



**PORSCHE**

# **Controlling in einem zunehmend volatilen Geschäftsumfeld**

**11. Controlling Competence Stuttgart - Leistung durch Controlling steigern, 28.11.2013**

# Agenda

**Porsche im Portrait**

Volatiles Marktumfeld – Perspektive Porsche

Strategische Steuerung

Operative Steuerung

# Die Geschichte von Porsche – Schlaglichter

1931



Gründung des Porsche Ingenieurbüros

1948



Der 356 A-1 Prototyp – das erste Fahrzeug, das den Namen Porsche trägt

1963



Der 911 geht an den Start

1971



Eröffnung Entwicklungszentrum Weissach

1972



Porsche wird zur Aktiengesellschaft

1996



Der Boxster kommt auf den Markt

2002



Eröffnung Porsche Leipzig und Produktionsbeginn Cayenne

2009



Der Panamera erweitert die Modellpalette

2011



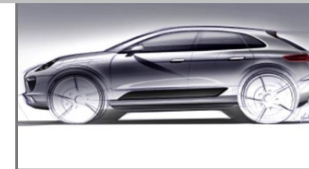
Die Strategie 2018 wird erarbeitet

2012



Integration in den Volkswagen Konzern

2013



Markteinführung des Macan

Die Erfolgsgeschichte geht weiter ...

# Der Porsche Konzern



# Die Porsche AG – heute mit mehr als 100 Tochtergesellschaften

## Fahrzeuggeschäft

- Porsche Deutschland GmbH
- Internationale Importeure
- Händler

## Engineering Services

- Porsche Engineering Group GmbH
- Porsche Engineering Services GmbH

## Consulting Services

- Porsche Consulting GmbH
- Mieschke Hofmann & Partner GmbH

## Sonstige

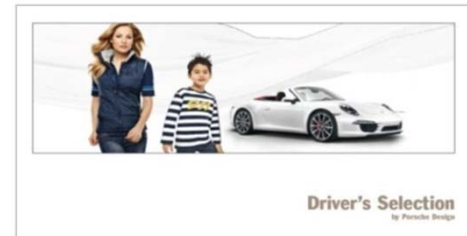
- Porsche Leipzig GmbH
- Porsche Dienstleistungs GmbH

## Design/Selection

- Porsche Lizenz- und Handels Gesellschaft

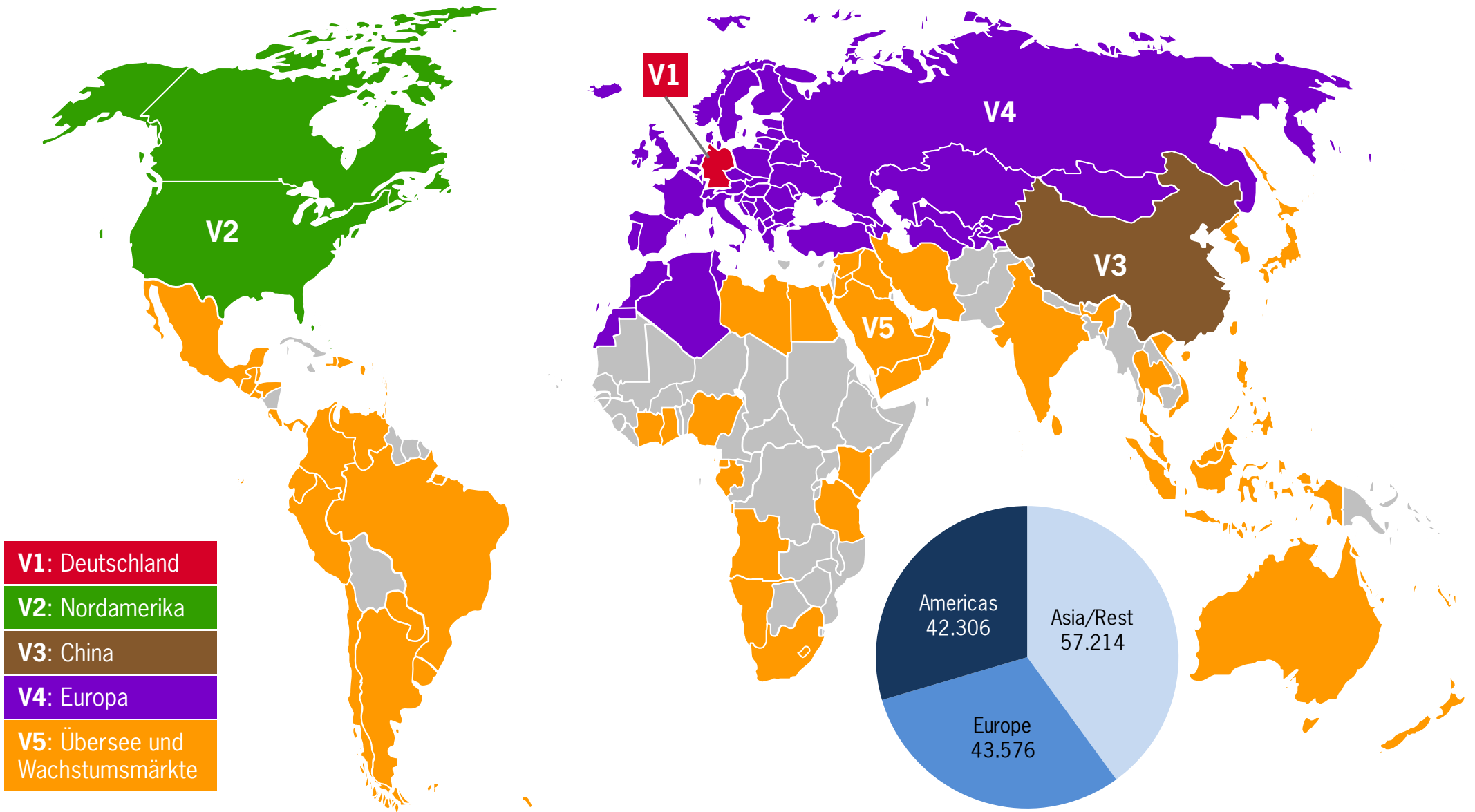
## Financial Services

- Porsche Financial Services GmbH



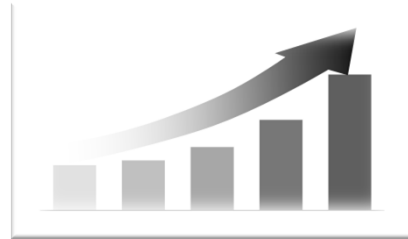
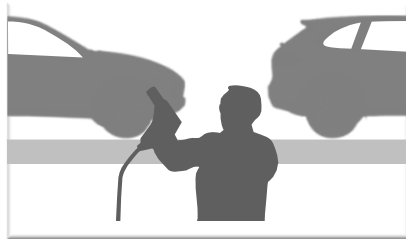


# Porsche weltweit: in 125 Märkten aktiv



- V1:** Deutschland
- V2:** Nordamerika
- V3:** China
- V4:** Europa
- V5:** Übersee und Wachstumsmärkte

