



---

Cayenne Coupé-Modelle: Kraftstoffverbrauch kombiniert 11,6 – 9,4 l/100 km; CO<sub>2</sub>-Emissionen 264 – 214 g/km (Stand 11/2020)

Porsche Podcast 9:11

## **Transkript Folge 1: Corona und die Folgen für Wirtschaft und Gesellschaft**

### **Gäste:**

***Oliver Blume, Vorstandsvorsitzender Porsche AG***

***Kai Diekmann, Journalist und Unternehmer***

### **Moderator:**

***Sebastian Rudolph, Leiter Öffentlichkeitsarbeit, Presse, Nachhaltigkeit und Politik, Porsche AG***

### **Intro [00:00 – 00:15]**

**SR:** Herzlich Willkommen zur ersten Folge von 9:11, dem neuen Porsche-Podcast. Mein Name ist Sebastian Rudolph und ich kümmere mich bei Porsche um die Themen Öffentlichkeitsarbeit, Presse, Nachhaltigkeit und Politik. Mit diesem Audio-Magazin wollen wir Euch, liebe Hörerinnen und Hörer, die Welt von Porsche näherbringen, den Mythos der Marke kennenlernen, über Innovationen und Produkte sprechen – und vor allem mit den Menschen dahinter. Ich freue mich, dass in dieser ersten Folge unseres Podcasts zwei Menschen bei mir zu Gast sind, die sich mit Wirtschaft, Politik und Gesellschaft bestens auskennen. Oliver Blume, der Vorstandsvorsitzende der Porsche AG und der Journalist Kai Diekmann. Herzlich willkommen und schön, dass ihr beide heute hier seid. [0:55]

**KD + OB:** Dankeschön. Danke. [0:56]

**SR:** Die vergangenen Wochen und Monate waren für uns alle eine neue Erfahrung. Die Corona-Krise hat vorübergehend für einen kompletten Stillstand gesorgt. Gleichzeitig ist aber auch einiges in Gang gekommen, was vielleicht schon längst überfällig war.

Oliver, wir schauen hier aus unserem Podcast-Studio im Stuttgarter Porsche Museum direkt auf den Porscheplatz. Vor uns sehen wir eine Skulptur, an der drei weiße 911 in den Himmel ragen. Ein Anblick, den viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den vergangenen Wochen nicht erleben konnten. Wie hat Corona Porsche in dieser Zeit geprägt? [1:27]

**OB:** Wir haben Corona, als es in China losging, ja mehr so aus der Ferne betrachtet. Für mich persönlich war es ganz nah, als Corona bei meiner jüngsten Tochter in der Schule aufgetreten ist. Dann fängt man eben auch schon an zu überlegen: Wie organisierst du dich privat? Und du informierst dich im Detail, wie du die Gesundheit sicherstellen kannst. Da wären wir dann auch schon bei Porsche. Wie können wir den Schutz der Gesundheit der Menschen bei Porsche sicherstellen? Das war die erste Frage. Und die zweite: Wie gelingt es uns, unseren Betrieb so weit wie möglich aufrecht zu erhalten? Das hat uns schon stark verändert. Wir haben bei uns im Unternehmen Schutzmechanismen installiert. Wir haben geschaut, wo wir operativ weiterarbeiten können. Wie organisieren wir Homeoffice? Da haben wir auch vom IT-Bereich eine sehr gute Unterstützung erhalten, sodass das vom ersten Tag an sehr gut möglich war. Für uns gilt es jetzt, die in dieser Zeit gesammelten Erfahrungen in die Zukunft zu tragen – es waren auch viele positive dabei. [2:25]

**SR:** Betrieb sicherstellen, aufrechterhalten, vor allen Dingen die Gesundheit in den Vordergrund stellen. Kai, wie war das bei dir, als die Corona-Phase kam und wie hast du persönlich oder auch dein Unternehmen darauf reagiert? [2:37]

**KD:** Auch mit Homeoffice – direkt und unmittelbar – was bei uns auch nicht so super kompliziert gewesen ist, weil wir ein digitales Produkt herstellen. Wir sind digitale Dienstleister. Wir sind im Bereich der digitalen Kommunikation unterwegs und das kann man auch grundsätzlich im Homeoffice organisieren. Die größere Schwierigkeit war für viele Mitarbeiter, dass sie eben nicht nur selbst zu Hause bleiben mussten, sondern auch ihre Kinder zu Hause hatten. Schulpflichtige Kinder, die den ganzen Tag über beschäftigt werden mussten. Und auch nicht schulpflichtige Kinder konnten nicht in Kitas geschickt werden. So war natürlich auch die Verfügbarkeit der Mitarbeiter nicht in jedem Team-Meeting gegeben. Jede Krise ist auch eine Chance. Was ich spannend fand an dieser Corona-Krise: Sie hat uns einen unglaublichen Digitalisierungsschub verliehen. Sehr viele Dinge, die bisher nicht möglich waren, waren auf einmal möglich – ob es das bargeldlose Zahlen oder die digitale Kommunikation gewesen ist. Digitale Treffen, ob bei Teams oder Zoom: Wer das auf einmal alles konnte, wer das auf einmal gemacht hat! Und da, finde ich, haben wir uns ein Stück weit zum Positiven verändert. Ansonsten ist es natürlich nicht nur für jeden Betrieb eine große Herausforderung gewesen sich

digital, unter den Bedingungen von Corona, organisieren zu müssen, sondern für mich war es auch eine Erfahrung, das in der Familie zu erleben und organisieren zu müssen. Wir haben zu Hause vier schulpflichtige Kinder, die auf einmal alle von morgens bis abends da gewesen sind. Zum Teil sehr gutes Homeschooling, zum Teil hat es auch nicht so reibungslos funktioniert. Und wir haben festgestellt, dass wir uns nicht daran erinnern konnten, in den letzten zehn Jahren als Familie so viel Zeit miteinander verbracht und so eng und exklusiv aufeinander gehockt zu haben. Auch das ist natürlich eine gewisse Herausforderung, weil man sich ja doch an der ein oder anderen Stelle sehr, sehr, sehr gut kennen lernt. Weil man ja auch davon lebt, dass man mitunter Zeit mit sich selber verbringt. Was aber unter diesen Bedingungen nicht möglich gewesen ist. Ich habe immer gesagt: Kinder, wir sind wahnsinnig privilegiert. Wenn wir hier in Deutschland von *Lockdown* reden, dann haben wir keine Ahnung von dem, was in Italien oder Spanien passiert, wo ein wirklicher *Lockdown* gewesen ist – mit Straßenkontrollen. Und auf der anderen Seite haben wir das Glück nicht in der Innenstadt zu leben, sondern draußen vor den Toren Berlins, in Potsdam. Mit einem großen Garten. Sodass sich auch dort der *Lockdown* wirklich im Kern darauf beschränkte, dass wir keine Freunde im Restaurant getroffen haben, die Kinder nicht zur Schule gegangen sind und ich nicht ins Büro gefahren bin. Ansonsten, finde ich, war das bei uns alles sehr überschaubar. [5:15]

