

Porsche in China: Trends und Tradition vereint

Dieser Artikel gibt den Stand zum Zeitpunkt seiner Veröffentlichung wieder. Der Inhalt kann inzwischen veraltet sein.

23/09/2021 China ist auf dem Weg, bei vielen Entwicklungen eine Fu☒hrungsrolle zu u☒bernehmen. Im Interview berichten Dr. Jens Puttfarcken (Gescha☒ftsfu☒hrer Porsche China), Dr. Peter Scha☒fer (Gescha☒ftsfu☒hrer Porsche Engineering) und Kurt Schwaiger (Gescha☒ftsfu☒hrer der Porsche Engineering Niederlassung in Shanghai) u☒ber die neuesten Trends und ihre Zusammenarbeit vor Ort.

In China spielt das Smartphone im ta☒glichen leben eine Schlu☒sselrolle. Welche chinesische App ist fu☒r Sie besonders wichtig?

Dr. Jens Puttfarcken: Meine zwei wichtigsten Apps sind WeChat und Alipay. Alipay benutze ich einerseits zum Bezahlen, andererseits bekomme ich damit Zugang zu Geba☒uden. Ich kann mit der App aber auch ein Fahrrad buchen oder ein Taxi rufen.

Kurt Schwaiger: Ich lasse meine Geldbo▪rse seit langer Zeit zu Hause. Neben WeChat und Alipay ist mir die Navigations-App auf meinem Handy sehr wichtig. Sie sagt mir ganz genau, bis wohin ich mit meinem Autokennzeichen fahren darf, und hat mich noch nie im Stich gelassen.

Dr. Peter Schäfer: Im Dialog mit Menschen vor Ort in China hilft mir eine U▪bersetzungs-App. Es ist faszinierend und bereichernd, damit in den unmittelbaren sprachlichen Austausch zu kommen.

Wie wichtig sind Kooperationen mit der Wissenschaft fu▪r Ihre Arbeit?

Schwaiger: Sehr wichtig. Porsche Engineering pflegt eine langja▪hrige Kooperation mit der Tongji-Universita▪t. 2018 haben wir das Tongji Porsche Engineering Symposium ins Leben gerufen, das Top-Manager aus der chinesischen Automobilindustrie zusammengebracht hat und 2020 wegen Corona leider verschoben werden musste. Wir unterstu▪tzen mit unserem Wissen außerdem das studentische DIAN-Rennteam der Tongji-Universita▪t bei der Entwicklung ihres E-Fahrzeugs fu▪r die Formula Student Electric. Zudem halten unsere Experten dort Lehrveranstaltungen ab, um den Studenten die neuesten Entwicklungen zu vermitteln. Und schließlich unterstu▪tzen wir den Lehrstuhl fu▪r intelligente und vernetzte Fahrzeuge. Gemeinsam mit Porsche China ist eine erstklassige Kooperation entstanden, bei der beide Seiten ihre jeweiligen Erfahrungen austauschen, die Wissenschaft und Ausbildung fo▪rdern und Technologien vorantreiben.

Apps stellen nur einen kleinen Ausschnitt technologischer Entwicklungen in China dar. Was findet daru▪ber hinaus aktuell statt?

Puttfarcken: Zum Beispiel die fortschreitende Vernetzung. Die großen Sta▪dte sind seit letztem Herbst alle komplett mit 5G ausgestattet. Zum Beispiel fu▪r das Entsperren von Fahrzeugen wird die Gesichtserkennung immer wichtiger. Und schließlich du▪rfte die Weiterentwicklung der Ku▪nstlichen Intelligenz bereits vorhandene Technologien und Anwendungen noch anwenderfreundlicher machen.

Schwaiger: Bezogen auf die Fahrzeugentwicklung spielt vor allem 5G eine sehr wichtige Rolle, etwa fu▪r das autonome Fahren. Viele Startups arbeiten hier an Lo▪sungen wie etwa Robotertaxis oder selbstfahrenden Fahrzeugen. Porsche Engineering befindet sich in Jiading, wo es ein 30 Quadratkilometer großes Testgebiet gibt. Es ist vollsta▪ndig mit 5G-Infrastruktur ausgestattet. Autonomes Fahren ist in der O▪ffentlichkeit erlaubt, und es finden ta▪glich Tests mit dieser Technologie statt.

