



LAGEBERICHT DES VORSTANDES

für das Geschäftsjahr 2025

Porsche Bank Aktiengesellschaft Einzelabschluss



INHALT

1.	Bericht über den Geschäftsverlauf und die wirtschaftliche Lage	4
1.1.	Geschäftsverlauf.....	4
1.1.1.	Konjunkturelle Entwicklung	4
1.1.1.1.	Weltwirtschaft & Euroraum.....	4
1.1.1.2.	Österreich	5
1.1.2.	KFZ- und Leasingmarkt	5
1.1.3.	Analyse des Geschäftsverlaufes.....	6
1.1.3.1.	Entwicklung des Vertragsbestandes	8
1.2.	Bericht über Zweigniederlassungen.....	8
1.3.	Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren	9
1.3.1.	Finanzielle Leistungsindikatoren.....	9
1.3.2.	Personalausbildung und -entwicklung.....	10
1.3.3.	Personalstand	13
2.	Bericht über die geplante Entwicklung und die Risiken des Unternehmens.....	14
2.1.	Geplante Entwicklung des Unternehmens	14
2.2.	Chancen- und Risikobericht	21
2.2.1.	Wesentliche Merkmale des internen Kontroll- u. Risikomanagementsystems..	21
2.2.1.1.	Organisation des Risikomanagements	22
2.2.1.2.	Internes Kontrollsystem	22
2.2.1.3.	Risikoidentifikation	23
2.2.1.4.	Risikotragfähigkeit	23
2.2.2.	Wesentliche Risiken und mögliche Chancen.....	24
2.2.2.1.	Adressausfallrisiko.....	24
2.2.2.2.	Chancen aus Kreditrisiken	25
2.2.2.3.	Restwertrisiko.....	25
2.2.2.4.	Chancen und Restwertrisiko	26
2.2.2.5.	Marktrisiken	26
2.2.2.5.1	Zinsänderungsrisiko.....	26
2.2.2.5.2	Fremdwährungsrisiko	27
2.2.2.6.	Liquiditätsrisiko	27
2.2.2.7.	Makroökonomisches Risiko	28
2.2.2.8.	Operationelles Risiko	28
2.2.2.9.	Nachhaltigkeitsrisiken.....	29
2.2.2.9.1.	Regulatorische Pflichten Porsche Bank AG	29
2.2.2.9.2.	ESG-Integration im Risikorahmenwerk.....	30
2.2.2.9.3.	ESG als Teil des Gesamtbank Risikomanagements der Porsche Bank AG .	30
2.2.2.10.	Verbriefungsrisiko.....	31
2.2.2.11.	Beteiligungsrisiko.....	31
3.	Bericht über Forschung und Entwicklung.....	32
4.	Strategie und Unternehmenswerte	32



ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: PKW-Neuzulassungen 2025 (Angaben in Stück).....	5
Abbildung 2: Neuzulassungen Volkswagen Konzernmarken 2025 (Angaben in Stück)	6
Abbildung 3: Entwicklung der Vertragszugänge 2025 (Angaben in Stück).....	7
Abbildung 4: Entwicklung des Vertragsbestandes 2025 (Angaben in Stück).....	8



1. BERICHT ÜBER DEN GESCHÄFTSVERLAUF UND DIE WIRTSCHAFTLICHE LAGE

1.1. Geschäftsverlauf

1.1.1. Konjunkturelle Entwicklung

Die konjunkturelle Entwicklung im Jahr 2025 stellt sich gemäß den zum Erstellungszeitpunkt verfügbaren Prognosen wie folgt dar:

1.1.1.1. Weltwirtschaft & Euroraum

Die Weltwirtschaft befindet sich ab 2025 in einer Phase verhaltener Stabilisierung. Das globale Wachstum bleibt mit rund drei Prozent moderat und wird weiterhin vor allem von den USA und den Schwellenländern getragen, während China an Dynamik verliert. Der Welthandel erholt sich zwar, erreicht jedoch nicht mehr die hohen Zuwachsraten früherer Jahre. Im Euroraum setzt ab 2025 eine langsame konjunkturelle Belebung ein, mit Wachstumsraten um rund 1,25 % bis 1,50 %. Parallel dazu geht die Inflation weiter zurück, wodurch sich die geldpolitischen Rahmenbedingungen schrittweise entspannen und die Finanzierungsbedingungen leicht verbessern.

Gleichzeitig bleibt das internationale Umfeld von erhöhten Unsicherheiten geprägt. Geopolitische Spannungen, protektionistische Tendenzen und strukturelle Verschiebungen in den globalen Wertschöpfungsketten erhöhen die Anfälligkeit der Weltwirtschaft für Störungen und begrenzen die Dynamik der Erholung. Zwar unterstützt die moderate Erholung von Welthandel und Investitionstätigkeit mittelfristig die Nachfrage in der Automobilindustrie, gleichzeitig verschärft sich jedoch der strukturelle Wettbewerb. Der zunehmende Exportdruck aus China, industriepolitische Eingriffe und die fortschreitende technologische Transformation erhöhen die Volatilität der Märkte. Die Branche befindet sich weiterhin im Spannungsfeld zwischen zyklischer Erholung und einem tiefgreifenden strukturellen Wandel hin zu Elektromobilität, Software und neuen Mobilitätsdienstleistungen.¹

¹ OeNB Report Gesamtwirtschaftliche Prognose für Österreich - Dezember 2025



1.1.1.2. Österreich

Nach zwei Rezessionsjahren kehrt Österreich 2025 auf einen verhaltenen Wachstumspfad zurück. Für 2025 liegt das BIP-Wachstum bei rund 0,6 %, das sich bis 2027 schrittweise auf etwa 1,1 % erhöht. Die Inflation bleibt 2025 noch erhöht, sinkt aber in den Folgejahren deutlich. Die Arbeitslosenquote steigt 2025 gemäß AMS auf 7,5 % und wird erst ab 2027 langsam zurückgehen.

Österreichs Exporte entwickeln sich nur gedämpft, was auf die schwache europäische Industriekonjunktur, den intensiveren internationalen Wettbewerb und eine verschlechterte Kostenposition zurückzuführen ist. Erst ab 2026 wird mit einer moderaten Erholung gerechnet. Die Investitionstätigkeit stabilisiert sich, bleibt jedoch angesichts niedriger Kapazitätsauslastung und hoher Unsicherheit verhalten.

Für die österreichische Automobil- und Zulieferindustrie bedeutet dies ein weiterhin herausforderndes Umfeld. Kurzfristig dämpfen die schwache Nachfrage in Europa und die enge Verflechtung mit der deutschen Automobilindustrie die Entwicklung. Gleichzeitig verstärken steigender Wettbewerbsdruck, insbesondere aus China, sowie der technologische Wandel den strukturellen Anpassungsbedarf. Insgesamt ist bis 2028 von einer langsamen Stabilisierung auszugehen, die stark davon abhängt, wie erfolgreich die Branche den Übergang zu neuen Technologien, Produkten und Mobilitätsmodellen gestaltet.²

1.1.2. KFZ- Markt

Der österreichische PKW-Neuwagenmarkt hat im abgelaufenen Autojahr mit 284.978 Neuzulassungen und einem Zuwachs von 12,3 % seinen moderaten Erholungskurs weiter fortsetzen können. Die Elektroantriebe lagen um 35,9 % (BEV) und 70,3 % (PHEV) über dem Vorjahreswert, womit hierzulande 31,4 % aller neu zugelassenen PKW über einen Ladestecker verfügen.

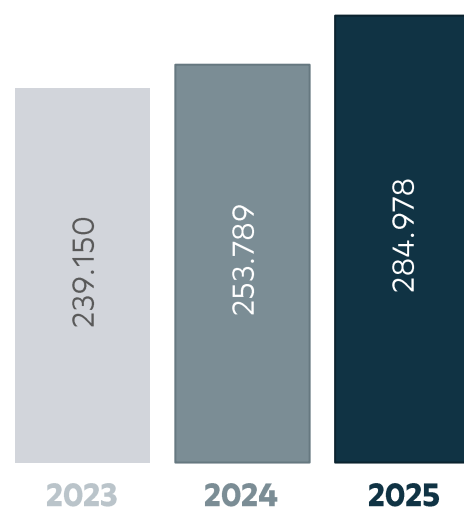


Abbildung 1: PKW-Neuzulassungen 2025 (Angaben in Stück)

Volkswagen

40.581

Škoda

30.087

Audi

16.565

Seat

12.768

Cupra

11.219

Porsche

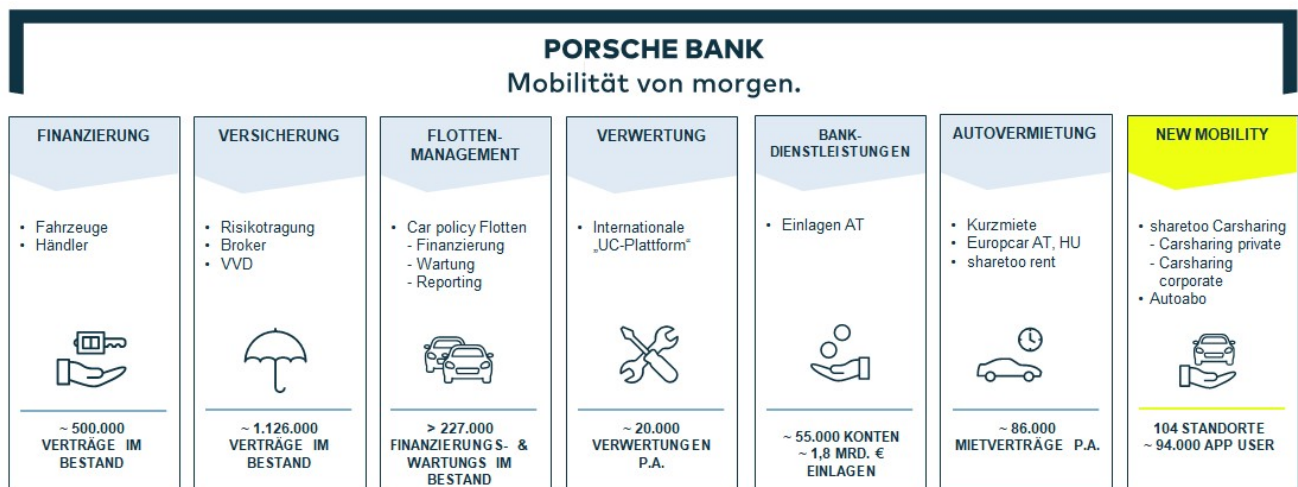
1.616

Neuzulassungen 2025

Abbildung 2: Neuzulassungen Volkswagen Konzernmarken 2025 (Angaben in Stück)

1.1.3. Analyse des Geschäftsverlaufes

Die Geschäftsbereiche der Porsche Bank AG umfassen das Kredit-, Leasing- und Händlerfinanzierungsgeschäft, Factoring, Wartungsgeschäft sowie das Einlagengeschäft. Die nachstehend dargestellten Geschäftsfelder der Porsche Bank Gruppe umfassen die genannte Produktpalette der Porsche Bank AG.



