstätigkeit des laufenden Geschäfts umfassen neben Zugängen im Sach- und Finanzanlagevermögen auch Zugänge bei den Immateriellen Vermögenswerten. Ebenfalls werden hier die Veränderungen der Vermieteten Vermögenswerte und die Veränderung der Forderungen aus Finanzdienstleistungen ausgewiesen. Die Mittelzu- und -abflüsse aus Investitionstätigkeit einschließlich der Geldanlagen in Wertpapiere ergänzen die Investitionstätigkeit des laufenden Geschäfts um Veränderungen der Geldanlagen in Wertpapiere. In der Finanzierungstätigkeit sind neben Zahlungsmittelabflüssen aus Dividendenzahlungen und der Tilgung von Krediten auch die Zahlungsmittelzuflüsse aus der Begebung von Anleihen und Sonstigen Finanzverbindlichkeiten ausgewiesen.

Demgegenüber wird ausgehend vom Ergebnis nach Steuern der Mittelzu- und -abfluss aus laufender Geschäftstätigkeit indirekt abgeleitet. Dazu wird das Ergebnis nach Steuern um die nicht zahlungswirksamen Aufwendungen, das sind im Wesentlichen Abschreibungen und die Veränderungen der Rückstellungen, sowie nicht zahlungswirksame Erträge korrigiert und um die Veränderung der betrieblichen Aktiva und Passiva ergänzt.

Die Veränderungen der Bilanzpositionen, die für die Entwicklung der Kapitalflussrechnung herangezogen werden, werden um nicht zahlungswirksame Effekte aus der Währungsumrechnung und Konsolidierungskreisänderungen angepasst. Aus diesem Grund sind die Veränderungen der betreffenden Bilanzpositionen mit den entsprechenden Werten aus der veröffentlichten Konzernbilanz nicht unmittelbar abstimmbare.

Im Mittelzufluss/-abfluss aus laufender Geschäftstätigkeit sind enthalten:

	2004/05 T€	2003/04 T€
Gezahlte Zinsen	– 103.144	– 82.151
Erhaltene Zinsen	147.968	107.385
Bezahlte Ertragsteuern	– 635.304	– 317.018
Erstattete Ertragsteuern	9.637	55.686
Erhaltene Dividenden	378	378
Auszahlungen für den Erwerb von konsolidierten Unternehmen	–	– 76.355
Einzahlungen aus dem Abgang von Beteiligungen	–	7.680

Erläuterungen zur Konzernbilanz

(12) Anlagevermögen

Unter den Immateriellen Vermögenswerten werden die erworbenen Entwicklungsleistungen, Zuschüsse für Werkzeugkosten, aktivierte Entwicklungskosten für Fahrzeuge, Geschäfts- oder Firmenwerte, Lizenzen und Software ausgewiesen.

Im Geschäftsjahr wurden Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen in Höhe von T€ 339.269 (Vorjahr T€ 272.157) ergebniswirksam erfasst.

Die Geschäfts- oder Firmenwerte im Porsche Konzern entwickelten sich wie folgt:

	T€
Buchwert zum 1. 8. 2003	10.820
Zugänge im Geschäftsjahr 2003/04	34.530
Buchwert zum 31. 7. 2004	45.350
Zugänge im Geschäftsjahr 2004/05	–
Buchwert zum 31. 7. 2005	45.350

Ein Wertminderungsbedarf ergibt sich nicht.

Die Entwicklung des Anlagevermögens des Konzerns wird auf den folgenden Seiten dargestellt.

Entwicklung der Immateriellen Vermögenswerte

	Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte T€	Entwicklungs- kosten T€	Geschäfts- oder Firmenwerte T€	Geleistete Anzahlungen T€	Gesamt T€
Anschaffungs-/Herstellungskosten					
Stand 1.8.2003	240.645	63.173	10.820	5.184	319.822
Währungsdifferenzen	- 782	-	-	- 10	- 792
Änderungen Konsolidierungskreis	2.347	-	-	-	2.347
Zugänge	112.956	47.484	34.530	8.889	203.859
Umbuchungen	4.103	-	-	- 532	3.571
Abgänge	9.042	-	-	-	9.042
Stand am 31.7.2004	350.227	110.657	45.350	13.531	519.765
Abschreibungen					
Stand 1.8.2003	95.433	22.627	-	-	118.060
Währungsdifferenzen	- 609	-	-	-	- 609
Zugänge	64.224	11.108	-	-	75.332
Abgänge	246	-	-	-	246
Stand am 31.7.2004	158.802	33.735	-	-	192.537
Anschaffungs-/Herstellungskosten					
Stand 1.8.2004	350.227	110.657	45.350	13.531	519.765
Währungsdifferenzen	- 506	-	-	- 5	- 511
Änderungen Konsolidierungskreis	-	-	-	-	-
Zugänge	15.348	33.655	-	14.332	63.335
Umbuchungen	6.391	-	-	- 5.803	588
Abgänge	18.817	-	-	-	18.817
Stand am 31.7.2005	352.643	144.312	45.350	22.055	564.360
Abschreibungen					
Stand 1.8.2004	158.802	33.735	-	-	192.537
Währungsdifferenzen	- 435	-	-	-	- 435
Zugänge	62.803	18.394	-	-	81.197
Abgänge	2.526	-	-	-	2.526
Stand am 31.7.2005	218.644	52.129	-	-	270.773
Restbuchwert zum 31.7.2004	191.425	76.922	45.350	13.531	327.228
Restbuchwert zum 31.7.2005	133.999	92.183	45.350	22.055	293.587

Entwicklung des Sachanlagevermögens

	Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschl. der Bauten auf fremden Grundstücken T€	Technische Anlagen und Maschinen T€	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäfts- ausstattung T€	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau T€	Gesamt T€
Anschaffungs-/Herstellungskosten					
Stand 1. 8. 2003	562.577	371.631	1.408.069	171.360	2.513.637
Währungsdifferenzen	1.258	- 67	- 866	- 12	313
Änderungen Konsolidierungskreis	2.669	17.452	16.234	828	37.183
Zugänge	42.343	26.935	230.988	62.085	362.351
Umbuchungen	24.182	13.689	56.376	- 97.818	- 3.571
Abgänge	148	8.153	33.991	303	42.595
Stand am 31. 7. 2004	632.881	421.487	1.676.810	136.140	2.867.318
Abschreibungen					
Stand 1. 8. 2003	238.518	315.387	1.051.920	-	1.605.825
Währungsdifferenzen	478	- 42	- 478	-	- 42
Zugänge	18.173	22.164	145.735	-	186.072
Abgänge	93	7.732	25.189	-	33.014
Stand am 31. 7. 2004	257.076	329.777	1.171.988	-	1.758.841
Anschaffungs-/ Herstellungskosten					
Stand 1. 8. 2004	632.881	421.487	1.676.810	136.140	2.867.318
Währungsdifferenzen	- 934	- 85	- 256	-	- 1.275
Änderungen Konsolidierungskreis	-	-	-	-	-
Zugänge	27.847	31.065	193.365	55.114	307.391
Umbuchungen	15.211	10.556	64.499	- 90.854	- 588
Abgänge	1.107	5.422	38.034	344	44.907
Stand am 31. 7. 2005	673.898	457.601	1.896.384	100.056	3.127.939
Abschreibungen					
Stand 1. 8. 2004	257.076	329.777	1.171.988	-	1.758.841
Währungsdifferenzen	- 546	- 5	- 179	-	- 730
Zugänge	18.769	27.871	215.792	-	262.432
Abgänge	755	4.766	28.165	-	33.686
Stand am 31. 7. 2005	274.544	352.877	1.359.436	-	1.986.857
Restbuchwert zum 31. 7. 2004	375.805	91.710	504.822	136.140	1.108.477
Restbuchwert zum 31. 7. 2005	399.354	104.724	536.948	100.056	1.141.082

Entwicklung des Finanzanlagevermögens

	Sonstige Beteiligungen T€	Sonstige Ausleihungen T€	Gesamt T€
Anschaffungs-/Herstellungskosten			
Stand 1. 8. 2003	31.211	79	31.290
Währungsdifferenzen	-	-	-
Änderungen Konsolidierungskreis	-	-	-
Zugänge	907	17	924
Umbuchungen	-	-	-
Abgänge	10.253	-	10.253
Stand am 31. 7. 2004	21.865	96	21.961
Abschreibungen			
Stand 1. 8. 2003	-	-	-
Währungsdifferenzen	-	-	-
Zugänge	-	-	-
Abgänge	-	-	-
Stand am 31. 7. 2004	-	-	-
Anschaffungs-/Herstellungskosten			
Stand 1. 8. 2004	21.865	96	21.961
Währungsdifferenzen	-	-	-
Änderungen Konsolidierungskreis	-	-	-
Zugänge	4.573	40	4.613
Umbuchungen	-	-	-
Abgänge	-	-	-
Stand am 31. 7. 2005	26.438	136	26.574
Abschreibungen			
Stand 1. 8. 2004	-	-	-
Währungsdifferenzen	-	-	-
Zugänge	-	-	-
Abgänge	-	-	-
Stand am 31. 7. 2005	-	-	-
Restbuchwert zum 31. 7. 2004	21.865	96	21.961
Restbuchwert zum 31. 7. 2005	26.438	136	26.574

