

Perspektivenvielfalt

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.*

Kein Porsche entsteht ohne die Menschen, die ihn bauen und gestalten. Deshalb steht der Mensch bei Porsche im Mittelpunkt. Jeder Mitarbeiter trägt mit seinen einzigartigen Fähigkeiten zum Erfolg des Unternehmens bei. Porsche fördert Diversität und Chancengleichheit.

Beide Punkte sind in der Nachhaltigkeitsstrategie priorisiert. Dabei liegt der Fokus auf den Themen Frauenförderung und internationale Diversität, aber auch die Zusammenarbeit zwischen den Generationen und die LGBTIQ-Community werden gestärkt. Zugleich werden Menschen mit Behinderungen proaktiv eingebunden. Damit fördert Porsche für alle Menschen ein offenes, chancengleiches und bestärkendes Arbeitsumfeld. Das strategische Ziel ist die Einführung gemischter

Teams. In diesen sollen sich die unterschiedlichen Stärken und Kompetenzen aller Mitarbeiter optimal ergänzen, um ihr Potenzial möglichst gut entfalten zu können.

Diversität und Chancengleichheit

Porsche setzt sich aktiv für Vielfalt und Inklusion in der Belegschaft ein. Damit will der Premiumhersteller ein Umfeld schaffen, das die Individualität jedes Einzelnen im Unternehmensinteresse fördert. Porsche ist davon überzeugt, dass die Vielfalt der Perspektiven Innovation vorantreibt und damit einen wesentlichen Erfolgsfaktor darstellt. Aktives Diversity Management führt zu neuen Ideen, besserem Marktverständnis und höherer Arbeitgeberattraktivität.

Bedeutung für Stakeholder und Gesellschaft
Mit dieser Ausrichtung will Porsche im gesellschaftlichen Kontext eine Vorbildrolle einnehmen. Deshalb setzt sich das Unternehmen auch außerhalb der Werkstore für ein vielfältiges und inklusives Miteinander ein. Dazu gehören soziale Förderprojekte oder die Vermittlung von Mitarbeitern für ehrenamtliche Tätigkeiten. Das freiwillige Engagement dient der Gesellschaft und erweitert das Blickfeld der Helfer.

Diversität als Unternehmensgrundsatz
Für Porsche hat die Sicherung und Förderung von Vielfalt und Chancengleichheit einen hohen Stellenwert. Daher wurde das Thema als Unternehmensgrundsatz fest verankert. Für Porsche ist es selbstverständlich, den Mitarbeitern die gleichen Chancen zu bieten. Das Unternehmen lehnt Diskriminierung in jeglicher Form ab. Porsche verfolgt das Ziel, eine inklusive Kultur zu etablieren, die Perspektivenvielfalt zu fördern und Unterschiede wertzuschätzen. So können Mitarbeiter ihre Persönlichkeit einbringen und individuelle Potenziale entfalten. Dies begünstigt ein wertschätzendes und tolerantes Miteinander und einen positiven Umgang mit verschiedenen Perspektiven. Das alles zielt auf ein hohes Maß an Produktivität, Wettbewerbs- und Innovationsfähigkeit, Kreativität und Effizienz ab. Gleichzeitig soll das Zugehörigkeits- und Zusammengehörigkeitsgefühl der Mitarbeiter gestärkt werden. Dieses ist auch im kulturellen Selbstverständnis der „Porsche Familie“ verankert.

Dass Vielfalt einen festen Bestandteil der Unternehmenskultur darstellt, haben Vor stand und Betriebsrat mit der Unterzeich nung der Charta der Vielfalt im Jahr 2019 schriftlich fixiert. Für die langfristige Umsetzung und Sicherung von Chancen gleichheit und Vielfalt ist die Abteilung „Vielfalt und Chancengleichheit“ zuständig. Als Impulsgeber und Kompetenzpartner ist sie im Bereich „Lernen, Unternehmens kultur & Change“ angesiedelt.

