

Das Cayenne Coupé – ein athletischer Sportwagen

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

22/03/2019 Mit der Weltpremiere des Cayenne Coupé erweitert Porsche die dritte Generation seiner erfolgreichen SUV-Reihe. Ein Interview mit Detlev von Platen, Vorstand für Vertrieb und Marketing der Porsche AG.

Neues Fahrzeugsegment erschlossen: Mit der Weltpremiere des Cayenne Coupé erweitert Porsche die dritte Generation seiner erfolgreichen SUV-Reihe. Das Fahrzeug besticht durch die besonders dynamische Linienführung und neue technische Details, die es besonders athletisch erscheinen lassen.

Zu den Highlights des neuen Cayenne-Modells zählen eine geschärfte Form mit vollkommen eigenständiger Heckpartie, ein adaptiver Heckspoiler, Einzelsitz-Charakteristik im Fond und zwei Dachkonzepte: ein serienmäßiges Panorama-Festglasdach sowie ein optionales Carbondach. Die deutlich schneller nach hinten abfallende Dachlinie verleiht dem Fahrzeug einen noch dynamischeren

Auftritt und positioniert es optisch als das sportlichste Modell im Segment. Das Cayenne Coupé ist zur Markteinführung in zwei leistungsstarken Motorisierungen erhältlich: Ein Sechszylinder-Turbomotor mit 250 kW (340 PS; Kraftstoffverbrauch kombiniert 9,4 – 9,3 l/100 km; CO_2-Emissionen kombiniert 215 – 212 g/km), mit dem der Standardsprint von null auf 100 km/h in 6,0 Sekunden möglich ist, sowie ein Vierliter-V8-Motor mit Biturbo-Aufladung beim Topmodell Cayenne Turbo Coupé, das mit 404 kW (550 PS; Kraftstoffverbrauch kombiniert 11,4 – 11,3 l/100 km; CO_2-Emissionen kombiniert 261 – 258 g/km) und einer Beschleunigung auf 100 km/h in 3,9 Sekunden an den Start geht.

Der Cayenne – eine Erfolgsgeschichte weltweit

Seit Einführung des ersten Cayenne im Jahr 2002 kommt das Modell bei den Kunden weltweit sehr gut an. Mehr als 864.200 Fahrzeuge wurden bisher ausgeliefert – das sind im Schnitt mehr als 50.000 Autos pro Jahr. In 2018 lag das Modell mit rund 71.500 Auslieferungen weltweit auf Platz zwei, hinter dem Macan. Die meisten Fahrzeuge gingen an Kunden in China und Europa.

Die Erwartungen an das Cayenne Coupé in den verschiedenen Regionen, Kundenprofile des Fahrzeugs sowie die wachsende Modellpalette von Porsche erläutert Detlev von Platen, Vorstand für Vertrieb und Marketing der Porsche AG, im Interview:

Auf welche Regionen und Käufergruppen zielt das Cayenne Coupé ab?

Das Cayenne Coupé ist ein weltweiter Eroberer. Es ist für alle Regionen gleichermaßen attraktiv. Wir sprechen damit die Kunden an, die ein besonderes Augenmerk auf die sportlichen Gene des Cayenne legen. Das können bestehende und neue Porsche-Kunden sein – mit hoher Verbundenheit zur Marke und einem expressiven Lebensstil. Das Segment der SUV-Coupés ist nicht neu – aber wir geben dem Fahrzeug mit der typischen Porsche-Design-DNA einen ganz eigenen Charakter. Die sportliche Karosserieform passt natürlich besonders gut zur Marke Porsche.

Weltweit betrachtet: Wer sind die Kunden von Porsche?

Unsere Kunden pflegen einen sehr individuellen und differenzierten Lebensstil. Es gibt nicht DIE Porsche-Kundin oder DEN Porsche-Kunden. Deswegen ist es auch eine Maxime für uns, jeden Kunden individuell zu behandeln. Gleichzeitig gibt es Eigenschaften, die alle unsere Kunden teilen. Dazu gehören ein Streben nach Leistung, persönlicher Weiterentwicklung und dem Außergewöhnlichen sowie der Erfolg, den sie mit dieser Einstellung erzielen – also ein gewisser Vorwärtsdrang. Viele schätzen zudem das Gefühl, bei Porsche eine Familie von Gleichgesinnten zu finden und eine wohlverdiente Freude zu erleben. Unsere Kunden haben zuvor oftmals schon Modelle anderer Premiummarken gefahren, weil sie von ihrem Automobil mehr erwarten. Wer dann einmal den Fahrspaß mit einem Einstiegsmodell von Porsche erlebt hat und sieht, dass es noch sportlicher geht, der möchte sich weiterentwickeln – bis hin zu einem Turbo- oder GT-Modell. Dabei ist der persönliche Fortschritt viel wichtiger als die Außendarstellung.