Entwicklung der Vermieteten Vermögenswerte sowie des gesamten Anlagevermögens

	Vermietete Vermögens- werte T€	Anlage- vermögen Gesamt T€
Anschaffungs-/Herstellungskosten		
Stand 1. 8. 2003	1.263.899	4.128.648
Währungsdifferenzen	- 63.455	- 63.934
Änderungen Konsolidierungskreis	-	39.530
Zugänge	504.415	1.071.549
Umbuchungen	-	-
Abgänge	414.182	476.072
Stand am 31. 7. 2004	1.290.677	4.699.721
Abschreibungen		
Stand 1. 8. 2003	358.036	2.081.921
Währungsdifferenzen	- 7.552	- 8.203
Änderungen Konsolidierungskreis	-	-
Zugänge	120.702	382.106
Umbuchungen	-	-
Abgänge	102.942	136.202
Stand am 31. 7. 2004	368.244	2.319.622
Anschaffungs-/Herstellungskosten		
Stand 1. 8. 2004	1.290.677	4.699.721
Währungsdifferenzen	- 3.741	- 5.527
Änderungen Konsolidierungskreis	-	-
Zugänge	543.638	918.977
Umbuchungen	-	-
Abgänge	472.750	536.474
Stand am 31. 7. 2005	1.357.824	5.076.697
Abschreibungen		
Stand 1. 8. 2004	368.244	2.319.622
Währungsdifferenzen	- 1.234	- 2.399
Änderungen Konsolidierungskreis	-	-
Zugänge	174.613	518.242
Umbuchungen	-	-
Abgänge	150.906	187.118
Stand am 31. 7. 2005	390.717	2.648.347
Restbuchwert zum 31. 7. 2004	922.433	2.380.099
Restbuchwert zum 31. 7. 2005	967.107	2.428.350

Der Porsche Konzern tritt im Geschäftsfeld Finanzdienstleistungen als Leasinggeber auf und vermietet hauptsächlich eigene Produkte. Die Fälligkeiten der Mindestleasingzahlungen aus nicht kündbaren Operating-Leasingverträgen in Höhe von T€ 345.167 (Vorjahr T€ 402.311) stellen sich wie folgt dar:

	31.7.2005 T€	31.7.2004 T€
Restlaufzeit bis 1 Jahr	118.191	172.409
Restlaufzeit 1 – 5 Jahre	226.976	229.902
	345.167	402.311

Die Entwicklung der Vermieteten Vermögenswerte im Geschäftsjahr ist im Anlagenspiegel dargestellt. Die Verträge beinhalten zum Teil Verlängerungs- und Kaufoptionen sowie Preisanpassungsklauseln.

(13) Vorräte

Der ausgewiesene Vorratsbestand setzt sich wie folgt zusammen:

	31.7.2005 T€	31.7.2004 T€
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	85.252	78.167
Unfertige Erzeugnisse, unfertige Leistungen	49.152	63.075
Fertige Erzeugnisse und Waren	437.359	478.524
Geleistete Anzahlungen auf Vorräte	9	5.776
	571.772	625.542

Von dem Gesamtbetrag der zum Stichtag bilanzierten Vorräte in Höhe von T€ 571.772 (Vorjahr T€ 625.542) sind T€ 191.744 (Vorjahr T€ 171.841) zu ihrem Nettoveräußerungswert bilanziert. Im Geschäftsjahr wurden Wertminderungen in Höhe von T€ 5.236 (Vorjahr T€ 4.708) ergebniswirksam erfasst. Wertaufholungen aufgrund von Veräußerungen sind von untergeordneter Bedeutung.

(14) Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

	31.7.2005 T€	31.7.2004 T€
Künftige Forderungen aus langfristigen Fertigungsaufträgen	40.816	39.080
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	266.850	271.601
Forderungen an Beteiligungsunternehmen	–	54
	307.666	310.735

Die nach dem Grad der Fertigstellung bilanzierten künftigen Forderungen aus langfristigen Fertigungsaufträgen ermitteln sich wie folgt:

	31.7.2005	31.7.2004
	T€	T€
Herstellungskosten einschließlich Auftragsergebnis der langfristigen Fertigungsaufträge	242.481	181.200
davon mit Kunden abgerechnete Leistungen	- 173.421	- 1.307
Künftige Forderungen aus langfristigen Fertigungsaufträgen vor Erhaltenen Anzahlungen	69.060	179.893
Erhaltene Anzahlungen	- 28.244	- 140.813
	40.816	39.080

Der Umsatz aus langfristigen Fertigungsaufträgen beläuft sich auf T€ 59.908 (Vorjahr T€ 92.814). Die mit den Kunden abgerechneten Aufträge und Teilaufträge werden unter den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ausgewiesen. Von den Forderungen haben T€ 21.252 (Vorjahr T€ 3.305) eine Restlaufzeit von mehr als einem Jahr.

(15) Forderungen aus Finanzdienstleistungen

	31.7.2005	31.7.2004
	T€	T€
Forderungen aus Finanzdienstleistungen	1.567.302	1.402.742

Die Forderungen aus Finanzdienstleistungen enthalten Forderungen aus Kunden- und Händlerfinanzierungen einschließlich fälliger Raten in Höhe von T€ 472.971 (Vorjahr T€ 429.525) sowie Forderungen aus Finanzierungsleasingverträgen in Höhe von T€ 1.131.145 (Vorjahr T€ 1.007.235). In Höhe von T€ 1.183.421 (Vorjahr T€ 923.072) haben die Forderungen aus Finanzdienstleistungen eine Restlaufzeit von mehr als einem Jahr.

Die Forderungen aus Finanzierungsleasingverträgen resultieren aus Fahrzeugfinanzierungen und gliedern sich wie folgt:

	31.7.2005	31.7.2004
	T€	T€
Bruttogesamtinvestition in das Leasingverhältnis	1.275.639	1.147.922
Restlaufzeit bis 1 Jahr	401.597	341.924
Restlaufzeit 1 – 5 Jahre	873.619	805.998
Restlaufzeit größer 5 Jahre	423	–
Noch nicht realisierter Finanzertrag	– 144.494	– 140.687
Barwert der ausstehenden Mindestleasingzahlungen	1.131.145	1.007.235
Restlaufzeit bis 1 Jahr	332.972	278.020
Restlaufzeit 1 - 5 Jahre	797.778	729.215
Restlaufzeit größer 5 Jahre	395	–

Die kumulierten Wertberichtigungen für risikobehaftete ausstehende Mindestleasingzahlungen bei Finanzierungsleasingverhältnissen betragen T€ 36.814 (Vorjahr T€ 34.018).

Die Forderungen aus Finanzdienstleistungen werden grundsätzlich durch Sicherungsübereignungen, Bürgschaften oder Grundpfandrechte gesichert.

(16) Sonstige Forderungen und Vermögenswerte

Die Sonstigen Vermögenswerte haben in Höhe von T€ 6.299 (Vorjahr T€ 8.457) eine Restlaufzeit von über einem Jahr.

	31.7.2005	31.7.2004
	T€	T€
Derivative Finanzinstrumente	698.682	915.628
Sonstige Vermögenswerte	287.482	229.094
Steuerforderungen	19.236	7.804
Übrige Forderungen	306.718	236.898
	1.005.400	1.152.526

Die Position Derivative Finanzinstrumente umfasst insbesondere Devisentermingeschäfte, Devisenoptionen und kombinierte Optionsgeschäfte.

(17) Wertpapiere

	31.7.2005	31.7.2004
	T€	T€
Aktien	95.603	48.774
Investmentanteile	92.311	47.248
Festverzinsliche Wertpapiere	418.300	295.304
Übrige Wertpapiere	1.264.882	1.219.271
	1.871.096	1.610.597

(18) Flüssige Mittel

Bei den Flüssigen Mitteln in Höhe von T€ 1.754.930 (Vorjahr T€ 1.458.790) handelt es sich um Schecks, Kassenbestände und Guthaben bei Kreditinstituten mit einer Fälligkeit innerhalb von drei Monaten.