**SR:** Danke Kai, hierüber werden wir gleich noch viel ausführlicher sprechen. Wir wollen jetzt erst einmal noch ein bisschen mehr über euch beide erfahren. Hier sind einige Fakten zu Oliver Blume und Kai Diekmann. [5:25]

**Vitae – weibliche Voice:** Oliver Blume ist Vorstandsvorsitzender der Porsche AG. Er startet seine berufliche Laufbahn bei der Audi AG und wechselt dann zu SEAT. Ab 2009 leitet er die Produktionsplanung der Marke Volkswagen, vier Jahre später wird er Vorstand für Produktion und Logistik bei Porsche, 2015 Vorstandsvorsitzender. Seit zwei Jahren ist er zudem Mitglied des VW-Konzernvorstands. Dort verantwortet der 52-Jährige die Konzern-Produktion, sowie die Konzern-Qualität. Darüber hinaus leitet er die VW-Markengruppe Sport Luxus mit Porsche, Bentley und Bugatti. Der passionierte Sportler lebt mit seiner Frau und zwei Töchtern in Stuttgart. [6:08]

Kai Diekmann ist Journalist, Buchautor und Unternehmer. Seine Karriere beginnt 1985 als Volontär beim Axel Springer Verlag. Er wird Korrespondent der Bild-Zeitung in Bonn. Nach einigen Jahren steigt er dort zum Chefredakteur auf, später wird Diekmann Gesamtherausgeber der Bild-Gruppe. Seit 2017 ist der 56-Jährige als Berater und Unternehmer tätig. Er ist

Mitbegründer der Mediaagentur Story Maschine. Der begeisterte Läufer lebt mit seiner Familie in Potsdam und auf der Ostseeinsel Usedom. [6:42]

**SR:** Kai, du bist ein Kommunikator durch und durch – wie wichtig ist Kommunikation in dieser Krisenzeit? [6:49]

**KD:** Also, zunächst einmal muss ich feststellen, dass es für mich wirklich ein Paradigmenwechsel ist, wenn ich heute hier sitze und Vorstandsvorsitzende sind deutlich jünger als ich. Wenn man selbst jahrelang immer der Jüngste gewesen ist und das dann so unbemerkt vorbei geht und man ist nicht mehr der Jüngste – das tut schon ein Stück weit weh. Kommunikation ist unheimlich wichtig. Kommunikation ist alles. Ich kann ein Unternehmen nicht erfolgreich führen, wenn ich nicht erfolgreich mit meinen Mitarbeitern kommuniziere. Sichtbare Führung ist für mich eines der Erfolgskriterien, um besser als meine Wettbewerber zu sein. Das war meine Erfahrung bei BILD: Die letzten 10 Prozent, die dich besser machen als deine Wettbewerber, erreichst du nicht, weil du deine Mitarbeiter besser bezahlst, weil sie noch mehr Geld kriegen oder irgendwelche fiktiven Positionen in der Hierarchie. Sondern weil sie an dich glauben, weil sie an deine Vision glauben, weil sie für dich, denjenigen, der voranmarschiert, durchs Feuer gehen. Das ist natürlich eine ganz entscheidende Frage der Kommunikation, wie du das überbringst, für was du stehst und wohin du willst. Das ist in Unternehmen der Größenordnung von Porsche eh schon eine große Herausforderung, weil ich ab einer bestimmten Größenordnung nicht mehr Mitarbeiter-Frühstücke veranstalten kann. Da bin ich nämlich Jahrzehnte damit beschäftigt. Sondern ich muss anders sichtbar führen. Und das ist natürlich besonders dann schwierig, wenn ich mit den Mitarbeitern nicht mehr zusammenkommen kann, weil wir eben Homeoffice haben oder weil Social-Distancing gilt. Aber Kommunikation ist für mich der Kern von allem. Ohne Kommunikation funktionieren wir nicht. Wir sind Social-Animals – die Kommunikation ist entstanden auf dem Affenbaum. Als wir alle noch auf dem großen Affenbaum lebten und uns gegenseitig das Fell gekraut und gelaust haben, ist daraus die Gebärdensprache entstanden. Nämlich um Informationen darüber zu bekommen, wer auf dem großen Affenbaum aufsteigt, wer absteigt, welche Äste brüchig sind und wer möglicherweise gerade an wessen Ast sägt. An den Themen hat sich bis heute nicht so viel geändert, aber aus der Gebärdensprache ist eine vernünftige Sprache geworden, mit der wir uns austauschen. [8:45]

**SR:** Kommunikation ist der Kern von allem. Oliver, 34.000 Mitarbeiter gibt es allein bei der Porsche AG, mit deinen Funktionen strahlst du ja darüber hinaus. Wie hast du für dich persönlich, aber auch mit deiner Mannschaft Kommunikation organisiert? [9:00]

**OB:** Ich teile zunächst erst mal uneingeschränkt, was Kai Diekmann gesagt hat: dass Kommunikation eine der wesentlichsten Führungsaufgaben und Führungsverantwortung ist. Und wir haben uns natürlich auch viele Gedanken darüber gemacht, als die Corona-Krise Porsche erreicht hat. Vom ersten Tag an war uns bewusst, dass diese Krise alle bei uns im Unternehmen stark belastet, stark fordert und viele Unsicherheiten mit sich bringt. Insofern haben wir uns zunächst so organisiert, dass wir einen täglichen Krisenstab aufgesetzt haben, in dem alle erforderlichen Funktionen vertreten waren, um das Unternehmen weiterführen zu können. Da sind wir sehr abgestimmt vorgegangen – besonnen, systematisch. Darüber hinaus haben wir überlegt, wie wir jeden einzelnen unserer über 34.000 Mitarbeiter bei Porsche auf Ballhöhe halten. Gerade mit der Herausforderung, dass wir viele davon natürlich auch nicht mehr direkt erreichen konnten. Wir haben daher täglich Informationen auf unsere internen Medien gestellt. Zum einen haben wir darüber informiert, was bei Porsche passiert. Damit haben wir Zuversicht darüber vermittelt, dass Porsche in guten Händen ist. Zum anderen haben wir aber auch Hinweise gegeben: Wie schützt man sich selbst, wie schützt man andere? Und wir haben darüber hinaus Videobotschaften abgesetzt – was ja mit den neuen Formaten auch eine sehr schöne Sache ist. Ich habe das in der akuten Krisen-Phase einmal in der Woche gemacht, sodass die Mannschaft auch das Gefühl hatte, von mir persönlich zu hören, wie es um Porsche steht und wie die nächsten Schritte aussehen. Und ich habe darüber hinaus – und das ist dann die Form der direkten Kommunikation – für mich persönlich entschieden, jeden Tag hier im Betrieb zu sein, weil es doch eine Reihe an Fragen gab. Sei es telefonisch oder von denjenigen, die hier im Betrieb waren. Ich sehe das für mich dann immer so, dass ein Kapitän immer der Letzte ist, der von Bord geht. Und daher war das für mich ein ganz wichtiges Signal, auch an die Mannschaft. [11:00]

