

Gesellschaft

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

18/03/2022 *Der Inhalt dieser Webseite enthält Informationen, die ursprünglich als Teil des Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichts 2021 des Unternehmens veröffentlicht wurden. Dieser wurde seit seiner Veröffentlichung nicht aktualisiert; einzelne Inhalte sind daher möglicherweise nicht mehr aktuell. Darüber hinaus können auch andere Inhalte auf dieser Webseite veraltet sein.*

Porsche nimmt seit jeher seine gesellschaftliche Verantwortung wahr und hat dies so auch als zentrales Element der Porsche Nachhaltigkeitsstrategie im Handlungsfeld „Partner der Gesellschaft" verankert. Das Unternehmen hat im Berichtsjahr erneut dabei geholfen, die Folgen der Corona-Pandemie abzumildern. Unter anderem erhielten die Landessportbünde in Baden-Württemberg und Sachsen eine Spende, damit der Sportbetrieb in den Vereinen aufrechterhalten werden kann. Auch auf die Flutkatastrophe im Sommer hat der Sportwagenhersteller reagiert und insbesondere das Bündnis Aktion Deutschland hilft e.V. mit Spenden unterstützt. Neben der Hilfe bei unvorhersehbaren Ereignissen folgt Porsche einem festen Plan in seinem gesellschaftlichen Engagement. Insgesamt bilden Kultur, Sport, Bildung, Umwelt und Soziales die fünf Säulen der Porsche Fördermaßnahmen. Die

Konzernrichtlinie „Spenden und CSR-Sponsoring“ regelt alle Porsche Prozesse, Verantwortlichkeiten und Freigaben. Sie stellt sicher, dass die einheitlichen Vorgaben zu Förderprojekten berücksichtigt werden. Ziel ist es, die Gelder für CSR-Sponsoring und Spenden rechtskonform und ausschließlich im Interesse des Unternehmens zu verwenden. Insgesamt hat Porsche 2021 an rund 200 Einzelprojekte gespendet. Darüber hinaus gab es umfangreiche Aktivitäten im CSR- und Kultur-Sponsoring. So ist es dem Sportwagenhersteller beispielsweise ein besonderes Anliegen, Kulturveranstaltungen der Spitzenklasse auch immer wieder einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Im Berichtsjahr etwa wurden die Beethoven-Ballette des Stuttgarter Balletts in einem Livestream gezeigt. Geldmittel flossen auch an die gemeinnützige Ferry-Porsche-Stiftung.

Förderprojekte

Unterstützung für Flutopfer

Die Flutkatastrophe im Westen Deutschlands hat Porsche auch persönlich berührt – weil die Region rund um den Nürburgring stark betroffen war. Seit Jahrzehnten pflegt Porsche eine besondere Beziehung zu den Menschen dort. Über den Motorsport sind Freundschaften und Partnerschaften gewachsen. Daher hat der Porsche Motorsport auch innerhalb von wenigen Stunden einen ersten Hilfstrupp mit Notstromaggregaten, Werkzeug und Kleidung auf den Weg gebracht. Zudem hat der Sportwagenhersteller das Bündnis Aktion Deutschland hilft e.V. mit einer Million Euro unterstützt. Das Geld ging in die Soforthilfe für Flutopfer und hat den Einsatz der verschiedenen Rettungsorganisationen in den betroffenen Gebieten gestärkt. Dort hat das Bündnis bei der Suche nach vermissten Menschen geholfen, Unterkünfte vermittelt, Aufräumarbeiten unterstützt und gefährliche Bereiche gesichert. Die Hilfskräfte halfen auch bei der medizinischen Versorgung, beschafften Lebensmittel und kümmerten sich um die Verpflegung von Einsatzkräften. Porsche hat zudem seine Mitarbeiter zu privaten Spenden aufgerufen. Auch die Porsche Deutschland GmbH hat mit ihrer Händlerorganisation 750.000 Euro an das Bündnis Aktion Deutschland hilft e.V. gespendet. Weitere 50.000 Euro gab es von der MHP Management- und IT-Beratung GmbH.

Corona-Hilfe für Sportbünde

Auch 2021 hat es sich Porsche zur Aufgabe gemacht, die Folgen der Corona-Pandemie abzumildern. So erhielten die Landessportbünde Baden-Württemberg und Sachsen insgesamt 339.000 Euro. Diese haben sie in Einzelspenden von je 3.000 Euro an 113 ausgewählte Vereine weitergereicht. Die unterstützten Vereine kümmern sich in besonderer Weise um Jugendarbeit, Integration oder Inklusion und haben ihrem sportlichen Nachwuchs während der Pandemie alternative Angebote unterbreitet. Dabei spielte es keine Rolle, ob die begünstigten Vereine Breiten- oder Leistungssport betreiben. Unterstützung gab es für insgesamt 38 Sportarten. Damit wird die Rolle des Sports als integrative gesellschaftliche Kraft gerade auch für Kinder und Jugendliche gewürdigt.