Schäfer: Wichtig zu wissen ist: In China wird die Kommunikation zwischen Fahrzeug und Infrastruktur eine entscheidende Rolle spielen. Die genannten Technologien fu▪hren daher zu neuen Mo▪glichkeiten, etwa bei Fahrerassistenzsystemen oder beim automatisierten Fahren. China ermo▪glicht eine enorm schnelle Entwicklung in diesem Bereich, gleichzeitig fordern auch die Kunden hier solche neuen Lo▪sungen.

Puttfarcken: Ein weiteres großes Thema sind elektronische Bauelemente. Es gibt derzeit einen akuten Chipmangel, weshalb sich China sta▪rker von außen unabha▪ngig machen mo▪chte – etwa durch

eine eigene Produktion. Es kann darum sein, dass das Land in wenigen Jahren seine eigene Technologie aufgebaut hat und dann technologische Anforderungen an Chips stellt, die sich am heimischen Markt orientieren und von der westlichen Welt nicht ohne Weiteres erfu□llt werden ko□nnen.

Welche Rolle spielt die Politik dabei?

Puttfarcken: Sie setzt mit ihren Fu□nfjahrespla□nen die Rahmenbedingungen. Man muss dabei verstehen: Ein Fu□nfjahresplan gleicht heute einer Unternehmensstrategie. Er definiert strategische Ziele, mit deren Umsetzung einzelne staatliche Stellen, aber auch Provinzen oder Unternehmen beauftragt werden. Die Umsetzung dieser Zielvorgaben fließt in die Bewertung von CEOs oder Parteisekreta□ren ein, ist also ein wichtiger Karrierefaktor. Vor diesem Hintergrund versteht man auch die Geschwindigkeit, mit der hier Dinge umgesetzt werden. Im neuesten Fu□nfjahresplan sind fu□r uns drei Themen wichtig. Erstens: China will die inla□ndische Kaufkraft sta□rken und insbesondere die Nachfrage im Premiumsektor steigern. Gleichzeitig mo□chte man sich fu□r ausla□ndische Investitionen o□ffnen und sta□rker in den Export gehen. Alles geht einher mit der Tendenz, sich von westlichen Technologien zu entkoppeln und noch sta□rker auf Eigenentwicklungen zu setzen. Zweitens: China will ab 2030 den Anstieg der Kohlendioxid-Emissionen stoppen und 2060 CO_2-neutral sein. Drittens: Die Regierung will Technologien wie Ku□nstliche Intelligenz sta□rker fo□rdern, um in diesen Bereichen Marktfu□hrer zu werden.

Schwaiger: Die Loslo□sung von westlichen Standards ko□nnen wir bei der E-Mobilita□t sehen, zum Beispiel bei den chinaspezifischen Standards fu□r die Ladetechnik. Aber auch die starke Fo□rderung von eigenen E-Autos ist deutlich, zum Beispiel durch die staatliche Unterstu□tzung von Startups aus diesem Bereich. Zugleich schafft China große Anreize fu□r Konsumenten, sich ein Elektrofahrzeug zu kaufen – finanzieller Art, aber auch dadurch, dass man in Zukunft die Innensta□dte vielleicht nur noch mit einem Elektrofahrzeug befahren darf.

Die chinesische Gesellschaft vera□ndert sich ebenfalls. Wie bekommen Sie das zu spu□ren?

Puttfarcken: Unsere Kunden sind im Schnitt 35 Jahre alt und fast zur Ha□lfte Frauen. Wenn das so bleibt, werden die meisten Porsche-Ka□ufer in fu□nf bis zehn Jahren Angeho□rige der Generation Z sein, also zwischen 1995 und 2010 geboren. Diese Generation ist wie u□berall auf der Welt mit der Digitalisierung aufgewachsen. Sta□ndige Vernetzung ist fu□r diese jungen Chinesen vo□llig normal. Chinaspezifisch ist allerdings: Diese Generation kennt keine schlechten Zeiten mehr. Wachsender Wohlstand ist fu□r sie selbstversta□ndlich, gerade der Konsum im Premium- und Luxussegment wird positiv gesehen. Das starke Wirtschaftswachstum und sicher auch das erfolgreiche Agieren wa□hrend der Corona-Pandemie sta□rken diese Generation in ihrer Sicht, im weltweit besten System zu leben, das auch in Zukunft Wachstum und Konsum garantiert.