## Die Porsche AG – in Zahlen (Januar bis Dezember 2012)



**17.502**

**Mitarbeiter/  
-innen**

**141.075**

Fahrzeuge

**Auslieferungen**

**151.999**

Fahrzeuge

**Produktion**

**13,865**

Mrd. Euro

**Umsatz**

**2,439**

Mrd. Euro

**Operatives  
Ergebnis**



## Unsere Produktpalette



## Unser neuestes Projekt – der Macan



# Agenda

Porsche im Portrait

**Volatiles Marktumfeld – Perspektive Porsche**

Strategische Steuerung

Operative Steuerung



# Einflussfaktoren auf das Marktumfeld von Porsche

## Metatrends



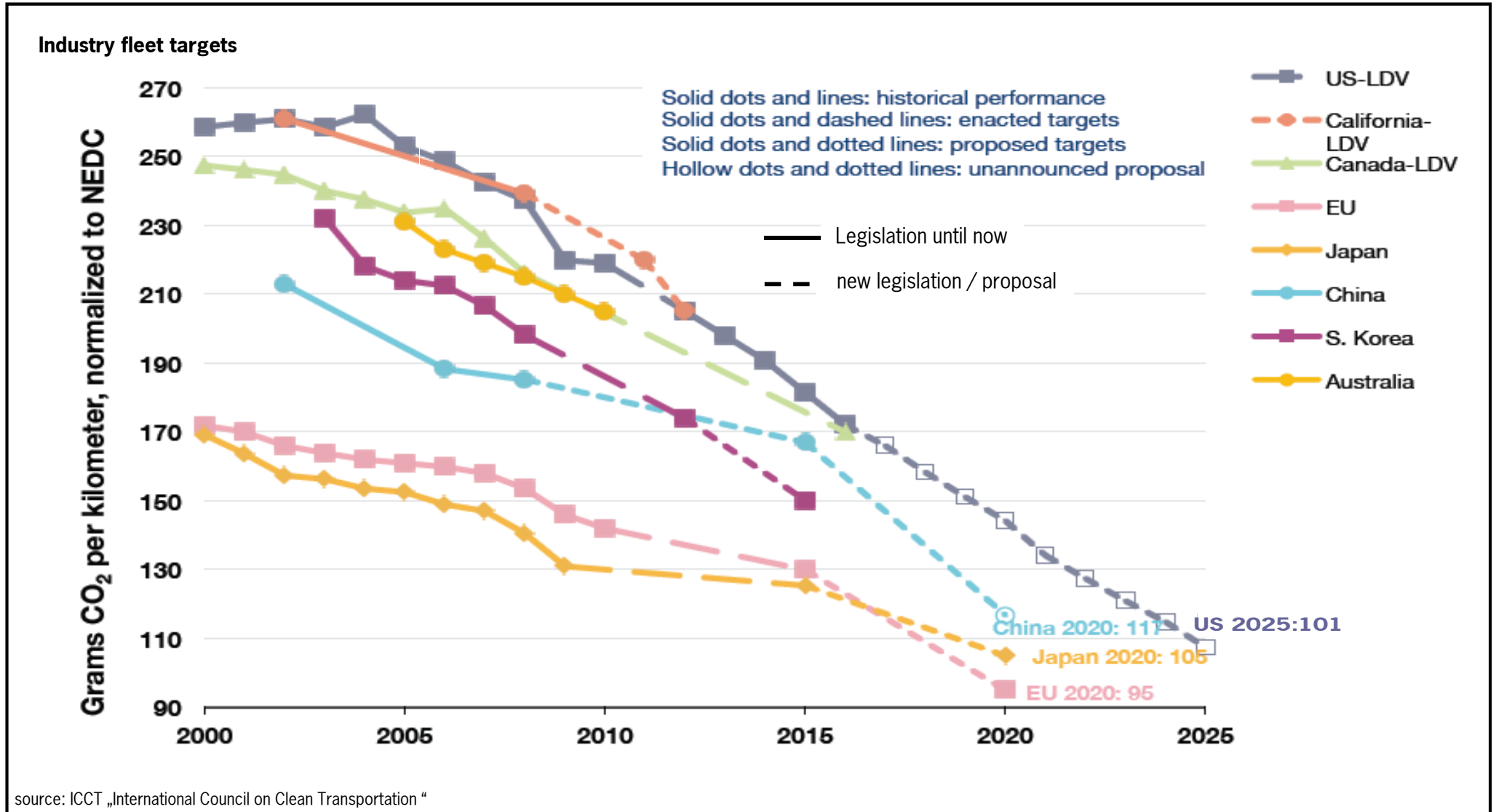
## Megatrends



## Branchentrends



# Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Flotten-Emission



# Einflussfaktoren auf das Marktumfeld von Porsche

## Metatrends



## Megatrends



## Branchentrends





# Mobile Online-Dienstleistungen

**fahrzeuggestützte**  
mobile Online-Dienste

Dienst außerhalb  
des Fahrzeugs



Schmalband-  
kommunikation

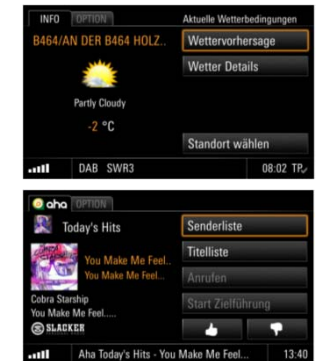


**persönliche**  
mobile Online-Dienste

Dienst innerhalb  
des Fahrzeugs



Breitband-  
kommunikation



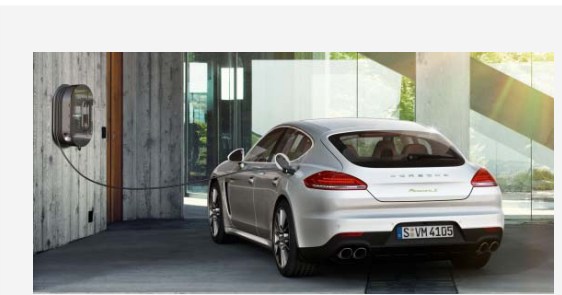
# Car2Car-Kommunikation und E-mobility-services



**car2car Kommunikation**

Jedes Fahrzeug sendet Informationen an den Rest der Flotte - mögliche Gefahren können früher bemerkt werden

	<b>Warnung über Unfälle</b>		<b>Warnung über Sichtbehinderungen</b>
	<b>Warnung über Traktionsverlust</b>		<b>Warnung über Autopannen</b>



**E-mobility-Service**

Intelligente Aufladung und das Fahrverhalten steigern die Attraktivität des elektrischen Fahrens

	<b>Anmeldung zur Aufladung an Stationen</b>		<b>Fahrverhalten (z.B. Null-Emission)</b>
	<b>Wahl eines Nacht-Lade-Profiles</b>		<b>Einstellen der maximalen Aufladung</b>

