

70 JAHRE PORSCHE SPORTWAGEN



PORSCHE

AGENDA

**Pressefrühstück und Eröffnung Sonderausstellung
„70 Jahre Porsche Sportwagen“ im „DRIVE. VW Group Forum“, Berlin
Montag, 19. März 2018**

- 10:30 Uhr** – Beginn der Veranstaltung
- 10:32 Uhr** – Begrüßung durch Cornelia Schneider,
Leiterin „DRIVE. Volkswagen Group Forum“
- 10:40 Uhr** – Begrüßung und Rede Achim Stejskal,
Leiter Porsche Museum und Historische Öffentlichkeitsarbeit
- 11:10 Uhr** – Moderiertes Gespräch mit Walter Röhrl, zweifacher
Rallye-Weltmeister und Porsche-Repräsentant sowie
Richy Müller, Schauspieler und Porsche-Markenbotschafter
- 11:30 Uhr** – Rundgang durch die Sonderausstellung
mit Kuratoren
- ab 12:00 Uhr** – Möglichkeit für individuelle Interviews
und Fotowünsche



DIE REFERENTEN



Walter Röhrl
Entwicklungsfahrer und Repräsentant von Porsche

Der vierfache Sieger der Rallye Monte-Carlo und zweifache Rallye-Weltmeister Walter Röhrl ist seit 1993 fester Berater der Marke und war bei der Abstimmung zahlreicher Meilensteine der Produkthistorie involviert.



Richy Müller
Porsche-Markenbotschafter

Der Schauspieler Richy Müller hat eine Vorliebe für Porsche und den Motorsport. Der Tatort-Kommissar gilt als passionierter Rennfahrer und nimmt regelmäßig als prominenter Gaststarter beim Porsche Carrera Cup Deutschland auf dem Nürburgring teil.



Achim Stejskal
Leiter Porsche Museum und Historische Öffentlichkeitsarbeit

Seit 2008 leitet Achim Stejskal das Porsche Museum und die Historische Öffentlichkeitsarbeit der Porsche AG. Er wird Ihnen sowohl Rückblick und Ausblick auf 70 Jahre Porsche Sportwagen geben als auch die geplanten Jubiläumsaktivitäten vorstellen.



Frank Jung
Leiter Historisches Archiv

Frank Jung hat zum 1. Januar 2018 die Leitung des Unternehmensarchivs übernommen. Als „Gedächtnis des Konzerns“ beantwortet Frank Jung alle Fragen rund um das Jubiläum.



Kuno Werner
Leiter Museumswerkstatt

Kuno Werner ist seit 2008 Leiter der Museumswerkstatt. Er erläutert die Besonderheiten des neu gebauten 356 „Nr. 1“ Roadster. Dieser wird erstmals in Berlin ausgestellt.



Tanja Steinebach
Ausstellungsmanagement und -konzeption Porsche Museum

Tanja Steinebach ist seit 2016 Kuratorin des Porsche Museums und wird Ihnen im Rahmen eines Rundgangs das Ausstellungskonzept der Sonderschau „70 Jahre Porsche Sportwagen“ in Berlin vorstellen.



Christoph Emde
Ausstellungsmanagement und -konzeption Porsche Museum

Seit 2017 ist Christoph Emde verantwortlich für den Außenauftritt des Porsche Museums und wird Ihnen das Konzept der Sonderschau „70 Jahre Porsche Sportwagen“ im Rahmen eines Rundgangs durch die Ausstellung vorstellen.

„Porsche bleibt Porsche“

Die Geschichte einer Marke: vom kleinen Unternehmen zum profitabelsten Automobilhersteller

Die Stunde 0 schlug am 8. Juni 1948. An diesem Tag erhielt der erste Porsche-Prototyp mit der Fahrgestellnummer 356-001 seine allgemeine Betriebserlaubnis. Es war die Geburtsstunde einer Marke, die seit 70 Jahren weit mehr als nur Automobile produziert: Porsche ist ein Begriff. Für sportliches Fahren und Denken genauso wie für automobilen Innovation, Design und Funktionalität.

Der Porsche 356 „Nr. 1“ Roadster, mit Mittelmotor und Gitterrohrrahmen, blieb ein Einzelstück, an dessen Werte sich bis heute alle Sportwagen der Marke orientieren. Dem Unikat folgte eine erste Kleinserie von 356-Sportwagen mit Heckmotor. Konstruiert und gebaut wurden die ersten Modelle im österreichischen Gmünd, dem Ausweichquartier des

1931 von Ferdinand Porsche gegründeten Konstruktionsbüros in den ersten Nachkriegsjahren. Mit der Rückkehr nach Stuttgart im Jahr 1950 begann die Serienproduktion des Porsche 356. Er wurde zu einem internationalen Erfolg: Bis 1965 baute das Unternehmen rund 78.000 Fahrzeuge. Das Nachfolgemodell wurde zur nächsten und eigentlichen Ikone der Marke – der Porsche 911 verhalf dem Unternehmen endgültig zum Durchbruch. Mittlerweile über eine Million mal gebaut, steht der Elfer unverändert im Mittelpunkt der Produktpalette, die heute vier weitere Bauereihen umfasst: Cayenne, Macan, Panamera und 718 Boxster/Cayman.

Auch der Porsche-Welterfolg im Motorsport nahm mit dem 356 seinen Anfang. Noch im Juli 1948 drehte die „Nr. 1“ eine schnelle Demons-

trationsrunde beim Stadttrennen in Innsbruck. Bis heute hat kaum eine andere Automobilmarke so viele Gesamtsiege und Weltmeisterschaften errungen wie Porsche. Allein beim 24-Stunden-Rennen von Le Mans, dem heute ältesten und berühmtesten Langstreckenrennen der Welt, hieß der Sieger bereits 19 Mal Porsche.

