

Die Welt von morgen

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

20/05/2016 Innovations- und Vorentwicklungs-Management, ein ungewöhnlicher Titel für eine Abteilung im Porsche-Universum. Ein Ausblick auf die Zukunft der Marke Porsche.

Die Mannschaft von Knuth Walczak packt Trends, Ideen und Herausforderungen in wertvolle Pakete – geöffnet werden sie später. Tatsächlich geht es um Steuerung. Das überrascht, wenn man weiß, dass es hier um Trendforschung geht. Frühes, zartes Gegenlenken, bevor ein intellektueller Drift im Aus endet. Antworten zu spät zu finden, ist für eine Marke wie Porsche natürlich keine Option. Deshalb übernehmen seit gut einem Jahr die rund 20 Experten des Innovations- und Vorentwicklungs-Managements die Rolle des Navigators. Vorausschauende Co-Piloten, mit einer recht konkreten Vorstellung, was uns hinter der nächsten Kehre erwartet. Das Team von Knuth Walczak ist es gewohnt, unter Ausschluss der Öffentlichkeit zu arbeiten.

Der scharfe Blick in die Zukunft ist kein Thema für jedermann – und trotzdem hat es die Redaktion geschafft, die wesentlichen Experten und Ingenieure an einen Tisch zu bekommen. Oliver Klittich, Leiter

des Vorentwicklungs-Managements, kommt als Erster ins Porsche-Museum, dorthin, wo man in die Zukunft blicken kann, ohne dabei die Vergangenheit zu vergessen. Feierabend, Menschenleere. Die langen Rolltreppen, die sonst Besucher aus aller Welt vom Foyer in die oberste Etage befördern, stehen still. So still wie die legendären Porsche-Modelle aus acht Jahrzehnten. Geschichte hält den Atem an. Nur ein paar frühe Elfer rotieren gemächlich um ihre Hochachse, die Drehscheiben sind 24 Stunden im Einsatz. Klittich blickt auf die Drehscheiben.

Seit 15 Jahren arbeitet er für Porsche und sorgt mit seinem Team dafür, dass es die vielfältigen Innovations- und Forschungsimpulse auch tatsächlich in die Autos der Zukunft schaffen. „Prämissen, Budgets, Terminpläne – aus einer Vielzahl von Ideen müssen die entscheidend wichtigen Impulse in der nahen Zukunft als fertige und ausgereifte Technologie das richtige Fahrzeug finden“, so der studierte Luft- und Raumfahrttechniker.

Walczak: „Das Spektrum ist groß“

Knuth Walczak, studierter Fahrzeugtechniker, war im VW-Konzern tätig und ist seit vier Jahren bei Porsche. Er steigt ins Gespräch ein: „Der Bereich von Oliver Klittich zeigt sehr anschaulich, worum es bei uns geht: Wir sind keine rein theoretisch formulierenden Zukunftsforscher, wir arbeiten produktbezogen. Dr. Natascha Künstner nimmt unter anderem die Ergebnisse der Forschung aus dem Konzern auf. Wir versuchen, aus einem großen Paket an Informationen, Ideen und Impulsen die richtigen Schlüsse zu ziehen und diese dann gezielt weiterzuverfolgen. Am Ende müssen die Porsche-Modelle der Zukunft stehen.

Wir diskutieren mit dem Vertrieb, nehmen Impulse aus der Zukunftsforschung und von Marktforschungsinstituten auf, versuchen in Zusammenarbeit mit den Kollegen der Produktstrategie in einer ganz frühen Phase Anforderungen an künftige Porsche-Produkte zu definieren, die wir dann ganz real mit den Technikexperten besetzen können. Das Spektrum ist groß. Unsere Aufgabe ist es, dieses Innovationspotenzial zu erkennen und sichtbar zu machen, es innerhalb der Entwicklungsabteilung den verschiedensten Gremien zur Verfügung zu stellen“, erklärt Walczak.

Dicht an den Trends

Wenn es um vorbereitende Theorie geht, kommt Dr. Natascha Künstner ins Spiel. Künstner studierte Psychologie mit Schwerpunkt Mensch und Maschine und ist seit vier Jahren im Unternehmen. Mit ihren Worten klingt das so: „Wir beobachten unser Marktumfeld und sind gemeinsam mit dem Vertrieb dicht an den Trends, die unsere Kunden prägen. Wir studieren die wirtschaftliche und kulturelle Entwicklung unterschiedlicher Märkte und leiten daraus Handlungsempfehlungen ab. Am Ende bündeln wir Informationen und treffen Aussagen, die durch harte Daten und Fakten aus vielen verschiedenen Quellen unterlegt sind. Keine Kaffeesatzleserei.“

Auf die Frage, ob sich Innovation und Tradition der Marke Porsche nicht konträr gegenüberstehen,

findet Walczak eine klare Antwort: „Wir definieren nicht die Marke Porsche der Zukunft, sondern die Marke Porsche definiert unseren Fokus." Klittich legt nach: „Bei Porsche gab es schon immer ein enormes Potenzial. Das zu heben ist keine lästige Pflicht, sondern ein faszinierender Auftrag: weiterhin authentische Sportwagen bauen."

Rasante Technologisierung

Kurz danach laufen die drei Navigatoren über die Galerie des Museums zum Ausgang. Walczak schaut sich um: „Ich bin ganz sicher, dass Zukunftstechnologien den heißen, faszinierenden Kern der Marke Porsche nicht verwässern, sondern eher noch unterstreichen werden. Bei der immer rasanteren Technologisierung ist es wichtig, auch kurzfristig die richtigen Innovationen in die richtigen Porsche-Produkte einfließen zu lassen. Um dies sicherzustellen und Porsche für die Zukunft auszurichten, sind Abteilungen wie das Innovations- und Vorentwicklungs-Management gefragt."

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/christophorus/porsche-unternehmen-innovation-vorentwicklung-management-ausblick-12305.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/f1f42b56-4e40-4925-9baa-a699351d36e2.zip

Externe Links
http://www.porsche.com/germany/aboutporsche/christophorusmagazine/

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