**SR:** Du bist leidenschaftlicher Sportler, da kann man sicherlich auch ein paar Dinge aus dem Sport ins Berufsleben übertragen. Wie wichtig ist da auch die Grundhaltung? [11:11]

**OB:** Die Grundhaltung ist das alles Entscheidende. Optimistisch Themen anzugehen, positive Aspekte zu sehen, der Mannschaft Zuversicht zu geben. Wenn beim Fußball eine Mannschaft mit erhobenem Haupt auf den Platz geht – diese Einstellung ausstrahlt, das Spiel gewinnen zu wollen – ist das ganz was anderes, als wenn ich mit gesenktem Kopf abwarte, was der Gegner macht. Das heißt: immer angreifen, schauen, wo die Chancen liegen und das dann aber auch an die Mannschaft vermitteln. Das ist genau wie im Sport. Es geht um Mannschaftsaufstellung, es geht um Taktik, aber es geht auch um die Einstellung. Gerade die Einstellung war in dieser Corona-Phase für uns ganz besonders wichtig und ich kann im Nachhinein sagen: Ich bin richtig stolz darauf, wie die Porsche-Mannschaft das bewältigt hat. Das betrifft zum einen die Phase

der akuten Krise, als wir die Produktion auch stilllegen mussten – wie wir uns da schon vorbereitet haben auf das, was nach der Krise kommt. Aber dann zum anderen auch diese Riesenmotivation, als es wieder los ging. Die Disziplin zu haben, alle Regeln zu befolgen, die wir aufgestellt haben, aber auch den Kampfgeist, die Produktion dann wieder hochzufahren. Das betrifft alle anderen Bereiche bei Porsche natürlich auch, die entweder vor Ort den Betrieb aufrechterhalten haben, oder dies über digitale Medien getan haben. Unser Anspruch war es, die Krise als Chance zu nutzen und stärker daraus hervorzukommen, als wir reingegangen sind.

[12:30]

**SR:** Kai, du hast vorhin gesagt, dass man die letzten 10 Prozent praktisch über Visionen und auch über Leadership, also Führungsverhalten, rausholt. Ist es durch Corona jetzt noch wichtiger, sich aufs Wesentliche zu konzentrieren und das Wesentliche dann richtig zu machen?

[12:54]

**KD:** Also zunächst einmal hat ja die Corona-Krise für uns ein Stück weit Entschleunigung bedeutet. Du bist im Sprint und auf einmal wirst du ruhiggestellt. Das heißt, du wirst gezwungen, auch das eigene Tun mal zu überdenken und zu betrachten: Ist es eigentlich sinnvoll, so wie ich es gemacht habe? Also ist dieses rastlose Eilen von Flughafen, zu Flughafen, zu Flughafen wirklich sinnvoll oder gibt es andere Formen des Meetings bzw. der Kommunikation, mit denen ich schneller zum Ziel komme? Die Wahrheit ist doch, dass wenn ich meiner Frau heute Abend erzähle: Meine Güte ich musste heute morgen so früh raus und war in Stuttgart, dann bin ich wieder zurück gefahren. Was für ein anstrengender Tag. Was ist die Wahrheit? Ich bin heute morgen aufgestanden, hab mich ins Taxi gesetzt, habe im Taxi schon auf dem Handy rum gedaddelt, am Flughafen habe ich einen Kaffee getrunken. Dann sitzt du im Flugzeug, da bist du wieder am Handy. Im Taxi hierher liest du vielleicht ein bisschen Zeitung, dann arbeiten wir jetzt konzentriert anderthalb Stunden, dann geht es zum Flughafen zurück und wenn der Flug spät genug ist, gibt es vielleicht sogar schon einen Wein. Und dann sage ich abends: Ich bin erschossen. Naja, ist das wirklich effektiv arbeiten? Deswegen haben so viele von uns auch diese „Teams“-Meetings als so anstrengend empfunden, weil wir auf einmal in der Lage waren, nicht ein Meeting einmal am Tag von anderthalb Stunden zu machen, sondern die vier Mal hintereinander zu klatschen. Also, der Arbeitsalltag ist viel verdichteter und möglicherweise auch effizienter geworden. Das heißt vieles von dem, was uns lieb geworden ist und was wir schon immer so gemacht haben, haben wir auf einmal anders machen müssen. Und da liegt eben eine Chance. Ganz einfaches Beispiel: das Thema Bargeldloses Zahlen, was ja nie geht. Wenn ich mir meine Auseinandersetzungen mit Berliner Taxifahrern mal angucke, die mir dann immer erklären, warum die Maschine gerade kaputt ist und warum das und jenes nicht

geht. Wie das auf einmal alles funktioniert hat! Oder, dass selbst meine 81-jährige Mutter jetzt in der Lage ist, ihr Banking online zu machen, ist auch eine Sache, mit der ich wahrscheinlich so nicht mehr gerechnet habe und die natürlich ganz viel verändert. Insbesondere in einer Gesellschaft wie der unseren, die eher den umgekehrten Tannenbaum hat, also ganz viel von meiner Sorte – Baby-Boomer – und eigentlich zu wenig junge. Da sind ja noch viele, die ganz analog gelebt haben und jetzt begriffen haben, dass ganz viele Dinge eben auch digital passieren können und das auch nutzen. Und da liegt tatsächlich eine Riesenchance drin, dass vieles von dem, bei dem wir uns abgekämpft haben, was wir nicht durchgesetzt haben, einen aus der Notwendigkeit heraus irrsinnigen Schub bekommen hat. [15:13]

**SR:** Wir sprechen gleich noch mit Oliver Blume über die internationale Verantwortung von Porsche und wir erfahren von Kai Diekmann, was für ihn im Leben wirklich wichtig ist und ob die Pandemie daran etwas verändert hat. Jetzt hören wir uns aber zunächst einmal an, wie Corona den Arbeitsalltag bei Porsche beeinflusst hat. [15:30]

**Vitae – weibliche Voice:** In der Corona-Krise unterstützt Porsche medizinische und wohltätige Einrichtungen. Das jährliche Spendenvolumen steigt um fünf Millionen Euro. Auch zahlreiche Mitarbeiter werden aktiv. Sie engagieren sich bei Partnerorganisationen, helfen im privaten Umfeld und spenden: mehr als 215.000 Euro sind bislang durch die Aktion „Porsche hilft“ zusammengekommen.

Die Pandemie fordert Porsche in vielen Bereichen heraus. Zum Beispiel beim Aufrechterhalten der Lieferketten. Der Grund: die Hälfte der rund 1.300 Serienlieferanten sitzt im Ausland. Rund elf Prozent davon in besonders stark betroffenen Ländern wie China, Spanien und Italien. Jeder dritte Lieferant schließt vorübergehend die Tore. Inzwischen sind alle wieder lieferfähig.