Daten per 31.12.2025 inkl. CO & CL



Die Bilanzsumme hat sich um MEUR 471 (+7 %) auf MEUR 7.094 erhöht. Das Wachstum ist auf den Anstieg des Vermietvermögens, der Kundenkredite sowie des Factoringvolumens zurückzuführen. Die Einlage bei der Nationalbank hat sich reduziert. Passivseitig konnte der Bedarf an Refinanzierungsmitteln durch den Konzern, die Direktbankeinlagen gegenüber Privat- und Firmenkund*innen sowie die ABS-Programme abgedeckt werden. Der unternehmerische Schwerpunkt liegt nach wie vor auf einem qualitativen Wachstum. 2025 wurden in Österreich 82.294 neue Finanzierungsverträge (+20,7 % ggü. VJ) lukriert.

Entwicklung der Vertragszugänge

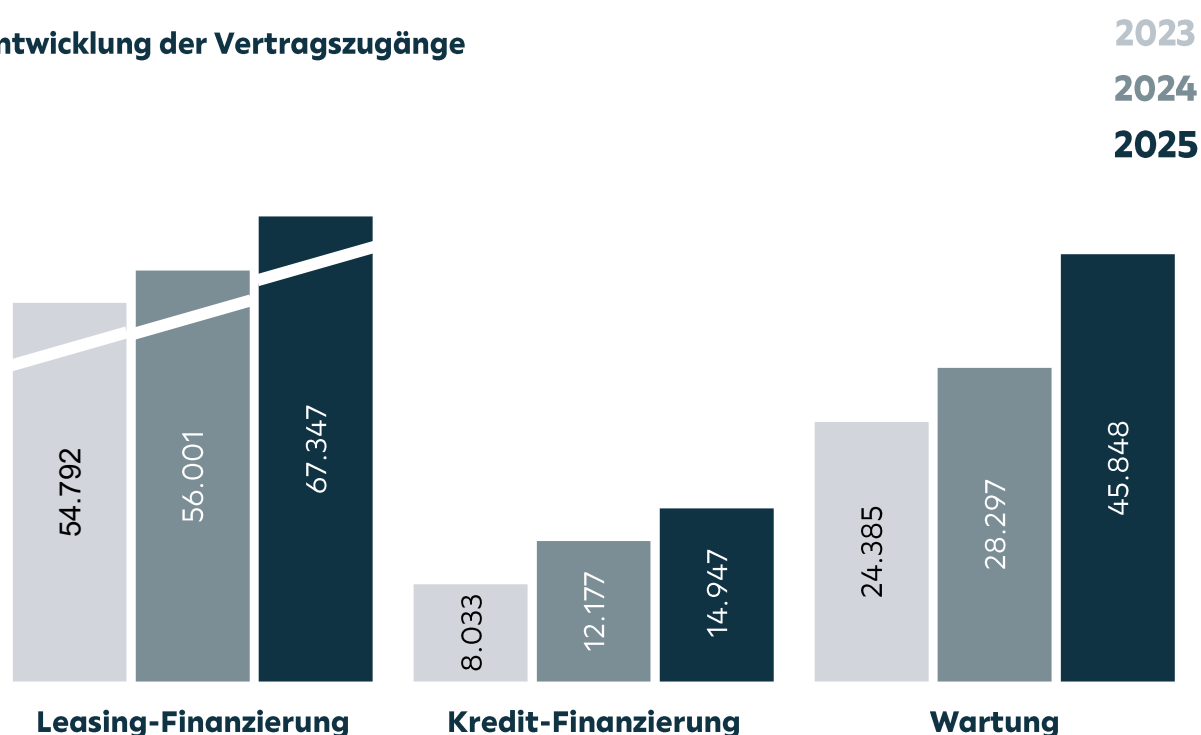


Abbildung 3: Entwicklung der Vertragszugänge 2025 (Angaben in Stück)

Der Anteil der Neuwagen-Finanzierungen, gemessen an den Typenschein-Ausstellungen der Konzernmarken, steigt auf ein neues Rekordniveau von 56,1 % und liegt damit deutlich über dem Vorjahresanteil von 48,9 %. Einer der wichtigsten Faktoren ist weiterhin die gute Zusammenarbeit mit allen Marken in den Bereichen Groß- und Einzelhandel sowie den privaten Händlervertriebsorganisationen (VW, Audi, Seat, Cupra, Škoda und Porsche).

Attraktive gemeinsame Aktionen mit den Importeuren und maßgeschneiderte Angebote für Privat- und KMU-Kund*innen unter dem Motto „Alles aus einer Hand“ sicherten auch 2025 die führende Marktposition. Im Jahr 2025 wurden 82.294 Finanzierungsverträge verkauft, vielfach in Kombination mit Versicherungs- oder Wartungsprodukten.



Die Add-on-Produkte der Porsche Bank AG sind auf die aktuellen Kundenbedürfnisse unserer Zeit nach Sicherheit, Planbarkeit und Einfachheit ausgerichtet. Mittels Preisvorteilen in Kombinationen mit Produkten der Porsche Versicherungs AG konnte ein höheres Finanzierungsergebnis im Vergleich zum Vorjahr realisiert werden. Bei der Sparte Fahrzeugmanagement konnten im Jahr 2025 insgesamt 45.848 Verträge mit Kund*innen geschlossen werden (+62 % zu VJ).

1.1.3.1. Entwicklung des Vertragsbestandes

Der Vertragsbestand bei den Finanzierungen ist auf 235.748 Verträge gestiegen (+9,3 %). Wie nachfolgend dargestellt, stieg der Bestand sowohl bei der Leasingfinanzierung (+7,6 %) als auch bei der Kreditfinanzierung (+18,9 %) kräftig an. Bei der Wartung konnte 2025 ein starkes Wachstum (+30,6 %) verzeichnet werden. Schadenabwicklung und Wartung aus eigener Hand sind wichtige Faktoren für die Stärkung der Kundenloyalität.

Entwicklung des Vertragsbestandes

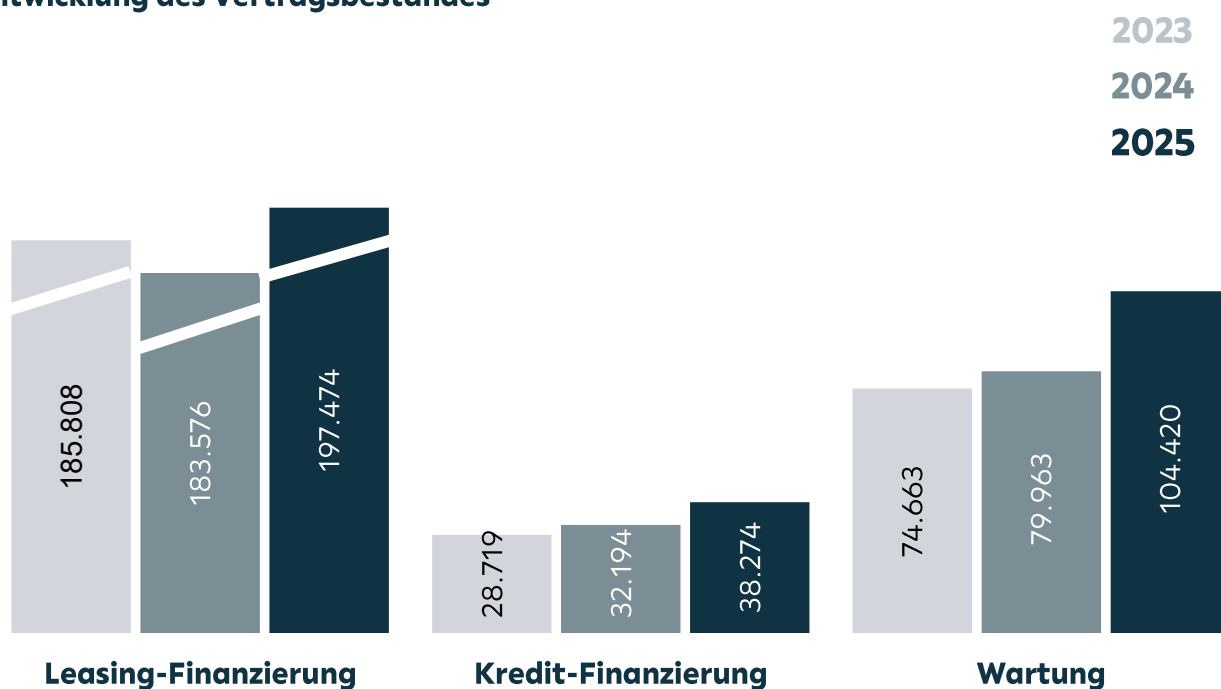


Abbildung 4: Entwicklung des Vertragsbestandes 2025 (Angaben in Stück)

1.2. Bericht über Zweigniederlassungen

Die Porsche Bank AG wickelt ihre Geschäfte ausschließlich am Standort Vogelweiderstraße 75, 5020 Salzburg, ab. Es bestehen keine Zweigniederlassungen (Filialen) im Ausland.



1.3. Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

1.3.1. Finanzielle Leistungsindikatoren

Im Jahr 2025 wurde ein Betriebsergebnis von EUR 73.367.883,42 (VJ TEUR 47.705) erzielt. Gegenüber dem Vorjahr ergibt sich damit eine deutliche Ergebnisverbesserung, was auf den positiven Geschäftsverlauf zurückzuführen ist. Die Betriebsergebnisspanne, das Verhältnis des Betriebsergebnisses zur Bilanzsumme, beträgt im Geschäftsjahr 1,03 % (VJ 0,72 %). Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit im Verhältnis zur Bilanzsumme beläuft sich auf 0,91 % (VJ 0,77 %).

Das Verhältnis zwischen Verwaltungsaufwendungen und der Summe aus Nettozinsertrag, Provisionsergebnis und dem Saldo aus dem sonstigen betrieblichen Ergebnis, beträgt 78,99 % (VJ 82,16 %). Der Nettozinsertrag wird für diese Kennzahl aus der Differenz zwischen Zinsen und ähnlichen Erträgen, welche sich vor allem aus der Summe von Zinserträgen aus Krediten und Bankguthaben, sowie sämtlichen Zinsaufwendungen ermittelt. Das Provisionsergebnis entspricht der Differenz aus Provisionserträgen und Provisionsaufwendungen gemäß Gewinn- und Verlustrechnung. Der Saldo aus dem sonstigen betrieblichen Ergebnis erhält vor allem Aufwendungen und Erträge im Zusammenhang mit dem Leasing und dem sonstigen operativen Geschäft der Porsche Bank AG.

Die anrechenbaren Eigenmittel der Porsche Bank AG gemäß Teil 2 der Verordnung (EU) Nr. 575/2013 betragen per 31. Dezember 2025 EUR 1.012.189.148,41 (Vorjahr: TEUR 962.257). Die harte Kernkapitalquote (CET 1) lag bei 17,63 % (VJ 19,03 %), die Gesamtkapitalquote bei 19,14 % (VJ 20,75 %).

