

Held, Rebell und Schöpfer: die Designidentität von Porsche auf den Punkt gebracht

11/09/2025 Unter Leitung von Michael Mauer hat das Volkswagen Konzerndesign gemeinsam mit den Designleitern der zehn Marken die jeweiligen Designkriterien geschärft. Dabei wurde ein strukturierendes Modell eingesetzt, das auf dem Archetypen-Konzept des Schweizer Psychoanalytikers Carl Jung basiert. Held, Rebell und Schöpfer symbolisieren die Designidentität von Porsche. Zusammen mit den Schlüsselwörtern Focus, Tension und Purpose beschreiben sie pointiert die Markenpersönlichkeit und dienen als Kompass im gesamten Unternehmen. Greifbar werden die geschärften Designkriterien am Beispiel des neuen 911 Turbo S.

Ferdinand Alexander („F. A.“) Porsche, Enkel des Unternehmensgründers und erster Designchef der Marke Porsche, strebte stets nach dem Außergewöhnlichen. Er hat den 911 entworfen, der schnell zum Designklassiker und zum Inbegriff des Sportwagens wurde. Sein Ziel war die perfekte Symbiose von Form und Ästhetik. Vor allem aber betrachtete er das Markenimage bereits aus einer design-orientierten Perspektive. „F. A. Porsche hatte ein visionäres Verständnis dafür, wie Design als

wesentlicher Faktor die Identität und den Erfolg einer Marke beeinflusst. Diese Haltung und sein Vermächtnis bilden seit jeher die Grundlage für unsere Arbeit“, sagt Michael Mauer, Leiter Style Porsche.

Im Zuge der weiteren Schärfung der Designkriterien innerhalb des Volkswagen Konzern hat sich Style Porsche mit der eigenen Marke intensiv auseinandergesetzt und analysiert, welche Werte sie verkörpert und welche Kundengruppen angesprochen werden sollen. Zur Beschreibung der Markenpersönlichkeiten wurde das typologische Modell von Carl Jung verwendet, das dieser in den 1930er-Jahren entwickelt hat. Insgesamt 12 Rollenbilder hat der Schweizer Psychoanalytiker benutzt.

Mit Held, Rebell und Schöpfer hat Style Porsche aus diesem Portfolio drei Archetypen ausgewählt, die die Kernwerte und Identität der Marke verkörpern. Im nächsten Schritt wurden diese Erkenntnisse auf die strategische Ebene der Marken- und Produktidentität übertragen. Denn es geht es nicht nur um das einzigartige Design der Produkte, sondern ebenso um die Gestaltung einer einheitlichen Markenwelt über alle Berührungspunkte zwischen Kunde und Marke hinweg.

„Der Prozess war wertvoll, da wir uns intensiv mit der Identität der Marke Porsche beschäftigt haben“, so Michael Mauer weiter. „Die geschärften Porsche-Designkriterien sind eine Orientierungshilfe und bilden zugleich den Rahmen für Inspiration und kreative Freiheit. Auf Basis der Archetypen und der daraus hergeleiteten Schlüsselbegriffe haben wir eine Art Markenkompass entwickelt. Über das reine Styling der Sportwagen hinaus wollen wir ihn holistisch im gesamten Unternehmen nutzen.“

Geschärfte Designkriterien am Beispiel des 911 Turbo S

Held, Rebell und Schöpfer – diese drei Archetypen symbolisieren die Designidentität von Porsche. Der Held verkörpert Mut, Stärke und Durchhaltevermögen. Der dazugehörige Schlüsselbegriff lautet Focus. Als Rebell befindet sich die Marke im Spannungsfeld zwischen Tradition und Pioniergeist – Schlüsselbegriff Tension. Darüber hinaus steht der Sportwagenhersteller für Leidenschaft, technische Präzision und visionäres Denken. Diesem Archetyp ist der Schlüsselbegriff Purpose zugeordnet.

Greifbar wird die strategische Schärfung des Designs am neuen 911 Turbo S. Denn der Turbo S ist der Held der Straße, ein Symbol für Kraft, Haltung und Souveränität. Sämtliche Designelemente – wie die einzigartige Skulptur der Kotflügel, das Bugteil mit großen Lufteinlässen, das eigenständige Heck und der aktive Heckflügel – dienen dem Zweck, Turbo-Performance erlebbar zu machen (Focus).

Zugleich ist der 911 Turbo S ein Rebell, ein Grenzgänger, der immer etwas mehr wagt. Deutlich wird das am Heckspoiler, der seit dem 930 die Silhouette prägt – spannungsvoll (Tension) und eindeutig Turbo. Und schließlich ist dieses sportliche Topmodell der Ausdruck innovativer Ingenieurskunst und Designkultur. Die Kenner erkennen das an zahlreichen Details: an den Zentralverschlussrädern, an der aktiven Buglippe oder am Ausfahren des aktiven Flügels. Beim Turbo S geht es nicht um Show, sondern um die clevere Integration von Funktion und Funktionalität (Purpose).

Über Style Porsche

Rund 150 Mitarbeiter umfasst Style Porsche, die Designabteilung von Porsche. Beim iterativen Designprozess kommen analoge Methoden und digitale Tools zum Einsatz: Innovative Software unter anderem aus dem Gaming-Bereich unterstützt die Mitarbeiter. Doch trotz Digitalisierung legt die Designabteilung nach wie vor großen Wert auf die gestalterische Qualität klassischer Skizzen und aufwendiger Tonmodelle. 2014 hat der Sportwagenhersteller sein aktuelles Design-Studio in Weissach eröffnet. Der architektonische Aufbau des Studios ermöglicht ein Maximum an Transparenz und Kommunikation für die. Zudem wird der interdisziplinäre Austausch mit den Teams „Strömungsprüfstände“ und „Konzeptbau“ gefördert, die mit dem „Styling“ im selben Gebäudekomplex zusammenarbeiten.

MEDIA ENQUIRIES



Nadine Toberer

Spokesperson Design, Lifestyle and Brand Communications
+49 (0) 170 / 911 0944
nadine.toberer@porsche.de

Verbrauchsdaten

911 Turbo S (WLTP)*: Kraftstoffverbrauch kombiniert: 11,7 – 11,5 l/100 km; CO_2-Emissionen kombiniert: 266 – 261 g/km; CO_2-Klasse: G

*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.

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/2025/unternehmen/porsche-designidentitaet-strategie-911-turbo-s-40499.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/97a6b5d7-7242-4e17-b10a-53a2a761de27.zip

Externe Links
https://newsroom.porsche.com/de/pressemappen/Porsche-IAA-2025.html

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