Auch die Zusammenarbeit verändert sich, Meetings und Absprachen finden nun nahezu ausschließlich digital statt, so kann es trotz Hygieneregeln weitergehen. In Zahlen gesprochen: Mitarbeiter verschicken nun im Schnitt rund 300.000 Chatnachrichten am Tag, rund 65.000 virtuelle Besprechungen stehen jede Woche an. [16:40]

**SR:** Auch die Porsche-Welt ist digitaler geworden. Oliver, vielleicht gibst du uns einen Einblick. Es ist ja nicht alles auf Knopfdruck möglich, aber wie hat es Porsche, mit seiner Sportlichkeit geschafft, sich so flexibel und schnell auf diese herausfordernden Rahmenbedingungen einzustellen? [16:58]

**OB:** Wir haben uns schon frühzeitig über die Möglichkeiten von Homeoffice Gedanken gemacht, schon vor Corona. Und insofern liefen dort schon die Vorbereitungen, auch genug digitale

Anschlüsse zu haben – wir haben über 30.000 Anschlüsse zur Verfügung –, sodass wir dann vom ersten Tag an auch in der Lage waren, diese Form der Kommunikation zu ermöglichen. Dann ging das eigentlich von null auf 100 sofort los. Und da teile ich auch die Erfahrung, die Kai Diekmann gemacht hat, dass gerade die Art der Besprechungen, wie wir sie gemacht haben, zum Teil deutlich effizienter waren, als wir das zuvor erlebt hatten. Die Vorbereitung auf die Meetings war besser. Die Gesprächskultur ist deutlich effizienter geworden – in Bezug auf Ausreden lassen, auf den Punkt kommen, Entscheidungen treffen, Meetings pünktlich beginnen und abschließen, weil dann wieder das nächste kommt. Wir haben uns dann selbst auch mal hinterfragt. Zwischen den Standorten Zuffenhausen und Weissach oder Zuffenhausen und Weilimdorf haben wir uns zum Beispiel früher teilweise eine halbe Stunde ins Auto gesetzt, um zu einer Besprechung zu fahren. Dann ist diese halbe Stunde der Fahrt ja nicht produktiv. Das haben wir jetzt einfach damit rausgenommen, indem wir eben eine Besprechung nach der anderen gesetzt haben, was zum Teil auch anstrengender ist, aber mittlerweile haben wir da einen sehr schönen Rhythmus. Ich bin trotzdem davon überzeugt, dass es ohne persönliche Kontakte auch in Zukunft nicht gehen wird und da gilt es jetzt das richtige Maß zu finden, um diese tollen Erfahrungen, diese Effizienz in die Zukunft zu tragen und die richtige Mischung zu finden. Wann ist es notwendig, dass ich mich auch persönlich treffe? Weil das natürlich auch zum Teamgeist dazugehört. Es gibt manchmal auch Themen, bei denen es wichtig ist, mal eine Regung zu sehen, sich zu streiten, Emotionen rauszulassen. Und wo ist es dann eben auch angebracht, dass ich schnellere Themen mal über diese Formate löse? Ich ziehe da ein sehr positives Fazit. Ich finde das klasse, wie toll wir vorbereitet waren, wie unkompliziert das Ganze gelaufen ist, aber auch wie diszipliniert unsere Mannschaft damit umgegangen ist. [18:56]

**SR:** Durch Corona sind viele Menschen in Not geraten. Porsche wiederum engagiert sich seit jeher für die Gesellschaft, hat aber in dieser Corona-Krise noch mal sehr viel mehr Aktivitäten aufgelegt. Warum und was sind die Hintergründe? [19:13]

**OB:** Wir haben bereits vor einigen Jahren, als wir unsere Porsche Strategie 2025 aufgesetzt haben, zum ersten Mal Nachhaltigkeit als eine ganz feste Säule in unserer Strategie verankert. Und zwar Nachhaltigkeit gesamtheitlich gedacht. Einmal auf der wirtschaftlichen Seite, in Bezug auf sichere Arbeitsplätze, in Bezug auf Umwelt, Reduzierung von Emissionen – was wir jetzt mit dem Taycan sehr schön demonstriert haben, dem ersten Fahrzeug, das CO<sub>2</sub>-neutral produziert wird – aber vor allen Dingen auch auf der sozialen Seite: Menschen zu helfen, denen es nicht so gut geht. Und gerade dieser Zweig war für uns in der Corona-Krise ein ganz wichtiger. Es ist für uns ein Grundverständnis zu sagen, dass wir etwas abgeben und dort helfen, wo wir Möglichkeiten haben. Insofern sind wir so rangegangen, dass wir uns nicht selbst



frei Themen rausgesucht haben, sondern wir haben eine ganz gezielte Bedarfsanalyse gemacht – auch gemeinsam mit den Landesregierungen an unseren Standorten in Baden-Württemberg und Sachsen – und haben geprüft: Wo kann Porsche konkret helfen? Da sind wir zu einer Reihe von Feldern gekommen. Wir haben beispielsweise die Krisenstäbe in Baden-Württemberg und Sachsen mit Consulting-Know-how und IT-Know-how unterstützt. Dann haben uns die Ministerpräsidenten gesagt: Wir haben eigentlich gar keine richtige Beschaffungsorganisation, um das notwendige Schutzmaterial zu beschaffen. Wir bei Porsche haben die globale Lieferkette, und wir haben unsere weltweiten Partner, insbesondere auch in China, dafür genutzt, die notwendigen Schutzmaterialien zu beschaffen. Mit einem riesigen Einsatz. Das hat mir immer große Freude gemacht, wie die Mannschaft dort gekämpft hat. Wenn in irgendeinem Krankenhaus ad hoc Schutzmasken notwendig waren, dann wurden die über Nacht organisiert, waren am nächsten Morgen da. Darüber hinaus haben wir auch unser Spendenvolumen erhöht. Wir haben die Tafeln unterstützt an unseren Standorten, was wir auch weiterhin machen werden. Dabei haben wir festgestellt, dass durch die Schließung von Restaurants gerade auch diese Bereiche in Schwierigkeiten kommen. Was mich besonders gefreut hat: Wir haben zu ehrenamtlicher Hilfe bei uns im Unternehmen aufgerufen und da gibt es viele Menschen, die ganz besondere Fähigkeiten haben. Da gibt es ausgebildete Sanitäter, Leute, die sich mit IT besonders gut auskennen, aber auch welche, die sagen ich helfe mal und mache Botendienste, übernehme Fahrdienste. Das ist sehr gut bei den Hilfsorganisationen angekommen. Auch viele Helfer sagen – und ich bekomme heute noch Anrufe und auch viele Nachrichten –, dass die da eine Selbstverwirklichung gefunden haben, der Gesellschaft was zurückzugeben. Wir werden das auch in Zukunft weiterführen, weil dies ein Engagement ist, auf das Porsche sehr großen Wert legt. [22:02]