Welchen Stellenwert haben für Porsche Befragungen und Marktstudien bei Modell-Entscheidungen?

Kundenfeedback beeinflusst natürlich unsere Produktentscheidungen, unsere Kunden sind sehr engagiert. Wir erhalten mehr als 300.000 Rückmeldungen, Anregungen und Wünsche pro Jahr. Sie werden in den Entwicklungsprozess eines neuen Fahrzeugs integriert. Darüber hinaus stellen wir unsere Produktideen immer wieder Kunden und potenziellen Kunden vor. Ein gutes Beispiel ist der aktuelle Cayenne: Bei der Entwicklung haben wir zahlreiche Rückmeldungen zum Vorgänger berücksichtigt. Insbesondere das Interieur trägt den Wünschen der Porsche-Fans Rechnung. Der Taycan wird ein weiteres Beispiel dafür sein, dass wir frühzeitig Kunden-Feedbacks in die Produktentwicklung einfließen lassen. Wir haben unsere Kunden am Anfang des Entwicklungsprozesses gefragt, ob sie sich ein rein elektrisch angetriebenes Fahrzeug von Porsche vorstellen können und wie es aussehen sollte. Auch jetzt, kurz vor der Weltpremiere im Herbst, haben wir sie noch einmal um Rückmeldung zu dem finalen Produkt gebeten.

Das Cayenne Coupé zeigt: Die Modellpalette von Porsche wird immer vielfältiger. Ein Trend zur Diversifizierung?

Mit unserem ganzheitlichen Konzept setzen wir nicht am Fahrzeug an, sondern an der Marken-DNA. Diese Kombination aus Sportlichkeit und Premium-Anspruch haben sowohl alle Porsche-Modelle als auch unsere Kunden. All unsere Fahrzeuge sind Sportwagen, auch der Panamera, der Macan und der Cayenne. Sie sind das sportlichste Angebot in ihren jeweiligen Segmenten – und sie tragen die Gene des Porsche 911 in sich. Porsche wird deshalb ganz klar als Sportwagenmarke wahrgenommen. Und wir tun viel dafür, dass sich daran nichts ändert. Gleichzeitig entwickeln wir unsere Produktpalette immer weiter, um unseren Kunden weltweit das zu bieten, was sie sich wünschen. So hat sich zum Beispiel durch Kundenpräferenzen in den Wachstumsmärkten der Modellmix verschoben. Insbesondere in China ist die Nachfrage nach sportlichen Geländewagen sehr groß, inzwischen steigt auch der Absatz an zweitürigen Sportwagen.

Coupés im SUV-Segment sind offenbar ein Trend. Wie begeistern Sie die Kunden für die Marke Porsche?

Porsche steht für Handarbeit und die Erfüllung von individuellen Kundenwünschen mit faszinierenden Premium-Sportwagen. Dabei steht vor allem der Mensch im Mittelpunkt. Ein Porsche wird immer von Menschen gemacht, in einem Porsche steckt viel Handarbeit, Liebe und Herzblut. Außerdem eint uns bei Porsche der Ehrgeiz, stets für die beste Lösung zu kämpfen. So entstehen individuelle Produkte, die mit höchster Qualität und Fahrspaß überzeugen. Mit dem Cayenne Coupé wollen wir verstärkt neue, jüngere Zielgruppen ansprechen. Sie legen Wert auf Exklusivität und einen expressiven Lebensstil und haben eine sehr leistungsorientierte Denkweise.

MEDIA ENQUIRIES



Linda Riechers

Spokesperson Sales and Marketing
+49 (0) 1523 / 911 8402
linda.riechers1@porsche.de

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/2019/produkte/porsche-cayenne-turbo-coupe-suv-interview-detlev-von-platen-17295.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/ef6864e6-3cc6-4cc9-bd04-24d0605981fd.zip

Externe Links
https://newstv.porsche.com/de/article/70293.html
https://newstv.porsche.com/de/article/70290.html