

Meisterstücke: Von frühen Kundenwünschen bis zu Werksunikaten

29/05/2025 Kaum eine Marke steht so für persönliche Freiheit und Individualität wie Porsche. Bereits in den 1950er-Jahren gab es erste Kundenwünsche, die den Grundstein für die heutige Sonderwunsch-Abteilung und die Porsche Exclusive Manufaktur legten.

Von Anfang an verband Ferry Porsche mit seinen Sportwagen die Vision, Träume Wirklichkeit werden zu lassen. Diesem Anspruch ist die Marke stets treu geblieben. Die Chance, dass zwei identische Porsche-Modelle die Werkshallen verlassen, ist gering – heute mehr denn je. Dabei zeigte sich der Trend zur Individualisierung zunächst ganz unscheinbar. Zum Beispiel mit dem Heckscheibenwischer aus dem Jahr 1955 für das 356 A Coupé des Industriellen Alfried Krupp von Bohlen und Halbach: kein Problem für die Reparaturabteilung im Stammwerk in Stuttgart-Zuffenhausen.

Was heute nicht weiter erwähnenswert erscheint, war eine exotische Option in einer Zeit, in der ein Autoradio beispielsweise als kostspieliges Extra galt. Absolute Raritäten waren die ersten Autotelefone,

geordert meist von behördlichen Kunden. Dem zunehmenden Wunsch nach Individualisierung kam das Werk durch die Erweiterung des Zubehörangebotes entgegen. Es umfasste unter anderem Schlafsitze, Haltegriffe, Tourenzähler oder Gepäckbrücken.

Aus den anfänglich vereinzelten Kundenwünschen entstand eine Tradition, die über die vergangenen 70 Jahre stetig erweitert wurde. Porsche kann deshalb heute auf eine wertvolle Expertise zurückblicken. „Seit den Anfängen haben wir unser Individualisierungsangebot konsequent ausgebaut und für unsere Kunden attraktiver gestaltet", erklärt Alexander Fabig, Leiter Individualisierung und Classic bei Porsche. „Waren in den Anfangsjahren individuelle Kundenwünsche noch die Ausnahme, gehört das Angebot des Sonderwunsch-Bereiches und der Porsche Exclusive Manufaktur heute zu den gefragtesten Produkten."

Aktuell stehen den Kunden über die Exclusive Manufaktur rund 1.000 vordefinierte Optionen zur Verfügung. Durch das Programm „Farbe nach Wahl" lassen sich mehr als 190 Farben konfigurieren. „Die Nachfrage ist je nach Baureihe sehr unterschiedlich", berichtet Fabig. Am Beispiel des 911 nennt er die Top drei: „Die gefragteste Option ist der LED-Türprojektor mit dem Porsche-Schriftzug. Darauf folgen die veredelte Rückleuchte sowie das Wappen auf den Kopfstützen."

Von der Werksreparatur zum Sonderwunsch-Programm

Die Geschichte der Sonderwünsche ist voller einzigartiger Projekte, die die Innovationskraft und die Liebe zum Detail der Marke verdeutlichen. Dazu zählten Modifikationen an Motoren, Fahrwerken und Bremsen für Rennzwecke. Besonders aktive Motorsportkunden wollten ihre Serienmodelle für Wettbewerbe optimieren, und die Marke unterstützte sie dabei mit maßgeschneiderten Lösungen.

So entstand 1968 auf Basis des 911 S 2.0 eine stark modifizierte Version für die Rallye London–Sydney. Neben zwei Werkswagen wurde auch ein 911 aus Kundenbesitz umgerüstet und an die Rallye-Ausführung des 911 S 2.0 angepasst, was ein bedeutender Schritt zur Gründung der Kundenrennsportabteilung 1973 war. Mit solchen Projekten legte Porsche den Grundstein für die Verbindung zwischen Motorsport und Individualisierung, die bis heute prägend ist.

Stardirigent Herbert von Karajan, ein langjähriger begeisterter Porsche-Kunde, orderte 1974 einen 911 Turbo 3.0 (G-Serie) als Leichtbauversion in Silbergrau. Als einziger 911 Turbo erhielt der Wagen die leichte Karosserie des Carrera RS 3.0. Für den italienischen Grafen Gregorio Rossi di Montelera wurde 1975 gar einer der legendären 917-Rennsportwagen für den Straßenbetrieb umgerüstet, was für die Porsche-Techniker alles andere als einfach war. Der 620 PS starke Bolide erhielt Außenspiegel, Blinker sowie einen Endschalldämpfer und absolvierte die Jungfernfahrt von Zuffenhausen nach Paris problemlos.

Das alles führte im Jahr 1978 zur offiziellen Gründung der Porsche Sonderwunsch-Abteilung. Rolf Sprenger war dort für die Kundenbetreuung verantwortlich. Ziel war es, die wachsende Nachfrage nach maßgeschneiderten Fahrzeugen zu bedienen. Neben Motorsportmodifikationen wurden immer häufiger

ästhetische Anpassungen angefragt. Sehr früh rückten etwa Lackierungen in außergewöhnlichen Farben in den Fokus.

