Porsche und Amerika – ein Rückblick 1

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

22/09/2015 Die USA sind der größte Porsche-Markt überhaupt. Wie kam es dazu? Der Porsche Newsroom geht der Frage nach. Teil 1: Die Anfänge.

Die Liebesgeschichte von Porsche und Amerika ist untrennbar mit dem Namen Max Hoffman verbunden. Die Begeisterung des New Yorker Automobilhändlers für Porsche-Sportwagen gepaart mit einem regelrechten Verkaufsgenie bildeten die Basis für den rasanten Aufstieg der Marke in den USA.

Bei den ersten Gesprächen mit Hoffman auf dem Pariser Automobilsalon im Herbst 1950 erwähnte Ferry Porsche, dass er hoffe, pro Jahr ungefähr fünf Porsche in die USA zu verkaufen. Darauf entgegnete ihm Hoffman, der an der Ostküste über ein großes Händler- und Vertriebsnetz verfügte, dass er nicht an einem Geschäft interessiert sei, wenn er langfristig nicht mindestens fünf Wagen pro Woche verkaufen könne. Ergebnis der Verhandlungen: ein Vertrag über den Verkauf von zunächst 15 Einheiten pro Jahr.

„Win on Sunday, sell on Monday“

Um den Namen Porsche bei potenziellen Kunden bekannt zu machen, präsentierte Hoffman den 356 in seinem Showroom auf der Park Avenue und pries ihn in Anzeigen als „German Automotive Jewel“ und „Car for the Connoisseur“ an. Zudem fuhr er mit einem der ersten im Herbst 1950 angelieferten 356 zu einem Rennen in Watkins Glen, wo der Wagen für Aufsehen sorgte. Ein weiteres Fahrzeug übergab Hoffman dem bekannten Rennfahrer Briggs Cunningham, der so begeistert war, dass er den 356 umgehend erwarb.

„Win on Sunday, sell on Monday“ lautete das Motto der amerikanischen Automobilverkäufer, für die Rennerfolge entscheidende Verkaufsargumente waren. Einhergehend mit der wachsenden Zahl der Siege begeisterte sich die Motorsportszene in den USA für den vielseitig einsetzbaren 356. All das machte sich in den Auslieferungszahlen der Porsche KG positiv bemerkbar. 1951 importierte Hoffman 32 Modelle des 356, im Folgejahr bereits 283. Und 1955 stieg die Zahl der Auslieferungen mit 1514 Einheiten auf mehr als 50 Prozent des Gesamtabsatzes.

Auch Hollywoodstars machten Porsche bekannt

Die speziell für den US-Markt konzipierte Leichtbauversion des Fahrzeugs, der 356 Speedster, verhalf

Porsche zum endgültigen Durchbruch. Allein 1955 wurden 1033 Exemplare dieses Modells verkauft. Das Erfolgsgeheimnis von Porsche war die öffentliche Wahrnehmung der Marke: Sie galt als sportlich und unkonventionell. Der 356 avancierte schnell zum Kultobjekt.

Auch Hollywoodstars machten Porsche bekannt, indem sie sich mit den deutschen Sportwagen zeigten. Einer von ihnen war James Dean, der mit seinem 356 Speedster an etlichen Rennen teilnahm – ehe er am 30. September 1955 mit einem 550 Spyder auf einem kalifornischen Highway tödlich verunglückte.

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/unternehmen/porsche-amerika-geschichte-rueckblick-teil-1-11252.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/f3f9e53d-86f7-49a8-9199-b4df357b3322.zip

Externe Links
http://www.porsche.com/usa/aboutporsche/

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