Porsche představuje novou strategii do roku 2035

07/10/2026 Společnost Porsche AG představila v rámci akce „Capital Markets Day“ svou strategii „Sportwagenschmiede '35“, která se zaměřuje na její střednědobé cíle. Kultovní značka si klade za cíl dále zdokonalit a rozšířit svou identitu výrobce sportovních vozů pomocí nových produktů a technologií. Očekává se, že lepší cenové nastavení a produktový mix spolu s programem snižování nákladů a štíhlejší, flexibilnější organizací mají vést k vyšší ziskovosti a tvorbě hotovosti při současném snížení kapitálové náročnosti.

Porsche dnes ve vývojovém centru ve Weissachu představilo na Capital Markets Day novou strategii „Sportwagenschmiede '35“. Jejím hlavním cílem je dále posílit pozici Porsche jako jednoho z nejžádanějších výrobců sportovních vozů. Hlavním cílem je posílit pozici společnosti Porsche jako jednoho z nejžádanějších výrobců sportovních vozů. Základem pro to je jedinečné postavení značky. Díky působení v segmentu sportovního luxusu i vrcholném prémiovém segmentu chce Porsche kombinovat vysokou ziskovost s výhodami většího výrobního měřítka. Společnost se i v budoucnu bude řídit svým principem „Value over Volume“ (hodnota nad objemem). V kombinaci s štíhlejší, rychlejší a flexibilnější organizací a efektivnějšími procesy usiluje Porsche o výrazně nižší hranici rentability, kterého má být

dosaženo při méně než 200 000 kusech.

Ve střednědobém horizontu společnost usiluje o provozní marži z tržeb na úrovni 10 až 15 procent a marži čistého peněžního toku v automobilovém segmentu na úrovni 9 až 12 procent. Dlouhodobým strategickým cílem je 15procentní provozní marže z tržeb a 12procentní marže čistého peněžního toku v automobilovém segmentu.

„V rámci naší strategie Sportwagenschmiede '35 sledujeme jasný plán. Konečným cílem je dále posílit naši jedinečnou značku sportovních vozů – a to napříč všemi modelovými řadami a prostřednictvím nových, velmi atraktivních modelů v segmentech s obzvláště vysokou marží," říká Dr. Michael Leiters, předseda představenstva společnosti Porsche AG. „Naše strategie položí základy pro to, aby se Porsche ve třech fázích stalo výrazně efektivnějším, produktivnějším a ziskovějším. V současné době se soustředíme především na snižování nákladů a posílení finanční stability společnosti. Některých důležitých milníků jsme již dosáhli."

Například byl se zástupci zaměstnanců dohodnut tzv. Future Package který kromě sociálně odpovědného snížení počtu pracovních míst o 9 000 zahrnuje také závazek zajistit pracovní místa klíčovým zaměstnancům až do roku 2035. V rámci zaměření na hlavní podnikatelskou činnost již byla rovněž realizována klíčová opatření. Patří mezi ně prodej podílů ve společnostech Rimac and Bugatti Rimac, podepsání smlouvy o prodeji poradenské dceřiné společnosti MHP consulting subsidiary a plánované ukončení vývojových a výrobních činností skupiny Cellforce Group, jakož i společností Porsche eBike Performance a Cetitec.

Kromě toho bude Porsche těžit z rozšířeného produktového portfolia. Prvním krokem budou plně elektrické modely 718 Boxster a Cayman, od nichž se očekává, že podpoří prodej již v prvním plném roce výroby v roce 2028. Také v roce 2028 bude představen nový SUV v segmentu B, který bude nabízen souběžně se současným plně elektrickým modelem Macan. Očekává se, že tento nový vůz, vybavený spalovacím motorem a plug-in hybridním pohonem, výrazně přispěje k tržbám a ziskovosti v roce 2029, a to po rozběhu sériové výroby v roce 2028. Následovat budou další uvedení nových produktů na trh, především v segmentech D a E s obzvláště vysokými maržemi, od nichž se očekává další zlepšení ziskovosti.

