

Das 911-Gen

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

02/12/2015 Bereit sein, Dinge in Frage zu stellen, neue Ideen zuzulassen und Experimente zu wagen, so will Oliver Blume auf die Veränderungen im Automarkt reagieren. Der Porsche-Vorstandsvorsitzende im Interview.

Der Porsche 911 wird seit einem halben Jahrhundert als eine der bekanntesten Design-Ikonen gefertigt. Ihr Unternehmen bewegt sich zwischen Tradition und Innovation. Wie werden Sie dieses Erbe fortführen? Und wo liegen aus Ihrer Sicht die Herausforderungen für die Zukunft von Porsche?

Der 911 ist das Sinnbild von Porsche, das Synonym unserer Marke. Der 911 elektrisiert Menschen auf der ganzen Welt. Ich kenne keinen, der das Auto nicht kennt. 911 fahren ist ein Kindheitstraum. Faszination, Leidenschaft, Sportwagentechnologie auf höchstem Niveau, die pure Lust an Individualität – das alles spielt da mit. Porsche ist gemacht für Menschen, die ein einzigartiges Fahrerlebnis mit den Ansprüchen an ein umwelt- und Ressourcen schonendes, alltagstaugliches Automobil verbinden wollen. Das alles kristallisiert sich im 911. Dieses Pfund zu bewahren, es zu pflegen, seine Konzeption jedoch

immer wieder zu hinterfragen und weiterzuentwickeln, wird die Aufgabe jedes Porsche-Vorstandsvorsitzenden sein, egal, wie er heißt. Alles andere wäre fahrlässig.

Das ist die eine Seite. Die andere ist: Vom 911 allein kann das Unternehmen nicht leben. Wir bei Porsche konzentrieren uns auf die Entwicklung, die Produktion und den Vertrieb hoch emotionaler Premium-Sportwagen. Und das ist nicht nur mehr der 911. Die echte Herausforderung dabei war und wird es sein, die Gene des 911 in andere Modellreihen zu übertragen. Unser Anspruch ist es, in jeder Nische, in der wir uns bewegen, das sportlichste Auto anzubieten. Das ist beim Cayenne so, beim Panamera, beim Boxster und Cayman, das ist so beim Macan – und das wird es bei allen kommenden Fahrzeugen so sein, auch wenn sie nicht von einem klassischen Benzin-Motor angetrieben werden. Ohne diese 911-Gene wären sie einfach nur andere Autos. Mit diesen Genen sind sie ein Porsche.

Die Inneneinrichtung eines Fahrzeugs erfordert höchste Handwerkskunst. Wie wollen Sie in Zukunft die Porsche-Qualität sichern und den Kunden gleichzeitig mehr Freiheitsgrade bei Individualisierung bieten.

Schließen sich handwerkliches Geschick und Vielfalt aus? Ich glaube nicht. Wir haben gerade den Macan GTS vorgestellt. Da geht es um mehr Funktionalität, da geht es aber besonders auch um mehr Individualität – in der Serie, wohlgemerkt. Bestimmte Interieur- und Exterieur-Ausstattungsvarianten gibt es nur für das Spitzen-Modell Macan Turbo. Sie werden erstaunt sein, was Sie alles aus Ihrem Macan machen können – und Sie trotzdem nicht auf die bewährte Porsche-Qualität verzichten müssen. Das gilt übrigens auch für alle anderen Modelle. Und falls Ihnen das noch immer nicht reichen sollte, dann empfehle ich Ihnen Porsche Tequipment, das Zubehörprogramm zur nachträglichen Individualisierung Ihres Porsche, so etwas wie eine Wundertüte. Unsere Ziel dabei ist es: Die Qualität muss stimmen, unbedingt – und drunter steckt immer noch ein Porsche.

Porsche-Gene stammen aus dem Rennsport. Welche Bedeutung hat heute das Engagement im Rennsport?

Punkt eins: Porsche ohne Rennsport gab und gibt es nicht. Undenkbar. Und was wäre der Rennsport ohne Porsche? Punkt zwei: Rennen fahren ist für uns kein schöner Selbstzweck. Wir loten auf der Rennstrecke die Grenzen unserer Möglichkeiten aus. Und wir gehen dabei bis an den äußersten Rand. Das aktuelle Reglement für Le Mans-Fahrzeuge zum Beispiel ist besonders kompliziert. Mehr denn je sollen die Autos den Anspruch eines modernen, nachhaltigen Rennsports erfüllen. Unsere LMP-1-Fahrzeuge waren 2015 die kompliziertesten, die technisch und technologisch anspruchsvollsten überhaupt. Wir wollten damit nicht nur einfach gewinnen. Das können auch andere. In Le Mans wollten wir 2015 die Überlegenheit einer Idee demonstrieren, die bereit ist für die Straße. Der Rest ist Geschichte.

In Le Mans hat das Team von Porsche mit einem Hybrid-Wagen gewonnen. Welche Rolle werden Elektromotoren zukünftig bei Porsche spielen?