(19) Aktiver Rechnungsabgrenzungsposten

Aktive Rechnungsabgrenzungen in Höhe von T€ 18.780 (Vorjahr T€ 16.609) ergeben sich im Wesentlichen aus der Abgrenzung von Pensionszahlungen, sonstigen Mieten und Marketingaufwendungen sowie Wartungsaufwendungen für Hard- und Software. Der Aktive Rechnungsabgrenzungsposten enthält Abgrenzungen in Höhe von T€ 1.408 (Vorjahr T€ 156) mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr.

(20) Eigenkapital und Anteile anderer Gesellschafter

Die Entwicklung des Eigenkapitals und der Anteile anderer Gesellschafter ist im Eigenkapitalspiegel dargestellt.

Gezeichnetes Kapital

Das Gezeichnete Kapital der Porsche AG beträgt 45,5 Millionen Euro und ist unverändert in 8.750.000 Stammaktien sowie 8.750.000 stimmrechtslose Vorzugsaktien, auf die jeweils ein anteiliger Betrag des Grundkapitals von 2,60 Euro entfällt, aufgeteilt und voll eingezahlt. Die Vorzugsaktien sind mit einer Mehrdividende von 0,06 Euro ausgestattet.

Kapitalrücklage

Die Kapitalrücklage enthält ausschließlich Einstellungen aus Aufgeldern und ist zum Vorjahr unverändert.

Gewinnrücklagen und Kumuliertes übriges Eigenkapital

Bei den Gewinnrücklagen handelt es sich ausschließlich um Andere Gewinnrücklagen. Die Gewinnrücklagen enthalten die laufenden und die in Vorjahren von der Porsche AG und einbezogenen Tochtergesellschaften erwirtschafteten, noch nicht ausgeschütteten Gewinne sowie erfolgsneutrale Transaktionen.

Die im Eigenkapital dargestellten erfolgsneutralen Veränderungen werden im Wesentlichen durch Dividendenzahlungen an die Aktionäre der Porsche AG in Höhe von T€ 69.475 (Vorjahr T€ 58.975), Konsolidierungskreisänderungen in Höhe von T€ 0 (Vorjahr T€ 15.291) und Währungsänderungen gegenüber dem Vorjahr in Höhe von T€ – 30.197 (Vorjahr T€ 3.023) beeinflusst.

Die Differenzen aus der erfolgsneutralen Währungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen in Höhe von T€ 10.532 (Vorjahr T€ 1.098) werden gesondert ausgewiesen. Im Kumulierten übrigen Eigenkapital enthalten ist die Veränderung der erfolgsneutralen Marktwertbewertung von Finanzinstrumenten in Höhe von T€ – 188.763 (Vorjahr T€ – 41.853). Der Ausweis erfolgt nach Berücksichtigung Latenter Steuern.

Der Jahresabschluss der Porsche AG zum 31. Juli 2005 weist einen Bilanzgewinn von € 264.000.000 aus. Der Hauptversammlung wird vorgeschlagen, den Bilanzgewinn wie folgt zu verwenden:

Ausschüttung einer Dividende von € 4,94 je Stammaktie ISIN Nr. DE0006937709 (Wertpapier-Kenn-Nummer 693 770) auf 8.750.000 Stammaktien für das Geschäftsjahr 2004/05	€ 43.225.000,–
Ausschüttung einer Dividende von € 5,00 je Vorzugsaktie ISIN Nr. DE0006937733 (Wertpapier-Kenn-Nummer 693 773) auf 8.750.000 Vorzugsaktien für das Geschäftsjahr 2004/05	€ 43.750.000,–
Einstellung in Gewinnrücklagen	€ 177.025.000,–
<hr/>	
Bilanzgewinn	€ 264.000.000,–

Aus der vorgeschlagenen Dividendenzahlung ergibt sich keine Gutschrift von Steuerguthaben aus dem vor dem Jahr 2001 geltenden Körperschaftsteuersystem. Für künftige Dividendenzahlungen können Steuererminderungsansprüche in Höhe von 76,1 Millionen Euro, die auf dem alten Körperschaftsteuersystem beruhen, in anteiligen jährlichen Teilbeträgen bis zum Geschäftsjahr 2019/20 realisiert werden.

Anteile anderer Gesellschafter

Die Zunahme der Anteile anderer Gesellschafter resultiert im Wesentlichen aus neutralen Transaktionen in Höhe von T€ 5.706 (Vorjahr T€ 366), gegenläufig hierzu wirkt sich die Verlustübernahme in Höhe von T€ 3.504 (Vorjahr T€ 4.116) aus.

(21) Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

Mitarbeitern der in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften stehen Ansprüche im Rahmen der betrieblichen Altersversorgung zu. Die Versorgungsleistungen variieren dabei nach den rechtlichen, wirtschaftlichen und steuerlichen Gegebenheiten des jeweiligen Landes und basieren grundsätzlich auf der Beschäftigungsdauer und auf dem bezogenen Entgelt der begünstigten Mitarbeiter. Die unmittelbaren und mittelbaren Verpflichtungen umfassen solche aus bereits laufenden Pensionen sowie Anwartschaften für zukünftig zu zahlende Pensionen und Altersruhegelder.

Die betriebliche Altersversorgung erfolgt im Konzern überwiegend durch leistungsorientierte Versorgungspläne, daneben gibt es zum Teil auch beitragsorientierte Versorgungspläne. Die Beitragszusagen („Defined Contribution Plans“) betreffen hauptsächlich inländische Gesellschaften, die aufgrund gesetzlicher Bestimmungen Beiträge an die staatliche Rentenversicherungsanstalt abzuführen haben. Im Inland wurden an die gesetzliche Rentenversicherung Beiträge in Höhe von T€ 52.699 (Vorjahr T€ 49.493) geleistet. Die leistungsorientierten Versorgungspläne werden gemäß IAS 19 nach dem Anwartschaftsbarwertverfahren errechnet. Die Pensionsverpflichtungen werden mit dem Barwert der am Bewertungsstichtag erdienten Pensionsansprüche inklusive wahrscheinlicher künftiger Erhöhungen von Renten und Gehältern berücksichtigt. Der Verpflichtungsumfang für aktive Mitarbeiter erhöht sich jährlich um die Aufzinsung und um den Barwert der im Wirtschaftsjahr neu erdienten Pensionsansprüche.

Der überwiegende Anteil der Versorgungsleistungen betrifft die Porsche AG. Zudem besteht mit der Porsche VarioRente in Deutschland ein persönliches Vorsorgekapital, das durch Beiträge der Mitarbeiter aufgebaut wird.

Die Berechnung der Pensionsverpflichtung erfolgt nach versicherungsmathematischen Methoden. Hierin enthalten sind Annahmen zu künftigen Lohn- und Gehaltstrends sowie Rententrends. Diese Berechnungsparameter werden vom Unternehmen jährlich geschätzt. Für die inländischen Gesellschaften erfolgt die Bewertung unter folgenden Annahmen:

Versicherungsmathematische Annahmen

	2004/05	2003/04
Abzinsungssatz	4,00%	5,00%
zukünftiger Gehaltstrend	3,50%	3,50%
Rententrend	1,75%	1,75%

Die Pensionsverpflichtungen der ausländischen Gesellschaften sind insgesamt von untergeordneter Bedeutung.

Es ergeben sich die nachstehenden Nettoverpflichtungen:

	31. 7. 2005 T€	31. 7. 2004 T€
Barwerte der rückstellungsfinanzierten Versorgungsansprüche	719.183	535.129
Barwert der fondsfinanzierten Versorgungsansprüche	44.131	40.492
Anwartschaftsbarwerte der Versorgungszusagen	763.314	575.621
Fondsvermögen zu Marktwerten	- 32.476	- 24.670
Nettoverpflichtungen	730.838	550.951
Versicherungsmathematische Gewinne (+) und Verluste (-)	- 134.574	- 134
Bilanzwerte zum 31. 7. 2005 bzw. 31. 7. 2004	596.264	550.817

Der in der Bilanz erfasste Wert für Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen entwickelt sich gegenüber dem Vorjahr wie folgt:

	2004/05 T€	2003/04 T€
Bilanzwerte zum 1. 8. 2004 bzw. 1. 8. 2003	550.817	503.548
Konzernkreisänderung	–	5.347
Aufwendungen aus Pensionsverpflichtungen	49.303	44.527
Geleistete Rentenzahlungen	– 16.193	– 14.625
Fondsdotierungen	44	39
Mitarbeiterbeiträge für betriebliche Altersvorsorge	12.293	11.981
Bilanzwerte zum 31. 7. 2005 bzw. 31. 7. 2004	596.264	550.817

Die Zusammensetzung der in der Gewinn- und Verlustrechnung erfassten Beträge kann aus nachstehender Tabelle entnommen werden.