Porsche Exclusive: Individualität ab Werk

Im Jahr 1983 folgte ein weiterer Meilenstein: Für Mansour Ojjeh, den Eigentümer von TAG, baute Porsche eine Straßenversion des Rennwagens 935. Mit 409 PS, einer Flachbaukarosserie und einem luxuriösen Interieur mit Leder in Creme Caramel und Holzvertäfelungen wurde der 935 „Street" zu einem Symbol der 1980er-Jahre. Aus solchen hochkomplexen Einzelanfertigungen wurde am Ende eine „Flachbau"-Kleinserie, die unmittelbar Kultstatus erlangte. Diese anspruchsvollen Arbeiten in Kombination mit der gesteigerten Nachfrage von Veredelungen ab Werk erforderten eine Vereinfachung der Prozesse. So wurde der Umbau von Neufahrzeugen direkt in den Produktionsbereich integriert, während die Endmontage im sogenannten Rössle-Bau im Zuffenhausener Werk II erfolgte. Dies führte letztendlich 1986 zur Gründung von Porsche Exclusive, seit 2017 unter dem Namen Porsche Exclusive Manufaktur bekannt. Bis heute veredeln die dortigen Experten mit der Unterstützung anderer Bereiche Neufahrzeuge ab Werk und entwickeln nach dem Vorbild des 935 immer wieder Kleinserien, die zu Ikonen werden.

Mit der Einführung von Porsche Exclusive erreichte die Individualisierung bei Porsche ein neues Niveau. Volllederausstattungen in praktisch allen Farben des Regenbogens waren in den 1980er-Jahren heiß begehrt, ebenso ausladende Hi-Fi-Türme in der Mittelkonsole mit entsprechend dimensionierten Boxen. Ebenfalls zu dieser Zeit realisierte Porsche für ein Mitglied der Herrscherfamilie von Katar gleich sieben maßgeschneiderte 959 mit Sonderfarben wie Sahara Beige oder Royal Blue, entsprechend farbigen Büffelleder-Interieurs sowie Abgasrohren, die mit 24-karätigem Gold überzogen waren.

Zu einem Höhe- und Endpunkt der Ära des 911 Turbo mit Flachbau geriet 1990 das Turbo 3.3 Cabriolet (G-Serie) eines Sammlers aus New York, dessen Liste an Sonderwünschen nicht weniger als 28 Seiten umfasste. Es gilt bis heute als ein Meilenstein der Individualisierungen. Neben einer äußerst umfangreichen Lederausstattung erhielt das Unikat unter anderem ein elektrisches Verdeck mit Regensensor, einen Turbo-Motor mit Motronic und ein Sechsgang-Getriebe. Im Jahr 2004 startete Porsche die Initiative „most personal car", um das Thema Individualisierungen weltweit zu promoten. Eines der spektakulärsten Beispiele: Möbeldesigner Carlo Rampazzi erhält das 911 Turbo Cabriolet seiner Träume. In Orange – außen wie innen in der identischen Farbe. Vorlage für den exquisiten Farbwunsch ist ein Teller, den er mit nach Zuffenhausen bringt.

Sonderwunsch-Programm: maximal einzigartig

Heute verantwortet die Exclusive Manufaktur vordefinierte Kleinserien und Veredelungsoptionen, während die Wiederauflage des Sonderwunsch-Programmes im Jahr 2021 „die Liebe zum Detail auf einen neuen Level hebt", wie Porsche betont. Style Porsche fungiert für alle Individualisierungsthemen als maßgeblicher Partner. Das Sonderwunsch-Programm ermöglicht maßgeschneiderte Umfänge und

Unikate ab Werk über alle Fahrzeuggenerationen hinweg. Kunden können beispielsweise eigene Felgendesigns oder Karosserieänderungen realisieren lassen. Bei historischen Fahrzeugen wird das Angebot durch Werksrestaurierungen ergänzt, um die Fahrzeuge originalgetreu zu erhalten. „Bei unseren Sonderwunsch-Kunden haben wir es meist mit absoluten Porsche-Experten zu tun", hat Alexander Fabig beobachtet. „Sie sind seit Jahren stark mit der Marke verbunden, besitzen meist ein sehr beeindruckendes Fachwissen und kennen die Produkte im Detail."

Ein Beispiel aus der jüngeren Vergangenheit ist die Umsetzung des Kunstwerkes „Appearance of Crosses 2022-2" des chinesischen Künstlers Ding Yi auf einem Taycan Turbo S. Das Projekt erforderte ein komplett neues Lackierverfahren, das eigens dafür entwickelt wurde. Solche Herausforderungen sind bei Porsche keine Seltenheit, sondern werden mit großem Engagement und Kreativität gemeistert.

Wie darüber hinaus im Rahmen des Sonderwunsch-Programmes sogar vollständig individuelle Unikate entstehen, zeigt auf spektakuläre Weise der 911 Speedster (993) des Designers Luca Trazzi. „Das war bisher unser umfangreichstes Projekt", sagt Fabig. Bis zu zwölf solcher Unikate seien derzeit parallel möglich, so der Leiter Individualisierung und Classic, „wobei die Nachfrage die Kapazitäten bei Weitem übersteigt."