Porsche hat sich das Ziel gesetzt, die Perspektivenvielfalt im Unternehmen bis 2030 zu steigern. So will der Premiumhersteller eine messbare Anzahl gemischter Teams in der gesamten Organisation etablieren. Grundlage dafür ist die Stärkung einer vielfaltsfördernden Denkweise bei allen Mitarbeitern. Dazu gehört auch, ein Bewusstsein für die positiven Effekte sowie die Komplexität von Vielfalt zu schaffen. Gleichzeitig soll eine Unternehmenskultur entstehen, welche die Unterschiede der Mitarbeiter als Vorteil und Wettbewerbsfaktor für das Unternehmen wahrnimmt – unabhängig von Geschlecht,

Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion, Behinderung, Alter, sexueller Orientierung und Identität.

Für Hinweise auf mögliche Verstöße gegen die Chancengleichheit und Gleichbehandlung gibt es bei Porsche ein Hinweisgebersystem. In diesem wird möglichen Regelverstößen unter Einhaltung datenschutz-, arbeits- und mitbestimmungsrechtlicher Vorgaben nachgegangen. Festgestellte Verstöße werden angemessen geahndet.

Des Weiteren wurde bei Porsche eine betriebliche Beschwerdestelle eingerichtet, an die sich die Beschäftigten im Diskriminierungsfall wenden beziehungsweise ihre Beschwerde zur Prüfung einbringen können.

Vielfalt gezielt fördern

Auswahl, Einstellung und Förderung von Mitarbeitern erfolgen bei Porsche grundsätzlich auf Basis der vorhandenen Qualifikationen und Fähigkeiten. Basierend auf der gesetzlichen Geschlechterquote hat der Sportwagenhersteller das Ziel, den Frauenanteil in Führungspositionen bis 2025 zu erhöhen. Der Anteil von Frauen soll in der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstandes auf 20 Prozent und in der zweiten Führungsebene auf 18 Prozent steigen.

Um dies zu erreichen, sind alle Führungskräfte angehalten, den Anteil an Frauen auf sämtlichen Managementebenen und in den Nachwuchspools zu vergrößern. Auch um Geschlechtervielfalt bei Porsche messbar zu machen, hat sich das Unternehmen zum zweiten Mal in Folge am Frauen-Karriere-Index beteiligt – einem Management-Instrument zur Förderung von Frauen in Unternehmen. Porsche belegte in der Gesamtwertung den zweiten Platz und wurde als „Newcomer des Jahres“ ausgezeichnet.

Um das Bewusstsein für die Bedeutung und den Mehrwert von Chancengleichheit und Diversität im Management sowie in der Belegschaft zu verankern, übernehmen die Führungskräfte eine Schlüsselrolle. Innerhalb des Volkswagen Konzern-Programms „Together for Integrity“ werden Führungskräfte in den Führungs-Labs von Porsche kontinuierlich für Chancengleichheit und Vielfalt sensibilisiert. Eine digitale „Diversity Toolbox“ unterstützt sie in ihrem Arbeits- und Führungsalltag und bietet einen Überblick über entsprechende Kennzahlen. Fester Bestandteil der Toolbox ist eine Vielzahl unterschiedlicher Maßnahmen, Werkzeuge und Impulse. Diese ermöglichen es Führungskräften und ihren Teams, Perspektivenvielfalt in all ihren Dimensionen erlebbar zu machen und traditionelle Denk- und Verhaltensmuster zu hinterfragen. Als Folge der Corona-Krise wurde 2020 bereits ein Großteil der Trainings- und Veranstaltungsformate auf digitale Medien umgestellt. Im Berichtsjahr kamen weitere virtuelle sowie Hybrid-Formate hinzu. Hierzu zählen unter anderem die zum fünften Mal ausgerichteten „Vielfalts-Tage“ und Initiativen rund um den diesjährigen Weltfrauentag.