Während der vergangenen sieben Jahrzehnte hat das Unternehmen Porsche viele Höhen und Tiefen erlebt und nicht nur Automobilgeschichte, sondern auch Wirtschaftsgeschichte geschrieben. Dank effizienter Produktionsmethoden, qualifizierter Mitarbeiter, einer klaren Markenführung und innovativer Modelle hat sich die ehemals kleine Sportwagenschmiede aus Stuttgart-Zuffenhausen zu einem technisch und stilistisch führenden Hersteller von sportlichen Premiumautomobilen entwickelt – und darüber hinaus zum profitabelsten Unternehmen der Branche.

Tradition ist für Porsche eine Verpflichtung und zugleich der fruchtbare Boden, auf dem Neues gedeiht. Ohne Tradition, ohne Kernwerte stünde das Unternehmen nicht da, wo es heute ist. So blieb Porsche bei allem Erfolg als Automobilhersteller immer seinem Ursprung als Konstruktionsbüro treu. Ideen, Innovationen und Entwicklungen von Porsche beeinflussen längst nicht nur die Automobilentwicklung, sondern auch den Flugzeugbau oder die Gesundheitstechnik. Porsche Engineering führt heute als Tochtergesellschaft diese Tradition fort, Porsche Consulting vermittelt das führende Know-how über Produkte, Management und Produktion in alle Wirtschaftszweige.

Der Erfolg von Porsche lebt von der Aufgeschlossenheit gegenüber zukunftsfähigen Entwicklungen, die das Unternehmen in der Vergangenheit nicht selten mit in die Wege geleitet hat. Den Herausforderungen von morgen stellt Porsche sich mit seiner gesamten Innovationskraft. Eine Stärke von Porsche dabei war schon immer der Wandel. Der Targabügel löste den Widerspruch vom offenen Fahren und Insassenschutz auf und am Beispiel des 911 wurde aus luftgekühlt wassergekühlt. Der Elfer wur-

de über die Jahre hinweg weiterentwickelt und immer wieder mit innovativen Technologien ausgestattet. Kein Teil des heutigen 911 ist noch mit seinem Vorgänger aus den 1960er Jahren identisch. Doch der Anspruch der Sportwagen-Ikone ist gleich geblieben, seit mehr als 50 Jahren. Denn es sind nicht nur die technischen Details, die die Identität eines 911 ausmachen. Kein anderes Auto blieb trotz aller Veränderungen von Technik und Zeitgeist in seinem Wesen so unverändert wie der Porsche 911.

Auf dieser einzigartigen Markenidentität baut Porsche seine Zukunft auf. Digitalisierung, Elektrifizierung und Konnektivität – das Unternehmen sieht die Entwicklungen in der Branche als eine große Chance an: Seit 70 Jahren steht Porsche für ein einzigartiges Produkt- und Fahrerlebnis mit einer daraus resultierenden starken emotionalen Bindung der Kunden. Dies beizubehalten und dabei die Marke noch innovativer, effizienter zu machen und damit profitabel zu wachsen – das sind die historischen Chancen.

Porsche hat sie längst ergriffen und ist schon unterwegs in Richtung Zukunft. Ziel ist, die Marke zu einem führenden Anbieter für digitale Mobilitätslösungen im automobilen Premiumsegment zu entwickeln und die passgenauen Antworten für jede Form der Mobilität parat zu haben. Das bedeutet für Porsche, auch künftig begeisternde puristische Sportwagen mit Verbrennungsmotoren zu bauen. Daneben entwickelt Porsche die effizienten und komfortablen Plug-in-Hybride weiter und wird reine Elektroautos etablieren. Die Studie Mission E ist dafür das jüngste ausdrucksstarke Beispiel.

„Erfolgreich innovativ zu sein heißt, alles immer wieder radikal infrage zu stellen, ohne dabei die bewährte Struktur, seine Grundeigenschaften, seine Identität zu verlieren. Wenn es etwas gibt, was wir bei Porsche besonders gut können, dann ist es das“, sagt Dr. Wolfgang Porsche, Sohn von Firmengründer Ferry Porsche und Aufsichtsratsvorsitzender der Porsche AG. Damit steht fest: „Porsche bleibt Porsche.“

Tradition trifft Innovation:
Der 356 „Nr. 1“ Roadster markiert 1948 den Anfang der 70-jährigen Erfolgsgeschichte. Ab 2019 wird Porsche mit dem Mission E ein neues Kapitel aufschlagen.