	2025	2024
Betriebsergebnis	73.367.883,42	47.704.884,71
Bilanzsumme	7.094.420.368,66	6.622.777.069,43
Betriebsergebnisspanne	1,03 %	0,72 %

	2025	2024
EGT	64.522.695,11	50.747.259,85
Bilanzsumme	7.094.420.368,66	6.622.777.069,43
EGT im Verhältnis zur Bilanzsumme	0,91 %	0,77 %



	2025	2024
Verwaltungsaufwendungen	132.776.947,25	123.222.174,05
Nettozinsertrag/Provisionsergebnis und sonstiges Ergebnis	168.101.757,82	149.981.459,56
Verhältnis in %	78,99 %	82,16 %

	2025	2024
Anrechenbare Eigenmittel	1.012.189.148,14	962.257.457,00
harte Kernkapitalquote	17,63 %	19,03 %
Kernkapitalquote	17,63 %	19,03 %
Gesamtkapitalquote	19,14 %	20,75 %

1.3.2. Personalausbildung und -entwicklung

In den vergangenen Jahren haben sowohl der digitale Wandel als auch die zunehmenden wirtschaftlichen Herausforderungen die Arbeitswelt in Österreich maßgeblich geprägt und dadurch laufend neue Anforderungen an Unternehmen gestellt. Auch die Personalabteilung reagiert auf diese Entwicklungen, indem sie weiterhin gezielte Investitionen in moderne Systeme sowie in die Optimierung bestehender Prozesse tätigt. So entstehen optimale Voraussetzungen, um Mitarbeiter*innen vom Erstkontakt bis zum Ende des Employee-Lifecycles bestmöglich zu unterstützen. Sowohl persönlich als auch durch effiziente Systemunterstützung kann die Aus- und Weiterbildung begleitet werden.

Herausforderungen: Personalgewinnung und Arbeitgeberattraktivität

Die angespannte Situation am Arbeitsmarkt hat sich zuletzt auch für die Porsche Bank AG wieder etwas entspannt; qualifizierte Fachkräfte und Bewerber*innen sind wieder leichter zu finden. Gleichzeitig muss das Recruiting flexibel auf unterschiedliche Bewerberbedürfnisse reagieren.

Durch gezielte Recruiting-Maßnahmen und ein starkes, proaktives Employer Branding kann sich die Porsche Bank AG am Arbeitsmarkt positiv positionieren. Dafür ist neben der entsprechenden Strategie auch eine enge Zusammenarbeit aller beteiligten Bereiche erforderlich. Nur durch abgestimmte Maßnahmen entsteht ein authentischer Auftritt, der Bewerber*innen überzeugt und langfristig wirkt.



Employer Branding als Wettbewerbsvorteil

Ein wirksames Employer Branding verschafft Unternehmen wie der Porsche Bank AG einen Wettbewerbsvorteil, weil es ihre Attraktivität für Fachkräfte erhöht und die Sichtbarkeit am Arbeitsmarkt stärkt. In der Praxis zeigt sich dies durch einen klaren Außenauftritt, transparente Kommunikation und gezielte Maßnahmen wie starke Karriereseiten, Messeauftritte, Kooperationen mit Schulen/Universitäten oder Mitarbeitende als Botschafter auf Social-Media-Plattformen.

Positiv hervorzuheben ist zudem, dass die Porsche Bank Gruppe zunehmend qualifizierte weibliche Fach- und Führungskräfte anspricht. Die Frauenquote entwickelt sich weiterhin positiv und unterstützt eine ausgewogene und diversere Zusammensetzung der Belegschaft.

Arbeitsmodell

Die Mitarbeiter*innen der Porsche Bank AG sind wieder vermehrt im Büro präsent; Telearbeit nimmt aktuell eine geringere Bedeutung ein. Die verstärkte Anwesenheit in Büros bietet zusätzliche Vorteile: Sie stärkt den persönlichen Austausch, fördert spontane Abstimmungen und unterstützt eine schnellere Problemlösung. Zudem verbessert sie den Wissens- und Erfahrungstransfer innerhalb der Teams, erhöht die Identifikation mit dem Unternehmen und trägt zu einem stärkeren Gemeinschaftsgefühl bei.

Onboarding und Mitarbeiter*innentraining inkl. regulatorische Trainings

Im Jahr 2025 wurden 59 neue Mitarbeiter*innen in der Porsche Bank AG und Porsche Versicherung AG aufgenommen. Ein strukturierter Onboarding-Prozess mit individuellen Ausbildungsplänen ermöglichte eine effiziente Integration. Praxisnahe Formate wie Händlerbesuche und Workshops stärken die bereichsübergreifende Vernetzung und die Zusammenarbeit in den Teams. Im Rahmen der Porsche Bank Akademie schlossen 59 Mitarbeiter*innen eine umfassende Bankausbildung erfolgreich ab.

Die jährlich verpflichtenden Online-Schulungen und Wissenschecks zur Prävention von Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung sowie Schulungen im Rahmen der Insurance Distribution Directive (IDD) wurden von den relevanten Mitarbeiter*innen der Porsche Bank AG und der Porsche Versicherungs AG erfolgreich absolviert. Das Management Board und die Führungskräfte erhielten im Rahmen der „Fit & Proper“-Veranstaltungen sowie des „VS Solvency II Update“ der KPMG umfassende Informationen zu aktuellen rechtlichen und regulatorischen Entwicklungen. Diese Schulungen fanden sowohl in Präsenz als auch online statt. Ergänzend dazu nahmen Vorstand und Aufsichtsrat vierteljährlich an Fit & Proper



Regulatory Updates unter der Leitung von Frau Mag. Alina Czerny teil. Im Jahr 2025 wurden im Mitarbeitertraining rund 200 Trainingsevents mit ca. 2.200 Trainingskontakten und über 8.000 konsumierten Trainings- und Weiterbildungsstunden durchgeführt.

Verkaufstraining und regulatorische Trainings für die Vertriebsorganisation

In den Jahresauftaktveranstaltungen „Impulse“ haben die Gebietsleiter*innen die Verkäufer*innen und Mitarbeiter*innen über wichtige Vertriebsthemen, Anforderungen und Vorhaben des Jahres in kompakter online Form informiert. Das Verkaufstraining umfasst

regionale Face2Face-Trainings (wie z.B. die Neuverkäufersausbildung oder Profi Time), Online-Formate wie „SalesFIT“ und „ServiceFIT“ sowie Qualifizierungsmaßnahmen wie Verkaufsgesprächsbeobachtungen und Fachgespräche. Außerdem ist die Porsche Bank AG umfangreich in den Trainings der Marken sowie der Porsche Informatik GmbH integriert. Im Jahr 2025 wurden 125 Beobachtungen und 100 Fachgespräche durchgeführt.

Mehr als 850 Verkäufer*innen haben im Jahr 2025 erfolgreich die jährlich vorgeschriebene IDD-Weiterbildung über die Porsche Bank und Porsche Versicherung abgeschlossen. In Zusammenarbeit mit der VERMAK GmbH (Versicherungsvermittlerakademie) werden noch 2 weitere Module für Mitarbeiter*innen angeboten. Zudem haben 238 Personen das IDD-Programm für Geschäftsführer*innen im Jahr 2025 absolviert. Über 1.300 verkaufsaktive Mitarbeiter*innen haben das jährlich verpflichtende Geldwäsche-E-Learning samt Wissenscheck erfolgreich durchgeführt.

Die Auslobung von Zusatzpunkten für den jährlichen Verkäuferwettbewerb bildet dabei den entscheidenden Anreiz für die zeitnahe Erledigung. Im Jahr 2025 wurden im Verkaufstraining rund 150 Trainingsevents durchgeführt. Dabei wurden rund 7.000 Trainingskontakte mit ca. 16.000 konsumierten Trainingsstunden erzielt.

Lehrlingsausbildung

Die Lehrlingsausbildung ist ein zentrales Instrument zur Sicherung und Entwicklung von Fachkräften. Ein abwechslungsreicher und praxisorientierter Ausbildungsplan mit jährlichen Abteilungswechseln ermöglicht es den Lehrlingen, das Unternehmen aus verschiedenen Perspektiven kennenzulernen und umfassende Einblicke in die betrieblichen Abläufe zu gewinnen. Im Jahr 2025 konnten drei Lehrlinge ihre Ausbildung erfolgreich abschließen. Zwei Lehrlinge haben ihre Ausbildung im August 2025 bei der Porsche Bank AG begonnen. Seit September 2025 beträgt der Lehrlingsstand sieben Personen.



Führungskräfteveranstaltungen

Im Februar und Juli 2025 informierte die Geschäftsführung alle Mitarbeiter*innen in Präsenzveranstaltungen über den Geschäftsverlauf, die Unternehmensstrategie, aktuelle Entwicklungen und neue Projekte in allen Geschäftsbereichen der Porsche Bank AG sowie ihrer Tochtergesellschaften. Zusätzlich erhält die Belegschaft monatlich eine Übersicht über die aktuellen Personalien. Die jährlich stattfindenden Führungskräfte-Workshops fördern den Austausch und die Vernetzung über alle Führungsebenen und stärken die Identifikation mit dem Unternehmen.

Trainingskoordination in der Porsche Bank Gruppe

Im Jahr 2025 wurde die Trainingskoordination durch einen Präsenz-Workshop in Salzburg gestärkt, bei dem aktuelle Anforderungen, neue Trainingsmethoden und die Ablöse des Learning Management Systems (LMS) im Fokus standen. Ein besonderer Schwerpunkt lag auf dem Thema Fraud Prävention und die Aufgaben dazu im Trainingsbereich. Der regelmäßige Austausch der Trainingsverantwortlichen der Porsche Bank Länder über einen eigenen Teams-Kanal fördert die effiziente Umsetzung und Koordination der Trainingsmaßnahmen innerhalb der Gruppe.

Trainingsstudio und Trainingshomepage

Das Training & Development-Trainingsstudio und die Trainingshomepage unterstützen Online-Updates, Trainingsanmeldungen und die interne Kommunikation. Mit an die 50.000 Zugriffen ist die Homepage ein zentrales Werkzeug für Wissensaufbau, Zertifikatsausstellung und die Erfüllung regulatorischer Anforderungen in der Porsche Bank Gruppe.

Fazit

Die Porsche Bank AG stellt sich den Herausforderungen der Digitalisierung, des Wettbewerbs um qualifizierte Mitarbeiter*innen und der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen mit einer klaren strategischen Ausrichtung. Entsprechende Investitionen, zielgerichtete Maßnahmen und eine dynamische Weiterentwicklung zentraler Prozesse stärken das Unternehmen und schaffen die Grundlage für nachhaltiges Wachstum.

