

Luft Tokyo: Luftgekühlte Ikonen erobern Japans Hauptstadt

16/03/2026 Das Kulttreffen “Luftgekühlt” hat zum ersten Mal Halt in Japan gemacht. Mitten im Herzen Tokios verwandelte sich eine ehemalige Stadtautobahn in eine Bühne für gemeinsame Porsche-Leidenschaft.

Teilweise bereits 1959 eröffnet und nach 13 Jahren Bauzeit 1966 vollendet, war der rund zwei Kilometer lange Tokyo Expressway – besser bekannt als KK Line – über mehr als sechs Jahrzehnte eine zentrale Verkehrsader zwischen Kyobashi und Shimbashi. Doch Tokios Straßennetz wandelt sich, der Verkehr verschwindet zunehmend unter die Erde. 2025 wurde die KK Line stillgelegt. Ihre nächste Rolle ist bereits definiert: Als öffentliche Grünfläche soll sie künftig neues Leben ins Herz der Metropole bringen.

Für das Team von Luftgekühlt wurde dieses Wahrzeichen im Wartestand die perfekte Bühne. Das Car×Culture×Format, einst in den USA entstanden, hat in den vergangenen Jahren bereits einige internationale Ausgaben gefeiert. Ein Luftgekühlt-Event in Japan sei längst überfällig gewesen, so die Veranstalter.

„Als ich hier in der WEC gefahren bin, habe ich immer ein oder zwei Tage drangehängt, um mir mögliche Locations anzusehen“, sagt Patrick Long, Gründer von Luftgekühlt und ehemaliger Porsche-Werksfahrer. „Die Gespräche laufen also seit mehr als einem Jahrzehnt – gemeinsam mit unserem lokalen Partner Kohey Takada.“

Wie besonders dieser Ort für die lokale Szene ist, war dem Team stets bewusst. „Eine ganze Generation ist vielfach auf dieser Hochstraße gefahren“, ergänzt Jeff Zwart, Creative Director von Luftgekühlt. „Für viele Einheimische war es etwas ganz Besonderes, hier oben zu Fuß unterwegs zu sein – und dabei die Welt der luftgekühlten Porsche zu feiern.“

Ungewöhnliche Schauplätze gehören zur DNA von Luftgekühlt. Ob auf dem Gelände der Universal Studios in Kalifornien, im restaurierten Bahnhof Dworzec Świebodzki im polnischen Breslau oder auf dem American Tobacco Campus in North Carolina – das Team hat längst bewiesen, dass automobile Kultur an Orten funktioniert, die man nicht erwartet. Doch die Ausgabe in Tokio, offiziell unterstützt von Porsche Japan, setzte selbst für erfahrene Luft□Besucher neue Maßstäbe.

Spektakuläre Bühne für luftgekühlte Klassiker

Erstmals fand das Event an einem so zentralen Ort mitten in einer Metropole statt. Und erstmals reichte der Zeitplan bis in die Nacht hinein. Umgeben von Skyline, Neonlicht und dem Puls der Stadt nutzte Luftgekühlt die besondere Kulisse konsequent aus – vom Tageslicht bis tief in die Dunkelheit.

„Wenn man die Bilder dieses Events sieht, wird klar: Das ist etwas völlig Einzigartiges – nicht nur innerhalb der Luft□Historie, sondern auch im Vergleich zu dem, was man normalerweise von Tokio bei Nacht kennt“, findet Long. „Die Idee war, diesen einen fotografischen Moment auszureizen – die Autos im Übergang vom Tag zur Nacht zu erleben.“

Jeff Zwart, die kreative Kraft hinter dem Format, sorgte einmal mehr für eine eindrucksvolle Inszenierung. „Meine Jobbeschreibung lautet im Grunde: ein Auto an einem Ort großartig aussehen zu lassen“, erklärt Zwart. „Wenn ich einen Platz sehe, an dem ich mir unser Storytelling und unsere Art der Inszenierung der luftgekühlten Welt vorstellen kann, wird es für mich wirklich spannend.“

Und die KK Line lieferte genau das. „Was uns hier in 360 Grad umgibt, ist ein modernes, pulsierendes, internationales Stadtzentrum“, so Zwart weiter. „Dann fährt man eine Auffahrt hinauf – und ist plötzlich in einer eigenen Welt.“ Genau dieser Bruch mache den Reiz aus. „Der Kontrast zwischen urbaner Gegenwart und dem Ursprung aller Porsche. Zwischen Neonlicht und Skyline trifft die Moderne auf das Fundament der Marke – die luftgekühlte Ära.“

Zu sehen waren einige der seltensten Exponate aus der Straßen□ und Motorsportgeschichte von Porsche in Japan – darunter legendäre Prototypen japanischer Teams, die national wie international Erfolge feierten.