Ursprung des Sportwagens

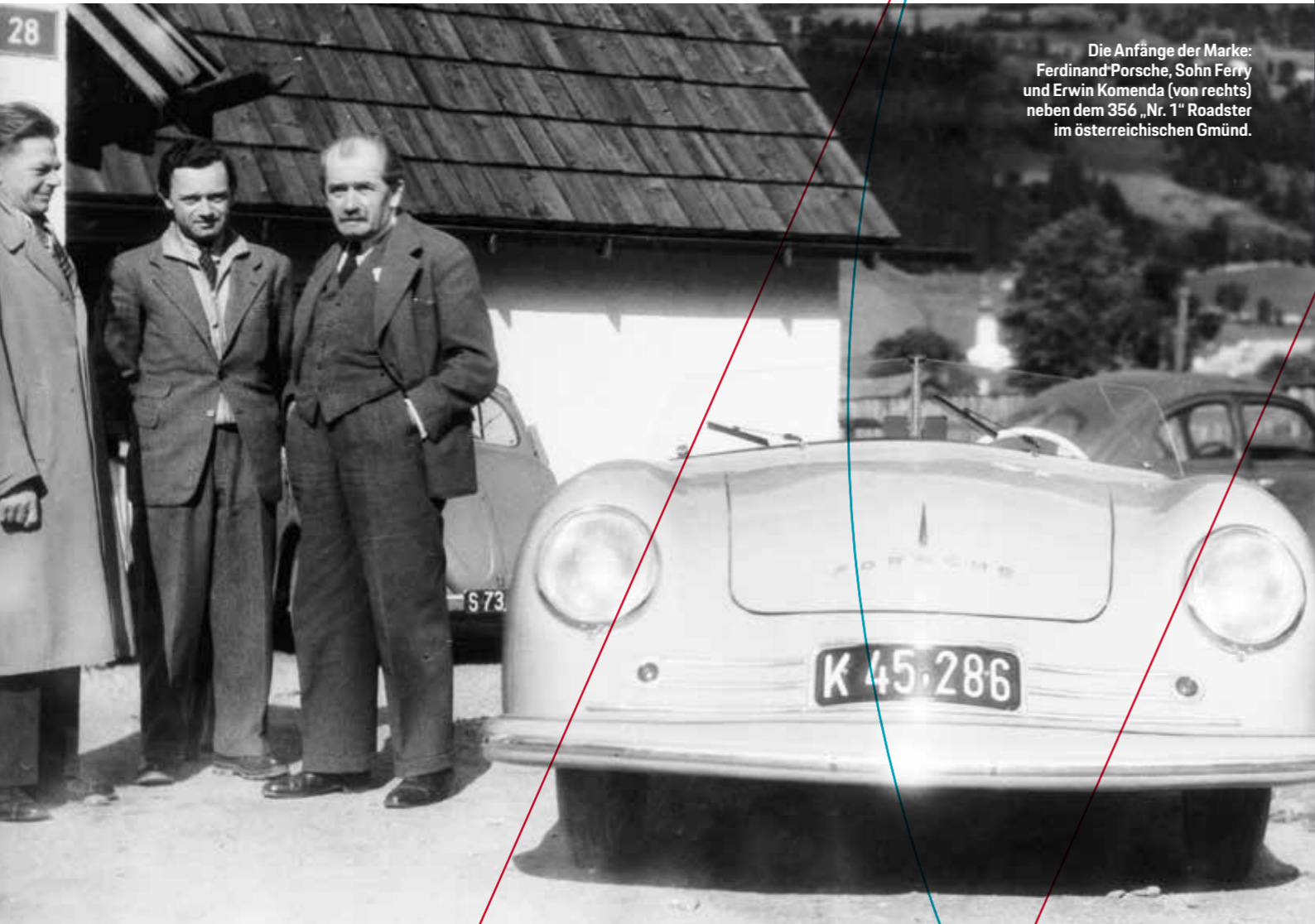
Ende der 1940er Jahre fällt Ferry Porsche eine Entscheidung mit weitreichenden Folgen: Um seinen lang gehegten Traum zu verwirklichen, startet der Juniorchef des Konstruktionsbüros Porsche das Projekt eines Sportwagens nach seinen eigenen Vorstellungen und unter seinem eigenen Namen. Die Konstruktionsnummer ist zugleich Typbezeichnung und wird zur Legende: 356.

Im Frühsommer 1948 ist der erste Prototyp fahrbereit. Der Mittelmotor-Roadster mit einem auf 35 PS gesteigerten Vierzylinder-Boxermotor aus dem VW Volkswagen erhält im Juni 1948 seine Straßenzulassung. Der 356 „Nr. 1“ Roadster ist der erste Sportwagen mit dem Namen Porsche, der Ursprung der Marke. Bereits während der Entwicklung dieses Sportwagens mit Gitterrohrrahmen entstehen zwei Varianten des 356, ein Coupé und ein Cabriolet mit Kastenrahmen aus Blech und Heckmotor. Ein Konzept, das nicht nur mehr Platz und Komfort bietet, sondern vor allem preiswerter und einfacher in Serie zu produzieren ist. Die Geschichte des Porsche 356 nimmt ihren Anfang.

Die ersten Sportwagen entstehen noch im österreichischen Nachkriegsstandort Gmünd. 1950 kehrt Porsche zurück nach Stuttgart und nimmt die Produktion des 356 im benachbarten Karosseriewerk Reutter auf. Inspiriert von der überraschenden Nachfrage entwickeln die Ingenieure weitere Derivate, die den Ruf der Marke als innovativer Hersteller zuverlässiger und fahrdynamisch überlegener Sportwagen festigen.

Innerhalb weniger Jahre baut das Konstruktionsbüro Porsche sein zweites Standbein als Sportwagenhersteller aus dem Nichts auf. Erste Vertriebsnetze entstehen in Europa, aber auch bald in den USA. Für den wachsenden Bekanntheitsgrad sorgen neben ersten Messepräsentationen aufsehenerregende Siege im Motorsport. Aufgrund dieser Erfolge schlägt Porsche neue Kommunikationswege gegenüber seinen Kunden ein. So etabliert Porsche beispielsweise als erster Automobilhersteller mit dem Christophorus seine eigene Kundenzeitschrift.

Die Anfänge der Marke: Ferdinand Porsche, Sohn Ferry und Erwin Komenda (von rechts) neben dem 356 „Nr. 1“ Roadster im österreichischen Gmünd.



Aktuelles Aushängeschild: Mit dem Panamera Turbo S E-Hybrid Sport Turismo bildet ein Fahrzeug mit alternativem Antrieb das Topmodell der Panamera-Baureihe.