1.3.3. Personalstand

Der Personalstand der Porsche Bank AG blieb für das Jahr 2025 stabil. Zum Stichtag 31.12.2025 waren 455 Mitarbeiter*innen (VJ 456 Mitarbeiter*innen) beschäftigt. Der



Vorstand der Porsche Bank AG bedankt sich an dieser Stelle beim Betriebsrat für die gute und konstruktive Zusammenarbeit im abgelaufenen Jahr.

Umwelt und Soziales

Die Porsche Bank AG weist dem Thema Nachhaltigkeit und Klimaschutz einen besonders hohen Stellenwert zu und fördert durch das Finanzierungsangebot von E-Mobilität und sharetoo Carsharing einen Beitrag zur Reduktion der CO₂-Emissionen in der Nutzungsphase. Zudem wurden zahlreiche Energiesparmaßnahmen im eigenen Betrieb umgesetzt, etwa in den Bereichen Beleuchtung und Heizung.

Darüber hinaus ist die Porsche Bank AG im Sozialsponsoring engagiert und unterstützt in diesem Zusammenhang ausgewählte Institutionen, die sich beispielsweise für Umweltschutz (bspw. Landschaftsreinigung & Recycling) und Menschen (z.B. Lebenshilfe und Kinderschutzzentrum Salzburg) engagieren. Auch für die eigenen Mitarbeiter*innen wird Nachhaltigkeit unter anderem durch Angebote wie die Förderung des Klimatickets, einem Betriebskindergarten und Mitarbeiterangeboten rund um das Thema Gesundheit und Wohlbefinden aktiv gefördert. Zusätzlich ermöglicht die Porsche Bank AG ihren Mitarbeiter*innen die Nutzung ihrer nachhaltigen Produktpalette zu Mitarbeiterkonditionen.

2. BERICHT ÜBER DIE GEPLANTE ENTWICKLUNG UND DIE RISIKEN DES UNTERNEHMENS

2.1. Geplante Entwicklung des Unternehmens

Besonders in Zeiten der Veränderung setzt die Porsche Bank AG verstärkt auf das Angebot flexibler Mobilitätslösungen, die sowohl klassisch als auch digital vertrieben werden. Ziel ist es, Kund*innen Mobilität von zehn Minuten bis hin zu mehreren Jahren zu bieten und so den Zugang zur richtigen Lösung für den jeweiligen Moment zu schaffen.

Veränderte Bedürfnisse, wie die fortschreitende Digitalisierung, führen immer mehr zu einem Wandel unseres Geschäftsmodells hin zu einem vollumfänglichen Mobilitätsdienstleister. Um dieser Rolle gerecht zu werden, wird neben dem klassischen Vertrieb weiterhin ein starker Fokus auf Digital & Direct Sales gelegt.

Mit dem sharetoo Autoabo und sharetoo Carsharing setzt die Porsche Bank AG – ergänzend zum klassischen Finanzierungsgeschäft – auf Produkte, die dem mobilen Zeitgeist



entsprechen. Beide Angebote ermöglichen Kund*innen auf einfache Art und Weise in die Elektromobilität einzusteigen und Mobilitätslücken je nach Bedarf zu schließen.

Das sharetoo Autoabo der Porsche Bank AG besticht durch flexible Abo-Laufzeiten von 3, 6, 12, 18 und 24 Monaten, einem monatlichen Fahrzeugtausch und zu guter Letzt dem All-Inclusive-Fixpreis. Mit über 35 verschiedenen Modellen der VW-Konzernmarken finden Kund*innen das passende Fahrzeug zu ihrer jeweiligen Lebenssituation. Mit einem vielfältigen Mix aus E-Fahrzeugen und Verbrennern können attraktive Angebote und Aktionen direkt auf der Autoabo Webseite sowie bei Kooperationspartnern wie Moon Power beworben werden. Das Autoabo kann einfach und mit wenigen Klicks digital über die sharetoo Autoabo Webseite abgeschlossen werden.

Im Bereich des Autoabos wurde 2025 auch die Möglichkeit der Händleranbindung weiter ausgebaut. Diese haben nun auch die Möglichkeit, neben ihren verfügbaren Neu- und Jungwagen auch Gebrauchtfahrzeuge im Abo anzubieten. Die Auslastung der bestehenden Flotte sowie die Erweiterung des eigenen Mobilitätsangebots (Stichwort Überbrückungsmobilität, lange Probefahrten, ...) sind nur ein paar der Vorteile, die der Händler aus der Kooperation mit sharetoo genießt.

Auch das E-Carsharing-Angebot sharetoo Carsharing trifft den Zeitgeist und hat sich stark weiterentwickelt. Erfolgreich ist es abseits Österreichs auch in Ungarn sowie in Slowenien. Die Umsetzung in weiteren Ländern ist bereits in Planung. Ursprünglich speziell auf Communities wie Gemeinden, Unternehmen oder Bauträger zugeschnitten, spricht es mittlerweile auch Privatkund*innen an. Mit dem Start in Wien wurde eine neue Zielgruppe erschlossen. Das Motto lautet „Nachhaltige Mobilität an zentralen Top-Standorten in der österreichischen Hauptstadt“ – bequem buchbar via sharetoo App. Angeboten wird ein 100 % elektrisches, stationsbasiertes Carsharing. Ein großer Sprung gelang 2022 durch die Kooperation mit der Stadt Wien und dem Einstieg in WienMobil Auto. Das stark gewachsene Angebot konnte bereits über 94.000 User*innen überzeugen. Mit Jahresende standen rund 250 Fahrzeuge in 30 Städten, Gemeinden und Unternehmensstandorten bereit, rund 100 davon in Wien.

Auch die Bestrebungen in Richtung Nachhaltigkeit wurden belohnt: sharetoo Carsharing trägt stolz das österreichische Umweltzeichen. Die optimierte Nutzung des Fuhrparks sorgt für einen flexiblen Einsatz bei den sharetoo Mobilitätsangeboten. Auf diese Weise wird auch der CO₂-Fußabdruck reduziert. E-Carsharing gewinnt auch im Corporate Bereich



zunehmend an Bedeutung. Besonders die Themen Nachhaltigkeit und ESG-Rating spielen dabei eine tragende Rolle. Das Angebot wird künftig noch weiter ausgebaut und für Unternehmen optimiert.

Aus dem Finanzierungsrechner LEASE ME wurde 2025 international einheitlich car4me. Car4me unterstützt Kund*innen online bei der budgetbasierten Fahrzeugsuche. Potenzielle Kund*innen sehen auf einen Blick alle Fahrzeuge, die auf ihr angegebenes Budget zugeschnitten sind und können die Berechnungsparameter ihren Bedürfnissen entsprechend anpassen und filtern (Finanzierungsform, Kilometer, Standort etc...). Zusätzlich zu den Gebrauchtwagen kamen 2025 auch sofort verfügbare Neuwagen dazu. Ein Schnittstellentausch zu CarHub ermöglichte eine weitere Ausweitung des Fahrzeugangebots - mit Ende des Jahres umfasst die Plattform car4me >20.000 Fahrzeuge des Konzerns. Die direkte Kontaktaufnahme zum entsprechenden Händler oder ein bequemer Online-Finanzierungsabschluss runden die Customer Experience auf unserem größten Online-Marktplatz ab. Zehntausende Aufrufe und zahlreiche Leads Richtung Handel bestätigen den eingeschlagenen Weg. International ist die Plattform in Bulgarien und Slowenien live, Ungarn und Kroatien folgen demnächst.

Die Digitalisierung verändert den Kundenkontakt grundlegend: Das Porsche Bank Kundenportal bietet schnellen Zugriff auf Vertragsdaten, ermöglicht die eigenständige Verwaltung von Informationen und erleichtert die Online-Übermittlung von Schadensmeldungen. Zudem können Kund*innen nun individuelle Kontoauszüge für einen frei wählbaren Zeitraum erstellen, anzeigen und herunterladen. Das langfristige Ziel ist es, die Kommunikation vom postalischen Weg in die digitale E-Box zu verlagern, um die Kundenerfahrung zu verbessern und gleichzeitig Ressourcen bei Papier, Druck und Versand zu sparen.

Das Portal wird in enger Zusammenarbeit mit dem Handel stetig weiterentwickelt und optimiert. Im Verkaufssystem VU3 (Verkaufsunterstützung) ist es standardmäßig als bevorzugter Kommunikationsweg aktiviert, kann jedoch auf Wunsch der Kund*innen deaktiviert werden. Im Beratungsgespräch werden diese umfassend über die Vorteile des Portals informiert. Zukünftig soll das Portal auch in weiteren Ländern ausgerollt werden.

Ein besonderer Fokus der Weiterentwicklung liegt auf der Einführung neuer „Self-Service“-Funktionen. So sollen Kund*innen künftig Änderungen, wie die Aktualisierung von Kontaktdaten, direkt im Portal vornehmen können. Dies steigert Komfort und Zufriedenheit,



reduziert den Ressourceneinsatz auf Seiten der Porsche Bank AG und verbessert gleichzeitig die Datenqualität in den Kernsystemen.

E-Fin, die digitale Antragsstrecke der Porsche Bank AG, wurde 2025 durch diverse Neuerungen und Anpassungen für den breiten Einsatz optimiert. Mit den Teilbereichen Digitaler Antrag und Digitale Selbstauskunft, integriert sich E-Fin nahtlos in die Vertriebsprozesse im Autohaus. Die Verkaufsmannschaft kann Kund*innen den Link zur Finalisierung des Finanzierungsantrags elektronisch übermitteln. Kund*innen können bequem von zuhause aus die noch ausstehenden Dokumente hochladen, sich identifizieren und den Antrag digital signieren. Eine Zeitersparnis auf beiden Seiten sowie eine rechtssichere Abwicklung treffen hier den Puls der Zeit. 2026 ist ein signifikanter Anstieg der Abwicklungen über E-Fin geplant – durch Schulungen, Wettbewerbe und den Einsatz bei diversen internen Prozessen.

E-Fin ermöglicht auch die 100 %-ige Online Finanzierung am Marktplatz der Konzernmarken. Agenturfahrzeuge von Cupra können heuer schon online erworben und finanziert werden, Anfang 2026 folgen auch Fahrzeuge aus dem Händlerbestand.

Mit Smart Driver, der Telematik-App der Porsche Versicherungs AG, können umsichtige Fahrer*innen bis zu 20 % der Kaskoprämie sparen. Mittels GPS am Smartphone werden z.B. Beschleunigung, Brems- und Kurvenverhalten sowie Geschwindigkeit ausgewertet. Die Fahrstil-App blickt auf ein Erfolgsjahr 2025 zurück. Über 50.000 User*innen machen mit ihrem umsichtigen Fahrverhalten die Straßen Österreichs sicherer und nachhaltiger. Das regelmäßige Monitoring bestätigt, dass Smart Driver tendenziell eine deutlich niedrigere Schadensquote aufweisen wie Nicht-Nutzer der App. Loyalitätsfeatures wie Cashback und Goodie Store sowie die Marketing Automation Engine im Backend ermöglichen eine personalisierte Kommunikation zu den Kundinnen und Kunden. Neben Effizienzgewinnen im Kundensupport setzt die Porsche Versicherungs AG hier vor allem auf eine proaktive, regelmäßige Kommunikation im Laufe der Kundenbeziehung und darüber hinaus.

