

# Mitarbeiter

*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.*

Die Corona-Pandemie hat die Arbeitswelt von Porsche nachhaltig verändert – insbesondere in den indirekten Bereichen. Mobiles Arbeiten ist zur Normalität geworden und die Anforderungen an die Arbeitswelten der Zukunft haben sich nochmals weiterentwickelt. Porsche setzt für die Zukunft auf einen gesunden Mix aus Präsenz und mobiler Arbeit. Vor Ort werden neue Arbeitsräume geschaffen auf Grundlage einer zunehmend vernetzteren Arbeitswelt. Dabei stets im Mittelpunkt: der Mensch. Er macht den Unterschied. Deshalb ist es Vorstand und Betriebsrat ein besonderes Anliegen, allen Mitarbeitern der Porsche AG in der tiefgreifenden Transformation der Automobilindustrie eine Perspektive zu bieten. Wiederholt hohe Zustimmungswerte beim Porsche Stimmungsbarometer zeigen, dass sich die Belegschaft auf diesem Weg gut mitgenommen fühlt. Besonders erfreulich: Auch die

Wahrnehmung von außen auf den Arbeitgeber Porsche ist weiterhin äußerst positiv. Bei Umfragen unter Studierenden oder Young Professionals sicherte sich der Sportwagenhersteller auch 2021 zahlreiche Spitzenplätze.

**Neue Vereinbarung für mobiles Arbeiten**

Mit einer Sondervereinbarung zum mobilen Arbeiten hat Porsche auf die Corona-Pandemie reagiert. Von März 2020 bis Ende Oktober 2021 konnten alle Mitarbeiter, deren Tätigkeit dies erlaubt, bis zu fünf Tage pro Woche mobil arbeiten. Aufgrund der positiven Erfahrungen während der Pandemie auf Arbeitgeber- und Arbeitnehmerseite wurde im März 2021 die ursprüngliche betriebliche Regelung zum mobilen Arbeiten ausgeweitet. Waren bisher im Regelbetrieb zwei Tage pro Woche möglich, sind es künftig bis zu zwölf Tage pro Monat. Damit trägt Porsche dem betrieblichen Interesse Rechnung und orientiert sich gleichzeitig noch stärker an dem Wunsch seiner Beschäftigten, Beruf und Privatleben besser miteinander vereinbaren zu können.

**Neue Ausbildungsberufe zeigen den Wandel**

Die Transformation der Automobilindustrie verändert die Ausbildung. Beispielhaft dafür stehen die Digitalisierung, Industrie 4.0, Mobilität der Zukunft oder Elektrifizierung. Auch die Nachhaltigkeitsstrategie von Porsche spielt eine entscheidende Rolle, um den Nachwuchs von morgen und übermorgen vorzubereiten. Gerade bei den Ausbildungsberufen wird der Wandel deutlich. Der Fahrzeuginnenausstatter ist nun der Fahrzeuginterieur-Mechaniker – ein Facharbeiter, der sein handwerkliches Können im Umgang mit verschiedensten Materialien einbringt und zudem in der Lage ist, zahlreiche elektronische Interieur-Bauteile zu montieren. Bei den Kfz-Mechatronikern liegt der Fokus inzwischen auf der System- und Hochvolttechnik. Und der Elektroniker für Betriebstechnik ist nun der Elektroniker für Automatisierungstechnik. Diese Beispiele zeigen, wie sich Porsche in der Ausbildung seiner Facharbeiter konsequent an der Zukunft ausrichtet. Die neuen Schwerpunkte „Intelligente Systeme“ und „Data Science“ in den IT-Studiengängen runden dieses Bild ab. Mit der Transformation verändern sich zudem die Ausbildungsformate. Rund um die bisherigen Ausbildungsmethoden entstanden neue digitalisierte Angebote, um die Lernkompetenz in rein virtuellen oder hybriden Formaten zu fördern. Davon konnten sich nicht zuletzt auch die 150 neuen Porscheaner überzeugen, die sich vor Beginn ihrer Ausbildung oder ihres Studiums im September bei einem virtuellen Treffen kennenlernten.