Sportwagen heute

Alltagstauglich aber nicht alltäglich: In fünf Marktsegmenten setzt Porsche heute den Maßstab für Sportlichkeit. Denn etwas 911 steckt in jedem Porsche. An der Ikone orientieren sich ausnahmslos alle Baureihen und Modelle von Porsche, in Design und Technik, in Fahrdynamik und Robustheit. Äußerlich erkennbar ist die Abstammung an eindeutigen Designmerkmalen mit hohem Wiedererkennungswert, im Innenleben sind es effiziente technische Lösungen, für die der Elfer oft Vorreiter war. Und natürlich schafft er die Basis für das sportliche Fahrerlebnis, die außergewöhnliche Bandbreite zwischen bester Rennstrecke- und hoher Alltagstauglichkeit, die in jedem Porsche anders zu finden und dennoch immer authentisch für die Marke ist.

Mit dem 911 und den beiden 718-Varianten Boxster und Cayman bietet Porsche eine so große Spreizung an reinrassigen Sportwagen wie

keine zweite Marke. Die breite Spanne lässt die Wahl zwischen Heck- und Mittelmotor, zwischen Allrad- und Hinterradantrieb, zwischen Coupé und Targa, Cabriolet und Roadster. Turbomotoren verbinden hohe Leistung mit niedrigem Verbrauch, radikale GT-Sportwagen sind ein klares Bekenntnis zum Motorsport.

Der Cayenne und der Macan tragen die Porsche-DNA in den Bereich der geländetauglichen Sports Utility Vans, die Modelle Panamera und Panamera Sport Turismo verbinden die markentypische Sportlichkeit mit dem Komfort einer Limousine. Und setzen neue Ausrufezeichen: Der Hybridantrieb von Porsche weist den Weg in eine Zukunft, in der emissionsfreies Fahren und sportlicher Fahrspaß keine Gegensätze, sondern eine inspirierende Synthese sind. Porsche bleibt Porsche – auch morgen.

Panamera Turbo S E-Hybrid Sport Turismo: Kraftstoffverbrauch (kombiniert): 3,0 l/100 km; Stromverbrauch (kombiniert): 17,6 kWh/100 km; CO₂-Emission (kombiniert): 69 g/km

Die Zukunft des Sportwagens

Von Ferry Porsche ist das Zitat überliefert: „Das letzte Auto, das gebaut werden wird, wird ein Sportwagen sein.“ Doch ein Ende der Automobilgeschichte ist bei Porsche noch lange nicht in Sicht. Schon heute arbeitet Porsche an der Zukunft des Sportwagens. Den Herausforderungen begegnet Porsche mit dem gleichen Innovationsgeist, der das Unternehmen in den vergangenen sieben Dekaden groß gemacht hat – und davor.

Mit der innovativen Vision vom ersten rein elektrisch angetriebenen Sportwagen der Marke – dem Mission E – macht Porsche derzeit einen der größten Entwicklungsschritte. Und das ist nur konsequent, denn Elektromobilität hat eine lange Tradition im Hause Porsche. Den Anfang macht bereits im Jahr 1898 der legendäre Egger-Lohner C.2 Phaeton von Ferdinand Porsche. 1900 konstruiert er mit dem Lohner-Porsche Semper Vivus das erste funktionsfähige Hybridauto der Welt. Seine Kompetenz bei Hybridantrieben stellt der Sportwagenbauer in den letzten Jahren auch auf der Rennstrecke unter Beweis.

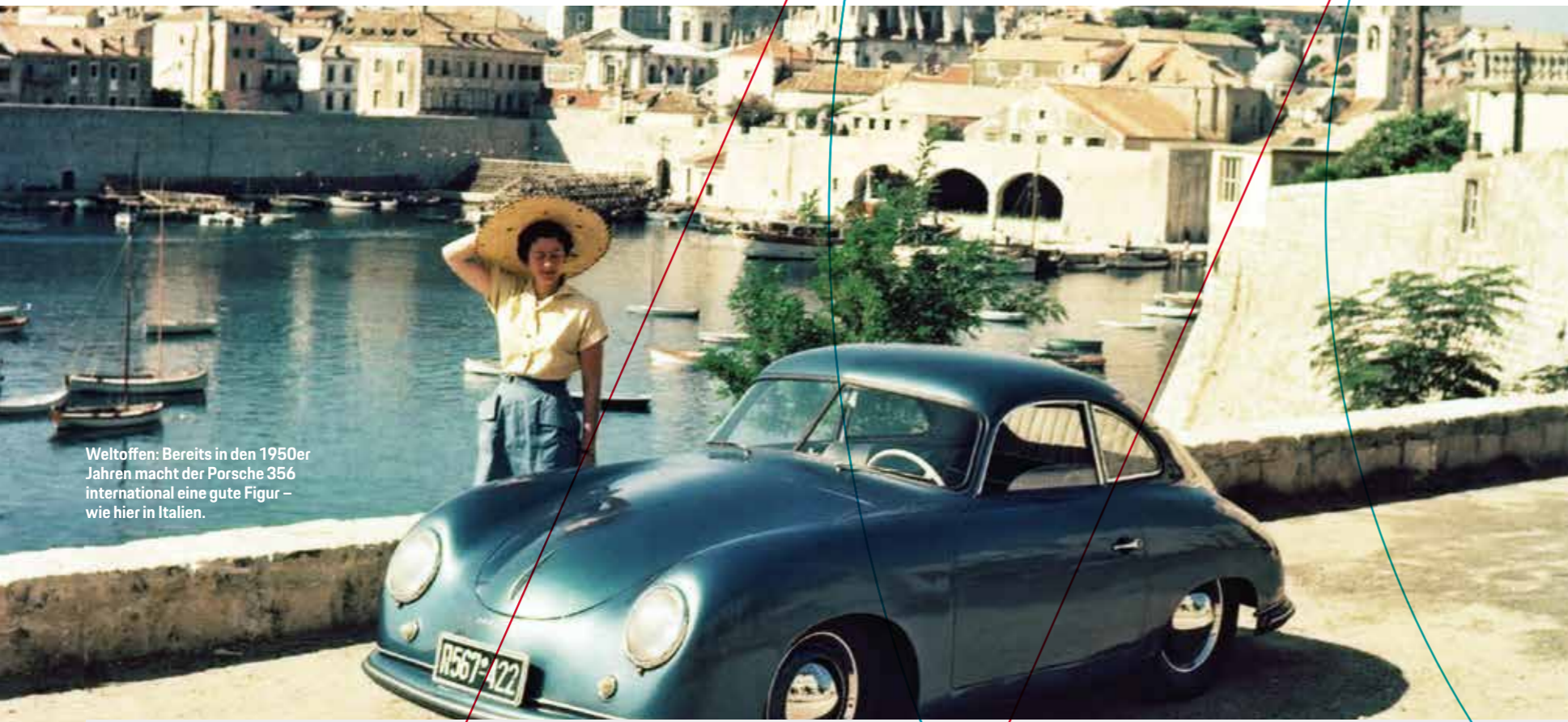
Mehr als sechs Milliarden Euro investiert Porsche bis 2022 in die Elektromobilität: in Plug-in-Hybride und in rein elektrische Fahrzeuge. Das Zukunftspaket beinhaltet rund drei Milliarden Euro Sachinvestitionen und etwas mehr als drei Milliarden Euro Entwicklungskosten. Davon fließen etwa 500 Millionen Euro in die Entwicklung von Varianten und Derivaten des Mission E, gut eine Milliarde Euro in die Elektrifizierung und Hybridisierung der bestehenden Produktpalette, mehrere hundert Millionen in den Ausbau der Standorte sowie rund 700 Millionen Euro in neue Technologien, Ladeinfrastruktur und Smart Mobility.