Welche Auswirkungen ergeben sich daraus fu□r die Automobilindustrie?

Schäfer: Die jungen Kunden erwarten von ihren Fahrzeugen digitale Funktionen, die sie auch vom Smartphone gewo□hnt sind. Außerdem erleben wir generell einen schnellen Wechsel der Trends und

Technologien: Die Generation Z wird ihre Anforderungen in immer ku□rzeren Intervallen a□ndern. Unsere Herausforderung dabei ist, flexibel und schnell zu sein – und mit diesen Trends zu gehen. Aus diesem Grund brauchen wir kurze Innovationszyklen. Eine wesentliche Voraussetzung ist auch, vor Ort zu sein. Nur so kann die Industrie die chinesischen Kunden verstehen sowie neue Technologien entwickeln und erproben. Mit unserem Standort in Shanghai sind wir dafu□r gut aufgestellt. Dort entwickeln wir die digitalen Fahrzeugtechnologien des intelligenten und vernetzten Fahrzeugs der Zukunft.

Puttfarcken: Wir mu□ssen fu□r unsere Kunden aus der Generation Z relevant bleiben. Das bedeutet, aktuelle Entwicklungen genau zu beobachten und sie schnell umzusetzen. Deshalb ist die Zusammenarbeit mit Porsche Engineering und Porsche Digital so wichtig. Denn gerade im digitalen Bereich sehen wir die gro□ßten Anforderungen aus dem Markt.

Drei Megatrends sind E-Mobilita□t, Konnektivita□t und autonomes Fahren. Was tut sich hier?

Puttfarcken: China ist der gro□ßte Markt fu□r batterieelektrische Fahrzeuge: Mehr als 1,5 Millionen E-Autos sind hier auf den Straßen unterwegs. Rund 50 Prozent davon sind im Prinzip Scooter mit vier Ra□dern und einer etwas gro□ßeren Fahrgastzelle. Doch auch hier geht der Trend inzwischen zu gro□ßeren Modellen aus dem C und E-Segment (Kompakt beziehungsweise obere Mittelklasse). Gemeinsam ist gerade den neueren Fahrzeugen ein hoher Grad an standardma□ßiger Digitalisierung: Sie bieten zum Beispiel Gesichtserkennung und autonomes Einparken – bis hin zu Features, die aus westlicher Sicht nicht no□tig sind, zum Beispiel weithin sichtbare Lichtkonzerte an Ku□hler und Heck oder individuelle Farb und Beleuchtungskonzepte im Inneren.

Schwaiger: In den vergangenen zehn Jahren hat man in China gelernt, Autos mit hoher Qualita□t zu bauen. OEMs entwickeln ihre Standardkomponenten mittlerweile selbst. In der na□chsten Stufe geht es um intelligente elektronische Systeme, die sehr stark mit der Infrastruktur vernetzt sind. Der Trend geht in China klar in Richtung internetgestu□tztes Auto.

Wie geht Porsche mit diesen Trends und Herausforderungen um?

Puttfarcken: Wir werden in Zukunft die Anforderungen aus dem chinesischen Markt noch sta□rker und noch fru□her in unsere Prozesse integrieren. Wir bekommen hier vor Ort Informationen aus erster Hand, und diese fließen in die Entwicklung und Erprobung ein, die wir gemeinsam mit Porsche Engineering lokal durchfu□hren. Denn in Deutschland ko□nnen wir keine Produkte fu□r die chinesische Verkehrsinfrastruktur entwickeln.

Welchen Ansatz verfolgt Porsche Engineering in China?

Schäfer: Wir haben eine lange Tradition der Zusammenarbeit mit chinesischen Kunden. Da wir seit mehr als 20 Jahren vor Ort sind, kennen wir den chinesischen Markt sehr gut und ko□nnen dieses Wissen mit unserer spezifischen Expertise in der Automobil- und Softwareentwicklung kombinieren. Um die Anforderungen bei Innovationstreibern wie dem vernetzten Fahren und intelligenten

Softwarelo☒sungen erfu☒llen zu ko☒nnen, bauen wir unsere Zusammenarbeit mit unseren chinesischen Partnern und auch mit der Porsche AG vor Ort kontinuierlich aus. Wir sehen uns als Bindeglied zwischen dem Entwicklungszentrum in Weissach und den Aktivita☒ten in China. So wirken wir maßgeblich an den chinaspezifischen Eigenschaften und Funktionen eines Porsche-Fahrzeugs mit.