**Sonderzahlung nach neuer Methodik**

Porsche hat die Sonderzahlung für die Tarifmitarbeiter erstmalig nach der neuen Berechnungsmethodik festgelegt. Die Geschäftsjahre 2020 und 2021 waren aufgrund der andauernden Corona-Krise mit besonderen Herausforderungen für die Mitarbeiter von Porsche verbunden. Dies lag unter anderem an den bestehenden Lieferengpässen. Durch ein systematisches Krisenmanagement und die besonderen Anstrengungen der gesamten Belegschaft war es möglich, das Ergebnis gegenüber dem Vorjahr auf hohem Niveau abzusichern. Die Berechnung ermöglicht eine faire und konsistente Beteiligung der Porsche Belegschaft am Geschäftserfolg. Vor diesem Hintergrund und auf Basis der Kennzahlen Umsatzrendite (ROS) und Kapitalrendite (ROI) hat Porsche für das Geschäftsjahr 2020 im April 2021 eine Prämie in Höhe von 7.850 Euro gezahlt. Damit zeichnete das Unternehmen den besonderen Einsatz der Belegschaft in einem schwierigen Umfeld aus.

**Standortsicherung für Konzerngesellschaften**
2020 hat die Porsche AG unter der Überschrift „Tradition. Transformation. Zukunft." eine wegweisende Standortsicherung verabschiedet. 2021 haben weitere Konzerngesellschaften mit eigenen Standortvereinbarungen nachgezogen: die Porsche Deutschland GmbH, Porsche Engineering Group GmbH, Porsche Engineering Services GmbH, Porsche Financial Services GmbH und die Porsche Leipzig GmbH. Die Vereinbarungen stellen die Wettbewerbsfähigkeit der Porsche AG und ihrer Konzerngesellschaften sicher und beinhalten jeweils eine Beschäftigungssicherung für die Stammbelegschaft bis 2030. Die Vereinbarungen sind auf zehn Jahre angelegt. Grundlage sind zahlreiche Maßnahmen, die die Flexibilität und Produktivität steigern und das Ergebnis nachhaltig absichern. Am Standort Leipzig haben Vorstand, Geschäftsführung und Betriebsrat zudem beschlossen, die wöchentliche Arbeitszeit bis 2025 in zwei Schritten von 38 auf 35 Stunden zu senken.

**Klares Bekenntnis für Vielfalt und Toleranz**
Bei seinen fünften Vielfalts-Tagen hat Porsche wieder ein deutliches Signal für Toleranz und gegen Ausgrenzung und Diskriminierung gesetzt. In einer Themenwoche rund um den Deutschen Diversity Tag im Mai 2021 ging es in 21 digitalen Dialogformaten um den Wert und die Chancen von Vielfalt. Ein divers besetztes Projektteam hatte zudem die Idee zu einem Vielfalts-911. Dieser wurde mit Botschaften und Fakten zur Vielfalt bei Porsche versehen. Mit ihrer Unterschrift auf dem Fahrzeug bekräftigten Porsche Vorstand und Betriebsrat zu Beginn der Vielfalts-Tage ihre bedingungslose Zustimmung zu Vielfalt und Toleranz. Auch im Rahmen des Nachhaltigkeitsfestivals im Oktober 2021 war Diversity ein Schwerpunktthema und verdeutlichte, welchen Stellenwert Perspektivenvielfalt als Innovationstreiber und Erfolgsfaktor für die Zukunft hat. Um neue Perspektiven ging es im Berichtsjahr zudem im Rahmen von „Porsche hilft". Die Vermittlungsplattform listet Optionen zum ehrenamtlichen Engagement auf. Sie gibt den Porscheanern damit die Möglichkeit, die eigene Perspektive durch den Blick über den Tellerrand hinaus zu erweitern.

**Veränderungen in den Alltag integrieren**
Der Wandel vollzieht sich schneller denn je. Porsche begreift diese Entwicklung als Chance. Das Unternehmen unterstützt seine Mitarbeiter darin, das Wissen permanent auf den neuesten Stand zu bringen und neue Fähigkeiten zu entwickeln. Das ist vor allem im Hinblick auf die fortschreitende Digitalisierung wichtig, denn sie verkürzt die Halbwertszeit von Wissen und Kompetenzen radikal. Porsche setzt auf lebenslanges Lernen und den aktiven Umgang mit Veränderungen. Das bietet Mitarbeitern die einzigartige Möglichkeit, Neues zu lernen und sich darüber weiterzuentwickeln. Auf dem Weg von einer wissenden zu einer lernenden Organisation spielen Lernräume bei Porsche eine entscheidende Rolle. Das „Porsche Learning Lab" steht zum einen für das Konzept eines physischen Lernraums, in dem der Sportwagenhersteller Raum zum Experimentieren schafft, Akteure vernetzt und Orientierung für persönliche Weiterentwicklung gibt. Zudem besteht mit dem integrierten Angebot eines virtuellen Studios die Möglichkeit, Gelerntes aufzuzeichnen und weiterzugeben. Darüber hinaus werden auch virtuelle Räume geschaffen. Sie unterstützen Mitarbeiter bei der Entwicklung von „Learnability" und „Growth Mindset".