Meter machen für den guten Zweck

Mehr als 2.300 Porscheaner aus 34 Ländern haben beim ersten Porsche Virtual Run vom 17. September bis zum 3. Oktober 2021 insgesamt 67.559 Kilometer für den guten Zweck zurückgelegt. Für jeden Kilometer hat Porsche im Vorfeld 50 Cent als Spende für die international tätige Make-A-

Wish-Foundation ausgelobt. Diese hat es sich zur Aufgabe gemacht, Kindern in schwierigen Lebenssituationen ihre sehnlichsten Wünsche zu erfüllen. Damit verbunden ist die Hoffnung, durch dieses positive Erlebnis bei Kindern und ihren Familien möglichst ungeahnte Kräfte im Kampf gegen die Krankheit zu mobilisieren. Bis heute haben mehr als 500.000 Kinder weltweit davon profitieren können. Aufgrund der großartigen Beteiligung beim Virtual Run hat Porsche die Summe kurzerhand auf 200.000 Euro aufgestockt. Die Laufleistung protokolliert haben die Teilnehmer mithilfe der Pumatrac-App. Tempo, Häufigkeit und Streckenlänge waren frei wählbar. Als kleinen Anreiz konnten sich die Läufer drei legendäre Rennstrecken vornehmen: Le Mans (13.626 Meter), Nürburgring-Nordschleife (20.830 Meter) und die 72 Kilometer lange Targa Florio – alle Strecken durften auch etappenweise bewältigt werden. In der Zwischenzeit sind bereits einige Wünsche erfüllt worden. So durfte der 16-jährige Fasil im Porsche Motorsport auf geheime Mission gehen und die ersten Erprobungsrunden eines künftigen Rennsportwagens live mitverfolgen. Porsche Werksfahrer Richard Lietz zeigte dem an Muskeldystrophie erkrankten Fasil zudem im Rennsimulator die Ideallinie auf einer virtuellen Rennstrecke.

Neue Spielmobile in Betrieb genommen

Mit einer Porsche Spende über 230.000 Euro hat die Stuttgarter Jugendhaus Gesellschaft fünf neue Volkswagen-Transporter angeschafft. Diese sind als Spielmobile mit dem Namen „Mobifant" für Kinder bis zu zwölf Jahren im Einsatz. Die „Mobifanten" haben reichlich Bewegungsspiele an Bord. Pädagogische Fachkräfte fahren mit ihnen dorthin, wo der Spielraum für Kinder besonders eingeschränkt ist. Die „Mobifanten" prägen seit Jahrzehnten das Stuttgarter Stadtbild. Nachdem die alten Fahrzeuge in die Jahre gekommen waren, ist mit der Spende der Fortbestand dieser sozialen Einrichtung langfristig gesichert.

Stiftung Lesen fördert Chancengleichheit

Gemeinsam mit der Stiftung Lesen hat Porsche im Berichtsjahr fünf Leseclubs um weitere drei Jahre verlängert. Insgesamt gibt es in Baden-Württemberg und Sachsen zwölf Leseclubs, die vom Sportwagenhersteller Unterstützung erhalten. Mit dem Geld finanzieren die Schulen unter anderem die Ausstattung ihrer Räume. Zusätzlich hilft Porsche beim Ankauf des Lesematerials – seien es Bücher, Zeitschriften oder auch digitale Medien. Die Schulen entscheiden frei, welche Lektüre sie anschaffen wollen. Ziel der Leseclub-Förderung ist Chancengleichheit: Kinder sollen unabhängig von ihrer Herkunft oder den schulischen Voraussetzungen Bildungschancen erhalten.

„Supp_optimal": Essenausgabe für Bedürftige

Mit 250.000 Euro hat Porsche 2021 das Projekt „Supp_optimal" der Bürgerstiftung Stuttgart unterstützt. „Supp_optimal" hat von November 2020 bis Juni 2021 im Stuttgarter Zentrum mehr als 12.000 Essen an Menschen in prekären Lebensverhältnissen ausgegeben. Da der Bedarf ungleich höher ist, sind nun mithilfe der Spende von Porsche temporäre Ausgabestationen in weiteren Stadtteilen entstanden. Die Spendensumme kommt von der Porsche Belegschaft: Das vorübergehende Senken der Mehrwertsteuer war in der Porsche Gastronomie bewusst nicht durch Preissenkungen an die Gäste weitergegeben worden. Stattdessen entschieden Vorstand und Betriebsrat, die Mehrerlöse in der Porsche Gastronomie gezielt für die Essensausgabe an Bedürftige zu verwenden.

Porsche Team pflanzt neuen Trinkwasserwald

Auf einer Fläche von einem Hektar bilden in Eberdingen-Hochdorf (Landkreis Ludwigsburg) 500 Hainbuchen und 500 Winterlinden einen neuen Laubmischwald. Eine Spende der Porsche AG hat die Pflanzaktion des Trinkwasserwald e.V. im Oktober ermöglicht. Das Besondere: Die jungen Bäume wurden mit tatkräftiger Unterstützung von 50 Mitarbeitern der Porsche Beschaffung gepflanzt. Diese engagierten sich im Rahmen von „Porsche hilft" ehrenamtlich für den guten Zweck. Seit 2017 hat Porsche in Zusammenarbeit mit dem Trinkwasserwald e.V. in der Region Stuttgart und in Leipzig insgesamt 14 Hektar Laubmischwald neu geschaffen. Der große Vorteil von Laubwäldern ist, dass sie im Durchschnitt 800.000 Liter mehr Grundwasser je Hektar generieren als reine Nadelwald-Monokulturen – und das jedes Jahr neu und über Generationen hinweg. Durch das gemeinsame Engagement von Trinkwasserwald e.V. und Porsche werden jährlich mehr als elf Millionen Liter Trinkwasser erzeugt. Das reicht, um 11.000 Menschen ein Leben lang mit Trinkwasser zu versorgen. Der jährliche Bedarf eines Menschen liegt bei durchschnittlich 1.000 Litern.