# Einflussfaktoren auf das Marktumfeld von Porsche

## Metatrends



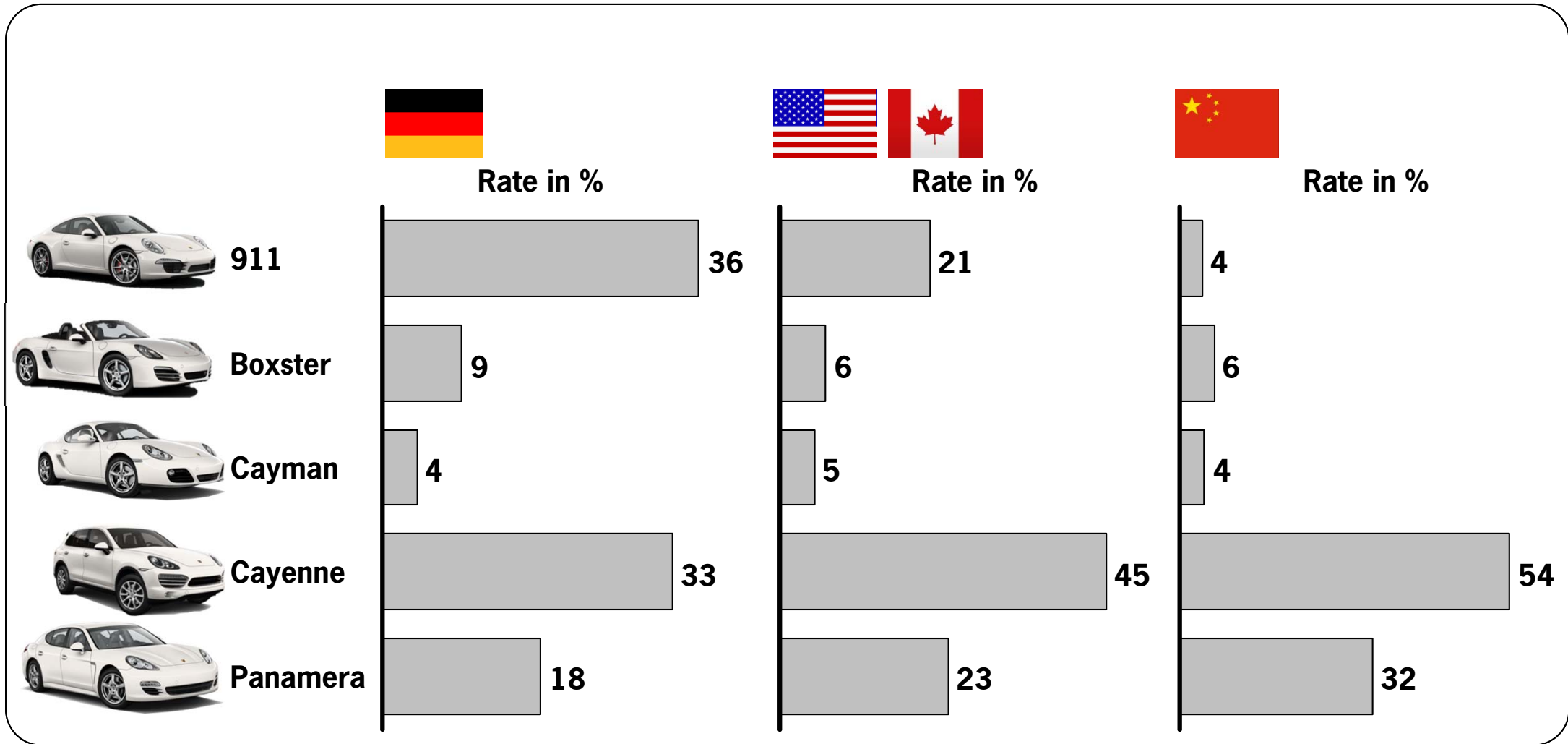
## Megatrends



## Branchentrends



# Regionale Besonderheiten im Kaufverhalten



## Zusammenfassung - Haupttendenzen und Herausforderungen für die Autoindustrie

- Nachfrage in den BRIC-Ländern steigt
- Segmente tendieren in Richtung SUV
- weltweit steigende Zahl von Regulierungen (z.B. Emissionsregulierungen, CO<sub>2</sub>)
- Zunehmende Konnektivität
- technologische Herausforderungen
- neue Geschäftsmodelle



# Porsche Reaktionen auf Markt-/Wirtschaftstrends

- ❑ Gründung Importeure

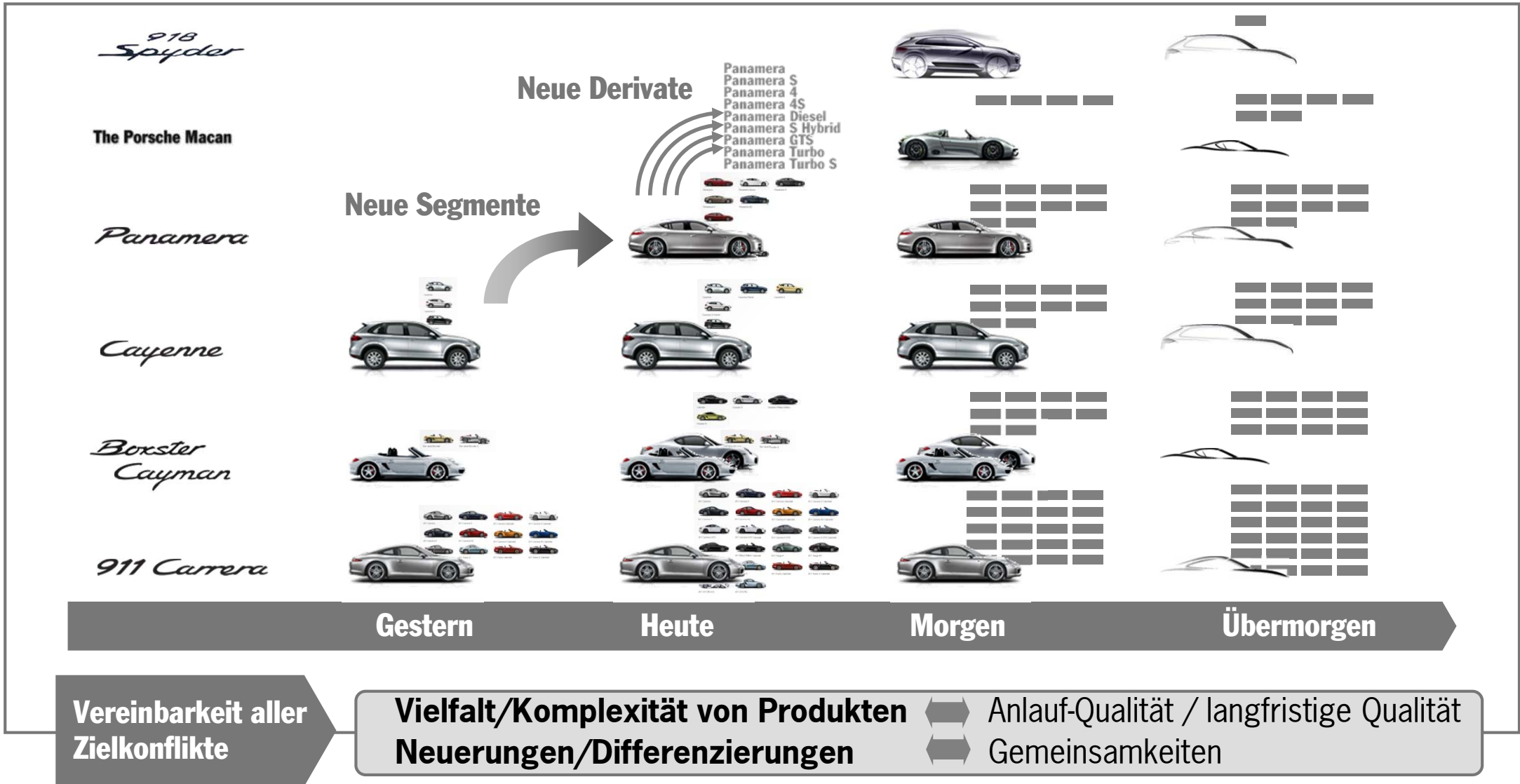


- ❑ Verbreiterung Produktbasis





# Verbreiterung Produktbasis



# Porsche Reaktionen auf Markt-/Wirtschaftstrends

□ Plug-In-Hybrid-Technologie



□ CRM



Vom Kundenwissen zur Kundenorientierung – Trends in Marktforschung und CRM am Beispiel der Porsche AG