Mit dem „Online Learning Lab" hat Porsche 2021 ein innovatives internes Lernformat gestartet. In diesem schärfen bis zu 100 Porscheaner gemeinsam das eigene Mindset, also die eigene Denkweise

und innere Haltung. In sechs Wochen lernen sie, Lernen und Veränderungen in den Arbeitsalltag zu integrieren. Alles mit dem Ziel, in Zeiten der Transformation gemeinsam den Wandel zu gestalten. Das „Online Learning Lab" bietet einen virtuellen Raum, um persönlich und beruflich gemeinsam mit anderen zu wachsen und die eigene Lernfähigkeit und -geschwindigkeit zu erhöhen. Die Teilnehmer lernen Methoden und Hacks kennen, um Lernen einfacher in den Arbeitsalltag zu integrieren. Und sie erhalten das richtige Handwerkszeug, um strategische Anforderungen besser zu meistern. Es geht um Growth Mindset (das Wollen), Learnability (das Können) und Self-Leadership (das Tun). Dies alles steht in direktem Zusammenhang mit der Strategie 2030, denn die Strategie beinhaltet viele neue Themen, die alle Mitarbeiter bei Porsche zukünftig beschäftigen werden. Sich neues Wissen oder neue Fähigkeiten anzueignen oder mit Veränderungen umgehen zu können, gehört damit zum Tagesgeschäft.

**FührungsLab zur Feedback-Kultur**

Das zweite „Porsche FührungsLab" konnte 2021 nach einer Corona-Unterbrechung abgeschlossen werden. Rund 1.500 Führungskräfte waren dabei. Mithilfe von externen Impulsen, konstruktivem Feedback und individueller Reflexion beschäftigen sie sich im Lab mit der Führungskultur bei Porsche, ihrem individuellen Führungsverhalten und ihrer künftigen Rolle als Führungskraft. Startpunkt der zweiten Welle war eine intensive Vorbereitungsphase. In dieser konnten sich die Führungskräfte im Rahmen des „Porsche Code Feedback" freiwillig und anonym die Rückmeldung ihrer Mitarbeiter, Kollegen und Vorgesetzten zum Führungsverhalten einholen. Bei den Veranstaltungen selbst lag der Fokus darauf, das persönliche Führungsverhalten jedes Einzelnen weiterzuentwickeln. Die Führungskräfte setzten sich im Rahmen von Coaching-Sessions mit dem erhaltenen Feedback auseinander und lernten neue Methoden kennen. Daraus leiteten sie konkrete Maßnahmen ab. Darüber hinaus erhielten die Teilnehmer externe Impulse von Wissenschaftlern der Universität St.Gallen zu den Themen „Positive Leadership & Promoting Change". Die Porsche Vorstände beteiligten sich im Rahmen von Vorstandsdialogen, in denen sie Rede und Antwort standen.

**Anforderungen der Zukunft fest im Blick**

Unter der Überschrift „Porsche Workforce Transformation (PWT)" bündelt der Sportwagenhersteller verschiedene Transformationsinitiativen und richtet sich noch stringenter an den Anforderungen der Zukunft aus. In Zeiten des tiefgreifenden Wandels innerhalb der Automobilindustrie steuert die PWT proaktiv die Entwicklung der Porsche Mitarbeiter. Oberstes Ziel ist es, die Belegschaft in diesem Wandel mitzunehmen und den Porscheanern eine dauerhafte Perspektive zu geben. Dies gelingt mit transparenten Darstellungen der unterschiedlichen Transformationsfelder und dem klaren Willen, Zukunftsfelder mit internen Kandidaten zu besetzen – wo immer möglich und unterstützt durch intensive Weiterbildungsangebote. Hierzu hat Porsche unter anderem eine „Digital Academy" gegründet. Diese soll Digitalkompetenzen im Rahmen der Transformationsqualifizierung stärken. Der Sportwagenhersteller betreibt keinen Jobabbau innerhalb der Transformation und setzt auch in Zukunft auf die Zusammenarbeit aller Altersgruppen.