AMSEL-Stiftung würdigt Engagement

Die AMSEL-Stiftung Ursula Späth hat im Oktober im Porsche Museum engagierte Menschen ausgezeichnet, die mit ihrem Wirken die Lebenssituation von Multiple-Sklerose-Erkrankten nachhaltig verbessern. Seit 2014 unterstützt das Unternehmen die Stiftung. 2020 musste die Veranstaltung coronabedingt abgesagt werden. Mit einem Jahr Verzögerung wurden die vier Auszeichnungen nun persönlich überreicht: Pflegepreis, Medienpreis, Ursula-Späth-Preis und MS-Aktivistin-Preis. Seit 40 Jahren verbessert die Stiftung mit ihrer Arbeit die Lebenssituation von Menschen, die an Multiple Sklerose erkrankt sind.

Erstmals Kinderpreis vergeben

Zum zehnten Mal hat die Bürgerstiftung Stuttgart den Bürgerpreis an Menschen und Organisationen vergeben, die sich im besonderen Maß ehrenamtlich engagieren. Albrecht Reimold, Vorstand für Produktion und Logistik bei Porsche, begrüßte die rund 250 Gäste zur Preisverleihung im Porsche Museum. Neben den traditionellen Preisen in den Kategorien Nachhaltigkeit und Innovation gab es einen Sonderpreis für besonderes Engagement in Pandemiezeiten sowie einen Publikumspreis. Neu hinzu kam 2021 der Kinderpreis. Dieser wurde von Porsche gestiftet und von Dr. Sebastian Rudolph, Leiter Öffentlichkeitsarbeit, Presse, Nachhaltigkeit und Politik, an die Bienen AG überreicht. Das Bienenprojekt richtet sich an Kinder und Jugendliche, die in ihrem Leben traumatische Erlebnisse erleiden mussten, von Gewalt und Vernachlässigung betroffen sind oder aufgrund psychischer Auffälligkeiten nicht am Regelschulsystem teilnehmen können. Durch das Projekt sollen Kinder ihre Persönlichkeit weiterentwickeln sowie in sozialen und emotionalen Kompetenzen, Selbstständigkeit und Eigenverantwortung gestärkt werden.

60.000 Euro Spende bei „Asse für Charity"

Der 44. Porsche Tennis Grand Prix war ein voller Erfolg und mit ihm die Aktion „Asse für Charity". Sie ist seit vielen Jahren fester Bestandteil des Traditionsturniers. Wegen der besonderen Corona-Umstände spendete Porsche in diesem Jahr pro direkt verwandeltem Aufschlag 200 Euro für gute Zwecke und damit doppelt so viel wie bisher. Insgesamt wurden im Verlauf der Turnierwoche 260 Asse geschlagen, das Unternehmen rundete den Spendenbetrag auf 60.000 Euro auf. Das Geld erhielten zu gleichen

Teilen die Charity-Partner des Turniers, die Stiftung Agapedia und der Landessportverband Baden-Württemberg. Sie wollen damit zusätzliche Sport- und Bewegungsangebote für Kinder und Jugendliche finanzieren, um für sie die Auswirkungen der Pandemie abzumildern. Wesentlichen Anteil am guten Spendenergebnis hatte Karolina Pliskova. Die Stuttgart-Siegerin von 2018 schlug allein in ihrem Match gegen Jelena Ostapenko 21 Asse und stellte damit einen neuen Rekord bei einem Sandplatzturnier auf.

Selbstbewusstsein fördern

Seit 46 Jahren unterstützt Porsche den gemeinnützigen Verein Weihnachtsmann & Co. Auch 2021 gab es wieder 10.000 Euro, mit denen karitative Einrichtungen und Organisationen in der Region Stuttgart gefördert werden. Flankiert wird die Scheckübergabe normalerweise durch einen freiwilligen Arbeitseinsatz der Porsche Auszubildenden am Verkaufsstand von Weihnachtsmann & Co. auf dem Stuttgarter Weihnachtsmarkt. Die Corona-Pandemie hat dies aber erneut nicht zugelassen. Die Spende kommt vor allem der Repairstation zugute. Dabei werden Kinder und Jugendliche durch erfahrene und ausgebildete ehrenamtliche Helfer angeleitet und lernen, wie man etwa ein Fahrrad, einen Toaster oder ein Schrankscharnier repariert. Dazu wurden Räumlichkeiten geschaffen und Arbeitsplätze mit Werkzeugen ausgestattet. Die Repairstation unterstützt durch ihre Arbeit vor allem Kinder und Jugendliche aus benachteiligten Verhältnissen. Ziel ist es, ihr Selbstbewusstsein durch Erfolgserlebnisse zu fördern.

