Sostenibilità – Der Nachhaltigkeitsansatz von Porsche Italien

16/04/2026 Jasmina Shehi verantwortet die Nachhaltigkeitsaktivitäten von Porsche Italien und gestaltet die Umsetzung von ESG-Prinzipien in wirksame, messbare Maßnahmen entlang der Organisation. Im Interview gibt sie Einblicke, wie Porsche Italien Verantwortung in den Bereichen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung wahrnimmt – von Partnerschaften und Kundenbindung bis hin zu Initiativen für eine umweltbewusste Entwicklung.

Warum ist Nachhaltigkeit für dich persönlich und beruflich wichtig?

Jasmina Shehi: Nachhaltigkeit begleitet mich schon lange – zunächst aus persönlicher Überzeugung, später zunehmend auch im beruflichen Kontext. Während meines Wirtschaftsstudiums setzte ich mich intensiv mit der Frage auseinander, wie wirtschaftlicher Fortschritt verantwortungsvoller und ausgewogener gestaltet werden kann. Daraus entstand die Motivation, meinen akademischen Werdegang und meine ersten beruflichen Erfahrungen gezielt auf Nachhaltigkeit auszurichten. Zur

Vertiefung engagierte ich mich ehrenamtlich im Inklusionsbüro der Universität Padua und unterstützte Studierende mit Beeinträchtigungen. Nach meinem Abschluss arbeitete ich zunächst in der akademischen Forschung an Projekten zu Herausforderungen in der Lederlieferkette. Meine Laufbahn bei Porsche begann im Einkauf, wo Nachhaltigkeitsaspekte ein integraler Bestandteil operativer Entscheidungsprozesse sind. In der Folge habe ich zusätzlich die Verantwortung für funktionsübergreifende Nachhaltigkeitsthemen übernommen. Die enge Verbindung zwischen meinen persönlichen Interessen und meinem beruflichen Schwerpunkt macht die Arbeit in diesem Bereich für mich besonders spannend und motiviert mich.

Was sind deine Hauptaufgabenbereiche bei Porsche Italien und wo liegen die Schwerpunkte im Bereich Nachhaltigkeit?

Shehi: Nachhaltigkeit wird bei Porsche Italien über einen strategischen und kooperativen Ansatz gesteuert, der unterschiedliche Unternehmensbereiche miteinander verknüpft. Zu meinen Aufgaben gehört es, Umweltziele im Einklang mit den übergeordneten Unternehmensrichtlinien zu begleiten und sicherzustellen, dass ökologische, soziale und Governance-Aspekte systematisch in die täglichen Prozesse integriert werden können. Ein wesentlicher Schwerpunkt liegt dabei auf der Übersetzung der Strategie in konkrete und messbare Maßnahmen – sowohl innerhalb von Porsche Italien als auch in der Zusammenarbeit mit unseren Partnern. Entscheidend dafür ist ein gemeinsames Verständnis sowie der kontinuierliche Austausch mit internen und externen Stakeholdern.

Wie kann man sich diesen kooperativen Ansatz mit verschiedenen Interessengruppen vorstellen?

Shehi: Ein aktuelles Beispiel im sozialen Bereich ist die 2025 initiierte Zusammenarbeit mit dem italienischen Verband für Blinde und Sehbeeinträchtigte. Ziel dieser Partnerschaft ist es, das Bewusstsein für Inklusion in unseren Teams weiter zu stärken und gleichzeitig die Barrierefreiheit unserer digitalen Kanäle zu verbessern. Durch Workshops und interaktive Formate erhalten Mitarbeitende vertiefende Einblicke in die alltäglichen Herausforderungen von Menschen mit Sehbeeinträchtigungen. Dies trägt dazu bei, Stereotypen abzubauen und eine inklusivere Kommunikation zu fördern. Parallel dazu haben wir unsere Online-Plattformen weiterentwickelt und ein KI-basiertes Barrierefreiheits-Tool eingeführt, das Nutzerinnen und Nutzern ermöglicht, ihr digitales Erlebnis individuell anzupassen – etwa durch Kontrastanpassung, Textvergrößerung oder Text-to-Speech-Funktion. Die Zusammenarbeit zeigt, wie sich soziales Engagement und operative Anforderungen wirkungsvoll miteinander verbinden lassen können.