Mit der Anschlussgarantie der Porsche Versicherungs AG können Besitzer*innen von Fahrzeugen der Marken VW, Audi, Seat, Škoda, Cupra und VW-Nutzfahrzeuge die Vorzüge ihrer Fahrzeuggarantie für bis zu 10 Jahre oder 250.000 km genießen. Dabei ermöglicht ein automatisierter Customer Relationship Management Prozess (kurz CRM-Prozess) eine Just-in-Time Ansprache von über 70.000 Kund*innen pro Jahr. Ein wichtiger Schritt für die Beibehaltung der Wertschöpfung im Konzern. Eine gemeinsame Aktion mit Porsche Austria



steigerte nochmals die bereits sehr gute Conversion-Rate. Nach erfolgreichem Launch in Österreich wird derzeit die internationale Ausrollung vorangetrieben – der Start in Kroatien ist bereits erfolgt.

Der Fokus der Porsche Bank AG wird auch im kommenden Jahr auf datengetriebene, automatisierte CRM Nachverkaufsprozesse gelegt, mit dem Ziel, Interessenten zu Kund*innen zu machen und bestehende Kund*innen möglichst lange und zufrieden bei der Porsche Bank AG zu halten.

Sämtliche Informationen zu den Produkten und Dienstleistungen der Porsche Bank AG stehen auf der Website www.porschebank.at zur Verfügung.

Im Geschäftsjahr 2025 konnte das Flottenmanagement der Porsche Bank AG erneut eine erfolgreiche Entwicklung verzeichnen und seine führende Marktposition in Österreich weiter ausbauen. Insgesamt wurden 15.517 Finanzierungsverträge abgeschlossen. Dies bedeutet zwar einen leichten Rückgang gegenüber dem Vorjahr (-6,6 %), stellt jedoch erneut ein sehr stabiles und erfolgreiches Neugeschäftsvolumen im Flottensegment dar. Nachdem die vergangenen Jahre durch coronabedingte Lieferverzögerungen geprägt waren, normalisierten sich die Lieferzeiten im Jahr 2025 und lagen wieder im langjährigen Branchendurchschnitt. Dadurch konnten die Aufträge planmäßig abgewickelt werden. Das hohe Neugeschäftsvolumen ist insbesondere auf die gesteigerte Anzahl an Neukundenabschlüssen zurückzuführen. Gemeinsam mit den Marken des Volkswagen Konzerns wurden erstmals flächendeckende Leasingaktionen für Flottenkunde*innen durchgeführt. Besonders die Marken Volkswagen PKW, SEAT, CUPRA und ŠKODA profitierten von diesen Kampagnen, die sich vielfach als Türöffner für die Akquisition zusätzlicher Neukund*innen erwiesen.

Auch der Vertragsbestand konnte durch zahlreiche Neukund*innen gesteigert werden. Mit einem Zuwachs von 1,9 % auf 49.781 Finanzierungsverträge wurde ein neuer Höchststand erreicht.

Der Auftragseingang im Großabnehmerbereich entwickelte sich ebenfalls sehr positiv und stieg im Vergleich zum bereits erfolgreichen Vorjahr um 6,8 %. Zum Stichtag 31.12.2025 lag der Auftragsbestand bei 4.191 genehmigten Anträgen, was einen vielversprechenden Start ins neue Geschäftsjahr erwarten lässt.



Die Porsche Bank AG behauptet somit ihre führende Marktposition im österreichischen Flottenmanagement und konnte diese noch weiter ausbauen. Nach dem erfolgreichen Erhalt des Zuschlags im Rahmen der Ausschreibung der Bundesbeschaffungs GmbH (kurz BBG) im Jahr 2021 für das Bundesministerium für Inneres, den Bund und BBG-Drittkundinnen wurde der Vertragsbestand insbesondere in diesem Segment deutlich erhöht. Der BBG-Vertrag ist bei den berechtigten Kundinnen etabliert und bildet eine solide Grundlage für einen weiterhin positiven Geschäftsverlauf.

Im Bereich der Wartungsverträge konnte ein deutlicher Anstieg verzeichnet werden. Die Zahl der Neuverträge stieg um 62 % auf 45.848 Verträge im Geschäftsjahr 2025. Davon entfallen 16.386 auf das Flottensegment und 29.462 auf Privat- sowie KMU-Kund*innen. Die gemeinsamen Aktionen mit den Importeuren, wie die B2B-Wartungsaktion und der Servicebonus im Privat- und KMU-Segment, wurden von den Kund*innen verstärkt nachgefragt und führten somit auch zu einer deutlichen Steigerung des Bestands auf 104.420 Wartungsverträge (+30,6 %). Besonders die Verdoppelung des Servicebonus bei vielen Modellen von 500 auf 1.000 Euro im Privatkund*innen- und KMU-Segment führte zu einer enormen Steigerung im Mengengeschäft.

Die gestiegenen Marktanteile und der weiterhin bestehende Trend, Fuhrparks an externe Fuhrparkmanager auszulagern, bieten für 2026 eine grundsätzlich positive Basis für eine erfolgreiche Geschäftsentwicklung im Flottensegment. Dennoch gilt es, die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen aufmerksam zu beobachten, da einige Flottenkund*innen bereits eine Stabilisierung oder sogar Reduktion der Fuhrparkgröße in Erwägung ziehen, um auf gestiegene Kosten und die wirtschaftliche Lage zu reagieren. Sparmaßnahmen im öffentlichen Sektor sowie eine gestiegene Tendenz zu Neuausschreibungen stellen ein anspruchsvolleres Marktumfeld dar.

Eine enge Abstimmung mit den Fuhrparkleitern ist daher entscheidend, um flexibel auf Veränderungen reagieren zu können – beispielsweise durch Vertragsanpassungen, Vertragsverkürzungen oder Umschreibungen.



Für das Jahr 2026 wurden im Flottenmanagement folgende strategische Schwerpunkte gesetzt:

- BBG Ausschreibung: da der bestehende BBG Rahmenvertrag für alternative Antriebsarten im 3. Quartal 2026 ausläuft, wurde bereits Ende 2025 eine neue Ausschreibung für Bund und BBG Drittkund*innen angekündigt. Die Angebotslegung wird im 1. Halbjahr 2026 erfolgen.
- Flottenausschreibungen: aufgrund der aktuellen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen werden zahlreiche neue Ausschreibungen erwartet.
- Intensivierte persönliche Betreuung der Bestandskund*innen durch die Flotten Key Account Manager und Kundenbetreuer*innen, insbesondere im Rahmen von Jahresgesprächen und bei der Abstimmung notwendiger Bestandsanpassungen.
- Der Ausbau der E-Mobilität im Fuhrpark der Flottenkund*innen: steigende Bedeutung durch die Green Fleet Initiative der EU, welche vor allem Quoten für Großkund*innen vorschreibt. Auf dem Ausbau der E-Mobilität mit dem Gehaltsumwandlungsmodell soll ein weiterer Fokus liegen.
- Einführung von Operating Leasing für gebrauchte (Elektro-)Fahrzeuge, um neue Kundensegmente zu erschließen.
- Loyalisierung der Bestandskund*innen durch die Weiterentwicklung digitaler Tools wie Flotten FM, Flotten Car Configurator und das Online Reporting Tool FIS (Fuhrpark Informations System).
- Bereitstellung der erforderlichen Daten für die Berichtsanforderungen der EU-Taxonomieverordnung und der CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) sowie Unterstützung der Kund*innen im Bereich Nachhaltigkeit.
- Erhöhung der Effizienz in der Abwicklung und Kundenbetreuung, um die Servicequalität weiter zu steigern.

Im internationalen Flottenmanagement liegt der Fokus auf der weiteren Steigerung der Abschlussquote bei internationalen Ausschreibungen und der engen Zusammenarbeit mit der Volkswagen Financial Services AG. Zudem ist der Rollout des Online Reporting Tools auf die Porsche Bank Länder geplant, um ein internationales Reporting zu ermöglichen.



2.2. Chancen- und Risikobericht

Die gezielte und kontrollierte Übernahme von Risiken stellt ein wesentliches Merkmal des Bankgeschäftes dar und ist die Basis für eine nachhaltig stabile Geschäfts- und Ergebnisentwicklung. In diesem Abschnitt werden die Chancen und Risiken, die sich im Rahmen der Geschäftstätigkeit der Porsche Bank AG ergeben, zusammengefasst. Sofern nicht explizit erwähnt, gab es im Vergleich zum Vorjahr keine bedeutenden Veränderungen.

2.2.1. Wesentliche Merkmale des internen Kontroll- u. Risikomanagementsystems

Die Risikopolitik der Porsche Bank AG ist geprägt von einem konservativen Umgang mit den bankgeschäftlichen und bankbetrieblichen Risiken. Zu diesem Zweck verfolgt die Porsche Bank AG eine Strategie zur Risikobegrenzung, die sich zum einen aus den Anforderungen der Kund*innen ergibt und zum anderen an den gesetzlichen Rahmenbedingungen orientiert. Grundlage für das Risikomanagement- und Risikocontrollingsystem der Porsche Bank AG ist ein einheitliches Verständnis der Risiken innerhalb der Bank, ein ausgeprägtes Risikobewusstsein aller Mitarbeiter*innen sowie klar definierte Prozesse und adäquate Organisationsstrukturen.

Die nachstehend aufgeführten Prinzipien beschreiben die Kernkomponenten des Risikomanagement- und Risikocontrollingsystems der Porsche Bank AG.

- Prinzip I: Verantwortung der Geschäftsleitung für die Strategie der Bank
- Prinzip II: Klare Definition von Organisationsstruktur und Risikomanagement- und Risikocontrollingprozess
- Prinzip III: Funktionstrennung
- Prinzip IV: Ausgeprägtes Risikobewusstsein und Risikokultur
- Prinzip V: Zuverlässige Risikosteuerung
- Prinzip VI: Umfassende Risiko- und Limitüberwachung
- Prinzip VII: Allokation des ökonomischen Kapitals und der Risikolimits
- Prinzip VIII: Risikokommunikation und -berichterstattung
- Prinzip IX: Bereitstellung eines aktuellen und vollständigen Risikoinformationssystems
- Prinzip X: Unterstützung des gesamten Risikoprozesses durch qualifizierte Expert*innen
- Prinzip XI: Überprüfung der Effektivität der Überwachung
- Prinzip XII: Notfallplanung
- Prinzip XIII: Förderung von angemessenem Risikoverhalten



2.2.1.1. Organisation des Risikomanagements

Um die Angemessenheit der Risiken für die Porsche Bank AG zu gewährleisten, wurde ein System zur Risikoüberwachung und Steuerung eingeführt, das eine adäquate Handhabung der übernommenen Risiken sicherstellt. Dieses Risikomanagementsystem umfasst ein Rahmenwerk aus grundlegenden Risikoprinzipien, organisatorischen Strukturen und Prozessen zur Beurteilung und Überwachung von Risiken, die gezielt auf die Aktivitäten der einzelnen Geschäftsbereiche abgestimmt sind.