Internationale Engagements

Porsche und seine Vertriebstöchter engagieren sich in aller Welt. Seit 2018 ruft Porsche China den „Dealer CSR Fund“ aus. Ziel ist es, lokale Projekte in ganz China zu unterstützen. Diese werden von Porsche Händlern eingereicht und zusammen mit gemeinnützigen Organisationen umgesetzt. Mit mehr als 20 initiierten Projekten wurden in den letzten vier Jahren knapp 200.000 Menschen unterstützt. 2021 förderte Porsche China zum Beispiel das „Orphan Care Project“ und das „Rural Students Reading Project“.

Mit der CSR-Kampagne „Porsche Do Dream“ will Porsche Korea benachteiligten Kindern und Jugendlichen Chancen und Perspektiven bieten. Teil des Programms ist unter anderem „Porsche Dream Up“, ein Stipendienprogramm für besonders talentierte Jugendliche in den Bereichen Kunst und Sport. „Dream Playground“ schafft Spielmöglichkeiten innerhalb von Gebäuden. Weitere Projekte im Rahmen der Initiative sind unter anderem „Porsche Dream Circle“ für Umweltbildung an Schulen, „Bee'lieve in Dreams“, ein Honigbienenprojekt für mehr biologische Vielfalt in Seoul, und „Smart Traffic Safety Solution for Children“ für mehr Verkehrssicherheit für Kinder.

Seit 2012 arbeitet Porsche Latin America mit der gemeinnützigen Organisation „Un Techo“ zusammen. Die lateinamerikanische Nichtregierungsorganisation setzt sich für sozial schwache Familien in ausgegrenzten Vierteln ein, stellt Häuser in extrem armen Vierteln bereit und bietet Bildungsprogramme an. Die im Berichtsjahr erfolgte Spende kommt mindestens 50 Häusern in 14 lateinamerikanischen Ländern zugute.

Porsche Cars North America engagiert sich für die „Goodr Initiative“: Im Rahmen des CSR-Sponsorings werden in Pop-up Stores in Atlanta und Los Angeles kostenlose Lebensmittel an Menschen in prekären

Lebenssituationen verteilt. Aufgrund der Auswirkungen der Pandemie sind in den USA viele Millionen Menschen arbeitslos. Dadurch gibt es immer mehr Familien, denen es an grundlegenden Dingen wie Nahrung mangelt.

CSR-Sponsoring

Förderung von Stiftungslehrstühlen
Porsche fördert regelmäßig die akademische Ausbildung in Deutschland und arbeitet dafür mit Hochschulen zusammen. So gibt es seit 2013 den „Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG Stiftungslehrstuhl für Strategisches Management und Entrepreneurship im digitalen Zeitalter" an der HHL Leipzig Graduate School of Management. Von den angebotenen Kursen, Seminaren und Projekten konnten bis Ende 2021 bereits mehr als 2.500 Studierende profitieren. Das Unternehmen fördert ebenfalls Lehre, Forschung und wissenschaftliche Weiterbildung in der Fahrzeugentwicklung an der Hochschule Esslingen.

Start-up-Wettbewerb für Schüler
„Jugend gründet" ist ein Businessplan- und Planspiel-Wettbewerb des Steinbeis-Innovationszentrums Unternehmensentwicklung an der Hochschule Pforzheim. Im vergangenen Jahr reichten mehr als 3.000 Auszubildende und Schüler ab der 10. Klasse aus ganz Deutschland ihre Start-up-Ideen ein. Porsche ist seit 2016 Hauptsponsor des Wettbewerbs und lobte 2021 zum zweiten Mal den Sonderpreis „Digitale Zukunft" aus. Gewonnen hat die Nightlight UG PolarLight TM mit ihrem intelligenten Leitpfosten PolarLight. Der Leitpfosten erkennt das Licht von herankommenden Fahrzeugen und beleuchtet die Straße nach Bedarf für 15 Sekunden. Die Jury ist überzeugt: Damit greifen die Erfinder ein wichtiges gesellschaftliches Bedürfnis auf – das Bedürfnis nach Sicherheit im Straßenverkehr. Besonders beeindruckend ist, dass die Idee ein großes Potenzial für weitere Entwicklungen bietet. Die bislang autarken Leitpfosten könnten beispielsweise auch zu smarten Leitpfosten werden. Sie könnten Daten sammeln und zum Beispiel Warnmeldungen absetzen – etwa bei Glatteis, bei Wildwechsel oder auch im Falle eines Falschfahrers.

Jugendförderung im Sport

Sport gehört seit jeher zur DNA der Marke Porsche. Er verkörpert Teamgeist, Leidenschaft, Fairness und Respekt – und damit Werte, die auch beim Sportwagenhersteller gelebt werden. Porsche ist sich seiner gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und gibt diese Grundsätze an junge Menschen weiter. Unter dem Motto „Turbo für Talente" unterstützt das Unternehmen seit Jahren mit mehreren Kooperationen die Jugendarbeit von Sportvereinen. Ein besonderes Augenmerk liegt dabei auf der Vereinbarkeit von Schule, Sport und Beruf. Zum anderen fördert das Programm soziale Aspekte sowie die Entwicklung vom Talent zur Persönlichkeit.