# Agenda

Porsche im Portrait

Volatiles Marktumfeld – Perspektive Porsche

## **Strategische Steuerung**

### **Strategie 2018**

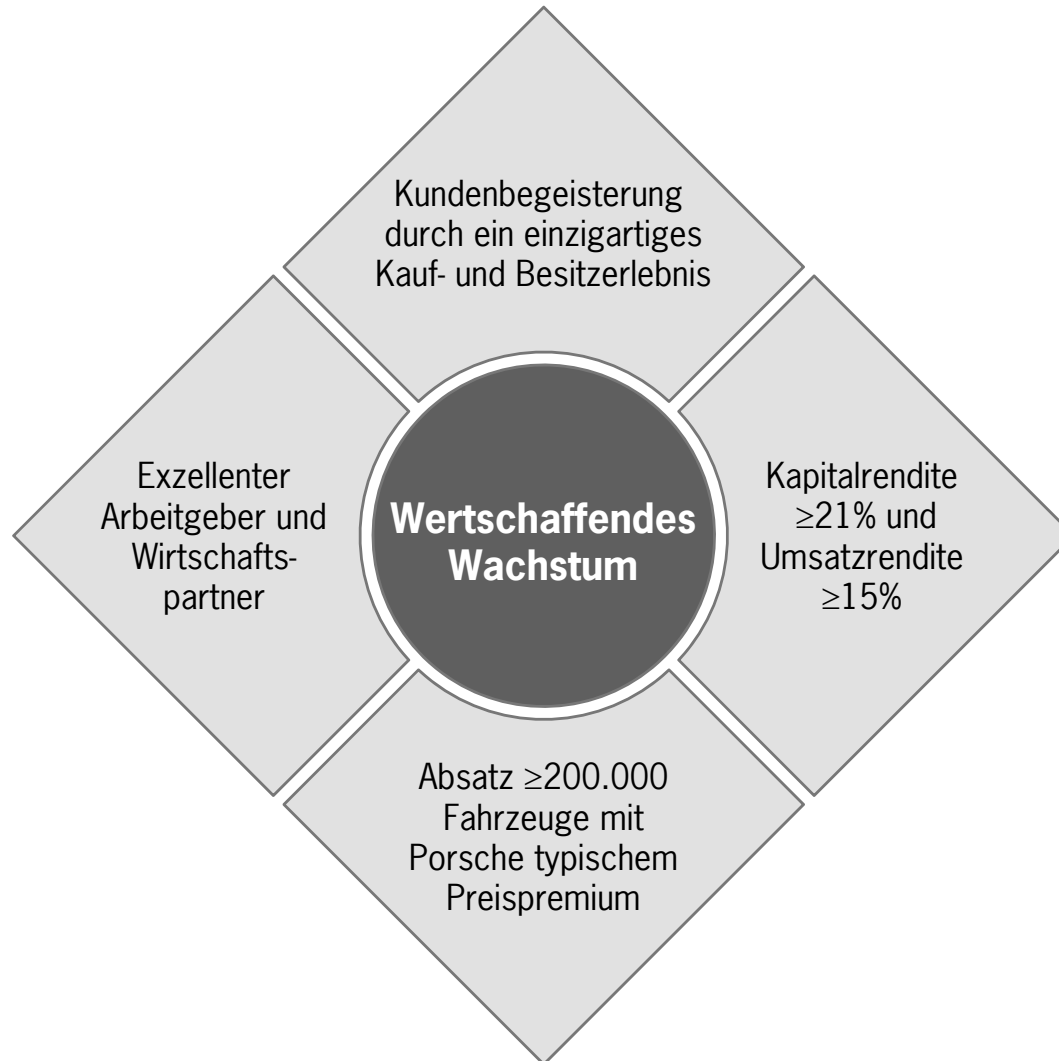
Strategische Planung

Flexibilität und Skalierbarkeit

Operative Steuerung

# Die Strategie 2018 – Ziele

PORSCHE  
*Strategie 2018*



# Agenda

Porsche im Portrait

Volatiles Marktumfeld – Perspektive Porsche

## **Strategische Steuerung**

Strategie 2018

### **Strategische Planung**

Flexibilität und Skalierbarkeit

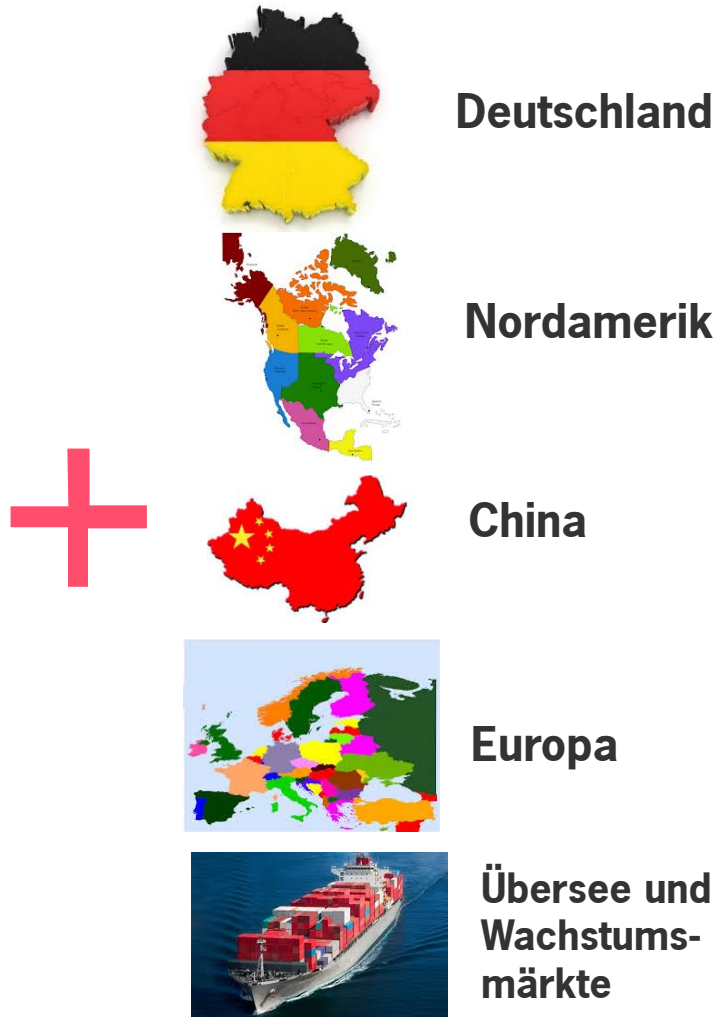
Operative Steuerung

# Szenarien einer strategische Planung

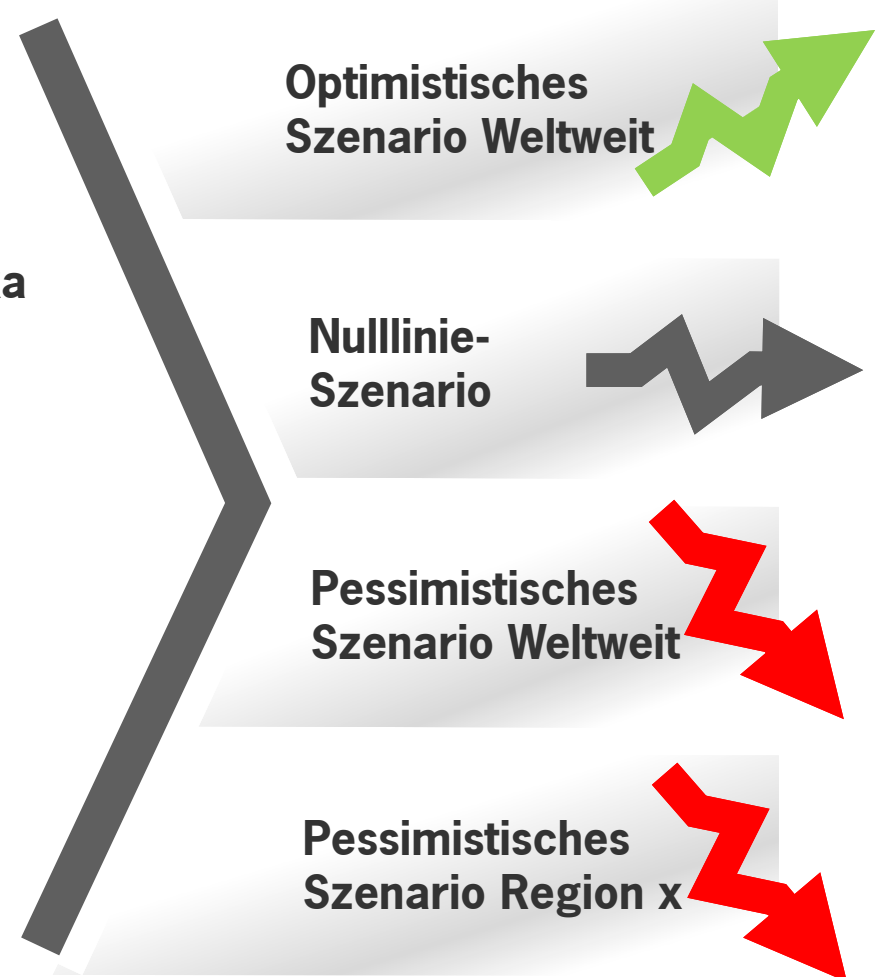