Die Technologie des künftigen E-Porsche ermöglicht sehr viel weiterreichende automatisch agierende Systeme als heute, bis hin zum autonomen Fahren. Doch ein Porsche ist viel mehr als ein Fortbewegungsmittel. Ein Porsche steht für Fahrspaß, für Emotionalität, für Individualität. Ein Porsche wird immer ein Fahrzeug sein, das man selbst fahren möchte und auch selbst fahren kann.

PORSCHE Strategie 2025

Die Zukunft des Sportwagens

Wegweisend: Die Porsche Strategie 2025 ist das Zukunftsprogramm des Unternehmens für eine intelligente und effiziente Mobilität.



Weltoffen: Bereits in den 1950er Jahren macht der Porsche 356 international eine gute Figur – wie hier in Italien.

Von Stuttgart in die Welt

Vom Start weg ist Porsche eine weltweite Marke mit internationaler Kundschaft. Die ersten Exemplare des 356 gehen in die Schweiz. Nach dem Messedebüt von Porsche 1949 in Genf beginnen sich Importeure aus weiteren europäischen Ländern wie den Niederlanden, Großbritannien und Schweden für die Porsche-Sportwagen zu interessieren. 1950 schließt Ferry Porsche mit dem amerikanischen Importeur Max Hoffman einen Liefervertrag, der ihnen in den USA zum Durchbruch verhilft und einen festen Platz im Premiumsegment verschafft.

Seit diesen Anfängen bleibt Porsche ein sehr stark exportorientiertes Unternehmen. Der Ruf als einer sportlich orientierten Lifestyle-Marke festigt sich und eilt ihr bald schon voraus: Sobald sich in Ländern rund um den Globus die Chancen bietet, eine Verkaufsstruktur zu etablieren, greift das Unternehmen zu und kann immer wieder neue Exportländer verzeichnen. Bis einschließlich des Geschäftsjahrs 2014 bleiben die USA der wichtigste Auslandsmarkt

von Porsche, gefolgt vom Gesamtmarkt Europa. Danach verschieben sich aufgrund politischer und wirtschaftlicher Entwicklungen die Gewichte. China als ein extrem aufnahmefähiger und zugleich riesiger Markt rückt ab dem Geschäftsjahr 2015 auf Platz 1 der Verkaufstatistik und überholt die USA, die dennoch im gleichen Zeitraum erneut einen Stückzahlenrekord verzeichnen kann.

Porsche exportiert jedoch nicht nur Fahrzeuge, sondern auch Know-how in alle Welt. Porsche Engineering, das als Tochtergesellschaft die Tradition des ursprünglichen Konstruktionsbüros Porsche fortführt, entwickelt im Auftrag internationaler Kunden technische Komponenten und Konzepte. Porsche Consulting berät weltweit Unternehmen auf Basis des Know-hows, das sich der Sportwagenhersteller seit der Einführung der Lean Production erarbeitet hat. Vor allem aber pflegt Porsche international vielfältig das Markenerlebnis, beispielsweise durch die Driving Experience Events und die Experience Center in Los Angeles, Le Mans oder Shanghai.

Sportwagenikone 911

Trotz aller Erfolge des Porsche 356 zeichnet sich schon Mitte der 1950er Jahre ab, dass nur ein grundlegend neu konstruierter Sportwagen die Basis für das weitere Wachstum von Porsche sein würde. Immer leistungsstärkere Limousinen bedrängen den technisch auf dem Volkswagen basierenden Sportwagen. 1957 laufen die Planungen für einen neuen Porsche-Sportwagentyp offiziell an. Schon früh stehen die von Ferry Porsche und seiner Entwicklungsmannschaft definierten Eckdaten fest: Der luftgekühlte Boxermotor im Heck soll erhalten bleiben und der Wunsch nach mehr Leistung und Laufruhe, einer verbesserten Straßenlage sowie einem größeren Innen- und Kofferraum erfüllt werden.