Dr. Leiters: „Naše strategie se velmi silně zaměřuje na naše střednědobé cíle, aby se přijatá opatření a s nimi spojené výsledky projevily co nejdříve. Pojem ‚Sportwagenschmiede' byl zvolen záměrně, protože vystihuje vše, co chce Porsche v budoucnu reprezentovat: naši snahu nabízet nejsportovnější vozy ve všech segmentech, ale také řemeslnou zručnost, pragmatické uvažování a podnikatelské, obchodně orientované jednání. „Naším cílem je být atraktivní pro zákazníky, zaměstnance, partnery i investory."

Strategie „Sportwagenschmiede '35" je na Dni kapitálových trhů rozdělena do pěti kapitol. Jedná se o kapitoly Značka a zákazníci, Produkty a technologie, Podnik a provoz, Podpůrné faktory a Finanční cíle. Níže jsou uvedeny klíčová sdělení a fakta týkající se jednotlivých kapitol.

Značka & zákazník

Porsche dále upevňuje svou identitu jako značka sportovních vozů. Společnost zůstává věrná svému hlavnímu principu „Hodnota nad objemem". Kvalita produktů i služeb zůstává jedním ze základních předpokladů dlouhodobého ekonomického úspěchu Porsche. Právě to totiž přímo oslovuje zákazníky.

- Značka Porsche se vyznačuje zejména designem, exkluzivitou, výkonem, tradicí a potěšením z jízdy. Tyto vlastnosti tvoří základ jedinečného postavení značky Porsche.
- Jako žádný jiný výrobce zaujímá Porsche jedinečné postavení, které propojuje segmenty sportovních vozů vyšší třídy a sportovního luxusu. Toto postavení má být důsledně rozvíjeno, aby zákazníkům i nadále poskytovalo atraktivní vstup do značky a zároveň cíleně expandovalo do exkluzivnějších segmentů s vyšší marží.
- Porsche plánuje posunout značku na vyšší úroveň, mimo jiné prostřednictvím rozšířených možností individualizace a rozšířením produktového portfolia do exkluzivnějších a ziskovějších segmentů. Tímto způsobem chce výrobce sportovních vozů ve střednědobém horizontu zvýšit průměrnou prodejní cenu svých špičkových modelů o přibližně 20 procent, a to na základě odpovídající produktové podstaty.
- Společnost Porsche chce systematicky rozšiřovat svou nabídku individualizace s cílem ve střednědobém horizontu výrazně zvýšit tržby z volitelných doplňků na jedno vozidlo. Prostřednictvím programu „Sonderwunsch" plánuje Porsche rozšířit svou nabídku vysoce individualizovaných vozidel. Ve střednědobém horizontu hodlá Porsche šestinásobně zvýšit tržby z této oblasti podnikání. To by mělo přispět k dalšímu posílení atraktivity a exkluzivity značky.
- V budoucnu Porsche seskupí své aktivity ve třech oblastech – Performance (včetně Manthey), Exclusiveness (Sonderwunsch a Exclusive Manufaktur) a Heritage – pod zastřešujícím pojmem „Home of Sports Cars". V popředí nabídky stojí zavedený program Sonderwunsch, který má být dále rozšiřován.
- V rámci toho Porsche posiluje svou divizi Performance zvýšením podílu ve společnosti Manthey Racing GmbH na 67 procent. Tím se prohloubí úspěšná spolupráce se specialisty na sportovní vozy na Nürburgringu. Společná nabídka má být dále rozšířena – od výkonnostních sad a exkluzivních zážitků na okruhu až po kompletní koncepce vozidel v segmentu limitovaných sérií.
- Kromě toho chce Porsche prostřednictvím iniciativy zaměřené na kvalitu dosáhnout dvou cílů: dále zlepšit vnímanou kvalitu produktů a služeb ze strany zákazníků a zároveň ve střednědobém horizontu snížit náklady na záruky až o 45 procent.