**Porsche Arbeitswelten im Wandel**

Die Büroarbeitswelt verändert sich rasant. Wo früher Einzelbüros und fest zugewiesene Besprechungsräume vorherrschten, sind heute in einer mehr und mehr vernetzten Arbeitswelt

Kollaborations- und agile Projektflächen notwendig. Dies erleichtert insbesondere die zunehmende Projektarbeit von gemischten Teams aus unterschiedlichen Fachbereichen. Mit den neuen Porsche Arbeitswelten macht sich das Unternehmen fit für diese funktionsübergreifende Zusammenarbeit – und damit auch für die Anforderungen der Generationen Y/Z/0. Vorreiter für die Porsche Arbeitswelten ist das Personalressort. Die verschiedenen Personalbereiche wurden an einem zentralen Standort zusammengeführt. Einzelbüros wurden komplett abgeschafft – auch im Vorstandsbereich. Aufgrund des erweiterten Angebots zum mobilen Arbeiten gibt es künftig auch nicht mehr den einen eigenen Arbeitsplatz. Vielmehr haben die Mitarbeiter die Option, im Rahmen von Desksharing die jeweils passende Arbeitsmöglichkeit frei zu wählen – auf Projekt- und Innovationsflächen oder in Stillarbeits- und Besprechungsräumen. Das reduziert den Flächenbedarf perspektivisch erheblich und ist damit ein wesentlicher Beitrag innerhalb der Nachhaltigkeitsstrategie der Porsche AG.

**Erfolgreiche Impfkampagne**

Die Corona-Pandemie hat das Porsche Gesundheitsmanagement auch 2021 als zentrales Thema beschäftigt. Mit drei Impfzentren in Zuffenhausen, Weissach und Leipzig hat das Unternehmen maßgeblich dazu beigetragen, die Impfquote in Deutschland zu erhöhen. Insgesamt wurden der Porsche Belegschaft und ihren Angehörigen im Rahmen der Impfkampagne bisher mehr als 14.000 Impfdosen verabreicht. Für den Erfolg der Aktion war ein aus rund 100 Porscheanern bestehendes ressortübergreifendes Projektteam verantwortlich.

Das Gesundheitsmanagement verantwortet darüber hinaus die medizinische Beratung innerhalb der Gefahrenabwehrorganisation – des Krisenstabs des Unternehmens in der Pandemie. Es ist Ansprechpartner für unterschiedlichste Gremien und betreibt seit März 2020 eine medizinische Hotline in Zusammenhang mit Covid-19. Das Gesundheitsmanagement unterstützt zudem die örtlichen Gesundheitsämter dabei, Kontaktpersonen zu ermitteln. Es bietet PCR-Tests und Antigen-Schnelltests an und leitet die erforderlichen Maßnahmen aus den jeweils aktuellen Arbeitsschutzvorschriften ab. Außerdem sorgt es für den Schutz von Risikogruppen im Unternehmen (chronisch Kranke, Schwangere). Bei Veranstaltungen und Erprobungsfahrten ist das Gesundheitsmanagement zentrale Anlaufstelle, um die erforderlichen Hygienemaßnahmen festzulegen und den Schutz vor Infektionen sicherzustellen.

**Porsche als Arbeitgeber begehrt**

Porsche ist als Arbeitgeber weiterhin begehrt. In sämtlichen relevanten Arbeitgeber-Rankings hat das Unternehmen 2021 erneut Top-Platzierungen unter den Studierenden belegt. Im Rahmen der „Universum Student Survey" wurde Porsche wiederholt als attraktivster Arbeitgeber 2021 für Ingenieure gekürt. Auch bei den Wirtschaftswissenschaften gab es wie im Vorjahr eine Top-Platzierung. In der jährlichen Studierenden-Erhebung des Trendence Instituts hat Porsche bei allen Zielgruppen prozentual zugelegt: Ingenieurwissenschaften, Wirtschaftswissenschaften und IT/Informatik. Dasselbe Bild zeigt sich bei den Berufstätigen: Die „Universum Young Professionals Survey" führt Porsche erneut auf der Pole-Position. In den einzelnen Kategorien verteidigte das Unternehmen im Bereich Ingenieurwesen seinen ersten Platz. Darüber hinaus hat der Sportwagenhersteller bei den Wirtschaftswissenschaften Google auf Platz eins abgelöst. Auch bei Trendence ist die Beliebtheit von Porsche als Arbeitgeber bei den Young Professionals unverändert groß: Im Gesamtranking über alle