**SR:** Kai, du bist ja auch Unternehmer und gleichzeitig, wie wir alle, Teil der Gesellschaft. Wie ist dein Blick auf Corona und den eigenen Antrieb der Gesellschaft etwas zurückzugeben? [22:12]

**KD:** Das ist natürlich eine Frage der gesellschaftlichen Solidarität. Dass wir je nach Situation denen helfen müssen, die sich nicht selber helfen können und dann natürlich jeder nach seinen Möglichkeiten. Nach meinem Eindruck ist dort sehr viel passiert. Da funktioniert Deutschland einfach, da funktionieren wir auch als Gesellschaft und da funktionieren diese großen Unternehmen. Ich halte es grundsätzlich für sehr wichtig, dass auch die großen Unternehmen natürlich nicht nur den Dialog mit sich selbst, also mit den Mitarbeitern führen, sondern dass auch große Unternehmen immer in der Pflicht stehen, den Dialog mit der Gesellschaft zu führen, weil am Ende entscheidet die Gesellschaft über die Betriebserlaubnis für ein Geschäftsmodell. Wie wir ja auch in der Vergangenheit immer wieder gesehen haben und dann

eben auch die Gesellschaft mitunter einem Unternehmen, einer Branche die Betriebserlaubnis entzieht. Wenn wir beispielsweise an 2011 denken: als im Nachgang zu Fukushima die Entscheidung getroffen worden ist, die Kernenergie in Deutschland zu beenden. Eine Technologie, die wir großartig beherrscht haben, wo aber die Gesellschaft – und der Ausdruck ist die politische Willensbildung – entschieden hat: So geht das nicht weiter und deswegen machen wir Schluss. Das erleben Sie in Ihrer Branche auch. Längst wird ja nicht nur alleine in den Vorstandsetagen der Autokonzerne entschieden, wie Produktlinien, wie neue Autos aussehen, sondern die Politik mischt dort mit, die Politik immer wieder als Ausdruck der gesellschaftlichen Willensbildung. Stichwort Nachhaltigkeit, dass eben bestimmte Grenzwerte eingefordert werden, die Sie dann in ihren Produkten umsetzen und realisieren müssen. Wir reden immer über die B2B-Kommunikation, also Business to Business, wir reden über B2C – Business to Consumer – aber diese B2S-Kommunikation, Business to Society, halte ich für ganz wichtig, um mein Geschäftsmodell auch in Richtung der Gesellschaft abzusichern. Ich nenne mal ein ganz anderes Beispiel. Die großen Wohnungsunternehmen, die lange Zeit nicht mit der Gesellschaft kommuniziert haben. Wo zum Teil draußen gar nicht bekannt ist, wenn du einen Namen nennst, wer ist das eigentlich? Wer steckt dahinter? Wer ist da der Vorstandsvorsitzende? Jetzt haben wir in Berlin schon seit einigen Jahren Debatten darüber, dass die Wohnungsunternehmen verstaatlicht werden sollen. Das ist eine Debatte, die führen die Linken besonders gerne und das ist jetzt nicht besonders überraschend. Aber bedenklich wird es, wenn ich sehe, dass beispielsweise eine Mehrheit der Bundesbürger Sympathie für diese Forderung hat. Dann sage ich: Achtung, aufgepasst! An der Stelle habt ihr nicht genügend mit der Gesellschaft kommuniziert und erklärt, was ihr eigentlich im Sinne der Gesellschaft und für die Gesellschaft tut. Deswegen ist dieser Teil, Verantwortung gegenüber der Gesellschaft wahrzunehmen, wahnsinnig wichtig. [24:49]

**SR:** Oliver, du hast viele Jahre in Spanien gelebt. Du hast eine Verbundenheit zu Spanien, aber auch darüber hinaus zu anderen europäischen Ländern. Welche Rolle spielt hier Porsche, praktisch aus Deutschland heraus, wo die Wurzeln liegen, aber auch im europäischen oder internationalen Kontext? [25:05]

**OB:** Ich denke am Ende ist das eine weltweite Frage, wie wir als Gesellschaft zusammenleben. Porsche ist ein sehr internationales Unternehmen. Wir profitieren sehr davon, dass wir in allen Weltregionen sehr gut aufgestellt sind, haben dadurch eine hohe Flexibilität – natürlich auch wenn es in bestimmten Regionen Krisen gibt. Auf der anderen Seite sehen wir uns in der Verpflichtung, gerade auch anderen Regionen, anderen Ländern zu helfen. Wir haben also diese Aktivitäten, die wir über „Porsche hilft“ eingesetzt haben, nicht nur auf Deutschland bezogen,

sondern weltweit an unseren Standorten und da sind viele schöne Themen rausgekommen. Da hat beispielsweise unser Headquarter in Madrid mittags für hilfsbedürftige ältere Menschen gekocht. Wir haben in der Schweiz Essen besorgt von den Supermärkten, haben das ausgefahren. Aber auch größere Aktionen, beispielsweise in den USA, dass wir einen Speedster der letzten Elfer-Generation versteigert haben – am Ende sind 500.000 Dollar rausgekommen. Wir haben das dann noch mal verdoppelt und eine Million Dollar gespendet. Und so gab es vielzählige Aktionen über die gesamte Erdkugel. Ich finde es auch ganz besonders wichtig, sich innerhalb der Gesellschaft zu helfen. Jeder hilft dort, wo er helfen kann. Und das ist für mich eine sehr positive Erfahrung, die uns als Menschen noch weiter zusammengerückt hat, gerade in so einer Krise zusammenzustehen und gemeinsam diese Krise zu bewältigen. [26:30]

**SR:** Die Automobilindustrie befindet sich mitten in der Transformation. Über Digitalisierung haben wir gesprochen. Elektromobilität. Ist Corona in dieser Hinsicht eher ein Bremsklotz oder siehst du Porsche dort und auch die Automobilindustrie unverändert in der Spur? Weil ja eben die gesellschaftliche Erwartungshaltung und auch die Wünsche von Kunden, sich Träume zu erfüllen, genau in diese Richtung gehen – digitaler zu sein, nachhaltig unterwegs zu sein, elektromobil zu sein? [27:00]

**OB:** Auf der einen Seite hat die Corona-Krise die Wirtschaft natürlich stark getroffen, da geht es auch um finanzielle Mittel, die verfügbar sind. Aber da bin ich mittel- und langfristig absolut bei Kai Diekmann, der vorher angesprochen hat, dass wir auch in dieser Phase gelernt haben, uns auf das Wesentliche zu konzentrieren, bewusster zu leben. Mir persönlich ist es auch so gegangen, noch mal zu fragen: Was ist wirklich wichtig im Leben? Und dazu gehört eben auch, in einer Welt zu leben, die auch in Zukunft noch lebensfähig ist. Und deswegen bin ich fest davon überzeugt, dass gerade der Bedarf an Umweltschutz, an umweltfreundlichen Technologien in Zukunft noch deutlich zunehmen wird. Insofern gibt es von unserer Seite dazu ein ganz klares Commitment: So wie wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie aufgesetzt haben, so werden wir sie konsequent in die Zukunft tragen. Wir werden allein in den nächsten fünf Jahren 15 Milliarden Euro in Zukunftstechnologien investieren. Da ist ein sehr großer Teil eben auch für die Elektromobilität dabei, die eine unserer wichtigen Säulen sein wird. Wir wollen nachhaltig Mobilität gestalten und insofern denke ich, dass die Krise in Summe dem Ganzen noch eine Beschleunigung geben wird. [28:09]