## Megatrends



## Wirtschafts-/Markttrends

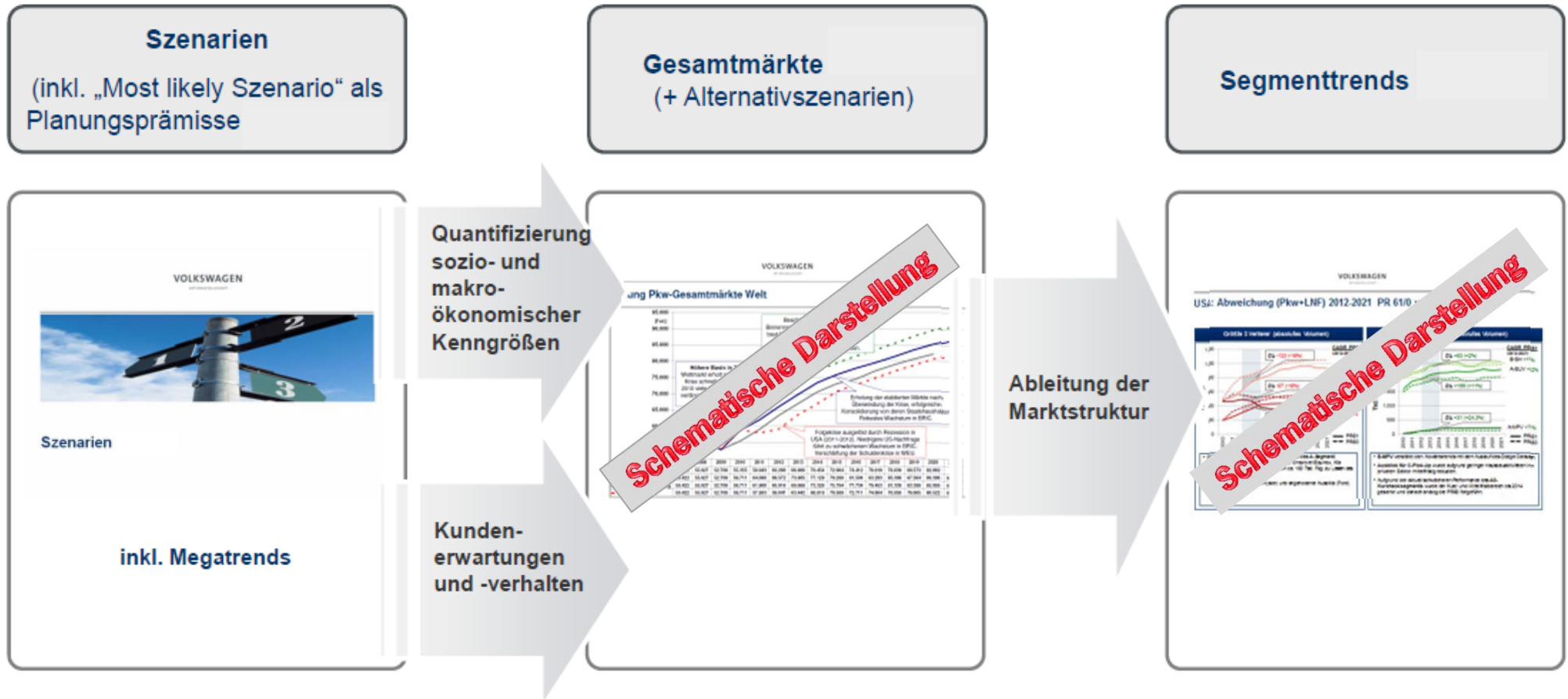


## Szenarien Strategische Planung





# Strategische Planung - Wesentliche Erkenntnisse



# Agenda

Porsche im Portrait

Volatiles Marktumfeld – Perspektive Porsche

## **Strategische Steuerung**

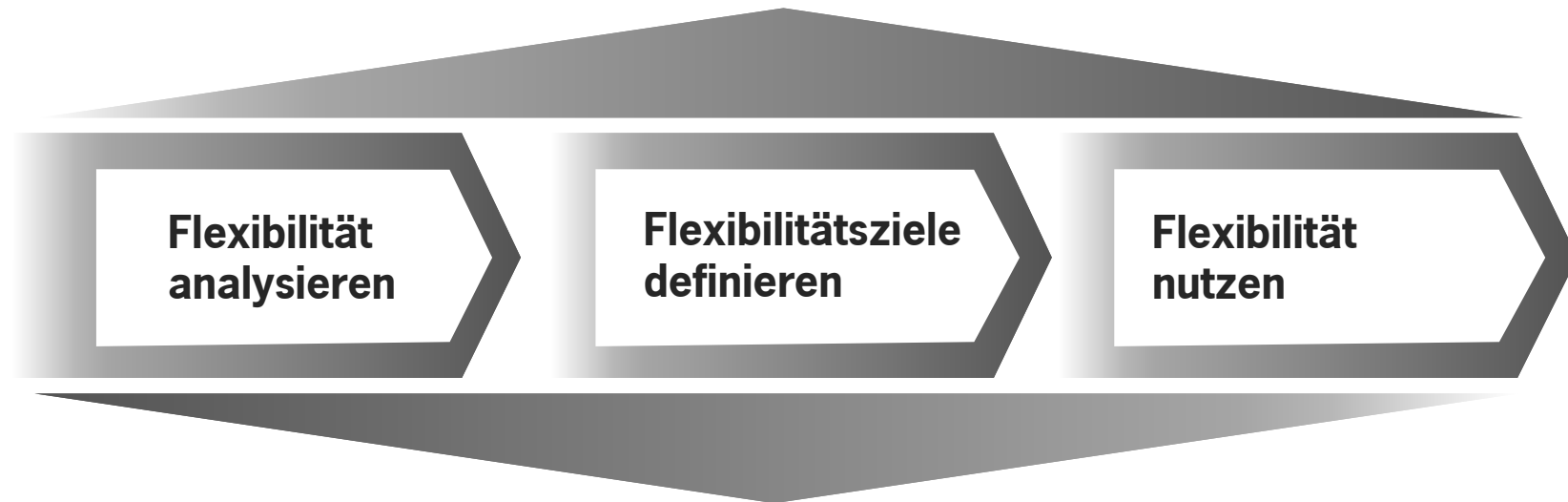
Strategie 2018

Strategische Planung

**Flexibilität und Skalierbarkeit**

Operative Steuerung

## Flexibilitätsprozess des Porsche Controlling



### **strategische** Steuerungsebene

Ableitung von Flexibilitätsbedarf und  
**Schaffung** der **Flexibilität** in  
Unternehmensstrukturen