Bereiche hinweg steht Porsche auf dem zweiten Platz. Schließlich wurde der Premiumhersteller im Rahmen einer Studie der *Automobilwoche* und des Instituts für Automobilwirtschaft (IfA) von Studierenden und künftigen Hochschulabsolventen erneut zum attraktivsten Arbeitgeber in der Automobilindustrie gewählt. Dafür gab es den Automotive TopCareer Award 2021.

Ein weiterer Indikator für die hohe Attraktivität als Arbeitgeber sind die großen Bewerberzahlen. 2021 hat der Porsche Konzern mehr als 100.000 Bewerbungen erhalten. Auch die Fluktuationsquote liegt mit 0,6 Prozent auf einem unverändert niedrigen Niveau.

**Nachhaltige Arbeitgeberkampagne**

Karriere nachhaltig – unter dieser Überschrift hat Porsche 2021 eine digitale Employer-Branding-Kampagne gestartet. Sie stellt Mitarbeiter in den Mittelpunkt, die auf vielfältige Weise den ökologischen Fußabdruck des Unternehmens reduzieren. Ihr Antrieb und angestrebtes Ziel ist die gemeinsame Vision, Porsche zur nachhaltigsten Marke für exklusive und sportliche Mobilität zu machen. Die Botschaft der kurzweiligen Clips: Wir nehmen das Thema ernst, uns selbst aber nicht allzu wichtig. Die Arbeitgeberkampagnen greifen bewusst Themen auf, die Außenstehende erst einmal nicht mit Porsche verbinden. Die neue Kampagne ist hierfür idealtypisch. Sie stellt auf die hohe Bedeutung der Nachhaltigkeit für das Unternehmen ab. Porsche hat sich als erster Automobilhersteller das Ziel gesetzt, bis 2030 über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg bilanziell $CO_2$-neutral zu sein. Dafür braucht es Kollegen, die mit viel Herzblut und Pioniergeist diese Visionen wahr werden lassen. „Karriere nachhaltig" bringt das zum Ausdruck. Es sind die Menschen, die mit ihrer Perspektivenvielfalt den Unterschied machen.

Die Publikation der Kampagne ist zeitgemäß digital. Sie besteht aus fünf Filmbeiträgen zu den Themen $CO_2$-Reduktion, Artenschutz, Elektrifizierung, Bildung und Perspektivenvielfalt. Dabei wird deutlich, dass die Leidenschaft der Porscheaner weit über den Bau von Sportwagen hinausgeht. Ihr Herzblut gilt im selben Maße den firmeneigenen Biotopen und Bienenvölkern, die den hauseigenen Honig „Turbienchen" produzieren – oder einer Steinmehlanlage, die dabei hilft, aus Autolackresten Zement zu machen. Wie bei den mehrfach prämierten Vorläufern setzen die Clips von „Karriere nachhaltig" auf Authentizität und Spontaneität. Sie bilden den tatsächlichen Alltag ab und verzichten auf perfekt in Szene gesetzte Protagonisten mit auswendig gelernten Textbausteinen. Es menschelt und nicht alles ist immer sofort perfekt.

**Nachwuchsförderung**

Bei der Nachwuchsförderung setzt Porsche auf eine partnerschaftliche Zusammenarbeit mit relevanten Hochschulen und Organisationen. Beispiele hierfür sind die Kooperation mit der „Formula Student Germany" und die Partnerschaft mit den Studiengängen für Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsingenieurwesen am Karlsruher Institut für Technologie (KIT). 2021 wurde die Zusammenarbeit mit der Programmierschule „42" in Wolfsburg und Heilbronn gestartet. Diese Zusammenarbeit zielt bereits im Studium auf eine enge Verzahnung von Wissenschaft und Praxis in Zusammenhang mit der Digitalisierung ab. Darüber hinaus vergibt Porsche am Standort Heilbronn fünf „Women in Tech"-Stipendien. Ein weiteres Stipendienprogramm gibt es für Informatik-Studierende an der RWTH Aachen. Es wurde 2021 um zwei Jahre verlängert. Gefördert werden jährlich 15 Studierende