Produkty & technologie

Cílem společnosti Porsche je učinit svá vozidla ještě exkluzivnějšími a žádanějšími. Porsche chce snížit

komplexitu modelové nabídky a soustředit se na menší počet variant. Ve střednědobém horizontu plánuje počet modelových variant snížit přibližně o 20 procent, což by mělo zvýšit průměrný prodej na jednu variantu asi o 30 procent. Jeho jasným cílem je nabízet nejsportovnější vozidlo v každém segmentu, ve kterém působí, a zároveň ještě výrazněji zdůrazňovat DNA modelu 911 napříč všemi modelovými řadami.

- Větší zaměření na modelovou řadu a vyšší efektivita: Porsche snižuje složitost své modelové řady tím, že usiluje o snížení počtu modelových variant přibližně o 20 procent. Očekává se, že to ve střednědobém horizontu zvýší objem prodeje na jednu modelovou variantu přibližně o 30 procent.
- Větší fokus na segmenty D/E s vysokou marží: Porsche chce ve střednědobém horizontu zvýšit jejich podíl v portfoliu přibližně o 45 procent.
- Více exkluzivních vlajkových modelů a derivátů: Porsche oznamuje vývoj platformy supersportovních vozů s motorem uprostřed, která umožní vznik modelové řady nad ikonickým sportovním vozem 911.
- Kromě toho bude nabídka modelu 911 v segmentu D posílena o vysoce emotivní deriváty modelu 911.
- Porsche rovněž zkoumá možnost uvedení SUV v segmentu D, které by se řadilo nad model Cayenne. To vše má za cíl zvýšit atraktivitu, exkluzivitu a ziskovost portfolia.
- Mimořádně atraktivní produktové portfolio: do roku 2030 plánuje Porsche každoročně uvést na trh alespoň jeden nový produkt, který bude charakteristický pro značku. Spolu s dalšími vylepšeními stávajících modelových řad tak vznikne základ pro portfolio, které bude více než kdy jindy symbolizovat exkluzivní, emotivní a nezaměnitelný zážitek ze sportovních vozů Porsche.
- Porsche se drží svého trojstranného přístupu k pohonným jednotkám, ještě více se zaměřuje na zákazníka a dále rozvíjí svou strategii v oblasti pohonných jednotek. Porsche oznamuje investice do charakteristických pohonných jednotek se spalovacím motorem a plug-in hybridů (PHEV), stejně jako do nové generace bateriových technologií.
- Nejsportovnější vůz v každém segmentu relevantním pro značku Porsche díky technologiím, které definují značku: Porsche posiluje svou sportovní DNA ve všech dvou- i čtyřdveřových modelových řadách a napříč všemi koncepcemi pohonných jednotek.
- Flexibilní strategie platforem se silnými partnery: Porsche prohlubuje spolupráci s Audi prostřednictvím platforem PPE a PPC. To umožní efektivnější využití vývojových zdrojů a zároveň zachová jedinečný charakter každé značky díky technologiím a prvkům specifickým pro danou značku.

Podnik & provoz

Ve střednědobém horizontu chce Porsche snížit hranici rentability a zvýšit odolnost společnosti tím, že zrychlí a zefektivní svou organizaci a procesy a zvýší jejich flexibilitu a produktivitu. Společnost zároveň

zkracuje dobu vývoje nových modelů, více využívá synergie v nákupu, snižuje výrobní náklady a optimalizuje svou prodejní strukturu.

- Společnost Porsche si klade za cíl snížit náklady na vývoj budoucích modelových řad až o 20 procent. Toho má být dosaženo především díky výrazně kratším dobám vývoje, rozšířeným interním kapacitám, modulárnějšímu vývojovému procesu a menší složitosti napříč modelovými řadami.
- Dceřiné společnosti Porsche Engineering a Porsche Digital se sloučí do společnosti Porsche Technologies. Cílem této fúze je posílit globální vývojové kompetence společnosti Porsche s cílem ještě lépe využívat globální odborné znalosti při nižších nákladech.
- Porsche plánuje ve střednědobém horizontu snížit personální náklady ve výrobě až o 30 procent. Další potenciál vyplývá z optimalizace procesů, výrobně orientovaného designu produktů a flexibilní výroby různých modelů na stejné výrobní lince.
- Náklady na prodej a distribuci mají být ve střednědobém horizontu sníženy o 20 procent, a to mimo jiné díky efektivnější organizaci – například snížením počtu prodejních regionů z pěti na čtyři, zavedením nákladově efektivnějších prodejních procesů a zvýšením efektivity v distribuční a prodejní organizaci.
- Komplexní program snižování materiálových nákladů má za cíl snížit náklady na jednotlivé materiály u projektů nových vozidel přibližně o 10 procent ve srovnání s předchozími plány. Toho má být dosaženo zejména zvýšením podílu společných dílů, zaměřením se na oblasti odlišující jednotlivé značky a posílením synergií v rámci partnerské a koncernové sítě.