Dialog und Austausch

Zentrale Elemente im Berichtsjahr waren Interaktion, Diskussion, intensiver Dialog und Austausch innerhalb der Belegschaft von Porsche. Um Diversität weitreichend zu fördern, wurde eine „International Diversity Community“ gegründet. Dabei handelt es sich um ein Forum, welches weltweit alle Porsche Tochtergesellschaften und ihre jeweiligen Diversity Manager zusammenführt. Die Community hat ein gemeinsames Grundverständnis von Diversität. Sie soll innerhalb der Strategie 2030 die globale

Perspektive auf das Handlungsfeld „Vielfalt und Chancengleichheit“ stärken. Ihnen werden Werkzeuge und Impulse für die konkrete Umsetzung von Perspektivenvielfalt in den Porsche Märkten bereitgestellt. Diese ermöglichen es, durch Dialog und Austausch voneinander zu lernen.

Auch das internationale Porsche Frauennetzwerk stellt eine wichtige Plattform für einen ressortübergreifenden Erfahrungsaustausch dar. Mittlerweile hat das Netzwerk über 1.000 Mitglieder. Als Impulsgeber für eine Produktentwicklung mit weiblicher Perspektive bietet es verschiedene Dialogformate und formlose Unterstützung an, beispielsweise über die kollegiale Fallberatung. Neben dem Frauennetzwerk hat auch die „Proud@Porsche Community“ ihren festen Platz in der Porsche Kultur. „Proud@Porsche“ ist ein internes LGBTIQ-Netzwerk, das den Mitarbeitern eine Plattform zur Vernetzung und zum regelmäßigen Austausch bietet. Weitere Austauschformate umfassen das im Jahr 2021 erweiterte Porsche Mentoring, die „Diversity Strategietalks“ und die Dialoge innerhalb der Porsche Strategie 2030 oder des Nachhaltigkeitsfestivals.

Arbeitgeberattraktivität

Neben Kunden, Gesellschaft und Investoren bilden die Mitarbeiter in der übergeordneten Porsche Strategie 2030 eine der vier zentralen Zielgruppen. Das wesentliche Ziel von Porsche in diesem Bereich ist es, weiterhin ein attraktiver und zuverlässiger Arbeitgeber zu sein. Für den Sportwagenhersteller heißt das vor allem, die Beschäftigten konsequent in den Mittelpunkt zu stellen und Verantwortung als Arbeitgeber zu übernehmen. Die Arbeitgeberattraktivität ist daher elementarer Bestandteil der Personalstrategie.

Unternehmenskultur bei Porsche
Eine starke Unternehmenskultur versteht Porsche als zentrales Fundament. Damit wird strategischen Herausforderungen begegnet und eine erfolgreiche Transformation des Unternehmens ermöglicht. Der Porsche Code bietet dabei eine langfristige Orientierung und Zielvision für Mitarbeiter und Führungskräfte. Sie können dadurch die kontinuierliche Weiterentwicklung der Porsche Kultur aktiv mitgestalten und zu einer kontinuierlichen Verbesserung beitragen.

Ein zentrales Ziel der Strategie 2030 ist es, ein attraktiver und zuverlässiger Arbeitgeber zu sein. Das bedeutet für Porsche in erster Linie, seine Versprechen gegenüber den Mitarbeitern zu halten und im Arbeitsalltag erlebbar zu machen. Talente auf dem Arbeitsmarkt sollen Porsche als Top-Arbeitgeber wahrnehmen. Eine hohe Glaubwürdigkeit bildet dafür die Voraussetzung. Nur so kann Porsche die qualifiziertesten Mitarbeiter von sich überzeugen und langfristig halten. Das Unternehmen will in den Zukunftsfeldern berufserfahrene und kreative IT- und Digitalisierungsexperten gewinnen. Dafür verstärkt der Sportwagenhersteller stetig seinen Einsatz.

Porsche sucht neue Mitarbeiter, welche die Zukunft der Mobilität aktiv mitgestalten und so den gesellschaftlichen Wandel vorantreiben. Deshalb hat das Unternehmen verschiedene Maßnahmen ergriffen: die Employer-Branding-Kampagne „Karriere nachhaltig“ oder die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit relevanten Hochschulen und Organisationen. Darunter fällt beispielsweise die

Zusammenarbeit mit „Formula Student Germany“ und mit den Programmierschulen „42“ in Wolfsburg und Heilbronn. Mit diesem speziellen Engagement gewinnt Porsche junge Talente für sich, für die ein übergeordneter Sinn ihrer Tätigkeit über monetäre Anreize hinaus besonders wichtig ist.