Die regulatorischen Anforderungen der FMA, die entsprechenden EBA-Guidelines und die Standards des Volkswagen Konzerns werden in einem einheitlichen Framework der Porsche Bank AG berücksichtigt.

Die Geschäftsführung sowie der Aufsichtsrat werden regelmäßig über die Gesamtrisikolage informiert.

2.2.1.2. Internes Kontrollsystem

Ergänzend zum Risikomanagementsystem kommt ein angemessenes internes Kontrollsystem zur Anwendung. Das interne Kontrollsystem der Porsche Bank AG basiert auf dem international anerkannten COSO Enterprise Risk Management (ERM) Rahmenwerk des Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission. Es existieren Beschreibungen der IKS-Abläufe, einheitliche Dokumentationen aller risikorelevanten Prozesse der Porsche Bank AG und der Kontrollmaßnahmen. Kontrollaktivitäten werden dokumentiert und überprüft, die IKS-relevanten Risiken werden regelmäßig evaluiert und angepasst. Dieser laufende Optimierungsprozess trägt zur Qualitätssicherung bei.

Im Rahmen des Business Continuity Management werden zur Notfallvorsorge Business-Impact-Analysen durchgeführt. Auf Basis der Analysen werden Notfallkonzepte erstellt, die im Gesamtnotfallplan festgehalten werden und darauf abzielen, den fortlaufenden Betrieb bei Eintritt einer Notfallsituation zu gewährleisten.

Des Weiteren prüft die Abteilung „Interne Revision“ in ihrer Funktion als unabhängige Überwachungsinstanz die Wirksamkeit und Angemessenheit des Risikomanagements und des internen Kontrollsystems im Besonderen.



2.2.1.3. Risikoidentifikation

Ein wesentlicher Teil des Risikoidentifizierungsprozesses ist die dezentrale Risikoinventur. Diese erfolgt mittels eines Fragebogens, in dem alle Risiken erfasst und von den jeweiligen Risikomanager*innen im Rahmen einer Expert*inneneneinschätzung und durch ein quantitatives Scoring bewertet werden.

Durch die regelmäßige Durchführung der Risikoinventur wird sichergestellt, dass alle relevanten Risiken frühzeitig erkannt und geeignete Maßnahmen zur Risikominimierung und Steuerung ergriffen werden können.

2.2.1.4. Risikotragfähigkeit

Die Einhaltung der aufsichtsrechtlichen Kapitalanforderungen und die Sicherstellung der Risikotragfähigkeit sind zentrale Bestandteile der Steuerung der Porsche Bank AG. Die Risikotragfähigkeitsrechnung hat zum Ziel, alle relevanten Risiken zu bewerten und diese den zur Verfügung stehenden Risikodeckungsmassen gegenüberzustellen.

Die Porsche Bank AG stellt zwei Sichtweisen der Risikotragfähigkeit dar:

Das **Absicherungsziel der Liquidationssicht im ICAAP** (Internal Capital Adequacy Assessment Process) ist der Schutz der Ansprüche der Fremdkapitalgeber*innen, d.h. eine Rückzahlung des Fremdkapitals muss möglich sein. Dabei wird jenes ökonomische Gesamtbankrisiko dargestellt, das mit einer Wahrscheinlichkeit von 99,9 % nicht überschritten wird. Im Jahr 2025 lag das Gesamtbankrisiko der Porsche Bank AG im Liquidationsfall bei 70 % (VJ 60 %).

In der **Going-Concern-Sicht** soll der Fortbestand einer geordneten operativen Geschäftstätigkeit sichergestellt werden. Das Absicherungsziel der Going-Concern-Sicht ist, dass die Bank einen negativen Belastungsfall verkraftet und die geordnete Geschäftstätigkeit dennoch fortsetzen kann. Die aufsichtsrechtlichen Eigenmittelerfordernisse sind dabei die Mindestanforderungen. Zur Ermittlung wird jenes Risiko, das bereits mit einer Wahrscheinlichkeit von 95 % nicht überschritten wird, mit den für den Going-Concern verfügbaren Deckungsmassen verglichen. Im Jahr 2025 lag das Gesamtbankrisiko der Porsche Bank AG im Going-Concern bei 59 % (VJ 51 %).

Im Geschäftsjahr 2025 kam es zu einer Neustrukturierung der Beteiligungsverhältnisse der Porsche Bank Gruppe. Dabei wurde die Porsche Finance Group Slovakia vollständig



übernommen und in den aufsichtsrechtlichen Konsolidierungskreis der Porsche Bank Gruppe integriert. Gleichzeitig wurden die Beteiligungen in Kolumbien und Chile auf jeweils 40 % reduziert. Infolge der Anpassung der Beteiligungsstruktur kam es zu einem Anstieg des Gesamtbankrisikos. Insgesamt bleibt das Risikoprofil der AG solide und unterstützt die langfristige Wachstumsstrategie.

Trotz des moderaten Anstiegs des Gesamtbankrisikos infolge der Anpassung der Beteiligungsstruktur bleibt das Risikoprofil der Porsche Bank AG solide und unterstützt die langfristige Wachstumsstrategie.

2.2.2. Wesentliche Risiken und mögliche Chancen

Im Rahmen der Risikoerhebung wurden für die Porsche Bank AG folgende wesentliche Risikoarten identifiziert: Adressausfall- bzw. Kreditrisiko, Restwertrisiko, Zinsänderungsrisiko, Fremdwährungsrisiko, Liquiditätsrisiko, makroökonomisches Risiko, operationelles Risiko, Nachhaltigkeitsrisiken, Verbriefungsrisiko sowie Beteiligungsrisiko. Darüber hinaus ergeben sich insbesondere aus dem Adressausfallrisiko und dem Restwertrisiko auch entsprechende Chancen für die Porsche Bank AG.

2.2.2.1. Adressausfallrisiko

Das Adressausfallrisiko wird in der Porsche Bank AG als die Gefahr definiert, dass Kreditnehmer*innen die ihnen gewährten Kredite nicht oder nicht vollständig vertragsgemäß zurückzahlen können oder wollen. Ziel ist, eine höchstmögliche Anzahl von Finanzierungszusagen bei einem intern definierten geringen Verlust zu gewährleisten. Dieser mögliche Verlust ist zu einem wesentlichen Teil durch die Besicherung durch das Fahrzeug abgedeckt.

Unter dem Adressausfallrisiko fällt auch das Kontrahentenrisiko. Beim Kontrahentenrisiko besteht die Gefahr, dass bei Eintritt der Zahlungsunfähigkeit bzw. Zahlungsunwilligkeit einer Kontrahent*in die Vermögenswerte der Porsche Bank AG gefährdet sind. Aufgrund eines hinreichend diversifizierten und krisensicheren Refinanzierungskonzepts wird das Risiko als mäßig eingestuft.

In der Porsche Bank AG wurde ein internes Modell zur Messung der Kreditrisiken (Ausfallsrisiken im Kundengeschäft) implementiert. Als internes Modell wird auf das von J. P. Morgan entwickelte CreditMetrics-Modell zurückgegriffen. Die vielen verschiedenen



Möglichkeiten, wie sich die Bonität einzelner Kund*innen verändern kann, werden mit dem Monte-Carlo-Verfahren simuliert.

Im Geschäftsjahr 2025 verzeichnete die Porsche Bank AG ein Wachstum im Bereich Finanzierungsgeschäft, obwohl das gesamtwirtschaftliche Umfeld von steigenden Kreditrisiken und anhaltend hohen Unternehmensinsolvenzen geprägt war. Trotz dieser Herausforderungen gelang es im abgelaufenen Geschäftsjahr, das NPL-Volumen durch die gezielte Reduktion von Risikopositionen bei ausgefallenen Kund*innen sowie die erfolgreiche Restrukturierung und Gesundung von Großkund*innen deutlich zu senken. Dies bestätigt die Effektivität des aktiven Risikomanagements der Porsche Bank AG. Zudem blieben dank der soliden Besicherung die realisierten Verluste auf niedrigem Niveau.

Für das kommende Jahr wird ein weiterhin angespanntes wirtschaftliches Umfeld mit erhöhten Kreditrisiken erwartet. Die Porsche Bank AG begegnet dieser Entwicklung mit einer aktiven Wertberichtigungspolitik, die eine angemessene Risikovorsorge sicherstellt.

2.2.2.2. Chancen aus Kreditrisiken

Obwohl Kreditrisiken grundsätzlich eine Herausforderung für Kreditgeber*innen darstellen, können sie zugleich Chancen eröffnen. Für die Porsche Bank AG ergibt sich eine positive Perspektive, wenn die tatsächlich eingetretenen Verluste aus dem Finanzierungsgeschäft geringer ausfallen als die prognostizierten erwarteten Verluste und die darauf basierende Risikovorsorge. Durch den proaktiven Risikoansatz der Porsche Bank AG werden potenzielle Verluste durch frühzeitige Maßnahmen minimiert. Darüber hinaus können sich bei einer Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen oder der Bonität von Kreditnehmer*innen zusätzliche Chancen ergeben.

2.2.2.3. Restwertrisiko

Das Restwertrisiko wird als Risiko definiert, dass bei Leasingverträgen, bei denen die Porsche Bank AG das Verwertungsrisiko trägt, der erzielbare Verwertungserlös (inklusive Mehr-/ Minderkilometer und Schadensabrechnung) bei Vertragsende unter dem vertraglichen Restwert liegt. Dieses Risiko besteht für die Porsche Bank AG hauptsächlich bei Operating-Leasing-Verträgen.

Im Jahr 2025 ist das Restwertrisiko im Verhältnis zur Volumenentwicklung gestiegen.



Die Verwertungsergebnisse bei Fahrzeugen mit Verbrennungsmotor entwickelten sich positiv. Bei Elektrofahrzeugen zeigte sich die Verwertung hingegen aufgrund anhaltender Preisrepositionierungen herausfordernd, da Elektrofahrzeuge aktuell nur einen geringen Anteil am verwerteten Gesamtportfolio ausmachen. Als Maßnahmen wurden Restwertverpflichtungen für Neuverträge angepasst und für die bestehenden Verpflichtungen ausreichend Rückstellungen gebildet. In den kommenden Jahren ist von einem zunehmenden Anteil an Elektrofahrzeugen auszugehen. Aufgrund der gesetzten Maßnahmen erwartet die Porsche Bank AG keine wesentlichen Ergebnisauswirkungen. Insgesamt sind die Verwertungsergebnisse im Jahr 2025 positiv.

2.2.2.4. Chancen und Restwertrisiko

Bei der Verwertung von Fahrzeugen besteht für die Porsche Bank AG die Chance, einen höheren Preis als den kalkulierten Restwert zu erzielen, wenn sich tatsächlich realisierte Vermarktungspreise bei steigender Nachfrage nach Gebrauchtwagen oder weiteren Lieferengpässen von Neuwagen positiver als erwartet entwickeln.