der Studiengänge Informatik, Media Informatics, Software Systems Engineering oder Data Science. Auch die internationalen Hochschulkontakte werden sorgfältig gepflegt und stetig ausgebaut. Ein Beispiel hierfür ist die dauerhafte Kooperation mit dem IT-Lehrstuhl der Babes-Bolyai-Universität in Cluj (Rumänien). Die Unterstützung junger Talente beginnt jedoch nicht erst an der Hochschule. Bereits seit 2001 werden die besten baden-württembergischen Abiturienten ihres Jahrgangs in den Leistungsfächern Mathematik und Physik/Technik mit dem „Ferry-Porsche-Preis" prämiert. 2021 erhielten 326 junge Menschen die begehrte Auszeichnung. Im Rahmen eines Losentscheids bekamen sechs von ihnen zusätzlich ein einjähriges Stipendium.

**Vereinbarkeit von Beruf und Familie**

Porsche legt großen Wert auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Das Unternehmen unterstützt die Mitarbeiter mit einer Vielzahl von Maßnahmen und Angeboten: So sorgen beispielsweise lokale Kooperationspartner für reguläre Betreuungsplätze in Kindertagesstätten nahe den Porsche Standorten. In Notfallsituationen stehen zusätzliche Betreuungsplätze in Stuttgarter Kindertageseinrichtungen zur Verfügung. Zudem können Eltern stundenweise ihre Kinder mit an den Arbeitsplatz bringen und auf die „KidsBox" zurückgreifen – ein mobiles Spielzimmer mit einer Reihe an Spielangeboten. Auch das Schulferienprogramm für Mitarbeiterkinder ist ein besonderes Angebot. Über die gesamten Sommerferien hinweg unterstützt es die Familien bei der Überbrückung der sechswöchigen Ferienzeit. Mit dem Familienservice bietet Porsche außerdem eine umfangreiche, kostenlose und individuelle Beratung und Unterstützung in allen familiären Lebenslagen – insbesondere für werdende Eltern und im Bereich Elder Care.

**Porsche Gastronomie noch nachhaltiger**

Die Porsche Gastronomie hat ihre Nachhaltigkeitsoffensive 2021 fortgesetzt. So ist das Speisenangebot in den Betriebsstätten in der Region Stuttgart noch saisonaler und regionaler geworden. Ziel ist es, im nächsten Schritt die Stufe 2 bei der Zertifizierung zum Qualitätszeichen Baden-Württemberg zu erreichen. Dazu wird das regionale Lieferantennetzwerk weiter ausgebaut. Gemeinsam mit den regionalen Partnern wurden Produktionsmethoden und Prozesse erarbeitet, die eine bedarfsgerechte und qualitativ hochwertige Belieferung sichern. Neben Obst und Gemüse sowie Rind- und Schweinefleisch greift die Gastronomie künftig beispielsweise auch auf regionale Pommes frites oder regionales Geflügelfleisch zurück.

Mit dem Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI) gelingt es der Porsche Gastronomie zudem, Überproduktion und Lebensmittelabfälle weiter zu verringern. Das ist deshalb besonders wichtig, weil die Essenszahlen immer mehr schwanken. Ein wesentlicher Grund dafür ist das erweiterte Angebot zum mobilen Arbeiten bei Porsche. Mithilfe der KI-Technologie und eines Deep-Learning-Algorithmus ist es nun möglich, den Bedarf exakter zu planen. Dabei greift das System auf Daten aus der Vergangenheit zurück, bindet aber auch Wetterdaten oder Urlaubstage in die Prognose mit ein.

Nachhaltige Wege geht die Porsche Gastronomie auch bei der Ausstattung. Ein Beispiel dafür ist das neue Betriebscasino für die Kollegen der Taycan-Produktion, das im April 2021 seinen Betrieb aufgenommen hat. Es verfügt etwa über besonders energieeffiziente Küchengeräte oder selbstreinigende Kochkessel. Schnellläufertore ersetzen klassische Türen und höhenverstellbare

Arbeitstische sorgen für eine verbesserte Ergonomie. Ein multifunktionales Speiseraumkonzept steigert die Flächennutzung und lädt auch außerhalb der Casino-Öffnungszeiten zum Verweilen ein – beispielsweise für Besprechungen.