**SR:** Was im Leben wirklich wichtig ist – ein gutes Stichwort, um dich das auch zu fragen, Kai: Hat sich da dein Pulsschlag verändert? Wie sieht dein Blick darauf aus? [28:18]

**KD:** Ich glaube, dass das ganz sicher so ist. Ich hatte das ja eben kurz erwähnt, dass dieser Moment der Entschleunigung dazu geführt hat, dass man sich neu organisiert hat. Buchstäblich übrigens neu organisiert hat. Unter den Bedingungen von Corona den Alltag zu gestalten war ja nicht nur eine Herausforderung für die großen Unternehmen, sondern für jeden Einzelnen, der seine Familie organisieren musste. Also, mit vier schulpflichtigen Kindern war es erst mal schwierig zu erklären, dass das nicht bedeutet, dass wir jetzt morgens bis zehn Uhr schlafen. Sondern wir haben zum Beispiel bei uns zu Hause dafür gesorgt – ich frühstücke jeden Tag mit meinen Kindern, wenn es irgendwie möglich ist – dass sie trotzdem um sieben Uhr aufstehen mussten und wir uns um 7:30 Uhr zum Frühstück getroffen haben. Und ich habe tatsächlich den Kindern, was ich sonst auch mache, ein Schulbrot geschmiert, was Sie dann mit auf ihr Zimmer genommen haben, um sich dann vor ihren Rechner zu setzen. Bei meinem Sohn, der in England zur Schule geht aber jetzt auch im Homeschooling in Deutschland war, ging es so weit, dass die Schule erwartet hat, dass er sich in Schuluniform vor den Rechner setzt, was er zunächst für eine Zumutung gehalten hat. Aber das ist eben auch ein Beispiel dafür, wie man dann dieses neue Leben strukturieren muss, damit es eben auch eine Form bekommt. Mir ist es so gegangen, dass ich am Anfang wirklich Schwierigkeiten hatte, abends auch zu definieren: Wann ist denn jetzt Schluss? Ich habe einen schönen Satz gelesen: „*How can I pretend, that I'm working, when I don't have any office?*“ Also auch diese Grenze hinzubekommen und klarzumachen: Man hat gearbeitet und jetzt kann man sich auch entfernen, obwohl man sich gar nicht entfernen muss. Das war eine dieser neuen Herausforderungen. Also, wir müssen uns neu aufstellen. Ich glaube, dass in vielen Familien Debatten in Gang gekommen sind, dass man Erfahrungen gemacht hat, die großartig sind. Ich glaube tatsächlich, es geht um die Dinge, die wichtig sind, auf die konzentriert man sich, man wird sich von Dingen verabschieden. Ich werde mich mit Sicherheit auch von einer Vielzahl von Flugreisen verabschieden, die ich in der Notwendigkeit nicht mehr sehe. Und ich muss ganz ehrlich sagen, dass ich ein Fan der Deutschen Bahn geworden bin – ein Stellwerk kannst du nämlich nicht im Homeoffice organisieren und wenn da nur einer ausfällt, sind alle weg. Und du musst trotzdem in der Lage sein, dass der Zug von Dortmund nach Hannover fährt und nicht – weil im Stellwerk keiner steht – dann doch weiter nach Berlin. An diesen Stellen wird tatsächlich das Thema Nachhaltigkeit eine andere Rolle spielen, wichtiger werden, bewusster werden. Dass wir alle durch Corona eine Vorstellung davon bekommen haben, was eigentlich dieser etwas abstrakte Klimawandel tatsächlich möglicherweise mit einer Gesellschaft und einer Weltpopulation machen kann. Wenn bei uns hier von heute auf morgen vorgeführt worden ist, wie ein äußeres Ereignis jedes einzelne Leben anders gestaltet und betrifft. [30:59]

**SR:** Äußeres Ereignis ist ein gutes Stichwort, denn jetzt möchte ich mit euch beiden ein kleines Spiel spielen. Ich werde euer Porsche-Wissen sozusagen testen und drei Motoren-Sounds einspielen. Es geht um den 911 GT2 RS. Oliver hat sofort ein Auge für den Wagen und weiß, um was es sich handelt. Es ist es ein absoluter Sportwagen, Kai. Der Sound hört sich gut an. Die Frage ist: Welcher der drei eingespielten Sounds ist tatsächlich der 911 GT2 RS? Hören wir uns mal die Nummer Eins an. [31:29]

**Motorensound 1** [31:44]

**SR:** In jedem Fall ein kraftvoller Sound. Wir haben ihn bewusst ein bisschen länger gelassen, damit ihr euch richtig reindenken könnt. Hier kommt Nummer Zwei. [31:50]

**Motorensound 2** [32:14]

**SR:** Das hörte sich schon richtig nach Rennstrecke an. Aber wir haben noch einen. Nummer Drei. [32:17]

**Motorensound 3** [32:43]

**SR:** So, Kai, jetzt spiele ich den Ball im übertragenen Sinne zu dir rüber. Hast du für uns einen Tipp? Welches ist der 911 GT2 RS? [32:51]

**KD:** Also ich sag es mal so: Keiner von den dreien hört sich so an wie meine Zweitakter-Schwalbe, die ich jetzt gerade für Usedom zum Geburtstag geschenkt bekommen habe. Also für mich ist es wirklich schwer zu beantworten. Ich würde vermuten, dass es die Nummer Eins ist. Aber ich stelle mir eine ganz andere Frage. Wenn ich mir einen Porsche kaufe, mache ich mir ja nicht über den Transport von A nach B Gedanken. Sondern ein Porsche ist ja ein Versprechen. Porsche ist etwas Sinnliches. Porsche ist ein Traum. Porsche ist eine Emotion. Und was wir hier jetzt gerade gehört haben, waren drei sehr eindrucksvolle Verbrennungsmotoren. Wenn es irgendwann diesen Porsche auch als Elektrofahrzeug gibt, wird dann der Sound auch entsprechend eingespielt? [33:34]

**SR:** Das sind gute Fragen. Aber erstmal machen wir beim Gewinnspiel weiter. Oliver, hast du eine Idee? [33:38]

**OB:** Ich versuche erst mal, die Frage zu beantworten und dann noch mal den Hinweis, den Kai Diekmann gegeben hat. Also der GT2 RS ist ein Turbomotor, insofern können wir den zweiten Sound ausschließen. Der Erste und der Dritte waren sehr ähnlich. Ich wäre dann auch beim Ersten. Und bei dem Punkt den Kai Diekmann einbrachte: Wie sieht das bei Elektromotoren aus?