Die Entwicklung mündet in den Typ 901, der 1963 auf der IAA in Frankfurt vorgestellt wird. Noch bevor ein Jahr später der erste Sportwagen ausgeliefert werden, muss das neue Modell wegen eines Ein-

spruchs von Peugeot umbenannt werden: Der 911 ist geboren.

In einer beispiellosen Karriere über 55 Jahre entwickelt sich der 911 stetig weiter und bleibt sich im Grunde doch immer treu – er wird zur Sportwagenikone. Als Innovations-träger schlägt der 911 neue Kapitel der Automobiltechnik auf: Das Targa-Konzept, die Turboaufladung, den sportlichen Allradantrieb. Von Anfang an bleibt der mittlerweile über eine Million Mal gebaute Sportwagen nahe am und erfolgreich im Motorsport. Kürzel wie GT, R oder RS kennzeichnen Varianten, die für den Einsatz auf der Rundstrecke optimiert sind. Optisch gibt die zeitlos elegant gezeichnete Coupé-Form die Linienführung für jeden Porsche vor: Im Ur-911 destillierten F. A. Porsche und sein Team die Design-DNA von Porsche zu einem meisterlichen Konzentrat. Er kreierte ein unverwechselbares Markendesign, welches bis heute für alle Porsche-Baureihen identitäts- und erfolgstiftend ist.



Vater des Elfers:
F. A. Porsche (re.) und
sein Team mit dem
911 2.0 (Typ 901)
im Jahr 1963.

Vielfalt des Sportwagens

Jeder Porsche ist ein Sportwagen. Getreu diesem Grundsatz beginnt das Unternehmen rund fünf Jahre nach dem Debüt des 911 über eine zweite Baureihe nachzudenken. Es entsteht das Konzept eines preiswerten Mittelmotor-Sportwagens mit Vier- und Sechszylinder-Boxermotoren, das von 1969 an mit Komponenten von und in Zusammenarbeit mit Volkswagen realisiert wird – der Typ 914.

Die Idee hat auch nach dem Produktionsende dieser Modellreihe nichts von ihrem Reiz verloren. Als Nachfolgeprojekt entwickelt Porsche den Typ 924, der ab 1976 in Serie geht. Sein Konzept mit Transaxle-Getriebe an der Hinterachse für eine optimierte Achslastverteilung bildet 1977 die Grundlage für den ersten Gran Turismo von Porsche, den Typ 928.

Während 1996 der einmillionste Porsche vom Band läuft – selbstverständlich ein 911 – steht mit dem Boxster erneut ein innovativer Mittelmotor-Sportwagen von Porsche am Start. Gemeinsam mit dem Klassiker 911 wird er zur Keimzelle der Sportwagen-Vielfalt, die sich nach der Jahrtausendwende entfaltet. Sportlichkeit und Alltagstauglichkeit, Innovation und Nutzwert sind Eigenschaften, die der Cayenne und der Macan in das SUV-Segment und der Panamera in die Klasse der Gran Turismo tragen. Wie der 911 bieten sie die richtige Lösung zum richtigen Zeitpunkt. So ist der Cayenne S Hybrid in seinem Segment lange Zeit das bei weitem meist verkaufte Fahrzeug mit alternativem Antrieb. Auch der Panamera Turbo S E-Hybrid setzt Zeichen: Erstmals stellt ein Premiumhersteller einen Plug-in-Hybrid an die Spitze einer Baureihe.



Die Familie wächst: Ende der
1960er Jahre gesellt sich der
Porsche 914 zu 911 Coupé
(hinten) und 911 Targa.

Porsche Motorsport

Jedes Automobil mit einem Porsche-Wappen auf der Fronthaube steht in der Tradition der legendären Rennwagen, die seit 1949 auf allen Rennstrecken der Welt die Markenwerte durch ihre Siege eindrucksvoll belegen. Eine Gesamtzahl von weit mehr als 30.000 Rennsiegen, darunter sechzehn Marken- und Teamweltmeisterschaften, drei Formel-1-Weltmeistertitel (als Motorenlieferant) sowie elf Targa-Florio- und neunzehn Le-Mans-Gesamtsiege sind ein eindeutiger Beleg für die Summe aller Porsche-typischen Eigenschaften und Werte.

Nach der Demonstrationsrunde des Porsche 356 „Nr. 1“ Roadster im Rahmen des Innsbrucker Stadtrennens im Juli 1948 lassen die ersten Rennerfolge nicht lange auf sich warten, beispielsweise der Sieg von Otto Mathé bei der Internationalen Alpenfahrt 1949. Ab 1953 setzt der Zuffenhausener Sportwagenhersteller erstmals einen eigens für den Rennsport konstruierten Wagen ein: den Porsche 550 Spyder. Ihm folgt der Typ 718 RS 60 Spyder, der auf Anhieb die Targa Florio gewinnt. Den sechsten Gesamtsieg bei der Targa Florio sichert vier Jahre später einer der schönsten Porsche-Rennsportwagen, der 904 Carrera GTS.