Das deutschlandweite CSR-Programm hat seinen Schwerpunkt an den beiden Unternehmensstandorten Stuttgart und Leipzig. Partnervereine in Baden-Württemberg sind SC

Bietigheim-Bissingen Steelers (Eishockey), SV Stuttgarter Kickers, SG Sonnenhof Großaspach (Fußball) sowie die Porsche Basketball-Akademie Ludwigsburg. In Leipzig arbeitet Porsche mit RB Leipzig (Fußball) zusammen. Nachdem im Sommer 2020 das Netzwerk der Porsche Jugendförderung im Fußball durch Borussia Mönchengladbach ergänzt wurde, kam 2021 Erzgebirge Aue hinzu.

FC Erzgebirge Aue neu in der Jugendförderung

Seit dem 1. Juli ist der FC Erzgebirge Aue e.V. offizieller Partnerverein des Sportwagenherstellers. Porsche hat dafür die Namensrechte des Jugendinternats „Porsche Kumpelschmiede" und des Nachwuchsleistungszentrums erworben. Es heißt jetzt „Porsche Kumpelschmiede – das Nachwuchsleistungszentrum". Damit engagiert sich der Sportwagenhersteller an einem weiteren Standort für Nachwuchssportler. Nicht weit entfernt vom Erzgebirgsstadion arbeitet die Porsche Werkzeugbau GmbH Schwarzenberg, eine hundertprozentige Tochter der Porsche AG.

„Der FC Erzgebirge Aue steht für Tradition und ist ein Leuchtturm für die Region mit einer großen und treuen Anhängerschaft. Der Verein ermöglicht Kindern und Jugendlichen, sich über den Sport persönlich zu entwickeln. Wir freuen uns daher sehr, mit dem FC Erzgebirge Aue einen weiteren Verein unterstützen zu dürfen", sagt Lutz Meschke, stellvertretender Vorstandsvorsitzender und Vorstand für Finanzen und IT der Porsche AG.

Porsche und Volkswagen führen Partnerschaft mit RB Leipzig fort

Die Jugendförderung „Turbo für Talente" am Standort Leipzig wird fortgesetzt. Die beteiligten Parteien haben den seit 2014 bestehenden Kooperationsvertrag um weitere drei Jahre bis zum 30. Juni 2024 verlängert. Somit bleibt Volkswagen Mobilitätspartner und Porsche strategischer Jugendpartner des Vereins. An seinem sächsischen Produktionsstandort stellt Porsche vor allem das gesellschaftliche Engagement in den Mittelpunkt. Der Verein und das Unternehmen haben sich das Ziel gesetzt, Kinder und Jugendliche für den Mannschaftssport zu begeistern, Kindern aus sozial schwächer gestellten Familien den Zugang zum Vereinssport zu erleichtern und talentierte Nachwuchskicker gezielt zu fördern.

Zu den gemeinsamen Projekten gehört das „Leipziger Viertelfinale", ein jährliches Nachwuchsturnier. Dieses konnte nach einjähriger pandemiebedingter Pause als hybrides Veranstaltungsformat wieder stattfinden – mit digital ausgetragenen Vorrunden und einem Finaltag auf dem Fußballplatz. Darüber hinaus kürt Porsche einmal im Jahr die beste Nachwuchsmannschaft des Vereins als „Porsche Talent Team". Auch der Gedanke von Inklusion und Integration fließt in die Projekte ein – etwa im Rahmen der inklusiven Fußballschule.

Porsche Turbo Award für den sportlichen Nachwuchs

Bereits seit 2016 werden beim Porsche Turbo Award jeweils die Talente mit der besten sportlichen Entwicklung, sehr guten schulischen Leistungen wie auch dem größten sozialen Engagement ausgezeichnet. Im Berichtsjahr haben insgesamt 18 Jungen und Mädchen aus den sechs Partnervereinen einen Preis erhalten. Übergeben wurden die Porsche Turbo Awards durch Sami Khedira, ehemaliger Profifußballer und Botschafter der Porsche Jugendförderung, im Porsche Museum: „Eine professionelle Jugendförderung ist auf dem Weg vom Nachwuchs- zum Profisportler unglaublich

wichtig. Leider haben nicht alle jungen Menschen dabei die gleichen Chancen und das gleiche Glück wie ich. Ich finde es deshalb sehr gut und auch wichtig, wie Porsche den talentierten Nachwuchs fördert und Kindern und Jugendlichen durch den Sport die Möglichkeit bietet, sich persönlich zu entwickeln."

Premiere für den Porsche Fußball Cup im Stuttgarter ADM Sportpark
Anfang September hatte der Porsche Fußball Cup auf dem Gelände der Stuttgarter Kickers in Degerloch seine Premiere. Das Turnier der U15-Mannschaften der Porsche Partnervereine wurde 2021 erstmals ausgetragen und soll perspektivisch jedes Jahr von einem anderen Partner ausgetragen werden. Bei strahlendem Sonnenschein und bestem Fußballwetter sicherte sich die U15-Mannschaft von RB Leipzig den Premierensieg im Stuttgarter ADM-Sportpark. Vor rund 300 Zuschauern besiegten die Leipziger im Finale die Nachwuchskicker von Borussia Mönchengladbach.