Porsche war der erste und einzige Hersteller von Luxusautomobilen, der Hybrid-Systeme in drei

unterschiedlichen Modellreihen angeboten hat. Das war ein Signal. Da werden wir weitermachen. Das Projekt Mission E zeigt, wohin die Reise geht. Aber auch da gilt: Porsche baut nicht einfach Elektroautos. Wir bauen Sportwagen in einer neuen Ära der Mobilität, die wie ein Porsche fahren, wie ein Porsche riechen und sich wie ein Porsche anfühlen.

Google testet bereits selbstfahrende Autos, Apple hat ein Auto angekündigt. Tesla hat zwei Elektro-Autos auf der Straße. Wie verändert sich der Automarkt mit diesen neuen Wettbewerbern?

Empfinden Sie es als arrogant, wenn ich antworte: gar nicht? Nehmen Sie Porsche. Wir werden 2015 erstmals mehr als 200.000 Fahrzeuge ausliefern. Das ist für uns eine Menge, aber entspricht nur einem Weltmarktanteil von 0,3 Prozent. Anders ausgedrückt: Auf 1000 Fahrzeuge kommen gerade einmal drei Porsche. Die sieht man kaum. So genommen, sind wir ein Nischenanbieter, ein kleiner Fisch im Karpfenteich. Ich will keinem realen oder möglichen Wettbewerber zu nahe treten, wenn ich sage: Es braucht schon ein wenig mehr, um den globalen Automarkt zu bewegen. Dennoch nehme ich das ernst, was da draußen passiert. Mit Überheblichkeit hat Porsche in jüngster Zeit ja so seine Erfahrung machen müssen. Denn eines ist klar: Was wir fürchten müssen, ist nicht der neue Tesla oder das neue Apple-Car, schon gar nicht wir bei Porsche. Was wir uns ansehen müssen, ist die Philosophie der Menschen, die Kultur der Unternehmen, die dahinter steckt – die Bereitschaft, alles infrage zu stellen, Ideen zuzulassen, zu experimentieren, Risiko zu gehen, Fehler zu machen, Grenzen auszulösen und etwas völlig neu zu interpretieren, was eigentlich fest gefügt ist.

Autonomes Fahren ist das große Trend-Thema. Glauben Sie, dass Porsche-Fahrer fahren lassen oder doch lieber weiterhin selber steuern?

Für uns ist das in der aktuellen Debatte kein Thema: Wer einen Porsche kauft, will fahren. Alles andere wäre eine Fehlinvestition.

Inwieweit richtet sich Porsche auf die besonderen Bedürfnisse in China aus?

Wenn es die besonderen Bedürfnisse der Menschen in einem Land mit steigendem Wohlstand sind, sich eine Form der Mobilität zu versprechen, die mit der Philosophie unseres Hauses übereinstimmt, dann werden wir alles tun, um diesen Bedürfnissen nachzukommen. Heißt: China ist für uns ein Markt, auf den wir große Hoffnungen setzen. Dass wir da auf dem richtigen Weg sind, zeigen unsere Verkaufszahlen. Sie steigen.

Porsche ist in den vergangenen Jahren in Bezug auf Absatz von einem Rekord zum nächsten gespurtet. Glauben Sie, dass die Geschwindigkeit auch angesichts der Entwicklung des wichtigen chinesischen Markts zu halten ist?

Ihre Frage impliziert, dass wir von Rekord zu Rekord spurten wollen. Das ist nicht der Fall. Für uns ist die Zahl, wie viel Fahrzeuge wir verkaufen, zweitrangig. Dass wir das zurzeit tun, nehmen wir wohlwollend zu Kenntnis. Unser derzeitiges Fahrzeug-Programm ist das attraktivste, das Porsche je hatte. Wir hören unseren Kunden zu und verstehen, was Menschen wollen, die noch nicht zu unseren Kunden gehören.

Darauf reagieren wir. Und weil wir das tun, schließen wir auch nicht aus, dass wir möglicherweise noch mehr Autos verkaufen können. Wie gesagt: Wenn es sich ergibt. Es ist jedoch nicht unser vorrangiges Ziel. Viel wichtiger sind Kennzahlen wie Rendite oder Beschäftigung, denn Produktivität und soziale Verantwortung sind für uns kein Gegensatz. Allerdings: Auch wir sind natürlich abhängig von der Volatilität der Weltkonjunktur. Zum Glück kann sich ein Anbieter wie Porsche von manch kritischer Situation abkoppeln. Was mir größere Sorgen macht, ist die geopolitische Instabilität. Sie scheint unkalkulierbar zu sein.

Sie sind Langsteckenläufer. Was übernehmen Sie aus dem Sport in Ihrem Job?

Mir wird da viel zu viel hineininterpretiert. Ich laufe gern. Punkt. Ich brauche diesen Ausgleich wie viele andere Menschen. Ich habe Spaß. Nicht mehr, nicht weniger. Laufen macht den Kopf frei. Und eine gute körperliche Verfassung ist sicher nicht eine schlechteste Voraussetzung, um diesen Job zu machen.

Welches Produkt von Porsche Design würden Sie zu Weihnachten verschenken?

Eine Brille vielleicht, gegen Kurzsichtigkeit.

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/unternehmen/oliver-blume-vorstandsvorsitzender-ceo-interview-porsche-design-12047.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/611b6768-5223-4b9c-9ff4-f39dd59fa381.zip

Externe Links
http://www.porsche-design.com/