Ein besonders bekanntes und bis heute gefeiertes Beispiel: der Porsche 910 mit der Startnummer 28, mit dem Tetsu Ikuzawa und das Taki Racing Team beim Großen Preis von Japan 1968 auf dem Fuji International Speedway den zweiten Gesamtrang und den Klassensieg erreichten.

Doch auch die Straßenversionen standen dem in nichts nach. Zu den automobilen Kronjuwelen zählten vier Exemplare des extrem seltenen 964 N/GT – auch bekannt als der „Macau-964". Gerade einmal 20 Fahrzeuge dieses Typs wurden gebaut, jedes einzelne in einer eigenen, individuellen Farbe.

Auch Porsche Japan war bei „Luft Tokyo" stark vertreten. Unter dem Leitmotiv „Von klassisch bis modern" spannte der Importeur den Bogen von der Vergangenheit bis in die Gegenwart – mit hochmodernen Elektrofahrzeugen wie dem Taycan Turbo GT und dem Macan Electric ebenso wie mit luftgekühlten Ikonen aus dem Bestand des Porsche Experience Centers Tokyo. Zu sehen waren unter anderem ein Porsche 356 sowie ein 911 Carrera RS von 1973 – Modelle, die den Ursprung der Marke greifbar machen. Außerdem bot sich den Fans die Gelegenheit, exklusive Stücke aus der neu aufgelegten Luftgekühlt × Porsche Lifestyle Kollektion zu erwerben – ein weiteres Bindeglied zwischen automobiler Leidenschaft, Design und zeitgenössischer Kultur.

Die Strahlkraft der Luftgekühlt-Reihe ist so groß, dass Enthusiasten aus aller Welt für das erste Asien-Event der Marke nach Tokio reisten. Insgesamt rund 11.600 Besucher kamen auf die legendäre KK Line, wo mehr als 220 Fahrzeuge präsentiert wurden. „Es geht nicht um die besten oder exklusivsten Autos, sondern darum, für eine gemeinsame Leidenschaft zusammenzukommen", betont Long. „Wir möchten die Geschichten der luftgekühlten Szene erzählen – ein bisschen von allem."

Gerade dieser offene Ansatz macht den Reiz aus. „Wir wollen Barrieren abbauen und Menschen zusammenbringen", so Long weiter. „Natürlich beobachten, bewundern und studieren wir diese Autos. Aber der menschliche Aspekt ist für uns immer genauso wichtig."

Über Luftgekühlt

Für die Co-Gründer Patrick Long und Howie Idelson begann Luftgekühlt als eine Idee mit klarer Mission: die Geschichte der luftgekühlten Porsche einem breiteren Publikum zugänglich zu machen. Ziel war es, eine Lücke in der erlebbaren klassischen Porsche-Kultur zu schließen – und die Faszination der luftgekühlten Ära nicht nur eingefleischten Kennern, sondern auch neugierigen Neueinsteigern näherzubringen.

Was mit vergleichsweise bescheidenen Anfängen in Südkalifornien startete, wuchs rasant. Schon bald präsentierte Luftgekühlt Hunderte Fahrzeuge und zog Tausende Besucher aus aller Welt an. Mit der steigenden internationalen Nachfrage folgten erste Events außerhalb der USA – und schließlich die Gründung einer Schwesterplattform: Air|Water, die den Ansatz weiterentwickelt und noch breitere Perspektiven auf automobile Kultur eröffnet.

MEDIA ENQUIRIES



Julian B. Hoffmann

Managing Editor Porsche Newsroom
+49 (0) 170 / 911 2771
julian.hoffmann@porsche.de

Verbrauchsdaten

Taycan Turbo GT (WLTP)*: Stromverbrauch kombiniert: 21,2 – 20,5 kWh/100 km; CO_2-Emissionen kombiniert: 0 g/km; CO_2-Klasse: A

Macan (WLTP)*: Stromverbrauch kombiniert: 19,4 – 16,7 kWh/100 km; CO_2-Emissionen kombiniert: 0 g/km; CO_2-Klasse: A

*Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen spezifischen CO_2-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem „Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO_2-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen" entnommen werden, der an allen Verkaufsstellen und bei DAT (Deutsche Automobil Treuhand GmbH, Helmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen, www.dat.de) unentgeltlich erhältlich ist.

Bildunterschriften

Pfad: Luft Tokyo: Luftgekühlte Ikonen erobern Japans Hauptstadt/Bilder/Bild_4.jpg
Titel: Patrick Long, Jeff Zwart (l-r), Luft Tokyo, Japan, 2026, Foto: Stefan Bogner
Bildunterschrift: Patrick Long und Jeff Zwart

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/2026/szene-passion/porsche-luftgekuehlt-tokio-41900.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/923f6087-e330-4aac-bef1-18a31f6cd2a3.zip