	2004/05 T€	2003/04 T€
Dienstzeitaufwand	22.871	20.291
Zinsaufwand	28.087	25.747
Ertrag des Fondsvermögens	– 1.655	– 1.511
Aufwendungen aus Pensionsverpflichtungen	49.303	44.527

Der Dienstzeitaufwand wird unter den Personalaufwendungen, der Zinsaufwand dagegen im Finanzergebnis ausgewiesen.

Die tatsächlichen Erträge aus dem Planvermögen betragen im Geschäftsjahr T€ 3.659 (Vorjahr T€ 902).

(22) Steuerrückstellungen und Sonstige Rückstellungen

	31. 7. 2005		31. 7. 2004	
	T€	T€ davon Restlaufzeit bis ein Jahr	T€	T€ davon Restlaufzeit bis ein Jahr
Steuerrückstellungen	163.713	163.713	364.125	364.125
Rückstellungen für Personal	272.475	248.883	261.635	241.883
Rückstellungen für den laufenden Geschäftsbetrieb	1.034.753	374.103	849.291	316.712
Übrige Rückstellungen	219.765	219.034	233.919	232.196
Sonstige Rückstellungen	1.526.993	842.020	1.344.845	790.791

In den Rückstellungen für Personal sind im Wesentlichen Verpflichtungen für Urlaubs- und Weihnachtsgeldgratifikationen, Verpflichtungen für Erfolgsbeteiligungen und Tantiemen, Altersteilzeit sowie Jubiläumszuwendungen enthalten.

Die Rückstellungen für den laufenden Geschäftsbetrieb enthalten insbesondere Vorsorgen für Garantieverpflichtungen, Marketingleistungen, Boni und Rabatte.

Die Übrigen Rückstellungen enthalten im Wesentlichen Rückstellungen für noch nicht berechnete Lieferungen und Leistungen, Rückstellungen für Prozessrisiken sowie Entsorgungsverpflichtungen für Altfahrzeuge.

Die Sonstigen Rückstellungen entwickeln sich wie folgt:

	Stand 1. 8. 2004 T€	Kurs- differenzen T€	Zuführung T€	Aufzinsung T€	Verbrauch T€	Auflösung T€	Stand 31. 7. 2005 T€
Rückstellungen für Personal	261.635	- 23	235.962	-	207.343	17.756	272.475
Rückstellungen für den laufenden Geschäftsbetrieb	849.616	- 550	533.559	3.846	347.032	4.686	1.034.753
Übrige Rückstellungen	233.594	- 218	280.896	-	277.637	16.870	219.765
	1.344.845	- 791	1.050.417	3.846	832.012	39.312	1.526.993

(23) Finanzverbindlichkeiten

Die Finanzverbindlichkeiten setzen sich wie folgt zusammen:

		Restlaufzeit bis 1 Jahr	Restlaufzeit 1–5 Jahre	Restlaufzeit größer 5 Jahre
	T€	T€	T€	T€
31. 7. 2005				
Anleihen	1.084.692	257.447	313.879	513.366
Verbindlichkeiten Kreditinstitute	186.821	164.774	22.047	–
Sonstige Finanzverbindlichkeiten	1.820.390	684.640	1.135.750	–
	3.091.903	1.106.861	1.471.676	513.366
31. 7. 2004				
Anleihen	1.072.628	–	574.629	497.999
Verbindlichkeiten Kreditinstitute	129.150	99.366	29.784	–
Sonstige Finanzverbindlichkeiten	1.744.985	526.501	1.218.484	–
	2.946.763	625.867	1.822.897	497.999

Unter den Anleihen werden folgende Positionen ausgewiesen:

	Währung	(Emissions-) Volumen in T Landes- währung	Buchwert in T€	Marktwert in T€	Laufzeit in Jahren	Fälligkeit	Zinssatz nominal in %	Zinssatz effektiv in %
Anleihen								
Anleihe	EUR	300.000	313.879	313.879	5	Jun. 07	5,25	5,25
Anleihe	EUR	255.646	257.447	257.447	7	Dez. 05	4,50	4,50
Privatplatzierung	USD	200.000	162.706	162.706	7	Mrz. 11	4,47	4,47
Privatplatzierung	USD	150.000	123.762	123.762	10	Mrz. 14	4,98	4,98
Privatplatzierung	USD	75.000	61.881	61.881	12	Mrz. 16	5,13	5,13
Privatplatzierung	USD	200.000	165.017	165.017	15	Mrz. 19	5,33	5,33

Bei den Anleihen handelt es sich ausnahmslos um festverzinsliche Titel. Sie werden ergebniswirksam zum beizulegenden Zeitwert bilanziert. Zur Absicherung der durch die Festverzinslichkeit gegebenen Zinsänderungsrisiken wurden Zinssicherungsgeschäfte abgeschlossen, die ebenfalls zum beizulegenden Zeitwert angesetzt werden.

Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten dienen der kurzfristigen Finanzierung. Die Nominalverzinsung beträgt, abhängig von Währung, Laufzeit und Vertragsgestaltung zwischen 0,25% und 4,50% (Vorjahr 0,25% – 5,25%). Die Bilanzierung erfolgt zu fortgeführten Anschaffungskosten.

Die Sonstigen Finanzverbindlichkeiten umfassen die Verbindlichkeiten zur Refinanzierung des Finanzdienstleistungsgeschäfts und sind im Rahmen von Forfaitierungs-, Sale-and-Leaseback- und Asset Backed Securities-Programmen entstanden. Es bestehen Besicherungen der Sonstigen Finanzverbindlichkeiten in Höhe von T€ 362.950 (Vorjahr T€ 301.918).

Das darin enthaltene Gesamtvolumen der Asset Backed Securities-Programme beträgt zum Stichtag T€ 1.715.205 (Vorjahr 1.639.397). Die Verzinsung bewegt sich auf Interbankenniveau. Die durchschnittlichen Laufzeiten dieser Finanzierungen betragen zwischen einem und vier Jahren. Die Bewertung erfolgt zu fortgeführten Anschaffungskosten.

(24) Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

	31.7.2005 T€	31.7.2004 T€
Verbindlichkeiten aus langfristigen Fertigungsaufträgen	8.863	4.576
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	434.131	371.380
Verbindlichkeiten an Beteiligungsunternehmen	–	1.209
	442.994	377.165

Die nach dem Grad der Fertigstellung bilanzierten künftigen Verbindlichkeiten aus langfristigen Fertigungsaufträgen ermitteln sich wie folgt:

	31.7.2005 T€	31.7.2004 T€
Herstellungskosten einschließlich Auftragsergebnis der langfristigen Fertigungsaufträge	31.921	13.623
davon mit Kunden abgerechnete Leistungen	– 17.243	– 12.050
Künftige Forderungen aus langfristigen Fertigungsaufträgen vor Erhaltenen Anzahlungen	14.678	1.573
Erhaltene Anzahlungen	– 23.541	– 6.149
	8.863	4.576

Von den Verbindlichkeiten haben T€ 440.173 (Vorjahr T€ 371.102) eine Restlaufzeit von einem Jahr, der Restbetrag in Höhe von T€ 2.821 (Vorjahr T€ 6.063) weist eine Restlaufzeit zwischen ein und fünf Jahren auf.

(25) Sonstige Verbindlichkeiten

Die Sonstigen Verbindlichkeiten setzen sich zum Stichtag wie folgt zusammen:

		Restlaufzeit bis 1 Jahr T€	Restlaufzeit 1 – 5 Jahre T€
31. 7. 2005			
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	59.768	59.181	587
Übrige Verbindlichkeiten	139.391	137.809	1.582
Steuerverbindlichkeiten	22.788	22.788	–
Marktwertbewertung derivativer Finanzinstrumente	13.390	13.390	–
	235.337	233.168	2.169
31. 7. 2004			
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	81.225	80.334	891
Übrige Verbindlichkeiten	146.470	144.089	2.381
Steuerverbindlichkeiten	13.371	13.371	–
Marktwertbewertung derivativer Finanzinstrumente	14.653	2.552	12.101
	255.719	240.346	15.373

Es bestehen keine Sonstigen Verbindlichkeiten mit einer Restlaufzeit von größer fünf Jahren.

(26) Passiver Rechnungsabgrenzungsposten

	31. 7. 2005 T€	31. 7. 2004 T€
Sonstige Rechnungsabgrenzungsposten	17.787	16.382
Mietsonderzahlungen	34.527	31.027
	52.314	47.409

Der Rechnungsabgrenzungsposten enthält T€ 40.408 (Vorjahr T€ 18.824) mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr.