# Flexibilität in Unternehmensstrukturen



**Produktion**  
Auftragsfertigung



**Entwicklung**  
Entwicklungsdienstleistungen  
über Porsche Engineering



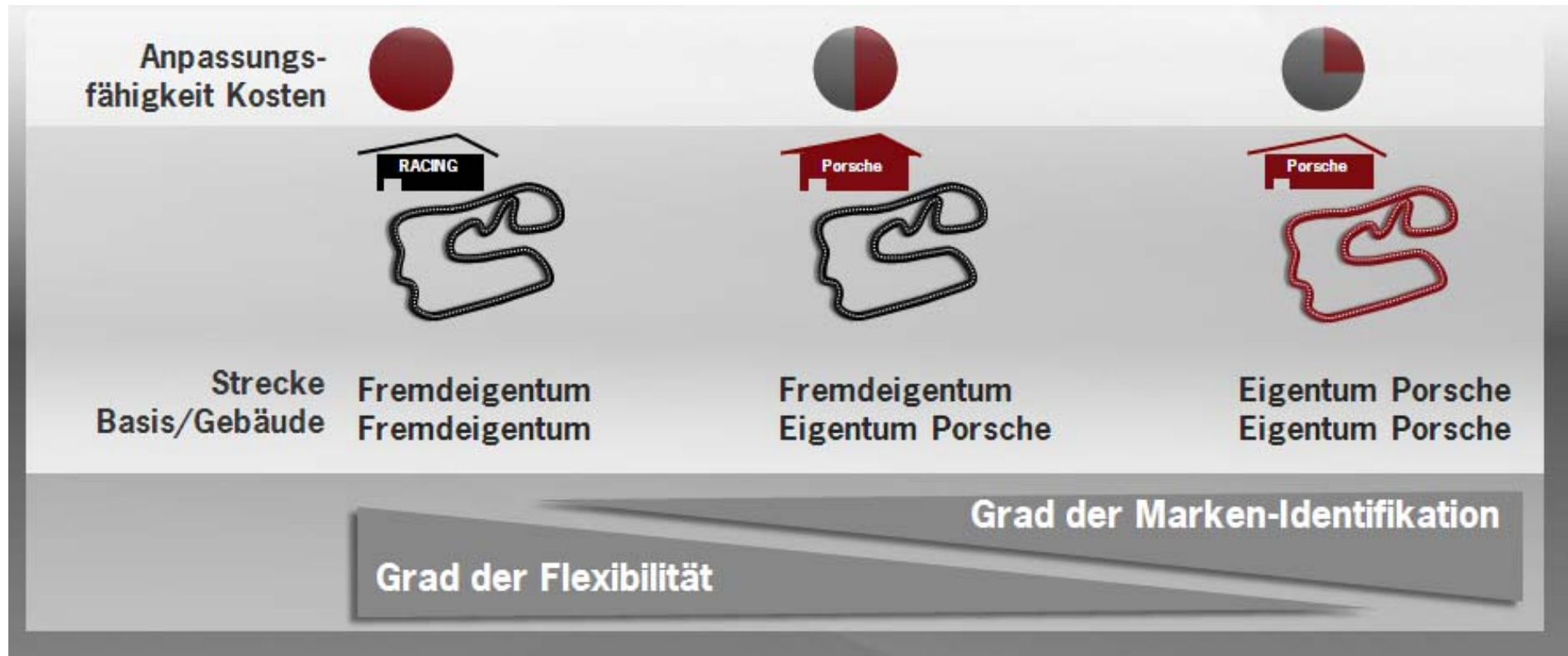
**IT/Consulting**  
Beratungsleistungen durch MHP  
und Porsche Consulting