Vereinbarkeit von Familie und Beruf

Porsche legt großen Wert auf die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. 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. Weiterhin stehen in Notfallsituationen zusätzliche Betreuungsplätze in Stuttgarter Kindertageseinrichtungen zur Verfügung. Zudem können Eltern ihre Kinder stundenweise mit an den Arbeitsplatz bringen.

Im Sommer können die Kinder der Mitarbeiter über die gesamte Ferienzeit an einem Schulferienprogramm teilnehmen. Mit dem Familienservice bietet das Unternehmen eine umfangreiche, kostenlose und individuelle Beratung sowie Unterstützung in allen familiären Lebenslagen an. Dies gilt insbesondere für werdende Eltern und bei der Altenpflege.

Porsche berücksichtigt die individuellen Bedürfnisse der Mitarbeiter und fördert die variable Gestaltung von Arbeitsort und -zeit. Damit wird ein hohes Maß an Flexibilität für die persönlichen Lebensumstände geschaffen. Diese Flexibilität wurde mit der 2021 angepassten Gesamtbetriebsvereinbarung für mobiles Arbeiten gesteigert. Darin wird mobiles Arbeiten an bis zu zwölf vollen Tagen pro Kalendermonat ermöglicht. Stundenweises mobiles Arbeiten ist überdies weiterhin möglich. Im Berichtsjahr wurde angesichts der Corona-Krise eine Ausnahmeregelung angewendet. Dadurch wurde der infrage kommende Zeitrahmen erweitert und auch Praktikanten sowie Auszubildende miteinbezogen. Mitarbeiter haben bei Porsche die Möglichkeit, räumlich und im bestimmten Rahmen zeitlich flexibel ihre Tätigkeiten außerhalb der Betriebsstätten auszuführen – sofern diese dafür geeignet sind.

Weitere Angebote reichen von der lebensphasenorientierten Wahlarbeitszeit bis hin zur Pflegezeit, um Familienangehörige zu unterstützen. Auch ein Sabbatical ist möglich. Beschäftigte haben zudem die Option auf Teilzeitarbeit. Viele Mitarbeiter entscheiden sich auch für eine Elternzeit. Porsche ist anschließend beim beruflichen Wiedereinstieg behilflich. Bereits bei der Abwesenheit vermittelt das Unternehmen zusätzliche Qualifikationen, die eine Rückkehr in das Berufsleben erleichtern.

Ein Indikator für die hohe Attraktivität als Arbeitgeber sind die nach wie vor hohen Bewerberzahlen: Der Porsche Konzern erhielt 2021 mehr als 130.000 Bewerbungen auf über 3.800 Stellenausschreibungen. In verifizierten Arbeitgeberrankings belegte der Sportwagenhersteller im Berichtsjahr erneut Top-Platzierungen bei Studierenden. Innerhalb des „Universum Student Survey“ wurde Porsche wiederholt als attraktivster Arbeitgeber 2021 für Ingenieure gekürt.

Auch die Top-Platzierungen aus dem Vorjahr bei den Zielgruppen der Ingenieure und Wirtschaftswissenschaftler wurden bestätigt. In der jährlichen Studierenden-Erhebung des Trendence Instituts legte Porsche prozentual bei allen Zielgruppen (Ingenieurwissenschaften,

Wirtschaftswissenschaften und IT/Informatik) zu. Im gewichteten Gesamt-Ranking über alle Bereiche hinweg belegte Porsche Rang zwei bei der Zielgruppe Young Professionals. Im „Universum Young Professionals Survey" hielt das Unternehmen die Führungsposition aus dem Vorjahr: Im Bereich Ingenieurswesen wurde erneut der erste Platz erreicht, während Porsche bei den Wirtschaftswissenschaften Google vom ersten Rang ablöste. Schließlich wurde Porsche bei einer Studie der Automobilwoche und des Instituts für Automobilwirtschaft (IfA) von Studierenden und künftigen Hochschulabsolventen erneut zum attraktivsten Arbeitgeber in der Automobilindustrie gewählt. Nach 2020 wurde das Unternehmen damit erneut mit dem Automotive TopCareer Award 2021 ausgezeichnet.

