

„Die ganze Firma ist auf ein Ziel fokussiert“

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

01/03/2018 Stefan Weckbach, Leiter des Elektroauto-Projekts von Porsche (Baureihe BEV), über Strategien in der Elektromobilität, die Entwicklungsleistung des Sportwagenbauers und die Suche nach Sound und Seele für die Mobilität der Zukunft.

Herr Weckbach, Porsche will neben dem Ausbau der Hybrid-Fahrzeugklassen nun auch den reinen Elektroantrieb mit dem Konzept Mission E bringen. Welche Strategie steckt dahinter?

Eine klare: Wir beschäftigen uns schon sehr lange mit der Elektrifizierung des Antriebs und dabei immer mit dem Ziel, die Stärken des Konzepts im Sinne des Kunden einzusetzen. Wir bieten seit Jahren Plug-in-Hybride im Cayenne und im Panamera an – und haben Leistung und elektrische Reichweite kontinuierlich optimiert. Mit dem 918 Spyder haben wir gezeigt, wie Hybridisierung im Supersportwagen-Segment aussehen kann, und im Rennsport sind wir mit dem 919 Hybrid in der

LMP1-Klasse extrem erfolgreich gewesen. Elektrifizierung ist also seit vielen Jahren Teil unserer Entwicklungs- und Produktstrategie.

Auch wegen der Umweltgesetze?

Das Thema CO2-Reduktion ist im Zusammenhang mit Elektroantrieben wichtig – und zwar für das ganze Unternehmen. Aber speziell für die Marke Porsche und unsere Kunden spielt auch „Intelligent Performance" eine Hauptrolle: der intelligente Einsatz von neuen Technologien für noch mehr Performance. Das ist insbesondere wichtig beim Sprung in die vollelektrische Serie, den wir für Ende des Jahrzehnts mit dem Mission E angekündigt haben.

Wann ist da die Entscheidung gefallen?

Im Dezember 2015 hat der Aufsichtsrat der Porsche AG die Serienentwicklung beauftragt – auf Basis des Konzeptfahrzeugs Mission E …

… das hier auf dem Tisch steht.

… und hinter mir an der Wand hängt. Es motiviert mich, den Mission E um mich herum zu haben.

Was unterscheidet denn den Mission E von anderen elektrisch angetriebenen Sportwagen-Projekten, etwa aus den USA oder Großbritannien?

Dass es ein Porsche ist. Der Mission E verbindet Porsche-typisch Sportlichkeit und Alltagstauglichkeit und zeigt, wie wir uns die rein elektrische Zukunft der viertürigen Sportwagen vorstellen. Dabei setzen wir auf unsere Markenwerte und übertragen das in der konventionellen Welt gelernte Kundenversprechen auf reine Batteriefahrzeuge. Unser Fahrzeug wird nicht nur schnell fahren, sondern auch schnell laden. Mit der 800-Volt-Architektur im Fahrzeug haben wir Gewicht und Package optimiert und können auch circa 400 Kilometer elektrische Reichweite in weniger als 20 Minuten nachladen.

Na, ein US-Elektroauto schafft die null auf hundert doch auch unter drei Sekunden.

Aber beim dritten Start schon nicht mehr. Da regelt das System ab. So etwas wird es bei einem Porsche nicht geben. Der Mission E wird reproduzierbare Performance und eine belastbare Dauer-Höchstgeschwindigkeit bieten. Aber das ist ja nicht alles. Längs- und Querdynamik des Mission E werden Porsche-typisch sein und jeden Fahrer begeistern.

Was elektrisiert noch?

Das Design. Schauen Sie sich das Modell hier auf dem Tisch an – das Serienfahrzeug wird ihm sehr nah sein. Das ist auf den ersten Blick ein Porsche; zukunftsweisend weiterentwickelt.

Was ist unter der Fronthaube – nur Kofferraum?