**Vertrieb**  
- Beispiel: Porsche Driving  
Experience -

# Flexibilität in langfristigen Kostenstrukturen – Beispiel Vertrieb

Porsche Driving Experience



# Agenda

Porsche im Portrait

Volatiles Marktumfeld – Perspektive Porsche

Strategische Steuerung

**Operative Steuerung**



## Flexibilitätsprozess des Porsche Controlling



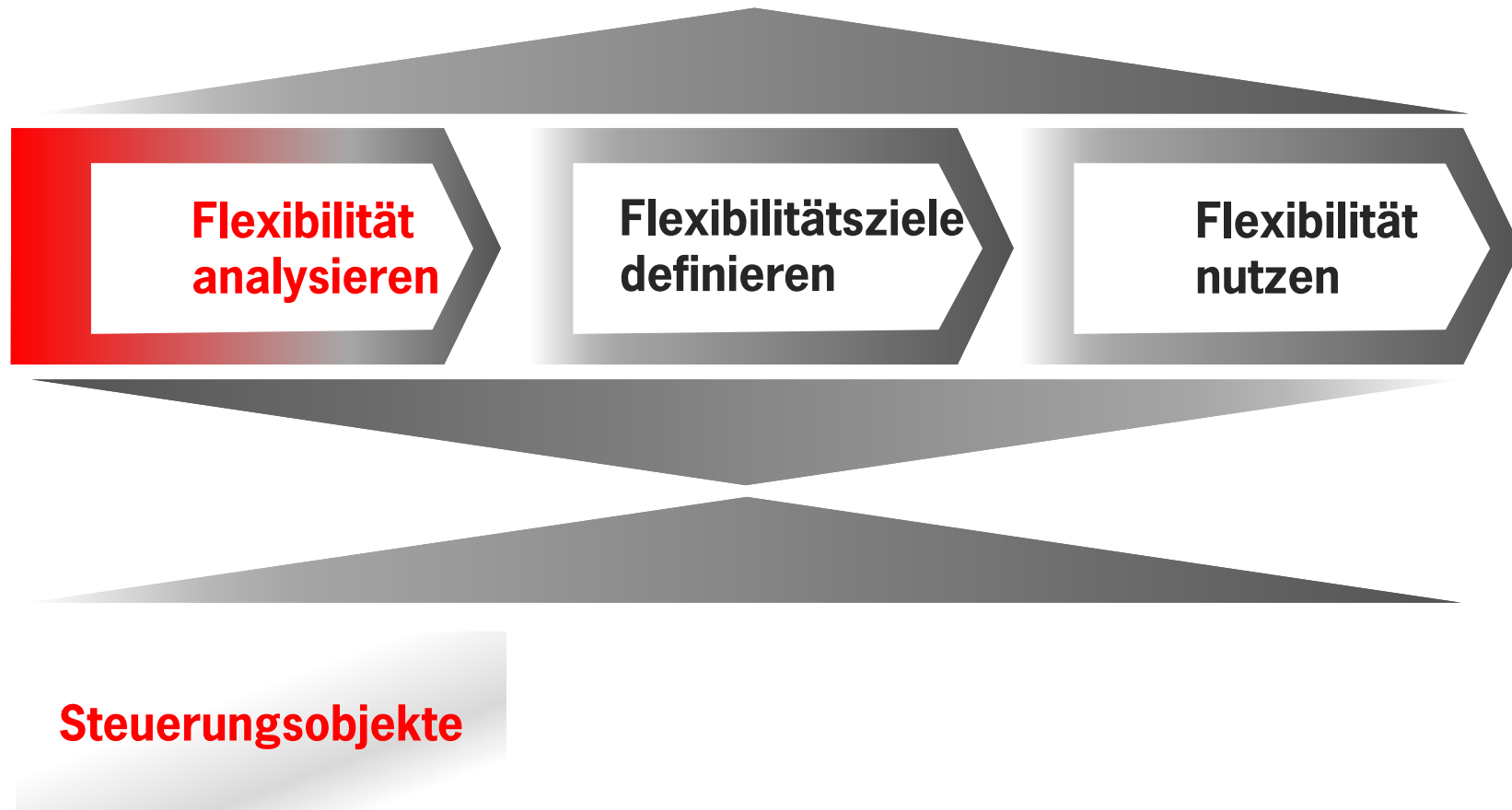
### **strategische** Steuerungsebene

Ableitung von Flexibilitätsbedarf und  
**Schaffung** der **Flexibilität** in  
 Unternehmensstrukturen

### **operative** Steuerungsebene

Ableitung von Flexibilitätsbedarf und  
**Schaffung** der **Flexibilität** in  
 Teilplänen

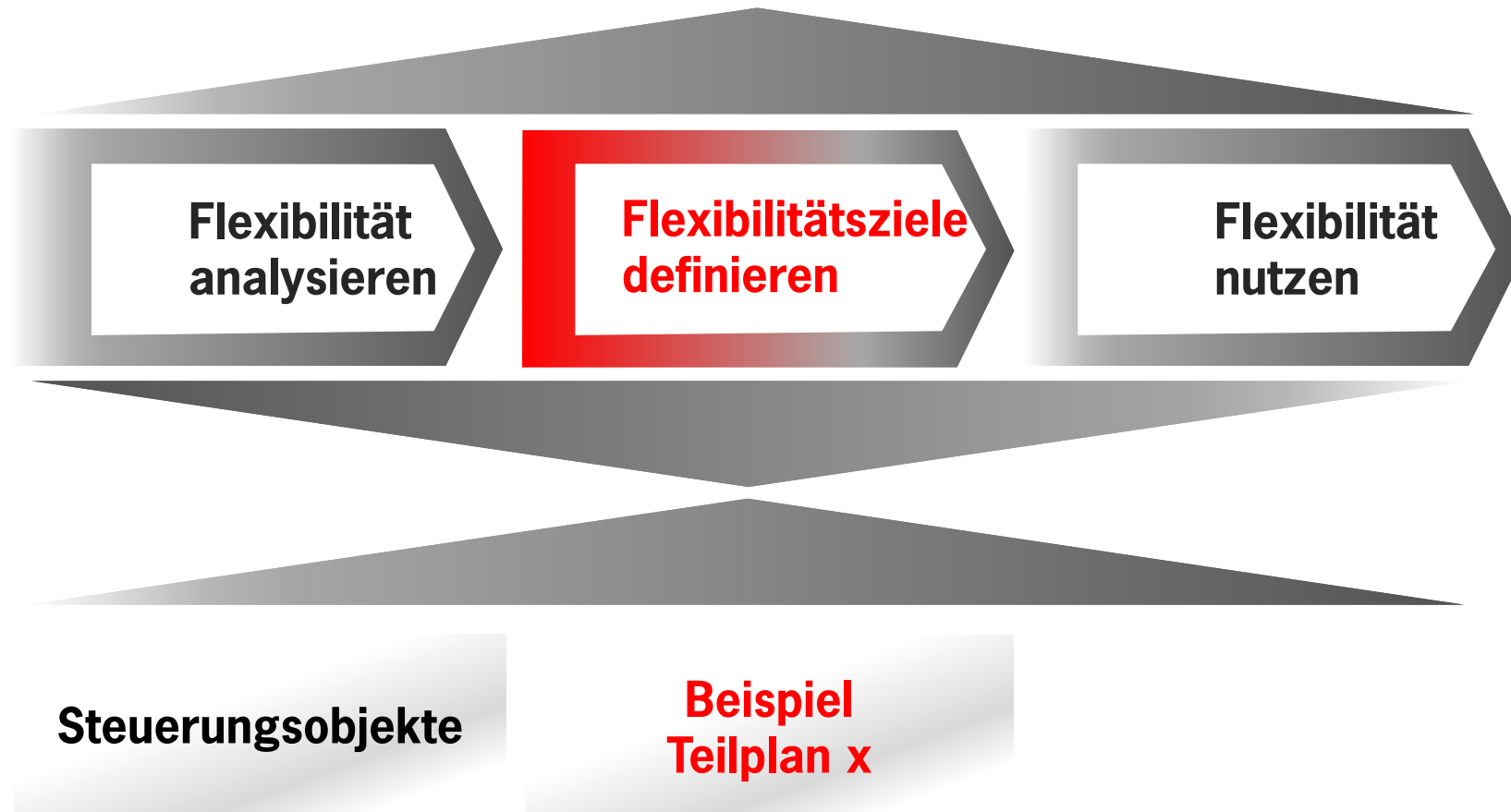
# Flexibilitätsprozess des Porsche Controlling