Messung der Mitarbeiterzufriedenheit
Porsche legt großen Wert darauf, dass sich die Beschäftigten aktiv in Prozesse einbringen und ihre Meinungen, Einschätzungen und Anregungen Gehör finden. Mit dem Stimmungsbarometer erhebt das Unternehmen die Zufriedenheit der Mitarbeiter. Diese jährliche Mitarbeiterbefragung stellt intern auch die Arbeitgeberattraktivität fest. Daneben interessiert sich der Sportwagenhersteller für die Einschätzung der Mitarbeiter zur Integrität des Unternehmens und zur Zusammenarbeit mit dem Volkswagen Konzern. Die Resultate des Stimmungsbarometers dienen der Identifizierung von Verbesserungspotenzialen und der Information von Führungskräften über Handlungsbedarfe in ihren Organisationseinheiten. In festgelegten Folgeprozessen werden zwischen Führungskräften und ihren Mitarbeitern geeignete Maßnahmen definiert. Unterstützt werden sie dabei vom zuständigen Team für das Stimmungsbarometer. Dieses hält verschiedene Instrumente bereit. Ziel ist es, die Umsetzung der abgeleiteten Maßnahmen in den Organisationseinheiten langfristig sicherzustellen. An der Befragung des Stimmungsbarometers 2021 beteiligten sich mehr als 16.000 Porsche Mitarbeiter. Das entspricht einer Teilnehmerquote von 74 Prozent. Der Stimmungsindex ist eine der Hauptkenngrößen des Stimmungsbarometers und er lag im Berichtsjahr bei 79,1 von 100 möglichen Indexpunkten. Damit wurde das Niveau der Vorjahre bestätigt.

Mitarbeiterentwicklung und sozialverträgliche Transformation

Im Jahr 2020 wurden viele Lernangebote der Aus- und Weiterbildung virtualisiert. Im Berichtsjahr stieg deshalb die Bedeutung neuer inhaltlicher Angebote im Umgang mit der „neuen Normalität". Das Arbeiten und Lernen während der Pandemie und der voranschreitenden Transformation erfordert Schlüsselfähigkeiten und neue fachliche Kompetenzen. Diese wurden in Zusammenarbeit zwischen Personalwesen und Fachbereichen entwickelt.

Achtsamkeit und hybride Führung
Das flexible Arbeiten – ob im Büro oder im Homeoffice – erforderte ein entsprechend aufgesetztes Angebot für Mitarbeiter und Führungskräfte. Damit sollte gewährleistet werden, dass die „hybride" Zusammenarbeit im Team reibungslos abläuft und die neuen Arbeitsweisen bestmöglich gestaltet werden. So begünstigte zum Beispiel die Simulation von Praxisbeispielen im Training „Führen von hybrid arbeitenden Teams" eine kurzweilige und spielerische Auseinandersetzung mit Entscheidungen, den Reaktionen des Teams darauf und dessen Arbeitsergebnisse.

Darüber hinaus ist es wichtig, dass jeder im Team seine eigene Leistungsfähigkeit erhält beziehungsweise stärkt. Auch hierfür wurden virtuelle Workshops und Tricks entwickelt. Diese ermöglichen eine Selbsteinschätzung und bieten konkrete Tipps im Alltag, um achtsamer mit sich und anderen zu sein.

Das Thema „Achtsamkeit" wird stark nachgefragt. Aufgrund dessen und aufbauend auf den Inhalten des virtuellen Trainings „Persönliche Selbstführungskompetenz stärken" wurde im Berichtsjahr der Podcast „Brennen statt Ausbrennen" umgesetzt. In insgesamt fünf Folgen werden verschiedene Aspekte von Achtsamkeit, Resilienz und Work-Life-Balance behandelt und praxisnahe Übungen für den Arbeitsalltag vermittelt.