2.2.2.5. Marktrisiken

Unter Marktrisiko versteht man die Gefahr, dass bestehende Positionen aufgrund einer negativen Marktentwicklung an Wert verlieren und für den Risikoträger ein Verlust entsteht. Im Rahmen der Risikosteuerung wird zwischen dem Zinsänderungsrisiko, dem Fremdwährungsrisiko und dem Aktienkursrisiko differenziert. In der Porsche Bank AG wird das Aktienkursrisiko als nicht wesentlich eingestuft, da keine Investitionen in Wertpapiere erfolgen.

2.2.2.5.1 Zinsänderungsrisiko

Das Zinsänderungsrisiko besteht in der Möglichkeit, dass die bei unveränderten Zinsen erzielbaren Zinsergebnisgrößen aufgrund eintretender Marktzinsänderungen nicht erreicht werden. Es kann zwischen barwertorientiertem (ökonomischem) und periodischem (GuV-) Risiko unterschieden werden.

Gemäß den aufsichtsrechtlichen Bestimmungen überwacht die Porsche Bank AG das Gesamt-Zinsänderungsrisiko aus barwertiger und periodischer Sicht. Dadurch wird sichergestellt, dass das Zinsänderungsrisiko gesamtheitlich betrachtet wird und Risiken entsprechend eingeordnet werden können.

Der Einsatz von Zinsderivaten ist ein zentrales Instrument zur Begrenzung von



Zinsänderungsrisiken im Bankbuch. Die Porsche Bank nutzt hierfür Payer Swaps, die der Risikosteuerung dienen und nicht zu Handelszwecken abgeschlossen werden. Die Überwachung, Bewertung und Dokumentation der Sicherungsbeziehungen erfolgt gemäß den internen Risikomanagementrichtlinien sowie den regulatorischen Vorgaben.

Für jedes Derivat besteht eine klare Zuordnung zum abgesicherten Grundgeschäft in Form einer Bewertungseinheit, wodurch gegenläufige Wertänderungen neutralisiert werden. Ineffektive Sicherungsanteile spielten im Berichtsjahr keine wesentliche Rolle.

Im Jahr 2025 war das Zinsänderungsrisiko durch eine weiterhin volatile Zinssituation und die geldpolitische Lockerung der Europäischen Zentralbank geprägt. Nach mehreren moderaten Zinssenkungen im ersten Halbjahr stabilisierte sich das Zinsniveau, während die Inflation der Eurozone in den Zielbereich zurückkehrte. Weitere Zinsschritte sind derzeit nicht absehbar. Für die Porsche Bank AG blieben die Auswirkungen jedoch überschaubar. Dank einer währungs- und zinskongruenten Bilanzpolitik ist das Zinsänderungsrisiko weiterhin als gering einzustufen.

2.2.2.5.2 Fremdwährungsrisiko

Das Fremdwährungsrisiko besteht in der Gefahr, dass durch Schwankungen von Wechselkursen das Ergebnis verschlechtert wird. Das Fremdwährungsrisiko in der Porsche Bank AG wird als niedrig eingestuft, da in der Porsche Holding Salzburg der Grundsatz der währungskongruenten Refinanzierung vorherrscht. Trotzdem können in den Tochtergesellschaften aufgrund vorhandener Eigenmittel Fremdwährungseffekte entstehen.

Zur Absicherung von Wechselkursrisiken aus nicht in Euro bilanzierenden Tochtergesellschaften setzt die Porsche Bank Fremdwährungsderivate ein. Es erfolgt kein Abschluss zu Handelszwecken. Die Sicherungsbeziehungen werden gemäß den internen Risikomanagementrichtlinien sowie den regulatorischen Vorgaben überwacht und dokumentiert. Jedes Derivat ist klar einem abgesicherten Grundgeschäft zugeordnet, wodurch gegenläufige Wertänderungen weitgehend kompensiert werden.

2.2.2.6. Liquiditätsrisiko

Unter dem Liquiditätsrisiko versteht die Porsche Bank AG einerseits die Gefahr der Zahlungsunfähigkeit des Instituts und andererseits die Gefahr erhöhter eigener Refinanzierungskosten. Primäre Ziele des Liquiditätsmanagements sind daher die



Sicherstellung der jederzeitigen Zahlungsfähigkeit und die Optimierung der Refinanzierungsstruktur in Bezug auf Risiko und Ergebnis.

Um die Einhaltung sämtlicher Liquiditätsanforderungen der Porsche Bank AG sicherstellen zu können, ist eine zentrale Refinanzierungsstrategie etabliert. Diese Refinanzierungsstrategie der Porsche Bank AG sieht ein hinreichend diversifiziertes, krisensicheres Refinanzierungskonzept als Zielsetzung vor. Das Refinanzierungskonzept der Porsche Bank AG beruht im Wesentlichen auf drei Säulen: dem Einlagengeschäft, der Verbriefung und der Konzernrefinanzierung. Zusätzlich gibt es einige bilaterale Linien mit Banken. So wird sichergestellt, dass der erforderliche Refinanzierungsbedarf jederzeit gedeckt werden kann.

Im Jahr 2025 entwickelte sich das Liquiditätsrisiko insgesamt stabil. Zwei zentrale Faktoren prägten die Liquiditätsstrategie 2025. Zum einen verzeichnete das Einlagengeschäft im Privatkundensegment einen deutlichen Anstieg des Einlagenvolumens. Zum anderen wurde in der zweiten Jahreshälfte der Clean-up Call der FACT-Anleihe 2021-01 umgesetzt, der in Kombination mit der Abreifung der FACT Anleihe 2024-01 zu einem Rückgang des Verbriefungsvolumens führte.

2.2.2.7. Makroökonomisches Risiko

Als makroökonomische Risiken werden jene Verlustpotenziale bezeichnet, die durch das Exposure gegenüber makroökonomischen (länderspezifischen) Risikofaktoren bedingt sind. Es bezeichnet die Gefahr von Verlusten, die aus gesamtwirtschaftlichen Verschlechterungen resultieren, mit damit unmittelbar einhergehenden Risikoparametererhöhungen. Die Porsche Bank AG quantifiziert die Risiken, die aus dem makroökonomischen Umfeld erwachsen, auf Basis eines makroökonomischen Stressszenarios für das Kreditrisiko, welches sich auf eine prozentuelle Erhöhung der Ausfallwahrscheinlichkeiten stützt. Die Grundlage für die Steuerung und das Management von makroökonomischen Risiken bildet das Kredit- und Leasingportfolio der Porsche Bank AG.

2.2.2.8. Operationelles Risiko

Das operationelle Risiko der Porsche Bank AG bedeutet die Gefahr von Verlusten, die infolge der Unangemessenheit oder des Versagens von internen Verfahren, Menschen und Systemen oder durch externe Ereignisse verursacht werden, einschließlich Rechtsrisiken. Zur Begrenzung der operationellen Risiken auf Fachbereichsebene dienen die internen Kontrollsysteme und weitere risikoreduzierende Maßnahmen (First Line of Defense), die Vorgaben des zentralen operationellen Risikomanagements (Second Line of Defense) und



die institutionelle Verankerung der Internen Revision (Third Line of Defense).

Die Porsche Bank AG steuert die operationellen Risiken einerseits durch eine Schadensfalldatenbank (LDB), andererseits durch jährliche Risk and Control Self Assessments (RCSA). Sowohl aus der Schadensfalldatenbank als auch aus dem RCSA werden entsprechende Maßnahmen zur Reduktion operationeller Risiken generiert. Beide Prozesse sind in dem State-of-the-Art-System okular ORM der parcIT standardisiert abgebildet.

Im Geschäftsjahr 2025 zeigte sich ein Anstieg von Fällen, in denen finanzierte Fahrzeuge durch Kund*innen veruntreut wurden. Durch die enge Zusammenarbeit mit den zuständigen Behörden sowie privaten Sicherheitsdiensten konnte ein wesentlicher Teil der Fälle aufgeklärt und die Täter strafrechtlich verfolgt werden. Auch wenn die Zahl der Veruntreuungsfälle zugenommen hat, bleibt ihr Anteil am Gesamtportfolio weiterhin auf einem niedrigen Niveau. Die Porsche Bank AG setzt auf eine konsequente Nachverfolgung dieser Fälle, die strafrechtliche Ahndung der Täter sowie auf Prävention. Die gesetzten Maßnahmen werden stetig überwacht und weiterentwickelt, um potenzielle Risiken frühzeitig zu erkennen und wirksam gegenzusteuern.

2.2.2.9. Nachhaltigkeitsrisiken

Unter Nachhaltigkeitsrisiken werden Ereignisse aus den Bereichen Umwelt, Soziales oder Unternehmensführung (ESG) umfasst, deren Eintreten negative Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage sowie auf die Reputation der Porsche Bank AG haben könnten. Die Porsche Bank AG bekennt sich zu den Nachhaltigkeitszielen der UN-Agenda 2030 und hat zentrale Ziele definiert, die sowohl für die Unternehmensentwicklung relevant als auch im eigenen Wirkungskreis umsetzbar sind. Die Umsetzung erfolgt durch Produktinnovationen, neue Nachhaltigkeitsstandards, gelebte Unternehmenswerte sowie die Förderung sozialer Aspekte und Projekte. Besonders hervorzuheben ist die E-Offensive des Volkswagen Konzerns, die von der Porsche Bank mit passenden Finanzierungs- und Serviceprodukten unterstützt wird.

2.2.2.9.1. Regulatorische Pflichten Porsche Bank AG

Die Porsche Bank AG ist vollständig in die Strukturen des Volkswagen Konzerns und der Porsche Holding integriert. Dadurch entfallen eigenständige Offenlegungspflichten im Rahmen der EU-Taxonomie, der CSRD sowie des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes. Die erforderliche Berichterstattung wird durch eine entsprechende Datenlieferungen sichergestellt. Grundlegende Richtlinienkompetenz liegt beim Volkswagen Konzern, ergänzt



um bankspezifische Themen durch die Porsche Bank AG.

Darüber hinaus verantwortet die Porsche Bank AG zusätzliche regulatorische Anforderungen für Finanzinstitute eigenständig.