Jede Menge Hightech wie zum Beispiel E-Maschine, Leistungselektronik, Kühlsystem und weitere Hochvoltkomponenten im Vorderwagen. Trotzdem bleiben vorne knapp 100 Liter für das Gepäck. Die sehr flache „Schnauze" ist also mehr als ein reines Designobjekt.

Im Gegensatz zu den Kamera-Außenspiegeln des Concept-Cars?

So etwas weltweit in Serie anzubieten ist bei der aktuellen Gesetzeslage unmöglich. Zudem sind weitere Änderungen konstruktiver oder funktionaler Natur für das Serienfahrzeug gegenüber dem Konzeptfahrzeug nötig. Aber Sie werden sich wundern, wie nah das Auto am Mission E ist. Gerade haben wir den Designstand einer kleinen Probandenrunde gezeigt: Alle waren begeistert.

Und wie fährt er sich?

Sensationell, ich durfte kürzlich erste Runden mit unseren Entwicklern im Prototyp auf dem Prüfgelände von Idiada fahren. Unser Fahrzeug ist eine viertürige Sportlimousine, in der bis zu fünf Personen Platz finden – mit einem durch die Unterbodenbatterie sehr niedrigen Schwerpunkt und allen fahrwerksseitigen Raffinessen an Bord. Lassen Sie sich von der Fahrdynamik und dem Fahrspaß überraschen. Das Faszinierende bei diesem Projekt sind aber auch der Teamgeist und die Euphorie, die unser ganzes Unternehmen erfasst haben. Die gesamte Firma ist auf ein Ziel fokussiert: Wir werden mit dem Mission E einen vollelektrischen Porsche anbieten, der hundertprozentig zu unserer Marke passt, unsere Kunden begeistert und zu Recht den Namen „Porsche" trägt.

War die Schnellladefähigkeit eigentlich von Anfang an im Konzept Mission E vorgesehen?

Wir haben uns sehr früh für die 800-Volt-Architektur im Fahrzeug entschieden, die Ladezeiten von weniger als 20 Minuten für 400 Kilometer ermöglicht und damit die Reise- und Langstreckentauglichkeit für dieses Fahrzeug sicherstellt.

Aber die entsprechenden Ladesäulen selbst aufzustellen war nicht von Beginn an vorgesehen?

Wir hätten natürlich gehofft, dass etwa in Deutschland die Politik der Ladeinfrastruktur mehr Rückenwind verschafft. Jetzt haben wir als Volkswagen Konzern – gemeinsam mit anderen OEMs – ein Konsortium gegründet, das in Europa strategische Ladepunkte aufbaut. In den USA nimmt sich der Volkswagen Konzern allein dem Thema an. Für die Akzeptanz der Technologie ist eine ausreichende Ladeinfrastruktur dringend notwendig.

Auch damit das Abrechnungsdurcheinander an verschiedenen Ladestationen ein Ende hat?

Natürlich. Die heutige Situation ist nicht premium. Ziel muss sein, nach dem Prinzip „Plug and Charge" zu laden: Außer einzustecken, muss der Kunde an den CCS-Stationen nichts mehr tun. Zeit für einen Kaffee, 20 Minuten Pause – und 400 Kilometer weiter.

Wie wäre es mit Auto inklusive Lade-Flatrate?

Da müssen wir den Kunden und dessen Wünsche noch besser kennenlernen, wir prüfen aktuell verschiedene Varianten und Pakete. Vielleicht gibt es ein Interesse daran, zum Beispiel im Urlaub eine Lade- Flatrate dazuzubuchen.

Die anderen Gesellschaften im Volkswagen Konzern bauen ihr Angebot an E-Fahrzeugen ja ebenfalls aus. Wie weit geht die Zusammenarbeit?

Elektromobilität ist eine Herkulesaufgabe, nicht zuletzt finanziell. Darum ist die Zusammenarbeit im Konzern ein großer Vorteil für uns.

Wie sieht die konkret aus?

Wir arbeiten insbesondere mit den Kollegen von Audi sehr eng zusammen, was die Nutzung gemeinsamer Module für die aktuell geplanten Elektrofahrzeuge angeht. Darüber hinaus entwickeln die Häuser gemeinsam eine Plattform für neue, zukünftige BEV-Projekte der Marken.