Es folgt eine nahezu lückenlose Reihenfolge legendärer Rennwagen mit zahlreichen Erfolgen; gesteuert von nicht minder berühmten Rennfahrern bei den bekanntesten Rennen und Rallyes. Porsche gewinnt mit spektakulären Konstruktionen wie dem 908 mit Achtzylinder-Boxermotor oder dem 917 mit luftgekühltem Zwölfzylindermotor und bis zu 1.200 Turbo-PS. Von Beginn an muss auch der 911 seine Leistungsfähigkeit im Motorsport unter Beweis stellen: 1965 schickt Porsche einen fast serienmäßigen 911 2.0 bei der Rallye Monte-Carlo an den Start. 1970 erzielt der 911 S zum dritten Mal hintereinander ein Doppelsieg bei dem Rallye-Klassiker durch die Seealpen. 1984 gewinnt Porsche bei der Rallye Paris-Dakar mit dem 911 Carrera 4x4, und zwei Jahre darauf trumft dort der 959 auf. Auf der Rundstrecke holen unter anderem die „Elfer“-Varianten und 934 und 935 den Markenweltmeisterschaftstitel nach Zuffenhausen. Hybrid-Geschichte schreibt der Porsche 919, der ab 2015 drei Jahre in Folge die 24 Stunden von Le Mans gewinnt – sowie jeweils die Team- und Fahrerweltmeisterschaft. Und der nächste Herausforderer ist bereits in Entwicklung – der Porsche für die Formel E.



Im Dauereinsatz: Der Porsche 917 LH von Vic Elford und Richard Attwood bei den 24 Stunden von Le Mans 1969.



Änderungen in der Fertigung: In den 1990er Jahren hält in der Produktion in Zuffenhausen (hier 911, Typ 993) die Lean Production Einzug.

Porsche erfindet sich neu

Die Innovationskraft von Porsche basiert vor allem auf der Bereitschaft, ausgetretene Pfade zu verlassen und Neues zu wagen. Mit der Marke sind nicht nur zahlreiche technologisch wegweisende Entwicklungen verbunden, sondern auch erfolgreiche unternehmerische Lösungen. Dank einer klaren Markenführung und attraktiven Modellen, effizienter Produktionsmethoden und qualifizierter Mitarbeiter, hat sich der ehemals kleine Nischenhersteller aus Stuttgart-Zuffenhausen zu einem technisch und stilistisch führenden Hersteller von sportlichen Premiumautomobilen entwickelt.

Herausforderungen sind für Porsche eine Inspiration. In den 1960er Jahren erfinden die Ingenieure den 911 Targa als Antwort auf verschärfte Sicherheitsvorschriften. In der Motorenentwicklung bringt die Marke die Turboaufladung als Formel für die Verbindung von Leichtbau und Leistung zur Serienreife. Supersportwagen von Porsche repräsentieren nicht nur das technisch Machbare einer Epoche, sondern sind Technologieträger

für künftige Entwicklungen. Der Typ 959 gewinnt mit zahlreichen Neuheiten in Antrieb, Fahrwerk und Aerodynamik Rallyes, der 918 Spyder zeigt eindrucksvoll das sportliche Potenzial der Hybridtechnik auf.

Auch als Unternehmen erfindet sich Porsche immer wieder neu. Auf einen wirtschaftlichen Engpass reagiert der Sportwagenhersteller in den 1990er Jahren mit der Einführung der Lean Production und wird damit zum europäischen Vorbild. Heute stellt sich für die Produktion die Herausforderung, erfolgreiche Konzepte mit den innovativen Fabrikprozessen der Porsche Produktion 4.0 zu verbinden. Das Unternehmen will künftig noch deutlich flexibler, agiler und produktiver werden und darüber hinaus die markentypische Qualität weiter verbessern. Der Mensch steht dabei nach wie vor im Mittelpunkt. Die Porsche-Kultur bildet einen entscheidenden Baustein des Erfolgs. Sie zeichnet sich durch flache Hierarchien aus, die es stets ermöglichen, schnell auf unvorhergesehene Entwicklungen zu reagieren.

Herzblut

Der wichtigste Erfolgsgarant für Porsche ist der Faktor Mensch: Kunden, Fans und Mitarbeiter verbindet bei Porsche eine besondere Leidenschaft – die Liebe zum Sportwagen. Das ist eine Antriebskraft, die auch zukünftig stärker als alle Motoren sein wird – egal ob als Benzin-, Hybrid oder Elektroantrieb.

Der Erfolg von Porsche beruht auf den Mitarbeitern – ihrem Können, ihrem Einsatz und ihrer Leidenschaft. Sie sind der Herzschlag von Porsche. Ihr Antrieb ist die Begeisterung für die besonderen Produkte der Marke. Diese Passion bewegt jeden Einzelnen dazu, ständig nach Verbesserungen zu suchen, Strukturen regelmäßig auf den Prüfstand zu stellen und zu optimieren. Trotz einer stetig wachsenden Mitarbeiterzahl ist bei Porsche der Geist des Familienunternehmens bis heute lebendig.

Diese Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen ist seit 70 Jahren eine der Grundlagen von Porsche. Ferry Porsche ermutigte nicht nur seine Ingenieure zum Weiterdenken, er praktizierte den Teamgedanken auch bei der Führung seiner Mitarbeiter.

Bereits 1960 übernahm das Unternehmen alle Arbeiter vom Stundenlohn in den Monatslohn und stellte sie damit den Angestellten gleich. In der übrigen Metallindustrie in Deutschland geschah das erst rund 20 Jahre später. Auch Weihnachtsgeld, Urlaubsgeld und betriebliche Altersversorgung wurden bei Porsche früher und in größerem Umfang eingeführt als es in der Branche sonst üblich war.

Heute bekennt sich Porsche unverändert zu den Mitarbeitern, indem das Unternehmen für sie Verantwortung übernimmt und in ihre Zukunft investiert. Zentrale Aspekte dieser Porsche-Kultur sind neben der kontinuierlichen Weiterentwicklung und Qualifizierung der Mitarbeiter auch die Themen Chancengleichheit, Diversität und Mitbestimmung, die permanente Verbesserung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie sowie eine faire und leistungsgerechte Vergütung. Im Gegenzug beteiligen sich die Mitarbeiter an der Standortsicherung: Mit dem „Zukunftsbeitrag“ investieren alle Tarifbeschäftigten, Führungskräfte und Vorstände in die Zukunftsfähigkeit von Porsche und in den Einstieg in alternative Antriebstechniken. So zahlen die tariflich Beschäftigten von den Erhöhungen im Flächentarifvertrag zwischen 2016 und 2025 jeweils 0,25 Prozent in den Zukunftsbeitrag ein.