Die Kunst der Individualisierung

Der Prozess zur Realisierung eines Sonderwunsch-Unikates beginnt mit der Idee des Kunden, die an einen Sonderwunsch-Ansprechpartner herangetragen wird. Nach einer ersten Machbarkeitsprüfung wird der Kunde zu einem Projektgespräch eingeladen, bei dem Designer und Ingenieure gemeinsam ein Lastenheft erstellen. Dieser gesamte Prozess kann bis zu ein Jahr dauern. Sobald der Kunde das Projekt freigibt, beginnen die Entwicklung und Produktion in enger Zusammenarbeit von Designern, Ingenieuren, Mechanikern, Karosseriebauern, Sattlern, Lackierern und Historikern.

Technische oder rechtliche Einschränkungen können zwar Grenzen setzen, doch Porsche prüft jeden Wunsch umfassend. Sicherheit und Gesetzeskonformität stehen dabei an erster Stelle. Alle realisierten Sonderwunsch-Fahrzeuge werden im Unternehmensarchiv dokumentiert, um ihre Einzigartigkeit zu würdigen.

Kunden nehmen als Projektleiter eine zentrale Rolle ein und können jeden Projektschritt hautnah begleiten. „Dieser Grad der Integration in ihr Projekt ist für unsere Kunden im Sonderwunsch-Bereich der größte Luxus", erzählt Alexander Fabig. Ein Symbol dafür sei der Werksausweis, den die Kunden zu Projektbeginn erhalten. „Man kann ohne Übertreibung sagen: Alle tragen ihn mit Stolz."

Die Einbindung der Kunden in den Entwicklungsprozess variiert stark. Während manche von ihnen mit konkreten Skizzen oder Moodboards an Porsche herantreten, beginnen andere mit vagen Ideen, die gemeinsam ausgearbeitet werden. Historische Elemente fließen häufig in die Projekte ein, wenn Kunden emotionale Erinnerungen oder Designwünsche aus der Vergangenheit einbringen. Diese Vielfalt macht die Arbeit für das Sonderwunsch-Team besonders spannend. Eines der jüngsten Beispiele zeigt

auf spektakuläre Weise, wie nicht nur Neufahrzeuge, sondern auch klassische Modelle in das Sonderwunsch-Programm eingebunden werden.

Zusammen mit Porsche hat der Singer-Songwriter Alvaro Soler einen 928 S von Grund auf gestaltet und sich damit einen Lebenstraum erfüllt. Das Fahrzeug ist im individuellen Farbton Soler Yellow Metallic lackiert und im Innenraum mit pampasbraunem Leder ausgestattet. In Zusammenarbeit mit den Soundsystemingenieuren aus dem Porsche-Entwicklungszentrum Weissach wurde ein individuell auf Solers Bedürfnisse abgestimmtes 360°-Soundsystem verbaut. Im Gepäckraum findet zudem eine in Wagenfarbe lackierte Gitarre samt zugehörigem Koffer Platz.

Individualisierung ist für Porsche heute wichtiger denn je. Kunden erwarten höchste Qualität und die Möglichkeit, ihre persönliche Note in ihr Fahrzeug einzubringen. Das Unternehmen will das Sonderwunsch-Programm daher zur Individualisierung seiner Sportwagen bis hin zu Werksunikaten kontinuierlich ausbauen. Für die Mitarbeiter der Sonderwunsch-Abteilung ist ihre Arbeit mehr als nur ein Beruf – sie ist eine Leidenschaft. „Es ist eine spannende, zuweilen herausfordernde, aber immer ausnahmslos positive Aufgabe", schwärmt Alexander Fabig. „Gemeinsam mit unseren Kunden lassen wir ihre Träume Wirklichkeit werden." Ganz im Sinne von Ferry Porsche.

Info

Text erstmals erschienen im Christophorus Magazin, Ausgabe 414.

Autor: Thomas Ammann
Fotos: Porsche, Bonhams

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



Sandro Kälin

Head of Communications Porsche Schweiz AG
+41 41 487 91 16
sandro.kaelin@porsche.ch

Consumption data

Taycan Turbo S (Vorgängermodell)

*Further information on the official fuel consumption and the official specific CO_2 emissions of new passenger cars can be found in the "Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO_2-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen" (Fuel Consumption, CO_2Emissions and Electricity Consumption Guide for New Passenger Cars), which is available free of charge at all sales outlets and from DAT (Deutsche Automobil Treuhand GmbH, Helmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen, www.dat.de).

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/de_CH/2025/historie/porsche-individuelle-traeume-39600.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/5d688b20-f881-4e49-988b-7df4be0a8306.zip

External Links
https://newsletter.newsroom.porsche.com/prod/pag/NewsletterNewsroom.nsf/NewsletterActions?ReadForm&action=subscribe&language=PCH-de
https://christophorus.porsche.com/de.html