Schwaiger: Porsche Engineering Shanghai entwickelt Lo☒sungen fu☒r chinesische OEMs und den VW-Konzern inklusive Porsche. Derzeit arbeiten bei Anting rund 100 Ingenieure in allen Bereichen der automobilen Mobilita☒t. In Zukunft werden wir noch mehr chinaspezifische digitale Funktionen entwickeln. Es geht darum, die Funktionen der mobilen Gera☒te in das Fahrzeug zu integrieren, wie zum Beispiel WeChat oder Alipay. Daneben bescha☒ftigen wir uns intensiv mit dem hochautomatisierten Fahren. Das kann man nur in der hier vorhandenen Verkehrsinfrastruktur entwickeln und testen.

Puttfarcken: Fu☒r uns ist das ein ideales Setup. Porsche China hat die Aufgabe, unsere Fahrzeuge in den Markt zu bringen. Dafu☒r brauchen wir aber auch die technische Expertise von Porsche Engineering in China. Die Kooperation bietet uns die hervorragende Mo☒glichkeit, Wu☒nsche aus dem Markt vor Ort umsetzen zu ko☒nnen. Diese fruchtbare Zusammenarbeit wollen wir in Zukunft noch intensivieren.

Lokale Entwicklung und Tests in China sind also unverzichtbar?

Puttfarcken: Ja, denn hier gelten andere Verkehrsregeln, und auch beim Autofahren gibt es große Unterschiede. Denken Sie an die Hochstraßen oder daran, dass man zuweilen ganz nach rechts fahren muss, um links abzubiegen. Das kann man nur hier vor Ort testen.

Schwaiger: Zudem ist es nicht erlaubt, geobasierte Daten oder Videodaten außerhalb des Landes zu bringen. Porsche Engineering in Shanghai spielt deshalb eine wichtige Rolle bei der Entwicklung und Validierung von Funktionen fu☒r den chinesischen Markt.

Wie wird der chinesische Automobilmarkt im Jahr 2030 aussehen?

Puttfarcken: Der gesamte Automobilmarkt wird auch in Zukunft mit beachtlichen Raten wachsen und die Zahl der Neuzulassungen in den kommenden Jahren auf 30 Millionen steigen. Das Premium und Luxussegment du☒rfte sich dabei noch besser entwickeln als der Gesamtmarkt. Zugleich werden wir einen deutlichen Schub bei den batterieelektrischen Fahrzeugen erleben, weil sie den Einstieg in die digitale Vernetzung und digitalen Dienste leichter machen. So werden die Automobilhersteller ihre Produkte am besten mit der Lebenswirklichkeit ihrer Kunden verbinden, die eben stark von Vernetzung gepra☒gt ist.

Zum Schluss noch eine perso☒nliche Frage: Was essen Sie in China am liebsten?

Puttfarcken: Essen ist in China fast wie eine Religion. Alles ist von hoher Qualita☒t und schmeckt hervorragend. Hier in Shanghai mag ich vor allem die Teigtaschen. Chinaweit ist mein Favorit die Sichuan-Ku☒che mit ihrer Scha☒rfe und Raffinesse.

Schäfer: Ich bin fasziniert von der unglaublichen Vielfalt der chinesischen Ku□che. Mein Favorit ist Gemu□se aller Art. Das ist jedes Mal ein Hochgenuss fu□r mich.

Schwaiger: Mich spricht vor allem die chinesische Kultur des Teilens an. Essen wird stets gemeinschaftlich verstanden. Diese offene Art scha□tze ich sehr – sie fo□rdert den Austausch und Dialog.

Info

Text: Jost Burger
Fotos: Yolanda vom Hagen, Martin Stollberg

Text erstmals erschienen im Porsche Engineering Magazin, Ausgabe 2/2021.

MEDIA ENQUIRIES



Frederic Damköhler

Senior Manager Corporate Communications Porsche Engineering
+49 (0) 711 / 911 16361
frederic.damkoehler@porsche.de

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/2021/innovation/porsche-engineering-interview-jens-puttfarcken-peter-schaefer-kurt-schwaiger-shanghai-china-25806.html

Externe Links
https://www.porscheengineering.com/peg/en/