

Das Porsche-Wappen: Geburt eines Gütesiegels

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

09/01/2023 Das Porsche-Wappen gehört heute zu den populärsten Markenzeichen der Welt. Seit 1952 ziert es jeden Zuffenhausener Sportwagen. Doch wie entstand die Idee dazu? Die Spuren führen ins New York City der frühen 1950er-Jahre.

1952 ziert es erstmals einen Porsche, heute kennt man es in aller Welt: das Wappen des Sportwagenherstellers. Im Zentrum ein aufsteigendes Pferd, entlehnt aus dem Stuttgarter Stadtsiegel und eingerahmt von den Konturen eines goldenen Schildes. Der darüber liegende Stadtname wird flankiert von den rot-schwarzen Landesfarben und stilisierten Hirschgeweihstangen, die dem Wappen Württemberg-Hohenzollerns entnommen sind. Über allem steht – als schützendes Dach – der Schriftzug Porsche.

Weniger bekannt ist die Entstehung des Gütesiegels. Seit 1948 prangt auf jeder Fronthaube eines

Zuffenhausener Sportwagens der Porsche-Schriftzug. Drei Jahre später reift erstmals der Gedanke, den 356 mit einem echten Markenzeichen zu versehen. Also richtet sich Porsche zusammen mit dem Stuttgarter Arzt und Porsche-Kunden der ersten Stunde, Ottomar Domnick, im März 1951 mit einem Preisausschreiben an deutsche Kunstakademien. Der Gewinn: 1.000 Deutsche Mark – doch keiner der Entwürfe überzeugt. Fernab der Sportwagenschmiede, in New York City, bekommt die Idee dann neuen Aufwind.

Max Hoffman gibt den finalen Anstoß

Es ist der gebürtige Österreicher Max Hoffman, der schließlich den finalen Anstoß gibt. Der Inhaber der Hoffman Motor Company hat sich in der Automobilbranche bereits einen Namen gemacht. Seine Spezialität: der Import von europäischen Sportwagen. Was Hoffman in seinem von Stararchitekt Frank Lloyd Wright entworfenen Showroom präsentiert, entwickelt sich meist zum nächsten Renner auf amerikanischen Straßen.

Nachdem er den ersten Porsche 356 in die USA importiert, gewinnt er kurz darauf beim Concours d'Élégance in Watkins Glen, New York, den Preis für das interessanteste Auto. Doch der Ästhet Hoffman sieht in dem Siegerfahrzeug mehr Potenzial. Ende 1951, bei einem Geschäftsessen mit Ferry Porsche in New York, bringt der Importeur das Thema wieder auf die Agenda: Ein Qualitätssiegel müsse her, optisch ansprechend, ein Symbol, das noch mehr Identität stiftet.

Die Bitte findet Gehör. Am 27. Dezember 1951 hält Ferry Porsche in einer Notiz fest: „Lenkradnabe verziert mit ‚Porsche' und Wappen von Stuttgart oder ähnlich." Zurück in Deutschland beauftragt er den Porsche-Konstrukteur Franz Xaver Reimspieß mit der Gestaltung eines Markenzeichens, das die Wurzeln des Unternehmens sowie die Qualität und Dynamik der Produkte symbolisch widerspiegelt.

Fünfte Stufe der Evolution

Das Ergebnis lebt bis heute. 1952 feiert das Wappen auf der Lenkradnabe des 356 Premiere, ehe es ab 1954 jede Fronthaube eines Porsche und ab 1959 zusätzlich die Radkappen ziert. Passend zum Zeitgeist erfuhr es immer wieder kleine Überarbeitungen und erstrahlt mittlerweile in der fünften Evolutionsstufe. Seine Essenz verlor das Wappen dabei nie.

Info

Text erstmals erschienen im Christophorus Magazin, Ausgabe 405.

Text: Matthias Kriegel

Fotos: Porsche Unternehmensarchiv

Copyright: Alle in diesem Artikel veröffentlichten Bilder, Videos und Audio-Dateien unterliegen dem Copyright. Eine Reproduktion oder Wiedergabe des Ganzen oder von Teilen ist ohne die schriftliche Genehmigung der Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG nicht gestattet. Bitte kontaktieren Sie newsroom@porsche.com für weitere Informationen.

MEDIA ENQUIRIES



Astrid Böttinger

Spokesperson Heritage and Porsche Museum
+49 (0) 170 / 911 2065
astrid.boettinger@porsche.de

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/2023/historie/porsche-wappen-guetesiegel-christophorus-405-30637.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/4228ac6c-8996-441e-b041-04c184e59a2c.zip

Externe Links
https://christophorus.porsche.com/de.html