(27) Finanzinstrumente

Sicherungsstrategie

Durch die internationalen Aktivitäten im Segment Fahrzeuge und Finanzdienstleistungen wirken sich Änderungen der Zinsen und der Währungskurse auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Porsche Konzerns aus. Die Risiken resultieren aus Fremdwährungstransaktionen im Rahmen des operativen Geschäfts, aus der Finanzierung sowie aus der Geldanlage. Das zentrale Konzern-Treasury hat das Ziel, diese finanziellen Risikopositionen für den Bestand und die Ertragskraft durch den Abschluss von Sicherungsgeschäften für den Konzern zu steuern und damit zu minimieren. Mit Hilfe von Richtlinien wird der Handlungsspielraum und die interne Kontrolle geregelt sowie eine Risikokonzentration vermieden. Grundsätzlich orientieren sich Sicherungsgeschäfte in Art und Umfang am Grundgeschäft. Sicherungsgeschäfte dürfen nur zur Sicherung bestehender Grundgeschäfte oder geplanter Transaktionen abgeschlossen werden. Dabei dürfen nur bewilligte Finanzinstrumente mit freigegebenen Kontrahenten eingegangen werden.

Währungsrisiko

Währungsrisiken aus laufenden Forderungen, Verbindlichkeiten und Schulden sowie aus hochwahrscheinlichen künftigen Transaktionen werden grundsätzlich mit Devisentermingeschäften, Devisenoptionen und kombinierten Optionsgeschäften gesichert.

Bei der Absicherung von Wertschwankungen künftiger Cashflows aus erwarteten hochwahrscheinlichen Transaktionen handelt es sich im Wesentlichen um geplante Umsätze in Fremdwährung. Zum 31. Juli 2005 bestehen Währungssicherungen insbesondere für die Währungen US-Dollar, britisches Pfund und japanische Yen.

Zinsänderungsrisiko

Der Porsche Konzern hat festverzinsliche Anleihen begeben. Die dabei entstehenden Zinsänderungsrisiken werden durch Zinsderivate gesichert.

Ausfallrisiko

Dem Ausfallrisiko finanzieller Vermögenswerte wird durch angemessene Wertberichtigungen unter Berücksichtigung bestehender Sicherheiten Rechnung getragen. Zur Reduzierung des Ausfallrisikos bei originären Finanzinstrumenten werden verschiedene Sicherungsmaßnahmen getroffen, wie z.B. Einholung von Sicherheiten oder Bürgschaften und Kreditwürdigkeitsprüfungen aufgrund von Kreditauskünften und historischen Daten.

Sicherungsgeschäfte werden nur mit bonitätsmäßig einwandfreien Banken nach einheitlichen Richtlinien getätigt und überwacht.

Wertangaben zu Finanzinstrumenten

Die Ermittlung der Marktwerte von Finanzinstrumenten erfolgt anhand von Börsennotierungen, Referenzkursen oder anerkannten Berechnungsmodellen.

Dabei wurde im Bedarfsfalle folgende Zinsstrukturkurve zugrunde gelegt:

	EUR	USD	GBP
Zins für sechs Monate	2,149%	3,924%	4,545%
Zins für ein Jahr	2,196%	4,163%	4,484%
Zins für fünf Jahre	2,793%	4,520%	4,535%
Zins für zehn Jahre	3,340%	4,658%	4,620%
Zins für 15 Jahre	3,620%	4,810%	4,580%

In der Bilanz werden die Marktwerte der Finanzderivate unter den Sonstigen Forderungen und Vermögenswerten beziehungsweise den Sonstigen Verbindlichkeiten ausgewiesen. Die Restlaufzeiten der Währungssicherungsgeschäfte belaufen sich im Bereich der Absicherung des kanadischen, australischen sowie des US-Dollars auf maximal vier, im übrigen auf maximal drei Jahre. Im Geschäftsjahr 2004/05 bestanden darüber hinaus Aktienkurssicherungsoptionen mit einem Marktwert in Höhe von T€ 11.093.

		31. 7. 2005		31. 7. 2004	
		Nominal-	Marktwert	Nominal-	Marktwert
		volumen	gesamt	volumen	gesamt
		T€	T€	T€	T€
Aktiva	Währungssicherung	10.729.102	645.645	9.877.413	880.943
	Zinssicherung	2.001.750	41.943	1.320.595	34.685
		12.730.852	687.588	11.198.008	915.628
Passiva	Währungssicherung	341.293	11.298	–	–
	Zinssicherung	96.623	2.092	68.940	14.653
		437.916	13.390	68.940	14.653

Zum 31. Juli 2005 enthält das Kumulierte übrige Eigenkapital einen Gesamtbetrag von T€ 179.304 (Vorjahr T€ 368.067), der ergebnisneutral aus der Marktwertbewertung erfasst wurde. Die Veränderung der Marktwertbewertung im Eigenkapital in Höhe von T€ – 188.763 (Vorjahr T€ – 41.853) resultiert in Höhe von T€ 21.319 (Vorjahr T€ 1.345) aus der Zunahme der Rücklage für zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere, und T€ – 210.082 (T€ – 43.198) aus der Abnahme der Rücklage für Cash Flow Hedges. Dabei wurden im Geschäftsjahr aus der Rücklage für Cash Flow Hedges T€ 250.738 (Vorjahr T€ 258.792) ergebniswirksam in die Gewinn- und Verlustrechnung umgebucht. Die Zunahme betrug T€ 40.715 (Vorjahr T€ 215.649). Der Gewinn aus dem Abgang von zur Veräußerung zur Verfügung stehenden Wertpapieren betrug T€ 7.696 (Vorjahr T€ 12), der Verlust daraus T€ 2.808 (Vorjahr T€ 4.243).

(28) Eventualschulden

	31. 7. 2005	31. 7. 2004
	T€	T€
Bürgschaften	1.300	378
Gewährleistungen	68.357	68.738
Bestellung von Sicherheiten für fremde Verbindlichkeiten	1.076	1.535

Die Porsche AG haftet als Gesellschafterin der Venture Capital Beteiligung GbR im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen.

Der Gesamtbetrag der **Sonstigen Finanziellen Verpflichtungen** im Konzern beträgt 250,0 Millionen Euro (Vorjahr 270,4 Millionen Euro). Es bestehen Verpflichtungen aus Miet-, Leasing- und Wartungsverträgen in Höhe von insgesamt 95,8 Millionen Euro (Vorjahr 78,3 Millionen Euro). Im Konzern beträgt das Bestellobligo aus begonnenen Investitionsvorhaben in Sachanlagevermögen 152,0 Millionen Euro (Vorjahr 183,6 Millionen Euro). Weiterhin bestehen andere finanzielle Verpflichtungen in Höhe von 2,2 Millionen Euro (Vorjahr 8,5 Millionen Euro). Die Fälligkeiten der Mindestleasingzahlungen aus unkündbaren Operating-Leasingverhältnissen und Mietverträgen stellen sich wie folgt dar:

	31. 7. 2005	31. 7. 2004
	T€	T€
Mindestleasingzahlungen	95.845	78.307
Restlaufzeit bis 1 Jahr	28.072	23.043
Restlaufzeit 1 – 5 Jahre	48.111	23.905
Restlaufzeit größer 5 Jahre	19.662	31.359

Der Gesamtbetrag der im Geschäftsjahr als Aufwand erfassten Miet- und Leasingzahlungen beträgt T€ 29.886 (Vorjahr T€ 36.554).

Für die Eventualverbindlichkeiten wurden keine Rückstellungen gebildet, weil der Eintritt des Risikos als wenig wahrscheinlich eingeschätzt wird.

(29) Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Die Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft, Stuttgart, hat nach Abschluss des Geschäftsjahres 2004/05 Stammaktien der Volkswagen AG in Höhe eines Anteils von 18,53% erworben.

(30) Erläuterungen zur Segmentberichterstattung

Ziel der Segmentberichterstattung ist es, Informationen über die wesentlichen Geschäftsbereiche des Konzerns zur Verfügung zu stellen. Die Aktivitäten des Konzerns werden entsprechend den Vorschriften des IAS 14 nach Regionen als primärem Berichtsformat und nach Geschäftsfeldern als sekundärem Berichtsformat segmentiert. Die Segmentierung erfolgt auf Basis der internen Berichts- und Organisationsstruktur und berücksichtigt die unterschiedlichen Risiken- und Ertragsstrukturen der einzelnen Regionen beziehungsweise Geschäftsfelder. Die Segmentierung nach Regionen basiert auf dem Standort der Kunden. Entsprechend der unterschiedlichen Risiko- und Ertragsstruktur erfolgt eine Aufteilung des Konzerns in die Regionen Deutschland, Nordamerika, Europa ohne Deutschland und Rest der Welt.