Digitales Lernangebot

Der Podcast wird zentral über die „Porsche Podcast App" zur Verfügung gestellt. Die App wird den Mitarbeitern exklusiv angeboten. Sie stellt eine zentrale Plattform für zahlreiche unternehmensinterne Podcasts aus verschiedenen Unternehmensbereichen dar. Damit erweitert die Podcast-App das digitale Angebot um einen weiteren wichtigen Baustein. Dieser unterstützt ein bedarfsgerechtes, zeit- und ortsungebundenes Lernen.

Insgesamt wurde das sogenannte Porsche Lernökosystem im Berichtsjahr um eine Vielzahl an innovativen und nutzerzentrierten Instrumenten und Formaten erweitert. So wurde erneut die „360° Feedback-App" innerhalb der „Porsche Führungs-Labs" eingesetzt und weiter professionalisiert. Online-Simulationen wurden auch im Umfeld von Change Management und hybrider Führung genutzt. Dafür wurde auch das Potenzial von VR-Brillen für die Unterstützung von Präsentationstrainings evaluiert. Im Kern dieser Aktivitäten steht das Ziel, eine einzigartige Learning Experience zu schaffen. Sie soll die Formate, Tools und Angebote sinnvoll integrieren. Damit werden Mitarbeiter im selbstgesteuerten, sozialen und auch trainergeführten Lernen unterstützt.

Von „Fit für Digit@l" zur Digital Academy

Die Wissensoffensive „Fit für Digit@l" hat in den vergangenen Jahren unternehmensweit mehr als 5.000 Mitarbeiter erreicht und ihnen die digitale Transformation nähergebracht. In vielfältigen Formaten und Angeboten wird so die digitale Welt erlebbar und die Digitalisierungsstrategie des Unternehmens vermittelt. In über 170 Stunden wurde bislang in den hauptsächlich digitalen Lernangeboten vor allem Einsteigerwissen vermittelt. In diesem Jahr wurde jedoch auch das fachliche Schulungsangebot mit höherem Spezialisierungsgrad signifikant erweitert. Die „Digital Academy Porsche" ist weder eine wissenschaftliche Einrichtung noch ein reines Online-Angebot. Vielmehr versteht sie sich als Dach für alle Qualifizierungsangebote rund um Digitalkompetenzen bei Porsche. In Zusammenarbeit mit internen und externen Fachexperten liefert die Hauptabteilung „Lernen, Unternehmenskultur und Change" ein ressortübergreifendes Qualifizierungsangebot zum Ausbau von Digitalkompetenzen. Damit ist sie ein wichtiger Baustein der sogenannten „Workforce Transformation". Mit dieser will Porsche neue Technologien und Geschäftsfelder erfolgreich entwickeln und einsetzen. Das Angebot reicht von „Coding Base Camps" über hybride Trainingsbausteine bis hin zu „Nanodegrees" und Zertifikatskursen von anerkannten Spezialanbietern und Hochschulen. So wurden im Berichtsjahr bis zu 1.500 Teilnehmer im Aufbau ihrer fachlichen Kompetenzen in den

Themengebieten „Software-Entwicklung“, „AI & Data“, „IT-Architektur“, „Cloud Computing“, „Digital Security“ sowie agilen Arbeitsmethoden unterstützt.

Schrittweise Rückkehr zur Präsenz

Nachdem 2020 stark durch die Virtualisierung des Qualifizierungsportfolios geprägt war, wurden im Berichtsjahr vermehrt Trainingsbausteine im Präsenzformat angeboten. Mit der Eröffnung des „Schlossgut Hartenecks“ als neuem Campus wurde ein neuer innovativer Trainingsstandort zur Qualifizierung von Führungskräften geschaffen. Dieser besticht durch eine lernerzentrierte Umgebung. Kein Raum ist wie der andere. Das einzigartige Design und Layout der Trainingsflächen erhält von Teilnehmern wie auch Trainern durchweg gutes Feedback. Auf positive Resonanz stößt ebenso der im Herbst eröffnete „Lerncampus“ in Stuttgart-Zuffenhausen. Die neuen Trainingsflächen werden für die Qualifizierung der Mitarbeiter genutzt. Sie unterstützen den zunehmenden interaktiven Anspruch einer zeitgemäßen Qualifizierung. Die Räume sind aufgrund der Ausgestaltung flexibel nutzbar und ermöglichen ebenso ein hybrides Trainingssetting.