Podpůrné faktory

Podpůrné faktory tvoří základ tří pilířů strategie Sportwagenschmiede '35. Klíčovou roli zde hraje balíček „Future Package“, neboť opatření v něm dohodnutá přispívají ke snížení personálních nákladů a ke zvýšení produktivity.

Štíhlejší řídící struktury a rychlejší rozhodování mají za cíl zvýšit agilitu a efektivitu společnosti. V této souvislosti Porsche mimo jiné plánuje následující::

- Počet manažerských pozic bude ve střednědobém horizontu snížen o 40 procent.
- Celkově bude ve střednědobém horizontu snížen počet zaměstnanců v přímých i nepřímých funkcích o 25 procent – přičemž strategickým cílem je 30 procent.
- Kromě toho dojde díky opatřením přijatým v rámci balíčku „Future Package“ ke snížení personálních nákladů o přibližně 10 procent.
- Společnost Porsche odměňuje výkon, osobní odpovědnost a přínos ke společnému úspěchu. Bonusy a mimořádné odměny jsou proto úzce spojeny s individuálním přínosem k finančním výsledkům

společnosti. Kromě toho Porsche plánuje předložit výborům návrh na zavedení programu zaměstnaneckých akcií pro rok 2028.

Finanční ambice

Prostřednictvím své strategie „Sportwagenschmiede '35“ si Porsche klade za cíl posílit svou konkurenceschopnost, ještě více se zaměřit na princip „hodnota před objemem“ a dále zvýšit kapitálovou efektivitu a tvorbu hotovosti. Ambicí Porsche je, aby tržby rostly rychleji než objem prodeje, zisk rychleji než tržby a tvorba hotovosti ještě vyšším tempem. „Cílené zlepšení ziskovosti a tvorby hotovosti je založeno na vyšší hodnotě na jedno vozidlo, atraktivnějším produktovém mixu a trvale efektivnější nákladové a kapitálové základně,“ vysvětluje Dr. Jochen Breckner, člen představenstva zodpovědný za finance a IT. Střednědobé a dlouhodobé strategické finanční ambice jsou přímým důsledkem těchto priorit.

- Strategie „Sportwagenschmiede '35“ podporuje ziskovost, kapitálovou efektivitu a tvorbu hotovosti společnosti Porsche. Ve střednědobém horizontu Porsche potvrzuje svůj cíl dosáhnout provozní marže z tržeb na úrovni 10 až 15 procent.
- Kromě toho si Porsche nyní stanovilo cíl dosáhnout ve střednědobém horizontu marže čistého peněžního toku v automobilovém segmentu ve výši 9 až 12 procent. Kromě robustního plánování, které již zohledňuje dnes známé negativní faktory, je tento cíl založen na kombinaci zvyšování ziskovosti a snižování kapitálové náročnosti, což strukturálně zlepšuje konverzi hotovosti.
- Dosažení horní hranice těchto cílů vyžaduje příznivější makroekonomické, geopolitické a regulační prostředí – a/nebo úspěšnou realizaci dalších iniciativ zaměřených na tvorbu hodnoty.
- Pokud jde o tržby koncernu, Porsche si ve střednědobém horizontu klade za cíl dosáhnout 41 až 45 miliard eur.
- Jako dlouhodobý strategický cíl si Porsche klade za cíl dosáhnout provozní rentability tržeb koncernu ve výši 15 procent a marže čistého peněžního toku v automobilovém segmentu ve výši 12 procent.
- Silná tvorba hotovosti přináší další strategickou a finanční flexibilitu, která umožňuje investovat do hlavní podnikatelské činnosti, dále posilovat rozvahu prostřednictvím případného dodatečného financování penzijních fondů a poskytovat akcionářům atraktivní výplaty. Dividendová politika si klade za cíl výplatní poměr ve výši 50 procent nebo více z konsolidovaného čistého zisku po zdanění.
- Strategie Sportwagenschmiede '35 má za cíl zvýšit strukturální odolnost společnosti Porsche. Hranice rentability má být dosažen již při prodeji méně než 200 000 vozidel. Tento odhad vychází z velmi konzervativní prognózy pro Čínu.
- Společnost Porsche zajišťuje silnou rozvahu s cílovou čistou likviditou ve výši 15 až 20 procent tržeb z automobilového segmentu.
- Po očekávaném vrcholu investic v roce 2026 se předpokládá, že investice a výdaje na výzkum a vývoj