Bei der Segmentierung nach Geschäftsfeldern werden die Aktivitäten in die Geschäftsfelder Fahrzeuggeschäft und Finanzdienstleistungen aufgeteilt. Der Geschäftsbereich Fahrzeuggeschäft umfasst die Entwicklung, die Produktion und den Vertrieb von Fahrzeugen sowie verwandte Dienstleistungen. Der Geschäftsbereich Finanzdienstleistungen beinhaltet das Finanzierungs- und Leasinggeschäft für Kunden und Händler.

Forderungen und Verbindlichkeiten, Rückstellungen, Erträge und Aufwendungen sowie Ergebnisse zwischen den einzelnen Segmenten werden in der Spalte „Konsolidierung“ eliminiert. In dieser Spalte werden auch die nicht den einzelnen Segmenten zuordenbaren Positionen erfasst. Die Segmentdaten werden in Übereinstimmung mit den im Konzernabschluss angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden ermittelt. Den Geschäftsbeziehungen zwischen den Gesellschaften des Porsche Konzerns liegen grundsätzlich Preise, wie sie auch mit Dritten vereinbart werden, zugrunde.

Die Umsatzerlöse mit Dritten zeigen den Anteil des jeweiligen Geschäftsbereichs an den Umsatzerlösen des Porsche Konzerns.

Der Umsatz mit anderen Segmenten zeigt die Umsätze, die zwischen den Segmenten getätigt werden.

Das Ergebnis vor Finanzergebnis und Ertragsteuern stellt das Segmentergebnis dar. Im Segmentergebnis enthalten sind das Ergebnis aus Leasinggeschäften und das Ergebnis aus Kunden- und Händlerfinanzierung.

Das Segmentvermögen beinhaltet sämtliche Aktiva mit Ausnahme von Ertragsteueransprüchen und Vermögenswerten, die dem Finanzverkehr zuzuordnen sind. Die Segmentschulden beinhalten sämtliche Passiva mit Ausnahme von Ertragsteuerschulden und Finanzverbindlichkeiten, sofern diese nicht unmittelbar zum Zwecke der Geschäftstätigkeit aufgenommen wurden.

Nicht zahlungswirksame Aufwendungen enthalten insbesondere Zuführungen zu Rückstellungen und unrealisierte Verluste aus der Marktwertbewertung.

Abschreibungen und Investitionen beziehen sich im Wesentlichen auf Sachanlagen, Immaterielle Vermögenswerte und Vermietete Vermögenswerte.

Das sekundäre Berichtsformat wird durch eine verkürzte Bilanz für den Bereich Fahrzeuggeschäft und den Bereich Finanzdienstleistungen ergänzt. Das Anlagevermögen im Segment Finanzdienstleistungen besteht im Wesentlichen aus den Vermieteten Vermögenswerten. Das Umlaufvermögen der Finanzdienstleistungen enthält die Forderungen aus Kreditfinanzierung, Forderungen aus Finanzierungsleasingverträgen und fällige Leasingraten. Das Fremdkapital zeigt die Finanzierung des Finanzdienstleistungsgeschäfts, die größtenteils über Asset Backed Security-Programme erfolgt, sowie konzerninterne Finanzierungen, die in der Konzernüberleitung eliminiert werden.

Segmentinformationen nach Regionen

	Deutschland	
	2004/05 Mio €	2003/04 Mio €
Umsatzerlöse mit Dritten	2.218,9	2.076,6
Umsatzerlöse mit anderen Segmenten	3.570,1	3.483,5
Segmentergebnis	902,1	853,8
Segmentvermögen	5.313,1	5.206,7
Segmentsschulden	2.897,8	2.622,1
Nichtzahlungswirksame Aufwendungen	328,7	505,3
Abschreibungen	346,1	262,5
Investitionen	409,3	668,3

Segmentinformationen nach Geschäftsfeldern

	Fahrzeuggeschäft	
	2004/05 Mio €	2003/04 Mio €
Umsatzerlöse mit Dritten	6.220,9	5.821,8
Umsatzerlöse mit anderen Segmenten	151,2	141,4
Segmentvermögen	5.536,1	5.445,5
Investitionen	368,9	632,3

In den Bilanzen der Geschäftsfelder sind auch Vermögenswerte ausgewiesen, die gemäß IAS 14 nicht dem Segmentvermögen zuzuordnen sind. Dabei handelt es sich im Wesentlichen um Ertragsteuerpositionen und Finanzaktiva.

Bilanzen der Geschäftsfelder

		Fahrzeuggeschäft	
		2004/05 Mio €	2003/04 Mio €
Aktiva	Anlagevermögen	1.977,9	1.966,9
	Umlaufvermögen und Rechnungsabgrenzungsposten	5.400,2	4.921,4
		7.378,1	6.888,3
Passiva	Eigenkapital	3.374,4	2.932,6
	Fremdkapital	4.003,7	3.955,7
		7.378,1	6.888,3

Nordamerika		Europa ohne Deutschland		Rest der Welt		Konsolidierung		Konzern	
2004/05	2003/04	2004/05	2003/04	2004/05	2003/04	2004/05	2003/04	2004/05	2003/04
Mio €	Mio €	Mio €	Mio €	Mio €	Mio €	Mio €	Mio €	Mio €	Mio €
2.208,2	2.188,1	1.607,1	1.393,9	539,8	489,1	–	–	6.574,0	6.147,7
1,1	2,9	11,2	2,6	0,4	0,1	– 3.582,8	– 3.489,1	–	–
134,7	134,4	97,1	83,8	25,2	25,1	60,1	23,9	1.219,2	1.121,0
1.665,0	1.556,1	1.097,2	958,1	259,2	247,5	1.375,6	1.045,9	9.710,1	9.014,3
1.338,0	1.261,9	913,2	803,2	198,1	182,3	942,8	1.224,0	6.289,9	6.093,5
17,4	6,7	19,7	10,5	0,6	2,2	– 239,6	– 10,1	126,8	514,6
150,6	105,0	11,6	11,4	2,5	3,4	– 0,3	– 0,2	510,5	382,1
477,5	449,9	19,5	8,1	6,6	3,4	6,1	– 18,6	919,0	1.111,1

Finanzdienstleistung		Konsolidierung		Konzern	
2004/05	2003/04	2004/05	2003/04	2004/05	2003/04
Mio €	Mio €	Mio €	Mio €	Mio €	Mio €
353,1	325,9	–	–	6.574,0	6.147,7
24,8	16,8	– 176,0	– 158,2	–	–
2.880,9	2.617,3	1.293,1	951,5	9.710,1	9.014,3
543,7	508,6	6,4	– 29,8	919,0	1.111,1

Finanzdienstleistung		Konsolidierung		Konzern	
2004/05	2003/04	2004/05	2003/04	2004/05	2003/04
Mio €	Mio €	Mio €	Mio €	Mio €	Mio €
1.013,0	971,1	– 562,5	– 557,9	2.428,4	2.380,1
1.868,9	1.650,2	12,6	62,6	7.281,7	6.634,2
2.881,9	2.621,3	– 549,9	– 495,3	9.710,1	9.014,3
238,5	213,0	– 192,7	– 224,8	3.420,2	2.920,8
2.643,4	2.408,3	– 357,2	– 270,5	6.289,9	6.093,5
2.881,9	2.621,3	– 549,9	– 495,3	9.710,1	9.014,3

(31) Nahe Stehende Unternehmen und Personen

Nach IAS 24 müssen Personen oder Unternehmen, die die Porsche AG beherrschen oder von ihr beherrscht werden, angegeben werden. Im Rahmen eines Konsortialvertrages üben die Familien Porsche und Piëch direkt beziehungsweise indirekt eine Beherrschung auf die Porsche AG aus.

Darüber hinaus erstreckt sich die Angabepflicht nach IAS 24 auch auf Personen, die einen maßgeblichen Einfluss auf das Unternehmen ausüben können, d.h. an der Finanz- und Geschäftspolitik des Unternehmens mitwirken, diese jedoch nicht beherrschen, einschließlich naher Familienangehöriger. Dies betrifft im Geschäftsjahr 2004/05 Mitglieder des Aufsichtsrats und Vorstands der Porsche AG sowie deren nahe Familienangehörige.

Zu den Familien Porsche und Piëch und mit diesen verbundenen Unternehmen bestanden im Rahmen des gewöhnlichen Geschäftsbetriebes Lieferungsbeziehungen im Fahrzeug- und Teilegeschäft in Höhe von 74,6 Millionen Euro (Vorjahr 69,1 Millionen Euro) sowie Leistungsbeziehungen aus dem Designgeschäft in Höhe von 1,1 Millionen Euro (Vorjahr 0,0 Millionen Euro). Diese wurden ausnahmslos zu marktüblichen Konditionen abgerechnet.