Neben dem sportlichen Wettkampf stand beim Porsche Fußball Cup auch der gute Zweck im Mittelpunkt. So spendete Porsche im Rahmen der Aktion „Tore für Charity" für jedes erzielte Tor 500 Euro. Dank 36 erzielten Treffern kamen 18.000 Euro als Spende zusammen. Das Geld ging an zwei Stuttgarter Sport- und Bewegungsprojekte für Kinder und Jugendliche: „Sport VereinT" und „GESund & GEStärkt". Der Sportwagenhersteller stockte die Spende auf 25.000 Euro auf.

Kultur-Sponsoring

Seit Jahren unterstützt der Sportwagenhersteller kulturelle Projekte. Möglichst viele Menschen sollen auf diese Weise kostenfrei Kultur genießen können. „Wir verstehen uns bei Porsche als Partner der Gesellschaft", sagt Andreas Haffner, Mitglied des Vorstandes für Personal- und Sozialwesen. „Dass wir Kultur in die breite Öffentlichkeit bringen, ist dabei ein wichtiger Aspekt. Denn wir sind überzeugt: Freie Gesellschaften und Kultur gehören untrennbar zusammen."

Neben den Partnerschaften mit dem Stuttgarter Ballett und dem Leipziger Gewandhausorchester zählt die Förderung der Elbphilharmonie zu den bisher weitreichendsten Engagements des Premiumherstellers. Seit Juli 2021 ist Porsche Deutschland „Principal Sponsor" des ikonischen Konzerthauses im Hamburger Hafen.

Festival „Wagner 22": kostenlose Oper
Porsche und die Oper Leipzig sind eine Partnerschaft eingegangen: Im Sommer 2022 lädt die Kulturinstitution Wagner-Liebhaber aus aller Welt zum Festival „Wagner 22" ein. Innerhalb von drei Wochen werden alle Opern des deutschen Komponisten aufgeführt. Die gemeinsamen Planungen für dieses Großevent haben begonnen. Porsche unterstützt die Veranstaltung als Hauptsponsor. Diese Partnerschaft ermöglicht Wagner-Fans, zwei Aufführungen kostenfrei zu erleben: Geplant ist die öffentliche Übertragung der Werke „Tannhäuser" und „Der fliegende Holländer" auf dem Augustusplatz.

Partnerschaft mit der Elbphilharmonie
Als „Principal Sponsor" hat Porsche Deutschland 2021 sein Engagement im Bereich Kulturförderung um eines der modernsten und bedeutendsten Konzerthäuser weltweit erweitert. Die Elbphilharmonie

begeistert Kulturfans aus der ganzen Welt. Die von Porsche präsentierte Konzertreihe „Elbphilharmonie Sommer“ fand im Juli und August 2021 statt. Von großer Klassik über mitreißenden Jazz bis hin zu Stummfilmkonzerten war für jeden Geschmack etwas dabei – unter anderem gespielt von einigen der besten Nachwuchsorchester der Welt. „Porsche und die Elbphilharmonie stehen gleichermaßen für atemberaubende Performance, Leidenschaft für Ästhetik und Design sowie unvergessliche Momente“, sagt Alexander Pollich, Vorsitzender der Geschäftsführung von Porsche Deutschland.

Partnerschaft mit Opernball Leipzig ein weiteres Mal verlängert
Porsche bleibt weiter an der Seite des Leipziger Opernballs – das verkündete der Sportwagenhersteller am Ballabend im Oktober 2021. Im Mittelpunkt des Engagements steht der soziale Gedanke. Bereits seit 2013 präsentiert Porsche den Tanzabend und stiftet in diesem Zuge den Hauptgewinn für die Opernball-Tombola in Form eines Fahrzeugs. Der Gewinner des Berichtsjahres durfte sich über einen 718 Boxster in Racinggelb mit blauem Verdeck und schwarzem Interieur freuen. Mit der Farbwahl nahm das Unternehmen Bezug auf das Leipziger Stadtwappen und unterstrich damit die Verbundenheit zur Region. Der Gesamterlös der Tombola kam traditionell der Stiftung „Leipzig hilft Kindern“ zugute, die Kinder- und Jugendprojekte in der Region unterstützt. Bedacht wurde unter anderem das Projekt „Wunderfinder“ der Stiftung „Bürger für Leipzig“, das Bildungspatenschaften an Hortkinder im Leipziger Osten und im Stadtteil Grünau vermittelt. Darüber hinaus konnte sich auch der Verein Bemmchen-Leipzig e.V. über finanzielle Unterstützung freuen.