2.2.2.9.2. ESG-Integration im Risikorahmenwerk

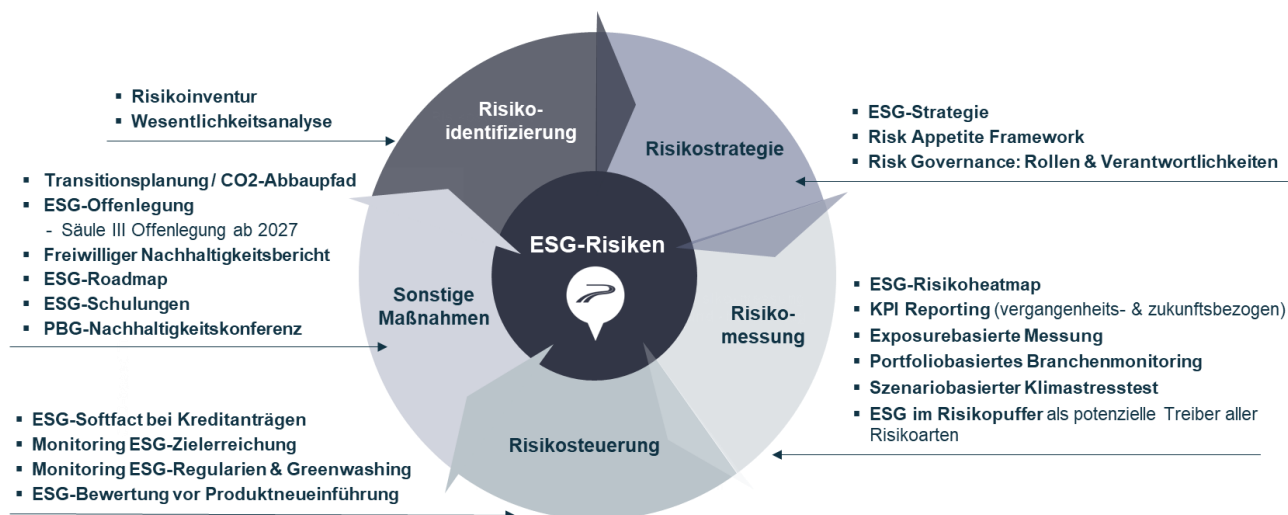
Bei der Integration von ESG-Risiken in das Risikomanagement orientiert sich die Porsche Bank AG an den EBA-Leitlinien sowie am FMA-Leitfaden zu Nachhaltigkeitsrisiken.

Ziel des Nachhaltigkeitsrisikomanagements der Porsche Bank AG ist die Identifikation, Bewertung und Steuerung von ESG-Risiken sowie die Unterstützung der in der Geschäftsstrategie verankerten Nachhaltigkeitsziele.

Nach Empfehlung des FMA-Leitfadens werden Nachhaltigkeitsrisiken in der Porsche Bank AG nicht als eigene Risikoart quantifiziert, sondern über den Risikopuffer berücksichtigt und bedarfsweise in den Modellen der einzelnen Risikoarten quantifiziert.

2.2.2.9.3. ESG als Teil des Gesamtbank Risikomanagements der Porsche Bank AG

ESG-Risiken sind ein integraler Bestandteil des Gesamtbank-Risikomanagementprozesses der Porsche Bank AG. Zur systematischen Erhebung und Evaluierung von Nachhaltigkeitsrisiken führt die Porsche Bank AG seit 2024 eine tourliche Wesentlichkeitsanalyse aller kurz-, mittel- und langfristigen Klima-, Umwelt- und naturbezogenen Risiken durch. Die hierdurch gewonnenen Erkenntnisse fließen explizit in die Geschäftsstrategie und strategische Planung mit ein. Die folgende Abbildung zeigt die implementierten Maßnahmen zur Identifizierung, Messung und Steuerung von ESG-Risiken sowie ergänzende Schritte.





Der Aufsichtsrat der Porsche Bank AG wird regelmäßig über wesentliche Entwicklungen des Nachhaltigkeitsrisikomanagements informiert. Durch einen dezentralen Steuerungsansatz tragen die lokalen Geschäftsführer*innen der Tochtergesellschaften die Verantwortung für das Management von Nachhaltigkeitsrisiken im jeweiligen Land.

Weitere Details zum Nachhaltigkeitsrisikomanagements der Porsche Bank AG befinden sich auf der Homepage (Porsche Bank: Mobilität von morgen | Porsche Bank) und dem aktuellen Nachhaltigkeitsbericht.

2.2.2.10. Verbriefungsrisiko

Die Porsche Bank AG verfügt aktuell über drei Verbriefungsprogramme. Je nach Programmart kann der Porsche Bank AG dadurch ein Verbriefungsrisiko entstehen. Im Falle des übernommenen Verbriefungsrisikos (Verbriefungsanleihe) besteht die Gefahr, dass das geplante Anleihevolumen durch eine ungünstige Entwicklung nicht (vollständig) am Markt platziert werden kann oder zumindest zu höheren Finanzierungskosten führt. Dieses Risiko besteht jedoch nur während der Planungsphase. Zur Eingrenzung dieses Risikos wird während der Planungsphase ein Kapitalmarkt-Monitoring durchgeführt und eine Exit-Strategie in Bezug auf die zu erwartenden Programmkosten festgelegt.

2.2.2.11. Beteiligungsrisiko

Das Beteiligungsrisiko beschreibt die Gefahr, dass die vom Unternehmen eingegangenen Beteiligungen zu potenziellen Verlusten (aufgrund von Dividendenausfall, Teilwertabschreibungen, Veräußerungsverlusten oder Verminderung der stillen Reserven) aus bereitgestelltem Eigenkapital, Ergebnisabführungsverträgen oder Haftungsrisiken führen können. Die Porsche Bank AG hält aufgrund ihres Fokus als Autobank ausschließlich strategische Beteiligungen sowie sonstige Beteiligungen, die ihr Kerngeschäft unterstützen. Den größten Anteil des Beteiligungsrisikos stellt, mit ca. 19 % der Ertragswerte, die Porsche Versicherungs AG dar.

Hinsichtlich der Neustrukturierung der Beteiligungsverhältnisse der Porsche Bank Gruppe ergab sich für die Porsche Bank AG kein wesentlicher Anstieg des Beteiligungsrisikos.



3. BERICHT ÜBER FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Geschäftsgegenstand der Porsche Bank AG ist es, Bankdienstleistungen im Zusammenhang mit Fahrzeugfinanzierungen zu erbringen. Der Produktionsprozess der Porsche Bank AG ist daher nicht mit Forschung und Entwicklung im industriellen Sinn verbunden. Entwicklungsarbeiten fließen jedoch permanent in das laufende Geschäft ein.

4. STRATEGIE UND UNTERNEHMENSWERTE

Ziele der Porsche Bank AG sind, das Kerngeschäft langfristig abzusichern, Prozesse laufend zu optimieren (z.B. durch Robotics), neue Geschäftsfelder zu erschließen sowie die Customer Journey kontinuierlich zu digitalisieren.

Als wesentliche Basis der Strategie der Porsche Bank AG und in weiterer Folge des Unternehmenserfolges gelten die Kernwerte der Porsche Bank AG sowie das konzernweite Integritäts- und Compliance-Programm.

Compliance bedeutet, dass die Mitarbeiter*innen neben bestehenden Gesetzen auch moralische Grundsätze einhalten. Die Compliance-Strategie umfasst die Fokusthemen Verhaltensgrundsätze, Wettbewerbs- und Kartellrecht, Anti-Korruption, Geldwäscheprävention und Betrug / Veruntreuung, Business and Human Rights (einschließlich dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz "LkSG"). Die Vorstände setzen die Ziele für das Compliance Management System fest. Diese basieren auf den generellen Unternehmenszielen und Werten.

Nachhaltigkeit: Nachhaltigkeit stellt einen wesentlichen Teil der Strategie der Porsche Bank AG dar. Die Porsche Bank AG möchte mittels vielseitiger Mobilitätslösungen als Enabler fungieren, um zu einem nachhaltigen Transformationsprozess in der Gesamtwirtschaft beizutragen. Dementsprechend hat die Porsche Bank AG in den vergangenen Jahren innovative Produkte entwickelt und sich somit nachhaltige Geschäftsfelder erschlossen. Mit dem Carsharing von sharetoo sowie dem Langzeitmiete-Produkt Autoabo, deren Fahrzeugpool hauptsächlich aus E-Fahrzeugen besteht, wird nachhaltige Überbrückungs- und Ergänzungsmobilität geboten. Für die Carsharing-Aktivitäten wurde die Porsche Bank AG mit dem österreichischen Umweltzeichen vom Bundesministerium für Umwelt ausgezeichnet.



Die Angebotspalette für Finanzierungs-, Versicherungs- und Serviceprodukte von E-Fahrzeugen wurde in den letzten Jahren stetig erweitert und ist für alle Leasing- und Kredit-Produktvarianten möglich. Der E-Fahrzeugvertrieb wird durch spezielle Aktionen wie Finanzierungs- und Versicherungsboni sowie einen kostenlosen Service für bestimmte Modelle gefördert. Mit dem Telematiktarif „Smart Driver“ wird ein App gestützter Versicherungstarif angeboten, der verbrauchsarmes und sicheres Fahrverhalten durch Tarifnachlässe fördert.

Eine konzerninterne Kooperation mit der Marke Moon kombiniert Finanzierungsangebote mit Batterie-, Photovoltaik- oder Ladelösungen. Elektromobilität gilt in der Produktentwicklung aber auch im Bereich des Flottenmanagement-Consultings als Schwerpunkt. Das Porsche Bank Kundenportal sowie der Porsche Bank Shop als Direktvertriebskanal ermöglichen eine deutliche Reduzierung des Postversandes, des jährlichen Papierverbrauchs und senken die Schwelle für Kund*innen, schnell an ihr Wunschfahrzeug zu kommen.

Vertrauen & Loyalität: Compliance und Integrität sind wesentliche Bestandteile des Handelns in sämtlichen Geschäftsbereichen der Porsche Bank AG. Mitarbeiter*innen werden über gesetzliche Regeln, Vorschriften oder interne Regularien laufend informiert sowie zu integrem Verhalten aufgerufen.

Wettbewerbsfähigkeit & Innovation: Die Porsche Bank AG möchte als Mobilitätsanbieter Maßstäbe im Hinblick auf Produktivität und Ertragskraft am Markt setzen und verfügt zudem über eine starke Zukunftsorientierung.

Diversity & Internationalität: Vielfalt gilt als Erfolgsfaktor für die Zukunft. So sind in der Porsche Bank Gruppe Mitarbeiter*innen aus 17 Nationen beschäftigt, es werden 27 Sprachen gesprochen und mehr als die Hälfte der Angestellten ist weiblich.

Exzellente Mitarbeiter*innen: Kompetente, engagierte und zufriedene Mitarbeiter*innen gewährleisten anhaltenden Unternehmenserfolg. Die Zufriedenheit wird in regelmäßigen Stimmungsbarometer-Befragungen erhoben.



Starkes Team: In der Porsche Bank AG wird eine offene, kooperative Kultur gelebt.

Handschlagqualität & Zuverlässigkeit: Aufrichtigkeit und Ehrlichkeit werden großgeschrieben: „Wir halten Wort!“

Begeisterte Kund*innen: Anspruch der Porsche Bank AG ist es, Kund*innen zu begeistern und dauerhaft zu binden.



Salzburg, 03. März 2026

Der Vorstand

Mag. Johann Maurer
Vorstand Markt (CEO)

Dr. Alexander Nekolar
Vorstand Marktfolge (CFO)