Wo wird Nachhaltigkeit bei Porsche Italien neben digitalen Kanälen auch vor Ort im täglichen Betrieb konkret erlebbar?

Shehi: Das Porsche Experience Center Franciacorta ist ein anschauliches Beispiel dafür, wie Nachhaltigkeit in den Betrieb integriert werden kann. Bei dem Standort wurden von Beginn an Nachhaltigkeitsaspekte in Design, Management und Funktionsweise berücksichtigt. Der Standort nutzt nach Möglichkeit bestehende Infrastruktur und setzt Maßnahmen zur Reduzierung von CO_2-Emissionen sowie zur Förderung der lokalen Biodiversität um. Dazu zählten unter anderem eine

erweiterte Photovoltaikanlage mit Batteriespeicher sowie die Installation von 40 Bienenstöcken, was zur internationalen Norm ISO 20121 Zertifizierung für nachhaltiges Veranstaltungsmanagement beigetragen hat. Darüber hinaus ist das Porsche Experience Center Franciacorta eine Plattform für inklusive Programme wie „Driversity", das Kundinnen und Kunden mit eingeschränkter Mobilität ein Fahrerlebnis mit angepassten Bedienelementen ermöglicht, sowie „Driving Towards Inclusion" für Menschen mit kognitiven Beeinträchtigungen. Ergänzend adressiert das Programm „W.E. Power" gezielt ein weibliches Publikum – unter anderem durch reine Fahrwettbewerbe für Frauen sowie Selbstverteidigungs und Fahrsicherheitskurse. In den Jahren 2024 und 2025 konnten so insgesamt 60 Teilnehmerinnen in ihrer Selbstbestimmung und ihrem Selbstvertrauen gestärkt werden.

Werfen wir einen Blick in den italienischen Markt: Wie würden Sie die Erwartungen der Kundinnen und Kunden hinsichtlich Nachhaltigkeit beschreiben?

Shehi: Italienische Kundinnen und Kunden legen zunehmend Wert auf Nachhaltigkeit, insbesondere im Zusammenhang mit Elektrofahrzeugen. Im Vorfeld der Markteinführung des Macan Electric haben wir eine Studie mit rund 2.500 Teilnehmerinnen und Teilnehmern – darunter 2.000 Porsche-Kundinnen und -Kunden sowie 500 Fahrern von Wettbewerbern – durchgeführt, um zentrale Treiber für zukünftige Kaufentscheidungen von Elektrofahrzeugen besser zu verstehen. Nahezu die Hälfte der Befragten gab an, dass die Umweltbelastung ihre Kaufentscheidung beeinflusst, gefolgt vom Fahrerlebnis und den Betriebskosten. Dabei zeigten sich deutliche Unterschiede zwischen den verschiedenen Kundengruppen: Fast 40 Prozent unserer bestehenden Kundinnen und Kunden in Italien nannten Umweltaspekte als ein relevantes Motiv, während dieser Anteil bei den Kundinnen und Kunden von Wettbewerbern bei etwa 55 Prozent lag. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass Nachhaltigkeit für unsere bestehenden Kundinnen und Kunden bereits eine Rolle spielt, für potenzielle Neukunden jedoch ein noch stärkeres Differenzierungsmerkmal darstellt. Zugleich bestätigte sich, dass die Entwicklung einer glaubwürdigen Nachhaltigkeitsstrategie eng mit dem zukünftigen Wachstum von Porsche in Italien verknüpft ist.

Du hast eben Elektromobilität angesprochen – wie adressiert Porsche Italia dieses Thema zum Beispiel auf Events?