Stuttgarter Ballett präsentiert Beethoven-Ballette online
Als Hauptsponsor des Stuttgarter Balletts hat der Sportwagenhersteller im Frühjahr 2021 eine außergewöhnliche Veranstaltung ermöglicht: die Beethoven-Ballette im Schauspielhaus. Wegen der Corona-Pandemie hatte die tänzerische Hommage an Beethoven im Jahr 2020 ausfallen müssen. Nun ehrte das Ballett den großen Komponisten anlässlich seines 250. Geburtstags nachträglich und per Livestream. Ein Tanzerlebnis in virtuellen Zeiten: „Wir werden auch in Zukunft Kulturveranstaltungen für die breite Gesellschaft ermöglichen – ob virtuell oder hoffentlich bald auch wieder physisch“, sagt Andreas Haffner, Vorstand für Personal- und Sozialwesen bei Porsche. Im abgelaufenen Jahr feierte darüber hinaus die Stuttgarter John Cranko Schule ihren 50. Geburtstag. Den Neubau einer der weltweit renommiertesten Ballettschulen hatte Porsche mit zehn Millionen Euro unterstützt. Die Förderung erfolgte über eine Stiftung, die der Sportwagenhersteller 2013 gemeinsam mit der Stadt Stuttgart gegründet hatte.

Weitere Engagements in 2021

Autokino „RoadMovies“ in Leipzig
Kino-Momente auf einer FIA-zertifizierten Rundstrecke: Mit dem Leipziger Autokino „Porsche RoadMovies“ war das 2021 zum zweiten Mal möglich. Das Porsche Experience Center Leipzig bot auf der 144 Quadratmeter umfassenden Leinwand eine große Programmauswahl. Auf der Veranstaltungsfläche fanden – unter Einhaltung der Sächsischen Corona-Schutzverordnung – insgesamt 200 Fahrzeuge Platz. Neu in diesem Jahr waren die sogenannten Thementage. Angeboten wurden unter anderem Specials wie „Classic Mondays“ und jeden Mittwoch Filme für Auto-

Enthusiasten. Das Kino-Erlebnis konnte durch geführte Fahrten auf der Porsche Rundstrecke in Leipzig erweitert werden. Dies war sowohl mit dem eigenen Fahrzeug als auch mit einem Porsche Sportwagen möglich.

Partnerschaft mit Schlossfestspielen
Porsche und sein Tochterunternehmen MHP sind eine strategische Partnerschaft mit den Ludwigsburger Schlossfestspielen eingegangen. Zusammen wollen die Partner junge und bisher unerreichte Zielgruppen ansprechen. Dazu wird Kultur als Innovationstreiber positioniert – die Festspiele als Fest der Künste, der Demokratie und der Nachhaltigkeit. Dabei werden Aufführungen aus Schlosstheater, Schlosskirche oder Ordenssaal nicht nur auf Großleinwände im Innenhof oder im Blühenden Barock übertragen, sondern auch online gestreamt. Die drei Partner schaffen zusätzlich einen Digitalen Resonanzraum, in dem es vor allem um den Austausch geht: Chatroom, Newsroom und Pinboard sind in die neue Website integriert und sollen Debatten befördern. Durch verstärkte Aktivitäten auf den Social-Media-Plattformen Facebook, Instagram und YouTube sollen sich die digitalen Abonnentenzahlen der Ludwigsburger Schlossfestspiele bis zum Jahr 2025 vervielfachen.

Tanz-Patenschaftsprojekt „Ballett JUNG+“
Ein ganzes Schuljahr Tanz und Kreativität – zusammen mit Porsche Deutschland hat das Stuttgarter Ballett die Initiative „Ballett JUNG+“ ins Leben gerufen. Davon profitieren zwischen November 2021 und Mai 2022 zunächst zwei Einrichtungen: die Jerg-Ratgeb-Realschule in Herrenberg und die Konrad-Widerholt-Schule in Kirchheim unter Teck, ein sonderpädagogisches Bildungs- und Beratungszentrum (SBBZ) mit Förderschwerpunkt Lernen. Zweimal monatlich treffen sich die insgesamt 52 Schüler mit zwei Tanzpädagogen in ihren Schulen und entwickeln eigene choreografische Szenen. Zum Ende der Spielzeit wird eine gemeinsame Intensivwoche auf der Probebühne der John Cranko Schule die Ergebnisse so zusammenführen, dass die Fünft- und Sechstklässler eine Werkstattpräsentation aufführen können.

Ferry-Porsche-Stiftung

Die 2018 gegründete Ferry-Porsche-Stiftung nimmt ebenfalls eine breit gefächerte soziale und gesellschaftliche Verantwortung wahr. Im Mittelpunkt steht die Kinder- und Jugendförderung. Die Stiftung fördert Projekte aus Wissenschaft, Forschung, Ausbildung, Erziehung und Bildung. Daneben unterstützt sie Initiativen in den Bereichen Kultur und Naturschutz und hilft Menschen in sozialer Notlage.

Förderung von Straßenkinder e.V.
Die 2018 gegründete Ferry-Porsche-Stiftung nimmt ebenfalls eine breit gefächerte soziale und gesellschaftliche Verantwortung wahr. Im Mittelpunkt steht die Kinder- und Jugendförderung. Die Stiftung fördert Projekte aus Wissenschaft, Forschung, Ausbildung, Erziehung und Bildung. Daneben unterstützt sie Initiativen in den Bereichen Kultur und Naturschutz und hilft Menschen in sozialer Notlage.