Dann kann jede Marke ihren „Porsche" bauen?

Sicher nicht. Das will ja auch niemand. Wir wollen vielmehr im Konzern gemeinsam die Schlagkraft erhöhen, aber uns dabei eben auch ordentlich differenzieren. Ein Porsche bleibt einmalig. In anderen gemeinsamen Projekten im Verbrennerbereich haben wir das schon erfolgreich gezeigt. Der Spagat zwischen Sportlichkeit und Alltagstauglichkeit, unser Qualitätsanspruch und unverwechselbares Design, wie die Porschetypische Flyline oder das „Kopf auf Schulter"- Design – Porsche ist und bleibt Porsche. Das erkennen Sie bei Tag und Nacht. Denken Sie nur an die Vier-Punkt-Optik der Hauptscheinwerfer.

Als Hersteller sportlicher Fahrzeuge muss Porsche bei der Elektrifizierung seiner Produkte besonderen Kundenwünschen Rechnung tragen. Wie definieren Sie den Porsche-USP?

Unser Anspruch ist es, immer das sportlichste Angebot im Segment zu haben: kompakt, attraktives Design, hoch-performant und dennoch alltagstauglich. Das ist die Porsche-Seele. Und die werden Sie auch in unserer elektrischen Sportlimousine wiederfinden.

Gar nicht so einfach, wenn bei Ihnen wie bei jedem Elektroauto der ganze Boden für eine riesige Batterie reserviert ist …

Wir versuchen, die Vorteile zu nutzen, die sich durch die Anordnung der Batteriemodule im Unterboden ergeben. Wir haben die Struktur so gestaltet, dass die Füße der Fondpassagiere dort Platz in einer Aussparung des Batterieblocks finden. So können wir das Auto flacher bauen, mit der abfallenden Dachlinie, die Porsche-typisch ist. Der Schwerpunkt liegt optimal.

Werden klassische Porsche-Fahrer in einem E-Fahrzeug nicht den Sound vermissen?

Unsere Sportabgasanlagen sind in der heutigen Verbrennerwelt ein großer Verkaufserfolg, das stimmt. Die wird es so im elektrischen Porsche natürlich nicht mehr geben.

Sie können den Ton ja einfach über die Lautsprecher einspielen. Ein französisches Elektro- Showcar spielte jüngst sogar die „Marseillaise", als ich Gas gegeben habe.

Solche Mätzchen oder das Vortäuschen von blubbernden Achtzylindern – das wird sicher nicht der Porsche-Weg sein. Wir werden im Mission E sicherstellen, dass der emotionale Faktor „Sound" angemessen berücksichtigt wird – in einer Porsche-typischen Ausprägung und mit einem klaren Bezug zur Technik.

Noch mal zum Porsche-Gefühl: Fürchten Sie nicht auch da ein bisschen um das typische Erlebnis, wenn Assistenzsysteme und digitale Dienste dem Elektromobilfahrer zu viel abnehmen?

Porsche-Fahrer wollen fahren. Selbst fahren. Das ist ganz klar das Ergebnis all unserer Kontakte mit den Kunden. Aber ich sehe da auch gar nicht so einen Widerspruch.

Warum?

Zunächst einmal, weil es kurz- und mittelfristig noch gar nicht darum geht, die Fahraufgabe dauerhaft abgeben zu können. Aber wie gesagt, das ist ja ohnehin nicht das Thema der Porsche- Kunden. Fahraufgaben dort zu übernehmen, wo sie monoton sind und keinen Spaß machen.

… Im Stau oder bei der Parkplatzsuche.

Genau, da darf der autonome Assistent gern eingreifen – so wie viele heute den geschwindigkeitsabhängigen Tempomaten ACC oft und gern einsetzen. Darüber hinaus arbeiten wir an Apps, die das typische Fahrerlebnis in einem Porsche noch verstärken beziehungsweise unterstützen. Unsere aktuelle Track Precision App ist da ja ein Beispiel. Auf einer abgesperrten Rennstrecke können Sie damit spielerisch Ihre Rundenzeiten verbessern.