## Priorisierung der Teilpläne

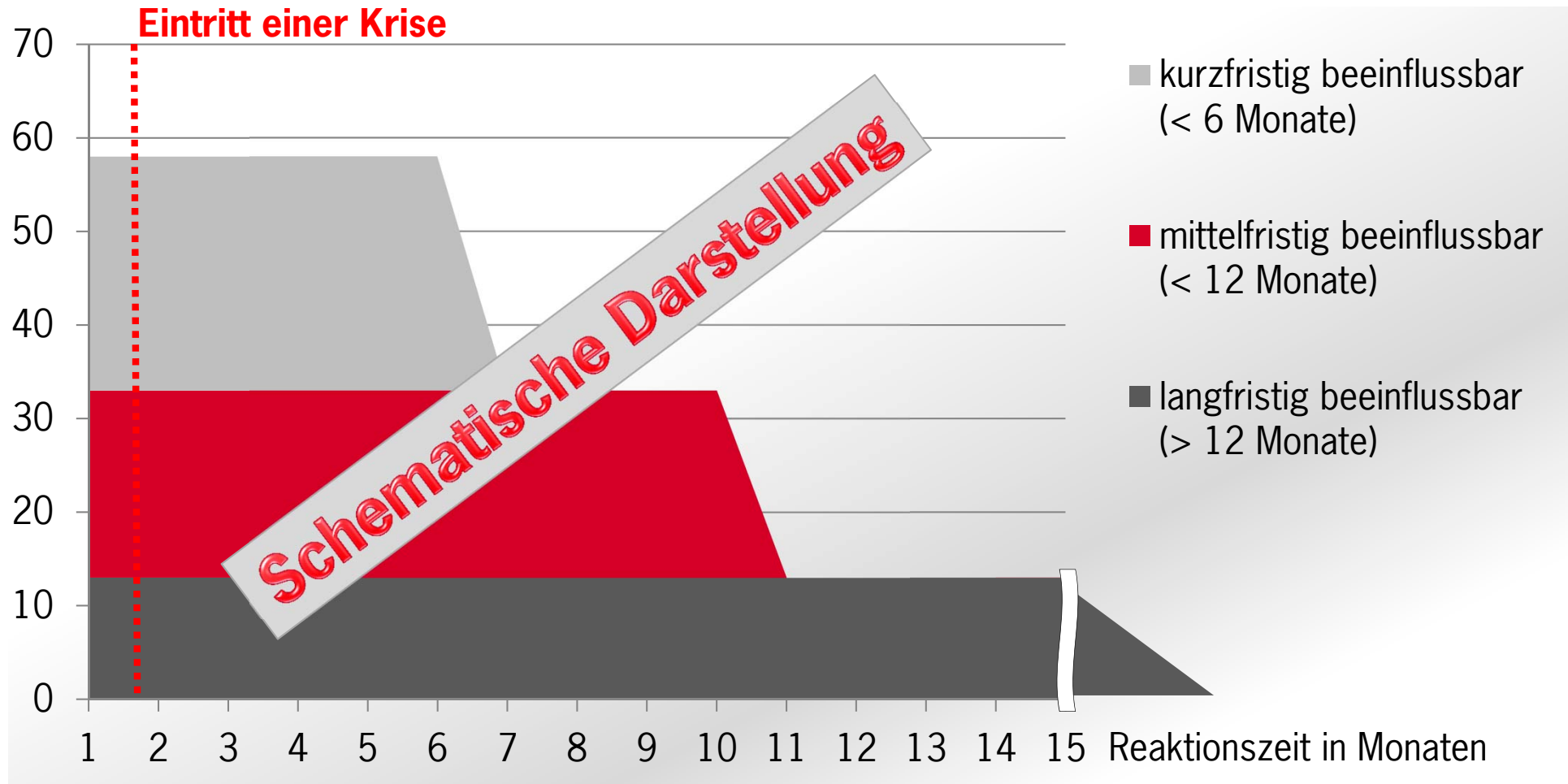
Teilpläne Kategorie A	Teilpläne Kategorie B	Teilpläne Kategorie C
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Absatz</li> <li>▪ Produktion</li> <li>▪ Marketing</li> <li>▪ Investitionen</li> <li>▪ Personal</li> <li>▪ Entwicklungskosten</li> <li>▪ ...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Transport-/Logistikkosten</li> <li>▪ Presse/Sponsoring</li> <li>▪ IS-Budget</li> <li>▪ Design &amp; Selection Consulting Services</li> <li>▪ ...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tequipment</li> <li>▪ Classic</li> <li>▪ Werkswagen</li> <li>▪ Motorsport</li> <li>▪ ...</li> </ul>

# Flexibilitätsprozess des Porsche Controlling

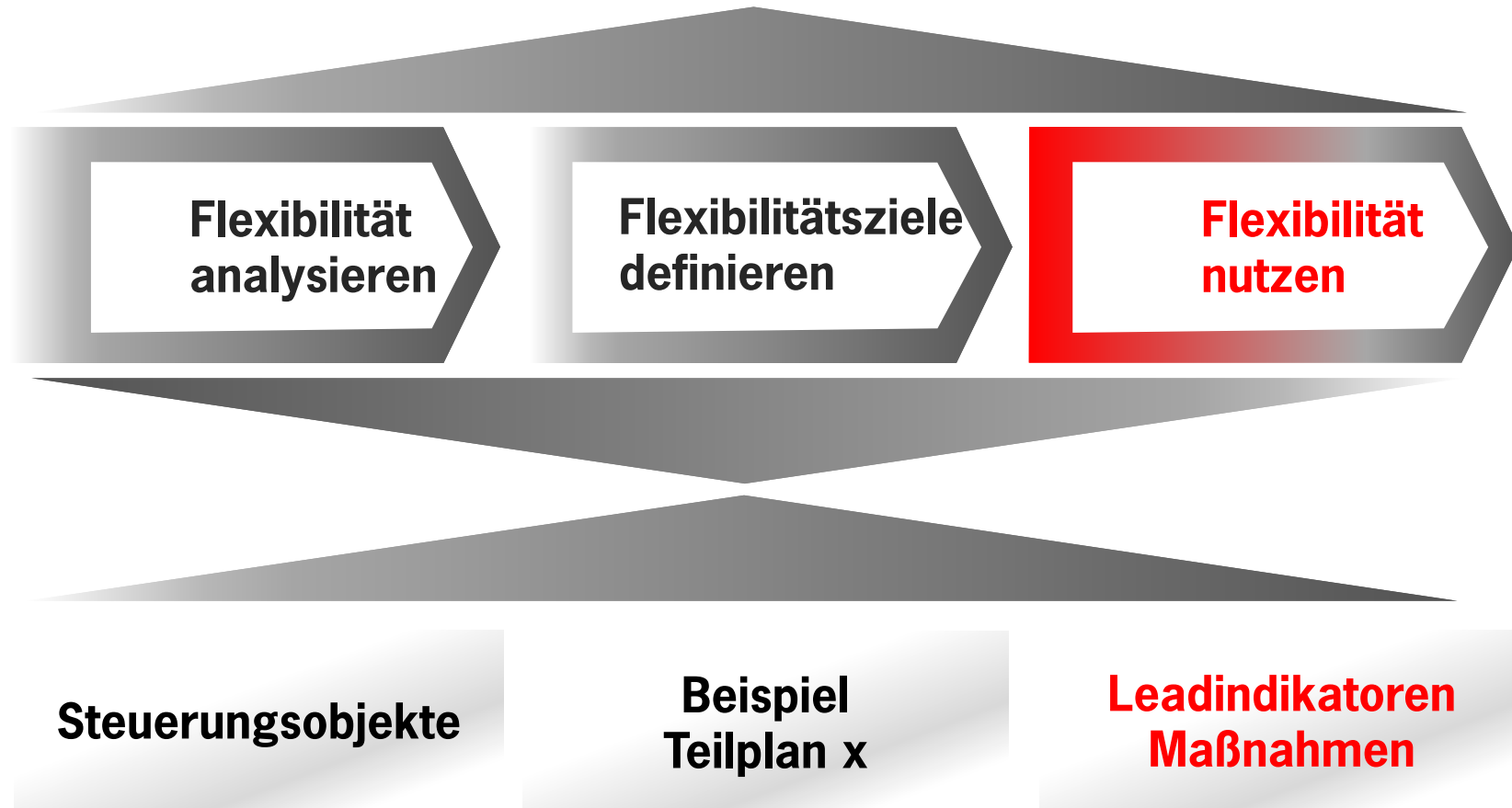


# Flexibilität / Skalierbarkeit im Rahmen der operativen Planung – Teilplan x

in Mio. EUR



# Flexibilitätsprozess des Porsche Controlling



## Forecaststeuerung

Porsche verwendet zur operativen Steuerung folgende **Leadindikatoren**:



Auftragseingang



Absatz / „Daily Sales“



Vertriebsbedarfsplanung

# Toolbox - Bewertung Maßnahmen



Exemplarische Darstellung



## Nutzung vorhandener Flexibilitätsmaßnahmen

<b>Maßnahmen</b> <b>Absatz- rückgang</b>	ohne Eingriff ins Geschäftsmodell	Eingriff ins Geschäftsmodell	Schwierigkeit der Durchsetzung (Akzeptanz)
gering	<b>X</b>		
mittel	<b>X</b>	<b>X</b>	
hoch	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>

# Fazit

Marktentwicklung  
und Trends



Geringe  
Einflussmöglichkeiten



Zunehmende  
Volatilität



**Flexibilität und Skalierbarkeit in allen  
Unternehmens- und Kostenstrukturen**



**„Das letzte Auto, das gebaut werden wird, wird ein Sportwagen sein.“**

Prof. Dr. Ing. h.c. Ferry Porsche in „auto motor und sport“ 19/1984