**Neue Werkfeuerwehr in Zuffenhausen**

Viele Jahrzehnte hat sich die Berufsfeuerwehr der Stadt Stuttgart erfolgreich um den Porsche Standort Zuffenhausen gekümmert. Im September 2021 hat die neu gegründete „Werkfeuerwehr Porsche Stuttgart" übernommen. Für sie wurden 35 erfahrene hauptamtliche Feuerwehrleute rekrutiert. Die neuen Porscheaner verfügen alle über eine Ausbildung für die Berufsfeuerwehr und den Rettungsdienst. Für die Werkfeuerwehr entsteht bis 2023 auf dem Werksgelände Zuffenhausen an zentraler Stelle eine eigene Feuerwache. Bis dahin ist die Staffel in einem Interimsgebäude im Werk 2 untergebracht. Mit der „Werkfeuerwehr Porsche Stuttgart" reagiert das Unternehmen auf den massiven Ausbau des Werks Zuffenhausen in den vergangenen Jahren. Auch der verstärkte Einsatz von Hochvoltkomponenten im Zuge der zunehmenden Elektrifizierung der Modellpalette erfordert eigene Spezialisten, die in besonderem Maße geschult werden können. Als erste Feuerwehr in Deutschland besitzt die Werkfeuerwehr für diesen Zweck einen modularen Ausbildungssimulator. Damit die Feuerwehrleute bei diesen speziellen Einsätzen bestmöglich geschützt sind, werden sie zudem mit einer neuen Einsatzkleidung ausgestattet. Neben dem Standardschutz bei Bränden bietet die Kleidung zusätzlichen Schutz vor thermischen Gefahren bei elektrischen Störlichtbögen.

**Ausbildungsprogramm für Cyber Security**

Die digitale Transformation verändert die Automobilindustrie mit enormer Geschwindigkeit. Die neue virtuelle Welt erhöht die Anforderungen an die Cyber Security. Porsche reagiert darauf mit einem eigens initiierten Ausbildungsprogramm „Cyber Security Management Professional for Automotive" (CSMPA) in Kooperation mit dem Institute for Security and Safety (ISS) der Technischen Hochschule Brandenburg. Die Entwicklungen im digitalen Bereich gehen einher mit der Transformation der Automobilbranche – hin zum immer weiter vernetzten, teilautonomen und autonomen Fahren. Vernetzt und digitalisiert sind aber nicht nur die Fahrzeuge selbst, sondern ebenso die Betriebsabläufe und die Produktion der Fahrzeuge. Damit verändert sich die Angriffsfläche – von Social Engineering über Ransomware bis hin zur Industriespionage. Das Programm ist auch eine Reaktion auf die sich verändernde Gesetzgebung, etwa durch die neue UNECE-Richtlinie UN R155 zur Cyber Security in Automotive oder durch das IT-Sicherheitsgesetz 2.0. Letzteres bezieht nun auch Unternehmen mit besonderem volkswirtschaftlichen Schwerpunkt in die Betrachtung mit ein. Aufgrund des großen Interesses öffnet Porsche das Programm nun auch für Teilnehmer aus anderen Marken und Gesellschaften des VW-Konzerns.

# MEDIA ENQUIRIES



**Lena Rachor**

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

## Bildunterschriften

Pfad: media/Bilder/Bild_1.jpg
Titel: S21_4652_fine.jpg
Bildunterschrift: Ausbildungsstart bei Porsche

Pfad: media/Bilder/Bild_2.jpg
Titel: S21_3069_650369_1229860_de_PAG_2072734_source.jpg
Bildunterschrift: Erfolgreiche Impfkampagne

Pfad: media/Bilder/Bild_3.jpg
Titel: Benefits_02_Kinderbetreuung_3840x2160-2.jpg
Bildunterschrift: Schulferienprogramm für Mitarbeiterkinder

Pfad: media/Bilder/Bild_4.jpg
Titel: S21_5259_664902_1262273_de_PAG_2136862_source.jpg
Bildunterschrift: Neue Werkfeuerwehr in Zuffenhausen

## Linksammlung

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

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/45e55c76-a068-475b-93d5-9990afdc1cf6.zip