Wir sind der Meinung, dass ein Motor immer authentisch sein muss. Das ist für uns am Ende albern, wenn wir da jetzt Verbrennungssound aufsetzen, was technisch natürlich möglich wäre für ein Elektrofahrzeug. Wir sind beim Taycan vielmehr in die Richtung gegangen, den Sound von der Elektromaschine abzugreifen. Und das ist eine große Arbeit, genau auch die Frequenzen rauszubekommen, dass dieser Sound für den Fahrer auch attraktiv aufgenommen wird. Wir haben die Möglichkeit, diesen elektrischen Sound auch nochmal zu verstärken im Fahrzeug und unsere Meinung ist: Ein Verbrennungsmotor muss klingen wie ein Verbrennungsmotor, Porsche-typisch. Und ein Elektrofahrzeug muss genauso Porsche-typisch nach Elektro klingen. [34:38]

**SR:** Oliver, vielen Dank für die Erklärung. Jetzt lösen wir schnell noch unser Rätsel auf. Ihr habt beide getippt, dass sich der Porsche 911 GT2 RS hinter Sound Eins verbirgt – und das stimmt. Sehr gut. Herzlichen Glückwunsch. Sound Nummer Drei war das aktuelle Cayenne Coupé, wie Oliver richtig gesagt hat, ebenfalls mit Turbomotor. Und Sound Nummer Zwei war der 919 Hybrid, unser dreimaliger Gesamtsieger beim 24-Stunden-Rennen von Le Mans. Stichwort Hybrid. Oliver, vielleicht sagst du auch noch etwas dazu. Beim Dreiklang der Antriebe, da spielt der Hybrid bei Porsche ja auch eine Rolle. [35:11]

**OB:** Ja, wir sind in einer Transformation in der Automobilindustrie. Die Automobilindustrie, so ist meine Meinung, wird sich in den nächsten fünf Jahren mehr verändern als in den 50 Jahren zuvor. Und insofern ist es für uns besonders wichtig, unser Antriebs-Portfolio so flexibel wie möglich zu gestalten. Jedes Konzept auf seine Art. Jedes typisch Porsche. Wir werden mit Benzinmotoren Porsche in die Zukunft fahren, wie beispielsweise beim 911. Wir haben sehr leistungsstarke Hybridmotoren – und das ist ein Erfolgsgeheimnis der Porsche-Hybridmotoren, weil wir die von der Leistung sehr performant aufgesetzt haben, beispielsweise beim Panamera und beim Cayenne. Und wir haben als dritte Säule die Elektromobilität. Und wir werden in den nächsten zehn Jahren in der Lage sein, jedes der drei Porsche-Segmente – die zweitürigen Sportwagen, die Limousinen, aber auch die SUVs – jeweils mit diesen drei Antriebsvarianten anbieten zu können. Das hat den Hintergrund, dass jede Antriebsart für unterschiedliche Zwecke ausgelegt ist, aber auch die Flexibilität, dass sich die Weltregionen sehr unterschiedlich verändern werden. Flexibilität ist das Gebot der Stunde und wir glauben, dass wir damit richtig aufgestellt sind. [36:25]

**SR:** Kai Diekmann hatte noch ein gutes Stichwort gegeben. Es geht um Emotionen, um Leidenschaft und darum, sich einen Traum zu erfüllen. Und der Porsche Taycan, der voll elektrische Taycan, ist unserer Meinung nach in der Hinsicht etwas, das in die Richtung geht.

Traum erfüllen ist auch ein gutes Stichwort. Ich habe noch einen Sound für euch mit einem Augenzwinkern. Oliver Blume hat ja gesagt, jeder Sound muss typisch sein für jeden Motor und ich bin mal gespannt, ob ihr eine Idee habt, welches Fahrzeug hinter diesem Sound steckt?  
[36:55]

**Motorsound Traktor** [37:06]

**SR:** Spitzname dieses Fahrzeugs ist Rotnase. [37:09]

**KD:** Ich würde jetzt spontan sagen, das ist ein LKW. [37:11]

**SR:** Das ist nah dran, aber es ist... [37:12]

**OB:** Als Student bin ich mal eine Ente gefahren und gerade, wenn man die im Winter angekurbelt hat, dann hörte sich das sehr ähnlich an. Die war im Übrigen auch rot. Aber Porsche hat ja auch eine gute Tradition mit Traktoren. Insofern glaube ich, dass das ein Porsche Traktor war. [37:29]

**SR:** Genau, richtig. Porsche Diesel Junior. Satte 14 PS und wegen der eleganten Motorhaube Rotnase genannt. Steht hier auch im Museum und war im Superbowl Spot von Porsche auch mit dabei, augenzwinkernd. [37:42]

**SR:** Liebe Zuhörerinnen und Zuhörer natürlich haben wir auch für euch ein Motoren-Sound-Rätsel vorbereitet und zwar im Rahmen eines Gewinnspiels.

### **Gewinnspiel – weibliche Voice:**

Die Porsche AG verlost eine exklusive Werksbesichtigung im Stammwerk Zuffenhausen – mit etwas Glück vielleicht sogar inklusive eines kurzen Austauschs mit Vorstandschef Oliver Blume. Das Gewinnspiel läuft ab sofort bis zum Erscheinungstermin der nächsten 9:11-Podcast-Folge. Unter allen richtigen Einsendungen lost Porsche einen Gewinner aus. Mitmachen kann jeder, der mindestens 18 Jahre alt ist. Im Porsche Newsroom unter [www.porsche.newsroom.de](http://www.porsche.newsroom.de) sind die ausführlichen Teilnahmebedingungen zu finden – wie auch der ein oder andere Hinweis.  
[38:29]

**SR:** So, fehlt nur noch eines. Um zu gewinnen müsst ihr unsere Frage richtig beantworten und zwar: welches Fahrzeug versteckt sich hinter dem folgenden Sound?

**Motorsound** [38:54]

**SR:** Oliver und Kai, wir haben viel über Corona, über die Herausforderungen, über die Chancen gesprochen. Zum Abschluss unseres Podcasts: Ist es möglich, dass Wirtschaft und Gesellschaft durch Corona stärker werden? [39:09]