Daneben wurden von den Familien Porsche und Piëch gegenüber der Porsche AG Kfz-Dienstleistungen sowie Uhren- und Uhrenersatzteillieferungen erbracht. Diese sind für den Porsche Konzern von untergeordneter Bedeutung und wurden ausnahmslos zu marktüblichen Konditionen abgerechnet.

Gegenüber Mitgliedern des Vorstands und Aufsichtsrates wurden sonstige Leistungen in Höhe von T€ 17 (Vorjahr T€ 28) erbracht. Diese wurden zu marktüblichen Konditionen abgerechnet.

Darüber hinaus haben Unternehmen des Porsche Konzerns mit Mitgliedern des Aufsichtsrats oder des Vorstands als Personen in Schlüsselpositionen beziehungsweise mit Gesellschaften, in deren Geschäftsführungs- oder Aufsichtsgremien diese Personen vertreten sind, keinerlei berichtspflichtige Geschäfte vorgenommen. Dies gilt auch für nahe Familienangehörige dieses Personenkreises.

(32) Bezüge des Aufsichtsrats und des Vorstands

Die Bezüge des Vorstands bestehen aus einer Grundvergütung und einem vom Ergebnis abhängigen variablen Teil. Die Bezüge des Vorstands betragen für das Geschäftsjahr 2004/05 26,0 Millionen Euro. Hierin enthalten sind erfolgsbezogene Komponenten in Höhe von 20,7 Millionen Euro. Die Pensionsverpflichtungen gegenüber früheren Vorstandsmitgliedern und ihren Hinterbliebenen belaufen sich auf 17,9 Millionen Euro. Es wurden Pensionszahlungen in Höhe von T€ 973 geleistet. Die Gesamtbezüge des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2004/05 belaufen sich auf 1,0 Millionen Euro.

(33) Erklärung zum Corporate Governance Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat der Porsche AG geben die nach § 161 Aktiengesetz vorgeschriebene Erklärung im Geschäftsbericht 2004/05 ab. Diese wird den Aktionären auf der Homepage www.porsche.de dauerhaft zugänglich gemacht.

Stuttgart, den 27. Oktober 2005

Dr. Ing. h.c. F. Porsche
Aktiengesellschaft
Der Vorstand

Dr. Wendelin Wiedeking
Wolfgang Dürheimer
Holger P. Härter
Harro Harmel
Michael Macht
Hans Riedel

Wesentliche Beteiligungen

		Anteil Kapital %	Ergebnis ¹⁾ T€	Umsatz ¹⁾ T€	Mitarbeiter ²⁾
Vollkonsolidierte Unternehmen – Inland	CTS Fahrzeug-Dachsysteme Gesellschaft mit beschränkter Haftung, Hamburg ⁵⁾	100	24.152	384.360	822
	Porsche Financial Services GmbH & Co.KG, Bietigheim-Bissingen	100	9.806	318.407	–
	Porsche Consulting GmbH, Bietigheim-Bissingen	100	4.999 ³⁾	23.682	106
	Porsche Financial Services GmbH, Bietigheim-Bissingen	100	1.946 ³⁾	20.590	38
	PIKS Porsche-Information-Kommunikation-Services GmbH, Stuttgart	100	2.391 ³⁾	33.459	101
	Porsche Deutschland GmbH, Bietigheim-Bissingen	100	24.653 ³⁾	921.133	83
	Vollkonsolidierte Unternehmen – Ausland	Porsche Ibérica S.A., Madrid, Spanien	100	5.244	163.765
Porsche Italia S.p.A., Padua, Italien	100	7.307	312.242	52	
Porsche France S.A., Boulogne-Billancourt, Frankreich	100	6.177	187.687	35	
Porsche Cars Great Britain Ltd., Reading, England	100	27.991	670.509	107	
Porsche Financial Services Great Britain Ltd., Reading, England	100 ⁴⁾	6.027	43.604	7	
Porsche Retail Group Ltd., Reading, England	100 ⁴⁾	9.614	330.535	300	
Porsche Cars North America, Inc., Wilmington/Delaware, USA	100 ⁴⁾	69.134	1.803.149	215	
Porsche Liquidity LLC, Wilmington/Delaware, USA	100 ⁴⁾	8.257	136.746	–	
Porsche Cars Canada Ltd., Toronto/Ontario, Kanada	100 ⁴⁾	1.815	122.078	4	
Porsche Engineering Services, Inc., Wilmington/Delaware, USA	100 ⁴⁾	696	13.640	151	
Porsche Funding Ltd. Partnership, Wilmington/Delaware, USA	100 ⁴⁾	6.992	22.228	–	
Porsche Japan K.K., Tokio, Japan	100	6.774	207.532	60	
Porsche Cars Australia Pty. Ltd., Collingwood, Australien	100	4.748	97.297	34	
Porsche Middle East FZE, Dubai, Vereinigte Arabische Emirate	100	5.750	183.798	20	

1) Jahresergebnis aus landesrechtlichen Abschlüssen bzw. Ergebnis vor Gewinnabführung für das Geschäftsjahr vom 1.8.2004 bis 31.7.2005. Die Umrechnung der Auslandswerte erfolgt für das Ergebnis und den Umsatz mit dem Jahresdurchschnittskurs.

2) Mitarbeiter am jeweiligen Geschäftsjahresende.

3) Vor Ergebnisabführung (Ergebnis inkl. Steuerumlage).

4) Indirekte Beteiligung.

5) Basis Zwischenabschluss zum 31.7.2005.

Bestätigungsvermerk des Konzernabschlussprüfers

Wir haben den von der Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft, Stuttgart, aufgestellten Konzernabschluss, bestehend aus Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz, Kapitalflussrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung und Anhang, für das Geschäftsjahr vom 1. August 2004 bis zum 31. Juli 2005 geprüft. Aufstellung und Inhalt des Konzernabschlusses liegen in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung zu beurteilen, ob der Konzernabschluss den International Financial Reporting Standards (IFRS) entspricht.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach den deutschen Prüfungsvorschriften und unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass mit hinreichender Sicherheit beurteilt werden kann, ob der Konzernabschluss frei von wesentlichen Fehlaussagen ist. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Nach unserer Überzeugung vermittelt der Konzernabschluss in Übereinstimmung mit den IFRS ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns sowie der Zahlungsströme des Geschäftsjahres.

Unsere Prüfung, die sich auch auf den vom Vorstand für das Geschäftsjahr vom 1. August 2004 bis zum 31. Juli 2005 aufgestellten Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns erstreckt hat, hat zu keinen Einwendungen geführt. Nach unserer Überzeugung gibt der Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns insgesamt eine zutreffende Vorstellung von der Lage des Konzerns und stellt die Risiken der künftigen Entwicklung zutreffend dar. Außerdem bestätigen wir, dass der Konzernabschluss und der Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns für das Geschäftsjahr vom 1. August 2004 bis zum 31. Juli 2005 die Voraussetzungen für eine Befreiung der Gesellschaft von der Aufstellung eines Konzernabschlusses und Konzernlageberichts nach deutschem Recht erfüllen.

Stuttgart, 27. Oktober 2005
Ernst & Young AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Oesterle
Wirtschaftsprüfer

Strähle
Wirtschaftsprüfer

Mitgliedschaft in anderen gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten sowie in vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien

Mitglieder des Aufsichtsrats der Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG

Prof. Dr. Helmut Sihler

Novartis AG ²⁾

Hans Baur

Alcatel SEL AG ¹⁾

Dr. techn. h.c. Ferdinand Piëch

Volkswagen AG (Vors.) ¹⁾

Porsche Holding GmbH ²⁾

Porsche Ges.m.b.H. ²⁾

Dr. Hans Michel Piëch

Porsche Bank AG ²⁾

Porsche Holding GmbH ²⁾

Porsche Cars North America, Inc. ²⁾

Porsche Cars Great Britain Ltd. ²⁾

Porsche Italia S.p.A. ²⁾

Porsche Ibérica S.A. ²⁾

Porsche Ges.m.b.H. ²⁾

Eurotax Glass's Acquisition S.A. ²⁾

Volksooper Wien GmbH ²⁾

Prof. Ferdinand A. Porsche

(bis 28. 1. 2005)