1,2 Millionen Euro für Schul-Digitalisierung

Mit der zweiten Ferry Porsche Challenge hat die Stiftung einen Schwerpunkt auf das Thema „Digitalisierung an Schulen" gesetzt. Rund 300 Bildungsstätten aus Baden-Württemberg und Sachsen haben sich mit Digitalisierungsprojekten beworben. Ausgezeichnet und gefördert wurden 31 Schulen mit insgesamt 1,2 Millionen Euro. Alle Gewinnerprojekte werden dokumentiert und aufbereitet. So können auch andere Schulen die Projektideen als Best Practice übernehmen. Mit einem „Digitalschub" über mehr als 900.000 Euro setzte die Ferry-Porsche-Stiftung in 61 weiteren Schulen Digitalisierungsimpulse. Einen hervorragenden Multiplikator bilden hierbei die ebenfalls geförderten Organisationen, wie etwa die Hacker School, die NEO Academy und Digital Sparks.

„Digital Village" nun auch in Europa

Digitale Bildung stand auch international im Fokus. Schon im Vorjahr hatte die Stiftung zusammen mit SOS-Kinderdörfern den Aufbau des digitalen Bildungsprogramms „Digital Village" in São Paulo in Brasilien unterstützt. 2021 konnte dieses Engagement auf vier weitere europäische Standorte ausgedehnt werden. Kinder und Jugendliche erhalten neben Hardware und Internetzugang auch Schulungen und Trainings zum Umgang mit digitalen Medien.

550.000 Euro für die Flutopfer

Eine Herzensangelegenheit war es der Stiftung, von der Flutkatastrophe betroffenen Menschen in Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz und Bayern zu helfen. Mithilfe einer Spende von 550.000 Euro sollen Kindertagesstätten, Schulen und soziale Einrichtungen wiederaufgebaut werden. Ziel ist es, vor allem Kindern und Jugendlichen wieder ihren gewohnten Alltag zu ermöglichen. Neben zahlreichen neuen Aktivitäten konnten bereits bestehende Förderbeziehungen – etwa zu den Tafeln, zu ARTHELPS und zur Stuttgarter Kinderstiftung – weitergeführt werden. 2021 hat die Ferry-Porsche-Stiftung mehr als 130 Projekte mit insgesamt fast fünf Millionen Euro unterstützt.

MEDIA ENQUIRIES



Lena Rachor

Spokesperson Human Resources and Founding projects
+49 (0) 170 / 911 1526
lena.rachor3@porsche.de



Markus Rothermel

Spokesperson Sports Communications
+49 (0) 170 / 911 0779
markus.rothermel@porsche.de

Verbrauchsdaten

718 Boxster (WLTP)*: Kraftstoffverbrauch kombiniert: 9,7 – 8,9 l/100 km; CO_2-Emissionen kombiniert: 220 – 201 g/km; CO_2-Klasse: G

*Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen spezifischen CO_2-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem „Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO_2-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen" entnommen werden, der an allen Verkaufsstellen und bei DAT (Deutsche Automobil Treuhand GmbH, Helmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen, www.dat.de) unentgeltlich erhältlich ist.

Bildunterschriften

Pfad: media/Bilder/Bild_1.jpg
Titel: S21_2198_646449_1220693_de_PAG_2054755_source.jpg
Bildunterschrift: Andreas Haffner übergibt die Schlüssel für fünf neue „Mobifant"-Spielmobile

Pfad: media/Bilder/Bild_2.jpg
Titel: Porsche_Trinkwasserwald_7043.jpg
Bildunterschrift: Neuer Trinkwasserwald: Porsche unterstützt Pflanzaktion

Pfad: media/Bilder/Bild_3.jpg
Titel: Un Techo_EXdLRb-40.jpg
Bildunterschrift: Seit 2012 arbeitet Porsche mit der Organisation „Un Techo" zusammen

Pfad: media/Bilder/Bild_4.jpg
Titel: S21_4323_656806_1245794_de_PAG_2101314_source.jpg
Bildunterschrift: Siegermannschaft RB Leipzig beim Porsche Fußball Cup 2021

Pfad: media/Bilder/Bild_5.jpg
Titel: 1617731337209_beethoven-stuttgarter-ballett-100.jpg
Bildunterschrift: Stuttgarter Ballett präsentiert Beethoven-Ballette online

Pfad: media/Bilder/Bild_6.jpg
Titel: S21_1904_638349_1201339_de_PAG_2017302_source.jpg
Bildunterschrift: Autokino „RoadMovies" auf der Porsche Rundstrecke in Leipzig

Pfad: media/Bilder/Bild_7.jpg
Titel: Ferry-Porsche-Stiftung treibt Digitalisierung an Schulen weiter voran.jpg
Bildunterschrift: Die Ferry-Porsche-Stiftung treibt Digitalisierung an Schulen voran

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/unternehmen/porsche-geschaefts-und-nachhaltigkeitsbericht-2021/mitarbeiter,-gesellschaft,-sport-und-kommunikation/gesellschaft.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/09aa4c26-acd6-45bd-87ac-58d697413f8a.zip

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