Shehi: Ein gutes Beispiel ist „Taycan Rush", das erste rein elektrische Motorsportformat von Porsche Italien. Er zeigt, dass Elektromobilität, hohe Performance und sportlicher Nervenkitzel kein Widerspruch sind. Die Meisterschaft findet parallel zum Porsche Carrera Cup Italia statt und wird mit dem Taycan Turbo GT in einem Zeitformat ausgetragen, bei dem die Fahrer um die schnellste Rundenzeit wetteifern. Begleitend haben wir gezielte Nachhaltigkeitsmaßnahmen umgesetzt: Rennbekleidung mit einem Recyclinganteil von bis zu 70 Prozent, Fahrgemeinschaften für Mitarbeitende – überwiegend mit Elektrofahrzeugen – sowie der Einsatz von lokal bezogenen Bio-Catering-Produkten. Im Jahr 2025 wurde das Abfallmanagement beim Porsche Carrera Cup und beim Taycan Rush weiter verbessert. Durch eine effektive Abfalltrennung konnten im Vergleich zu einem Szenario ohne sachgerechte Trennung mehr als 5,7 Tonnen CO_2 Emissionen vermieden werden. Überschüssige Lebensmittel beider Veranstaltungen wurden gespendet. Taycan Rush verdeutlicht, wie sich der Motorsport weiterentwickeln kann, ohne dabei das sportliche Erbe von Porsche infrage zu stellen.

All diese Initiativen erfordern viel Engagement und Zusammenarbeit. Was treibt dich persönlich in deiner täglichen Arbeit an?

Shehi: Die Kreativität und das Engagement meiner Kolleginnen und Kollegen sind für mich eine zentrale Inspirationsquelle. Gerade bei Formaten wie dem Taycan Rush erlebe ich täglich, wie starke Ideen entstehen, wenn Menschen ermutigt werden, sich einzubringen und funktionsübergreifend zusammenzuarbeiten. Ebenso motiviert mich auch die Bereitschaft des Unternehmens, neue Ansätze zu erproben und Nachhaltigkeitsthemen in konkrete Maßnahmen mit messbarer Wirkung zu übersetzen. Dass Nachhaltigkeit ein Bestandteil unserer Strategie ist, bestätigt mich darin, weiter an Themen zu arbeiten, die langfristig relevant und wirkungsvoll sind.

Ein abschließender Ausblick: Was sind die Prioritäten von Porsche Italien für die Zukunft?

Shehi: Wir wollen unsere Nachhaltigkeitsarbeit gezielt weiterentwickeln, indem wir Prozesse effizienter gestalten und das Verständnis für gemeinsame Verantwortung im Unternehmen stärken. Ziel ist es, ESG-Prinzipien noch konsequenter im Tagesgeschäft zu verankern und ein engagiertes internes Netzwerk zu unterstützen, das diese Werte aktiv mitträgt. Gleichzeitig schärfen wir unsere Nachhaltigkeitspositionierung in Italien, um den sich wandelnden Erwartungen der Kundinnen und Kunden gerecht zu werden. Nachhaltigkeit spielt eine Schlüsselrolle beim Aufbau von Vertrauen. Nachhaltigkeit beeinflusst aus meiner Sicht zunehmend, wie wir Erlebnisse gestalten, Technologien entwickeln und mit unseren Anspruchsgruppen zusammenarbeiten.

Info

In der Interviewreihe „Perspektive Nachhaltigkeit“ erzählen Porsche-Mitarbeiter von ihren fachspezifischen Themengebieten. Das Interview mit Jasmina Shehi ist Teil 20 der Serie.

MEDIA ENQUIRIES

Maximilian Steiner

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

Verbrauchsdaten

Taycan Turbo GT (WLTP)*: Stromverbrauch kombiniert: 21,2 – 20,5 kWh/100 km; CO_2-Emissionen kombiniert: 0 g/km; CO_2-Klasse: A

*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: Sostenibilità – Der Nachhaltigkeitsansatz von Porsche Italien/Bilder/Bild_1.jpg
Titel: Jasmina Shehi, Porsche Italien, 2026, Porsche AG
Bildunterschrift: Jasmina Shehi

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/2026/nachhaltigkeit/porsche-perspektive-nachhaltigkeit-jasmina-shehi-porsche-italien-42152.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/f2c0e90a-d776-4b7f-9832-6fe89221bcb2.zip

Externe Links
https://newsroom.porsche.com/de/nachhaltigkeit/porsche-perspektive-nachhaltigkeit.html

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