**KD:** Ich glaube, wenn wir die richtigen Schlüsse ziehen, dann können wir als Wirtschaft und Gesellschaft resilienter werden, um diesen Modebegriff zu benutzen. Da müssen wir aber auch in die richtige Richtung gehen. Ich bin mir nicht sicher, ob alles was wir zurzeit tun, insbesondere aus Richtung der Politik, wenn ich mir die wirtschaftlichen Rettungsmaßnahmen angucke, am Ende wirklich zielführend ist. Ich finde, dass uns insbesondere die Politik in Deutschland gut durch die Corona-Krise geführt hat. Mit den richtigen Maßnahmen. Der richtigen Ansprache. Das war eines der Erlebnisse am Anfang dieser Krise. In der zweiten oder dritten März-Woche, als Bundeskanzlerin Angela Merkel sich in einer Fernsehansprache an die Bevölkerung gewandt hat: Das fand ich schon einen historischen Moment, den man auch nicht vergessen wird, der sozusagen den Beginn dieses Lockdowns markiert hat. Im Moment ist mein Eindruck, dass die Politik bemüht ist zu vermitteln, sie könne alle Lebensrisiken, die mit dieser Krise zusammenhängen, finanziell abfedern. Es sei alles nur eine Frage des Geldes. Da mach ich mir schon Sorgen, was aus dem freien Spiel der Kräfte werden soll, ob dort das Geld in die richtigen Kanäle fließt. Ob wir nicht möglicherweise dann doch wieder Geschäftsmodelle und Branchen künstlich am Leben erhalten, die auch ohne Corona mittelfristig nicht überlebensfähig sind und die jetzt durch die Corona-Krise eben unter Wasser gedrückt worden sind und an den Punkt gekommen sind, wo sie ohnehin hinkommen. Wir brauchen die richtigen Impulse. Digitalisierung gehört für mich ganz sicher dazu, dass wir diesen Schwung nehmen. Die Erkenntnis, dass wir vieles einfacher machen können, dass wir Dienstleistung einfacher machen können, dass wir neue Dienstleistungen kreieren. Ich war immer ganz beeindruckt von Restaurants, die nicht einfach nur gesagt haben, wir schließen jetzt den Laden und bitten die Stammkunden irgendwo auf ihrem Portal zu spenden, sondern mich haben die beeindruckt, die umgestellt und gesagt haben: Hier gibt es jetzt die drei Speisen und die liefern wir aus. Also andere Dienstleistungen kreiert, erfunden haben. Ich habe große Hoffnung, wenn wir hier die richtigen Schlüsse aus der Krise ziehen. Zudem würde ich mir wünschen, dass wir in Sachen Deregulierung noch viel mutiger sind. Im Zusammenhang mit der Krise setzen wir ja viele Dinge vorübergehend aus. Etwa Öffnungszeiten. Oder was auch in der Krise passiert ist: Das Sonntagsfahrverbot für LKWs wurde aufgehoben, um die Versorgungslinien aufrechtzuerhalten. Warum können wir uns jetzt nicht viel mehr trauen, als jetzt wieder nur alles und alles mit Geld zuzuschütten, was ja am Ende auch wieder vom Steuerzahler bezahlt werden muss, im Zweifelsfall von dem Steuerzahler, der noch gar nicht geboren ist. Das ist die Sorge, die ich



habe. Die Hoffnung, die ich habe, ist tatsächlich, dass wir die richtigen Schlüsse ziehen und stärker aus dieser Krise gehen, als wir in die Krise gegangen sind. [42:36]

**SR:** Oliver, wie fällt Dein Fazit aus? [42:38]

**OB:** Ich finde auch, dass die Krise insbesondere in Deutschland von der Bundesregierung, von den Ländern und von den Kommunen ganz hervorragend gemanagt wurde. Mit einer großen Transparenz, einer Information, aber auch einer Konsequenz, wie Entscheidungen getroffen wurden. Wenn man das jetzt im internationalen Vergleich sieht, sieht man das auch an den Messwerten. Insofern habe ich auch wenig Verständnis für Stimmen, die dann im Nachhinein hochgekommen sind und gesagt haben, man hätte die oder die Entscheidung anders treffen müssen. Im Nachhinein ist es immer einfach. Es ist gut noch einmal ein *lessons learning* zu machen. Wie würde man in Zukunft mit sowas umgehen? Aber mein Fazit fällt absolut positiv aus, wie das Ganze gemanagt wurde. Im Übrigen aber auch mit welcher Disziplin das von der Gesellschaft, von der Bevölkerung in Deutschland umgesetzt wurde. Ich denke auch die Krise war ein großer Anstoß, uns nochmal auf unsere Werte, auf das Wesentliche zu besinnen. Und das ist auch ein Zeichen für die Zukunft, sich durchaus häufiger mal selbst zu hinterfragen. Wir kennen das aus dem persönlichen Leben, das es manchmal Einflüsse Bedarf, ob äußere oder selbstgewählte, um sein Leben noch mal zu verändern, Dinge in Frage zu stellen. Etwa wenn man den Wohnort wechselt, wenn man mit der Schule fertig ist und überlegt was man macht, oder ob das im negativen Sinne Krankheiten sind. Das ist, denke ich, für uns eine Riesenchance, sich durchaus auch mal zu hinterfragen, wenn es keinen Anstoß gibt. Das Positive dabei war, dass dieser Anstoß alle betroffen hat und wir jetzt daraus unsere Schlüsse ziehen und dass wir für die Zukunft, das wäre so mein Wunsch, eben auch sagen: Ist diese Wachstumsspirale um jeden Preis wirklich das Richtige oder lassen wir auf der einen Seite mal Sachen weg und konzentrieren uns auf das, was das Leben wirklich ausmacht? In Summe, denke ich, ist es jetzt wichtig, die Gesellschaft und die Wirtschaft besonnen und systematisch hochzufahren. Kai Diekmann hatte die Mittel angesprochen, die jetzt auch von der Bundesregierung in Deutschland zur Verfügung gestellt werden. Positiv finde ich, dass man das gesamtheitlich gemacht hat, weil es natürlich auch schwierig ist, sich nur auf bestimmte Felder zu konzentrieren und andere wegzulassen. Die Schwierigkeit besteht natürlich darin, dass ich dann auch mal auf falsche Felder setze und sage: Die sind vielleicht dann doch nicht so zukunftsfähig – aber die Grundeinstellung war positiv. Die Summen, das werden wir in Zukunft sehen, sind natürlich eine riesige Last, die wir als Gesellschaft zu tragen haben, aber ich glaube da gibt es auch keine andere Wahl, als jetzt beherzt Geld in die Hand zu nehmen. So wie wir in Deutschland aufgestellt sind, wie die deutsche Mentalität ist, werden wir das auch gemeinsam

schaffen. Und das ist auch so eine schöne Erkenntnis dieser Krise, dass wir uns alle miteinander unterhaken und jeder für den anderen da ist. [45:16]

**KD:** Wenn übrigens Helmut Kohl nach dem Fall der Mauer immer kritisiert wurde, was man alles hätte machen können, was er falsch gemacht hat im Zuge der Wiedervereinigung, hat er immer gesagt: „Bei der nächsten Wiedervereinigung machen wir alles anders.“ [45:28]

**SR:** Wir könnten noch lange weitersprechen, aber an der Stelle ist unser Podcast für den Moment zu Ende. Vielen Dank für den kurzweiligen, interessanten Austausch und euch allen vielen Dank fürs Zuhören. Wenn ihr Anregungen oder Feedback habt, dann schreibt uns an [911-podcast@porsche.de](mailto:911-podcast@porsche.de). Auf bald, macht's gut. [45:48]

**KD + OB:** Tschüss, danke. Vielen Dank, hat Spaß gemacht. [45:50]