Kommen wir zurück zur Elektromobilität: Die Prognosen über die Marktdurchdringung von E-Fahrzeugen gehen ja selbst unter Experten noch weit auseinander.

Ja. Die Automotive-Analysten sind da sehr uneins.

Wie sieht Ihre Einschätzung aus?

Bis 2025 können wir in den entwickelten Märkten schon bis zu 25 Prozent elektrisch angetriebene Fahrzeuge haben. Das hängt aber auch stark von der Entwicklung der Rahmenbedingungen ab: insbesondere Ladeinfrastruktur, staatliche Förderungen beziehungsweise Regulierungen und

Kostenentwicklung der Komponenten, um nur einige zu nennen. Wir stehen jedenfalls bereit.

Haben Sie denn überhaupt genug qualifizierte Mitarbeiter für die elektrischen Antriebe und den digitalen Wandel?

Wie schon gesagt, beschäftigen wir uns bei Porsche schon seit vielen Jahren mit der Elektrifizierung unserer Fahrzeuge, insofern haben wir auch viele der benötigten Kompetenzen an Bord. Aber wir haben uns auch gezielt an verschiedenen Stellen in allen Ressorts verstärkt. Und wir werden dadurch, dass wir den Mission E in Zuffenhausen am Stammsitz von Porsche bauen, insgesamt deutlich mehr als 1.000 neue Mitarbeiter für Produktion und Entwicklung einstellen.

Aber die Qualifikationen sind dennoch andere. Es geht ja nicht um Kolbenhub oder Trockensumpfschmierung, sondern um Programmierung und Hochspannung.

Um Hochspannung geht es bei Porsche schon immer. Aber ganz im Ernst: Ein Auto ist doch in vielen Bereichen nach wie vor ein Auto. Zu vielen Teilen sind die Aufgaben unabhängig vom Antrieb identisch. Exterieur, Interieur, Fahrwerk, Bremsen und so weiter. Da fließt Porsche-Knowhow aus Jahrzehnten ein. Und neue Elektronikarchitekturen, Screens, Head-up-Displays, Overthe- air-Funktionalitäten oder digitale Dienste entwickeln wir dort, wo es Sinn macht, immer gleich baureihenübergreifend – unabhängig von der Antriebsart.

Also haben Sie auch eine Menge Programmierer um sich?

In der ganzen Digitalisierungsdiskussion ist es wichtig, Produkte und Services zu offerieren, die für unsere Kunden einen Mehrwert generieren. Wir müssen wissen, was der Kunde braucht und durch welche Angebote wir ihm einen Mehrwert anbieten können. Die Anforderungen an die IT und die Programmierer werden hierbei mit der zunehmenden Vernetzung und Verfügbarkeit riesiger Datenmengen immer größer.

Da kommt jeder mit?

Erstens: Unsere Firma tickt so, jeder einzelne Mitarbeiter tickt so, dass wir jede Herausforderung annehmen. Viele dieser Herausforderungen schaffen wir selbst, weil es unser Anspruch ist, jeweils das beste Auto für unsere Kunden auf die Straße zu bringen.

Und zweitens?

... freut sich die ganze Firma auf den Mission E. Das bedeutet drittens: Vom Ingenieur über den Software-Entwickler, den Designer und Vertriebler bis zum Finanzer ist jedem klar: Wir schaffen hier eine neue Welt für Porsche. Wir entwickeln den ersten langstreckentauglichen, vollelektrischen Porsche mit vielen weiteren faszinierenden Eigenschaften. Dieses Auto elektrisiert.

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/unternehmen/porsche-stefan-weckbach-interview-elektromobilitaet-sportwagenbau-mission-e-leiter-elektroauto-projekt-bev-14912.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/a929e53f-fe13-414f-95dc-b12ed7cec6bb.zip

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