

Matthias Müller: „Ein Porsche muss immer begeistern“

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

27/02/2015 Matthias Müller, Porsche-Chef und ab 1. März Mitglied im Konzernvorstand von Volkswagen, über die Faszination der Marke Porsche und die Herausforderung, das Wachstum zu managen.

Herr Müller, Sie haben vor mehr als vier Jahren den Vorstandsvorsitz bei Porsche übernommen. Wie sieht Ihre ganz persönliche Zwischenbilanz aus?

Matthias Müller: Ich habe mich bei Porsche vom ersten Tag an wohlgefühlt, und daran hat sich bis heute nichts geändert. Porsche ist eine faszinierende Premiummarke, ein ganz besonderes

Unternehmen mit einzigartigen Produkten und einer hoch motivierten Mannschaft. Diese traditionsreiche Sportwagenschmiede in eine erfolgreiche Zukunft führen zu dürfen, ist eine anspruchsvolle und schöne Aufgabe, die mir viel Spaß macht.

Was ist aus Ihrer Sicht das Besondere an Porsche?

Zuallererst natürlich die faszinierenden Sportwagen. Ob man einen Porsche nur von außen betrachtet oder ob man am Steuer sitzt und ihn fährt – unsere Sportwagen wecken immer positive Emotionen. In jedem einzelnen Modell spiegeln sich die Pionierleistungen von Ferdinand und Ferry Porsche, der Mythos unserer Marke und die unzähligen Siege im Motorsport wider. Etwas ganz Besonderes ist auch unsere Unternehmenskultur. Der ausgeprägte Teamgeist, die Sorgfalt, mit der sich jeder Mitarbeiter um seine Aufgaben kümmert, die Liebe zum Detail und der Stolz auf das fertige Produkt – das lässt sich in Weissach genauso spüren wie in Leipzig und Zuffenhausen. Und nicht zuletzt haben wir besonders loyale Kunden. Die weltweite Identifikation mit der Marke ist einmalig. Selbst Menschen, die sich keinen unserer Sportwagen leisten können, finden Porsche sehr sympathisch.

Unter Ihrer Führung ist Porsche in den zurückliegenden vier Jahren eindrucksvoll gewachsen. Wann sind die Grenzen des Wachstums erreicht?

Solange wir unseren Wachstumskurs mit Sorgfalt planen und absichern, uns flexibel an die Erfordernisse der Märkte anpassen und konsequent auf den Erhalt unserer Markenwerte achten, sehe ich nichts, was unseren Erfolg begrenzen könnte – immer vorausgesetzt, dass sich die globale Konjunktur weiterhin stabil entwickelt. Natürlich soll Porsche auf Dauer eine Premiummarke bleiben, wir wollen kein Volumenhersteller werden.

Immerhin haben sich die Fahrzeugverkäufe seit Ihrem Amtsantritt mehr als verdoppelt.

Wir wachsen wertschaffend, um das Unternehmen wirtschaftlich auf Erfolgskurs zu halten. Die Steigerung der Stückzahlen ist nur das Ergebnis unserer Strategie, nicht das eigentliche Ziel und schon gar kein Selbstzweck. Andererseits ist es immer wieder eine positive Bestätigung unserer Arbeit, wenn sich Jahr für Jahr mehr Menschen für einen Sportwagen von Porsche entscheiden.

Wird damit denn nicht auf längere Sicht die Exklusivität gefährdet?

Exklusivität ist für Porsche ein ganz entscheidender Markenwert, den wir mit Sicherheit nicht leichtfertig aufs Spiel setzen. Nehmen Sie den Anteil von Porsche am globalen Pkw-Markt: Der liegt

heute bei unter 0,3 Prozent. Von 1000 Neufahrzeugen tragen also gerade einmal zwei bis drei das Porsche-Wappen. Wir können also durchaus noch zulegen, ohne die hohe Exklusivität der Marke zu beeinträchtigen – vor allem in Zukunftsmärkten mit geringerer Porsche-Dichte.

Der Klimawandel stellt die Automobilindustrie vor enorme Herausforderungen. Weltweit werden ehrgeizige Reduktionsziele für CO2-Emissionen eingeführt. Wie reagiert Porsche darauf?

Mobilität muss umwelt- und ressourcenschonend gestaltet werden. Porsche wird diesem Anspruch konsequent und nachhaltig gerecht – und verknüpft ihn mit einem faszinierenden sportlichen Fahrerlebnis, wie es für unsere Marke typisch ist. Als Hersteller leistungsstarker Sportwagen müssen wir uns zwar besonders anstrengen, den erforderlichen Beitrag zur CO2-Reduzierung zu leisten, aber unter dem Markenclaim „Porsche Intelligent Performance" sind wir heute auf einem guten Weg.

Was bedeutet das konkret?

Wir setzen auf unsere Innovationskraft und bauen unsere Technologie-Führerschaft bei den Hybridsystemen weiter aus. Porsche war der erste Hersteller weltweit, der mit dem Panamera S E-Hybrid eine sportliche Limousine mit innovativem Plug-in-Hybridantrieb in der Luxusklasse angeboten hat. Das war im Jahr 2013. Inzwischen sind der Hochleistungssportwagen 918 Spyder und der Cayenne S E-Hybrid dazugekommen. Damit bieten wir als einzige Marke bereits in drei Premiumsegmenten sehr attraktive Modelle mit fortschrittlichem Plug-in-Hybridsystem an. Parallel zur Hybridisierung unserer Modellpalette arbeiten wir mit Hochdruck daran, die Effizienz unserer Verbrennungsmotoren konsequent weiter zu verbessern. Dazu gehört auch das Turbo-Downsizing – also die Reduzierung des Hubraums bei gleichzeitiger Leistungssteigerung durch Turboaufladung. Hinzu kommen Fortschritte bei der Gewichtsreduzierung durch intelligenten Leichtbau. Das wirkt sich ebenfalls positiv auf Verbrauch und CO2-Emissionen aus und kommt auch noch der Fahrdynamik zugute.

Was dürfen die Kunden künftig von Porsche erwarten? Wie könnte die siebte Modellreihe aussehen?

Gehen Sie davon aus, dass wir noch einige gute Ideen in petto haben. Jedes Konzept muss aber sehr sorgfältig geprüft werden. Wie sehen die Marktchancen aus? Passt das Konzept zu den Kernwerten von Porsche und zu unserer bestehenden Produktpalette? Erreichen wir mit dem geplanten Modell neue Kunden, ohne langjährige Porsche-Enthusiasten zu verunsichern? Das alles sind Fragen, die zu klären sind, bevor eine Entscheidung getroffen wird.

Sind bei der Produktplanung Überraschungen denkbar?

Überraschungen ja – aber keine negativen. Wir nehmen sicher keine Marktsegmente ins Visier, die nicht zur Marke Porsche passen. Wir werden uns auch in Zukunft ausschließlich auf das konzentrieren, was wir am besten können: auf die Entwicklung, die Produktion und den Vertrieb hoch emotionaler Premium-Sportwagen, mit denen wir unsere Kunden weltweit begeistern. Sie können sich sicher sein: Wenn der Vorstand grünes Licht für ein neues Fahrzeugprojekt gibt, dann wird es sich dabei immer um einen echten Porsche handeln.

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/unternehmen/porsche-chef-matthias-mueller-interview-porsche-muss-begeistern-10033.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/25c4e2eb-1133-4be6-8839-a1a2047fcedc.zip

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