Porsche Holding GmbH ²⁾

Porsche Ges.m.b.H. ²⁾

Eterna S.A. ²⁾

Familie Porsche AG Beteiligungsgesellschaft ²⁾

Dr. Wolfgang Porsche

Porsche Cars North America, Inc. ²⁾

Porsche Cars Great Britain Ltd. ²⁾

Porsche Italia S.p.A. ²⁾

Porsche Ibérica S.A. ²⁾

Porsche Bank AG ²⁾

Porsche Holding GmbH (Vors.) ²⁾

Porsche Ges.m.b.H. (Vors.) ²⁾

PGA Group S.A.S. ²⁾

Eterna S.A. ²⁾

Dr. Dr. h.c. Walther Zügel

Berthold Leibinger GmbH (Vors.) ¹⁾

SHB Stuttgarter Finanz- und Beteiligungs

Aktiengesellschaft (Vors.) ¹⁾

Stihl AG (stv. Vors.) ¹⁾

Stuttgarter Hofbräu Verwaltungs AG ¹⁾

Allgaier Werke GmbH ¹⁾

Schuler AG ¹⁾

caption AG ¹⁾

Hansjörg Schmierer

Berthold Leibinger GmbH ¹⁾

Dr. Ferdinand Oliver Porsche

(seit 29. 1. 2005)

Voith AG ¹⁾

Porsche Lizenz- und

Handelsgesellschaft mbH & Co. KG ²⁾

Eterna S.A. ²⁾

Porsche Holding GmbH ²⁾

Porsche Ges.m.b.H. ²⁾

PGA S.A. ²⁾

(Angaben gemäß § 285 Ziffer 10 HGB) Stand: 31. 7. 2005

¹⁾ Mitgliedschaften in inländischen gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten

²⁾ Vergleichbare Mandate im In- und Ausland

Mitglieder des Vorstands der Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG

Dr. Wendelin Wiedeking

Porsche Cars North America, Inc. (Vors.)²⁾
Porsche Financial Services, Inc.²⁾
Porsche Cars Great Britain Ltd.²⁾
Porsche Italia S.p.A.²⁾
Porsche Ibérica S.A.²⁾
Porsche Japan K.K.²⁾
Porsche Enterprises, Inc.²⁾
Porsche Deutschland GmbH²⁾
Porsche Engineering Group GmbH²⁾
Porsche Financial Services GmbH²⁾
Porsche Business Services, Inc.²⁾
Novartis AG²⁾
Porsche Engineering Services GmbH²⁾
Porsche Lizenz- und
Handelsgesellschaft mbH & Co. KG (Vors.)²⁾

Wolfgang Dürheimer

Porsche Engineering Group GmbH (Vors.)²⁾
Porsche Engineering Services GmbH (Vors.)²⁾
PIKS Porsche-Information-
Kommunikation-Services GmbH²⁾
CTS Fahrzeug-Dachsysteme GmbH²⁾

Holger P. Härter

Sachsen LB¹⁾
EUWAX AG (Vors.)¹⁾
Porsche Cars North America, Inc.²⁾
Porsche Enterprises, Inc. (Vors.)²⁾
Porsche Financial Services, Inc. (Vors.)²⁾
Porsche Cars Great Britain Ltd.²⁾
Porsche Italia S.p.A.²⁾
Porsche Ibérica S.A.²⁾
Porsche Japan K.K.²⁾
Porsche Engineering Group GmbH²⁾
Porsche Engineering Services GmbH²⁾
Porsche Deutschland GmbH²⁾
Porsche Financial Services GmbH (Vors.)²⁾
Porsche Business Services, Inc. (Vors.)²⁾
PIKS Porsche-Information-Kommunikation-
Services GmbH (Vors.)²⁾
Mieschke Hofmann & Partner Gesellschaft für
Management- und IT-Beratung mbH (Vors.)²⁾
CTS Fahrzeug-Dachsysteme GmbH (Vors.)²⁾

Harro Harmel

Porsche Consulting GmbH²⁾
Mieschke Hofmann & Partner Gesellschaft für
Management- und IT-Beratung mbH²⁾
Porsche Leipzig GmbH²⁾
Porsche Engineering Group GmbH²⁾
Porsche Leipzig Service GmbH (Vors.)²⁾

Michael Macht

Porsche Consulting GmbH (Vors.)²⁾
Porsche Leipzig GmbH (Vors.)²⁾
Porsche Leipzig Service GmbH²⁾
PIKS Porsche-Information-Kommunikation-
Services GmbH²⁾
Gebr. Märklin & Cie. GmbH²⁾

Hans Riedel

Porsche Cars North America, Inc.²⁾
Porsche Enterprises, Inc.²⁾
Porsche Financial Services, Inc.²⁾
Porsche Cars Great Britain Ltd. (Vors.)²⁾
Porsche Italia S.p.A. (Vors.)²⁾
Porsche Ibérica S.A. (Vors.)²⁾
Porsche Japan K.K. (Vors.)²⁾
Porsche Deutschland GmbH (Vors.)²⁾
Porsche Financial Services GmbH²⁾
Porsche Leipzig GmbH²⁾
Porsche Leipzig Service GmbH²⁾
Porsche Business Services, Inc.²⁾
Porsche Lizenz- und Handelsgesellschaft
mbH & Co KG²⁾

Bilanz der Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG zum 31. Juli 2005 nach HGB ¹⁾

	31. 7. 2005 T€	31. 7. 2004 T€
Aktiva		
Anlagevermögen		
Immaterielle Vermögensgegenstände	355.015	381.819
Sachanlagen	1.010.498	996.423
Finanzanlagen	285.254	275.426
	1.650.767	1.653.668
Umlaufvermögen		
Vorräte	293.323	242.243
Forderungen	486.999	579.520
Sonstige Vermögensgegenstände	428.711	331.951
Wertpapiere	573.321	412.710
Flüssige Mittel	1.629.451	1.303.352
	3.411.805	2.869.776
Rechnungsabgrenzungsposten	6.045	6.344
	5.068.617	4.529.788
Passiva		
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	45.500	45.500
Kapitalrücklage	121.969	121.969
Gewinnrücklagen	2.093.928	1.655.403
Bilanzgewinn	264.000	244.000
	2.525.397	2.066.872
Rückstellungen		
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	476.284	429.930
Übrige Rückstellungen	1.616.065	1.684.029
	2.092.349	2.113.959
Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	326.132	267.810
Übrige Verbindlichkeiten	121.964	79.424
	448.096	347.234
Rechnungsabgrenzungsposten	2.775	1.723
	5.068.617	4.529.788

¹⁾ Der Jahresabschluss der Porsche AG ist nach den deutschen Rechnungslegungsvorschriften (HGB) erstellt und wird im Bundesanzeiger veröffentlicht und zum Handelsregister beim Amtsgericht Stuttgart eingereicht. Der vollständige Jahresabschluss der Porsche AG kann bei der Porsche AG, Abteilung Finanzpresse und Investor Relations, Porscheplatz 1, 70435 Stuttgart, angefordert werden.

Gewinn- und Verlustrechnung der Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG
für die Zeit vom 1. August 2004 bis 31. Juli 2005 nach HGB

	2004/05 T€	2003/04 T€
Umsatzerlöse	5.381.054	5.164.152
Bestandsveränderungen und Andere aktivierte Eigenleistungen	63.324	30.062
Gesamtleistung	5.444.378	5.194.214
Sonstige betriebliche Erträge	134.949	124.686
Materialaufwand	- 2.892.995	- 2.672.977
Personalaufwand	- 717.822	- 727.714
Abschreibungen	- 330.196	- 237.991
Sonstige betriebliche Aufwendungen	- 897.605	- 930.328
Beteiligungsergebnis	89.047	59.078
Zinsergebnis	45.923	39.131
Abschreibungen auf Wertpapiere des Umlaufvermögens	- 3.679	- 5.099
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	872.000	843.000
Steuern	- 344.000	- 355.000
Jahresüberschuss	528.000	488.000
Einstellung in Gewinnrücklagen	- 264.000	- 244.000
Bilanzgewinn	264.000	244.000





Impressum

Herausgeber: Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG,
Stuttgart-Zuffenhausen © 2005

Fotografie: Stefan Warter, Berlin

Picture-Alliance/dpa
Werkfotos Porsche AG

Gestaltung: Atelier Lagally, Stuttgart
Litho: L&N-Litho, Waiblingen
Druck: Druckhaus Münster, Kornwestheim

Übersicht über die Porsche Gruppe (Kapitalanteile)

Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG
Stuttgart







Hauptversammlung in Stuttgart

27. Januar 2006

Zwischenbericht 1. Halbjahr

März 2006

Bilanzpressekonferenz

Geschäftsjahr 2005/06

Dezember 2006

Analystenkonferenz

Geschäftsjahr 2005/06

Dezember 2006

Verbindungen zu uns

Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft

Porscheplatz 1

D-70435 Stuttgart

Telefon: +49(0)711 911-0

Telefax: +49(0)711 911-25777

<http://www.porsche.com>

Finanzpresse und Investor Relations

Telefon: +49(0)711 911-25869

Telefax: +49(0)711 911-26375

Dr. Ing. h.c. F. Porsche
Aktiengesellschaft
D-70432 Stuttgart
Telefon +49(0)711 911-0