ve střednědobém horizontu výrazně poklesnou. Cílem je nejen dosáhnout nižší úrovně investic, ale také cílenějšího přístupu s větší výdajovou disciplínou.

Právní upozornění

Tato tisková zpráva obsahuje výhledová prohlášení a informace, které odrážejí současné odhady společnosti Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG týkající se budoucích událostí. Tato prohlášení podléhají řadě rizik, nejistot a předpokladů. Vycházejí z předpokladů týkajících se vývoje ekonomických, politických a právních rámcových podmínek v jednotlivých zemích, hospodářských regionech a na trzích, zejména v automobilovém průmyslu. Tyto předpoklady byly učiněny na základě informací dostupných v době zveřejnění a v daném okamžiku jsme je považovali za realistické.

Pokud by se některé z těchto rizik či nejistot naplnily nebo pokud by se předpoklady, z nichž výhledová prohlášení vycházejí, ukázaly jako nesprávné, mohou se skutečné výsledky podstatně lišit od výsledků vyjádřených nebo předpokládaných společností Porsche AG v těchto prohlášeních.

Výhledová prohlášení obsažená v této tiskové zprávě vycházejí výhradně z okolností existujících ke dni jejího zveřejnění. Výhledová prohlášení zpětně neaktualizujeme. Tato prohlášení jsou platná k datu, kdy byla učiněna, a mohou být následným vývojem překonána.

Tyto informace nepředstavují nabídku k výměně či prodeji ani výzvu k podání nabídky na výměnu či nákup jakýchkoli cenných papírů.

MEDIA ENQUIRIES

Petra Klosová

PR Manager
Porsche Inter Auto CZ
Authorizovaný importér Porsche do České republiky
petra.klosova@porsche.cz

Data o spotřebě

911 GT3 S/C (WLTP)*: Fuel consumption combined: 13.7 l/100 km; CO_2 emissions combined: 310 g/km; CO_2 class: G

*Více informací o oficiálně udávané spotřebě a oficiálních emisích CO_2 nových modelů osobních automobilů získáte v „Návodu na měření spotřeby paliva, emisí CO_2 a energetické spotřeby nových osobních automobilů“ (Fuel Consumption, CO2 Emissions and Electricity Consumption Guide for New Passenger Cars), který je zdarma k dostání na všech prodejních místech v rámci celé Evropské unie nebo na adrese www.dat.de.

Podtituly obrázku

Cesta: media/Obrázky/img_1.jpg
Titul: Dr. Michael Leiters, Chairman of the Executive Board of the Porsche AG. 2026, Porsche AG
Podtitul: Dr. Michael Leiters, předseda představenstva společnosti Porsche AG

Odkaz na kolekce

Odkaz na tento článek
https://newsroom.porsche.com/cs/2026/spolecnost/cz---porsche-capital-markets-day-strategy-sportwagenschmiede-35-43446.html

Paket Media
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/835d5942-82d0-4309-8fbf-4e7f736e05a6.zip

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