

# Stakeholderbefragung und Wesentlichkeit

*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.*

**Seit 2013 teilen Stakeholder dem Unternehmen auf Anfrage ihre Einschätzungen und Erwartungen zu den Themen „Nachhaltigkeit“ und „Herausforderungen der Zukunft“ mit. Dieser Austausch und der Prozess der Wesentlichkeitsanalyse erfolgen alle zwei Jahre und bilden einen Eckpfeiler für die Berichterstattung sowie die Überprüfung und Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens.**

Im Sommer 2021 bat der Sportwagenhersteller zum fünften Mal verschiedene Anspruchsgruppen in

einer anonymen, internationalen Online-Befragung um eine Bewertung der Porsche Nachhaltigkeitsaktivitäten. Insgesamt gaben 1.440 Personen ihre Einschätzungen ab. Rund 84 Prozent der Rückmeldungen kamen aus europäischen Märkten; etwa 14 Prozent aus China. Aus anderen internationalen Märkten erhielt Porsche zwei Prozent der Rückmeldungen, die aufgrund des kleinen Rücklaufs in der Auswertung zu Europa gezählt wurden. Neben Kunden, Geschäftspartnern, Analysten/Investoren, Politikern und Behördenvertretern, Medien sowie Vertretern von Nichtregierungsorganisationen und aus der Wissenschaft befragte Porsche ebenfalls eine Vielzahl seiner Mitarbeiter. Aufgrund der Fülle ihrer Rückmeldungen wurden die internen und externen Stakeholder mit einer 50:50-Gewichtung bewertet. Die Antworten externer Stakeholdergruppen wurden gleichwertig berücksichtigt. Das Verfahren und die Gewichtungen sind vergleichbar mit der vorangegangenen Befragung von 2019.

Vor der Online-Befragung passte das Unternehmen die Auswahl der Nachhaltigkeitsaspekte in Abstimmung mit internen und externen Experten an. Dabei wurden aktuelle Veränderungen berücksichtigt und relevante Themen aus der Nachhaltigkeitsstrategie 2030 integriert. Insgesamt enthielt der Fragebogen 23 Themenschwerpunkte.

Auch die Mitglieder des Porsche Nachhaltigkeitsbeirats äußerten sich in persönlichen Experteninterviews zu unternehmensrelevanten Nachhaltigkeitsthemen. Ihre Impulse erörterten sie im Berichtsjahr gemeinsam mit dem Porsche Vorstand. Insgesamt lobten sie die Verankerung ihrer Impulse in der Unternehmensstrategie und das Vorleben durch den Vorstand. Gleichzeitig erinnerten sie an das Thema „Vielfalt“ und die sozialverträgliche Transformation bei Porsche.

Aus Unternehmenssicht wurden 23 identifizierte Nachhaltigkeitsthemen im Spätsommer 2021 in einem mehrstufigen Prozess detailliert bewertet. Vertreter der Leitungsebenen aller relevanten Fachbereiche, der Unternehmensstrategie sowie einer Auswahl bedeutsamer Märkte führten die Bewertung der Themen durch und priorisierten diese. Grundlage der Bewertung war ihre Geschäftsrelevanz für Porsche hinsichtlich der jeweiligen Chancen und Risiken für die Geschäftsentwicklung, die Unternehmensstrategie und das Geschäftsergebnis. Zusätzlich bewertete der Teilnehmerkreis, basierend auf den definierten Themen, die Auswirkungen der Geschäftstätigkeiten von Porsche auf Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft. Die Ergebnisse führte Porsche mit der Bewertung durch die Stakeholder in einer Wesentlichkeitsmatrix[1] zusammen.

Diese veranschaulicht die wichtigsten Themen für Porsche, seine Stakeholder und ihre Auswirkungen auf Wirtschaft, Umwelt und Soziales. Sie setzt diese in Beziehung zueinander. Die Wesentlichkeitsmatrix 2021 zeigt die Themen mit der höchsten Priorisierung im rechten oberen Feld an. Einige davon unterscheiden sich in ihrer Einordnung von der Wesentlichkeitsmatrix 2019. Im Berichtsjahr wurde erstmals das Thema „Innovationen“ in die Bewertung mitaufgenommen und sowohl von Stakeholdern wie auch vom Unternehmen als Kernthema erachtet. Ebenfalls höher bewertet haben beide Parteien die Relevanz des Themas „Langfristige Kundenbeziehungen und -zufriedenheit“. Darüber hinaus ist der Aspekt „Ressourcenverbrauch und nachhaltige Rohstoffe im Fahrzeug“ aufgewertet worden. Eine ähnliche Bewertung erzielte das erstmals abgefragte Thema „Digitalisierung, Datenschutz und Corporate Digital Responsibility“. Seitens der Stakeholder erfährt das Thema „Compliance und

Integrität“ zunehmende Wichtigkeit.

Die Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse wurden sowohl durch den Steuer- und Lenkungskreis „Umwelt und Nachhaltigkeit“ als auch durch den Vorstand bestätigt. Alle wesentlichen Themen und deren Umgang stellt Porsche in den jeweiligen Themenkapiteln dar. Zusätzlich bezieht Porsche auch weitere unternehmensrelevante Themen in die vorliegende Berichterstattung mit ein. Die in der Wesentlichkeitsanalyse gewonnenen Erkenntnisse leisten einen wichtigen Beitrag zur Weiterentwicklung der Porsche Nachhaltigkeitsstrategie 2030.

## MEDIA ENQUIRIES



**Thomas Hagg**

Director Politics and Society (ad interim)
+49 (0) 711 / 911 24542
thomas.hagg@porsche.de



**Maximilian Steiner**

Team Lead Stakeholder Networks and Society
+49 (0) 170 / 911 6083
maximilian.steiner@porsche.de

### Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/unternehmen/porsche-geschaefts-und-nachhaltigkeitsbericht-2021/nachhaltigkeitsmanagement/stakeholderbefragung-und-wesentlichkeit.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/78ab8d9d-978a-4260-83cb-05eae1b9447d.zip