Start des neuen Management-Programms

Durch die überarbeiteten Anforderungen für die Übernahme von Managementfunktionen führte Porsche im Berichtsjahr das neue Management-Kreis-Programm ein. Es richtet sich an Mitarbeiter, die erstmalig eine Managementfunktion übernommen haben. Sie erhalten durch die passgenauen Qualifizierungsmaßnahmen intensive Unterstützung bei ihren neuen Aufgaben als disziplinarische beziehungsweise fachliche Führungskräfte. Das Programm fokussiert drei Schwerpunkte: Stärkung der Führungsrolle im Spannungsfeld operativer versus innovativen Aufgaben, Führung von präsenten, hybriden und virtuellen Teams sowie wertschöpfende Gestaltung des eigenen Handlungsspielraums.

Befragung im Rahmen der Strategie 2030

Der Erfolg von Porsche basiert auf der Leistung der Mitarbeiter, die ihre Fähigkeiten und Kenntnisse im Unternehmen einbringen. Hierfür ist es wichtig, auch künftig bedarfsgerechte Entwicklungsmöglichkeiten anzubieten.

Wie werden die aktuellen Entwicklungswege wahrgenommen? Welche Erwartungen haben die Mitarbeiter an ihre Entwicklung bei Porsche? Die Antworten auf diese Fragen hat der Sportwagenhersteller bei einer repräsentativen Mitarbeiterbefragung im Oktober 2021 eingeholt.

Die Mitarbeiter wurden zufällig per Stichprobe aus der Gesamtbelegschaft ausgewählt. Über 60 Prozent von ihnen nahmen daran teil. Die Ergebnisse ermöglichen einen neuen Blick auf die Karriere bei Porsche. Sie sind Grundlage für die Ableitung von Maßnahmen zum Themenfeld „Personalentwicklung“ sowie zur Ausgestaltung von Entwicklungspfaden bei der sogenannten „Porsche Workforce Transformation“ der Porsche Strategie 2030.

Messung der Wirksamkeit

Der 2020 entwickelte Feedbackbogen bewertet alle Qualifizierungsmaßnahmen bei Porsche. Er wurde zu Beginn des Berichtsjahres implementiert. Neu daran ist, dass nicht nur der Lernerfolg direkt nach Abschluss eines Trainings erhoben wird. Zusätzlich wird 90 Tage später erneut eine Stellungnahme

eingeholt. So kann beurteilt werden, wie das Gelernte im Arbeitsalltag eingesetzt wird. Darüber hinaus definierte der Sportwagenhersteller weitere Kennzahlen, die den Beitrag des überfachlichen Qualifizierungsangebots transparent machen. Sie sollen die Effektivität der Maßnahmen steigern und werden zusammengefasst und übersichtlich veranschaulicht. Die halbjährliche Auswertung wird sowohl Produktverantwortlichen als auch Managementvertretern zur Verfügung gestellt. Dadurch sollen die Zufriedenheit der Teilnehmer mit den überfachlichen Qualifizierungsmaßnahmen und die Prozesse kontinuierlich verbessert werden.

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

Bildunterschriften

Pfad: media/Bilder/Bild_1.jpg
Titel: b-Frauen bei Porsche.jpg
Bildunterschrift: Arbeitgeberattraktivität ist ein elementarer Bestandteil der Personalstrategie von Porsche

Pfad: media/Bilder/Bild_2.jpg
Titel: IT Automotive final G.jpg
Bildunterschrift: Porsche evaluiert das Potenzial von VR-Brillen für Präsentationstrainings

Pfad: media/Bilder/Bild_3.jpg
Titel: DSC04197-Bearbeitet_source.jpg
Bildunterschrift: Digitale Erweiterung des Porsche Lernökosystems

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/unternehmen/porsche-geschaefts-und-nachhaltigkeitsbericht-2021/umwelt-soziales-und-unternehmensführung/perspektivenvielfalt.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/0804ccec-9514-49c4-90f7-5d20584b2814.zip