Mensch im Mittelpunkt:
Auch in Zeiten der
Digitalisierung setzt
Porsche auf das Können
seiner Mitarbeiter.

„70 Jahre Porsche Sportwagen“ – die wichtigsten Termine



20. März – 31. Mai 2018

„DRIVE. Volkswagen Group Forum“, Berlin: Sonderausstellung

ab 9. Juni 2018

Porsche Museum, Zuffenhausen: Sonderausstellung

9. – 10. Juni 2018

Porsche Museum, Zuffenhausen und weltweit: Sports Car Together Day

16. – 17. Juni 2018

Porsche Museum, Zuffenhausen: Jubiläumsfest für Anwohner, Fans und Mitarbeiter (1)

12. – 15. Juli 2018

Goodwood Festival of Speed, England (2)

27. – 30. September 2018

Rennsport Reunion, Kalifornien, USA (3)

13. Oktober 2018

Porsche-Arena, Stuttgart: „Sound Nacht“ (4)

Höhepunkte aus 70 Jahren Porsche



1948
Geburtsstunde der Marke



1952
Das Porsche-Wappen entsteht



1964
Die Bezeichnung „911“ wird geboren

1949
Gründung der Stuttgarter „Porsche Konstruktionen GmbH“



1965
Weltpremiere des Porsche 911 2.0 Targa auf der IAA in Frankfurt



1974
Porsche stellt den 911 Turbo in Paris vor

1950
Produktionsstart der ersten Porsche-Sportwagen in Stuttgart-Zuffenhausen



1961
Spatenstich in Weissach



1970
Der Porsche 917 gewinnt erstmals die 24 Stunden von Le Mans



1953
Weltpremiere des „Carrera-Motors“



1963
Weltpremiere des Porsche 901 auf der IAA in Frankfurt



1972
Neuer Hochleistungssportler: 911 Carrera RS 2.7

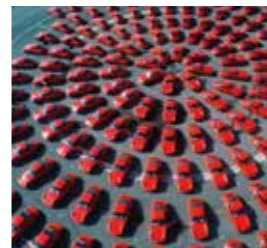


1976
Transaxle-Ära: Porsche 924

1977
Einen luxuriösen Hochleistungssportwagen stellt Porsche im Frühjahr mit dem Typ 928 der Öffentlichkeit vor



1985
Der Porsche 962 bringt die Markenweltmeisterschaft zum vierten Mal in Folge nach Zuffenhausen



2002
Höhepunkt bei der offiziellen Einweihung der „Porsche Leipzig GmbH“: Vorstellung des Porsche Cayenne

1988
Neue Generation: 911 Carrera 4 (Typ 964)



1993
Präsentation der Studie „Boxster“ auf der Detroit Motor Show



1996
Der einmillionste Porsche rollt vom Band



2000
Spatenstich für das Porsche-Werk in Leipzig



2007
Der Aufsichtsrat der Porsche AG wählt am 26. Januar Dr. Wolfgang Porsche zu seinem neuen Vorsitzenden



2009
Eröffnung des neuen Porsche Museums



2009
Am 19. April wird in Shanghai der neue Panamera vorgestellt



2010
Unter dem Motto „Porsche Intelligent Performance“ zeigt Porsche auf dem Genfer Auto-Salon drei Hybrid-Weltpremierer: Höhepunkt ist dabei die Konzeptstudie 918 Spyder



2013
Anlässlich des 50. Geburtstags des Elfers wird auf der IAA in Frankfurt ein auf 1963 Exemplare limitiertes 911-Sondermodell vorgestellt



2014
Mit dem 919 Hybrid kehrt Porsche nach Le Mans zurück



2015
Auf der IAA in Frankfurt feiert die Konzeptstudie Mission E ihre Weltpremiere



2017
Am 11. Mai verlässt das einmillionste Exemplar eines Porsche 911 das Werk



2018
Porsche feiert „70 Jahre Porsche Sportwagen“



Einen ausführlichen Zeitstrahl finden Sie auf der Pressemappe unter: <http://porsche-qr.de/70Jahre>

Porsche eröffnet Ausstellung „70 Jahre Porsche Sportwagen“

Die Sonderschau im „DRIVE. Volkswagen Group Forum“ (20. März bis 31. Mai 2018) bildet den Auftakt zu zahlreichen Jubiläumsaktivitäten rund um den Globus.

Sonderausstellung in der Hauptstadt zum Jubiläum: Am 8. Juni 1948 erhielt der erste Porsche-Prototyp mit der Fahrgestellnummer 356-001 seine allgemeine Betriebserlaubnis. Es war die Geburtsstunde der Marke Porsche. Aus diesem Anlass präsentiert der Sportwagenhersteller ab Dienstag, 20. März 2018, in Berlin die erste Sonderausstellung „70 Jahre Porsche Sportwagen“. Bis zum 31. Mai 2018 kann die Ausstellung im „DRIVE. Volkswagen Group Forum“, Unter den Linden, kostenfrei besichtigt werden.

Die Sonderausstellung bietet viele Fahrzeug-Raritäten und gliedert sich in zehn Themenbereiche. Sie geben spannende Einblicke in die Geschichte der Marke und machen die Faszination Porsche vielseitig erlebbar. Im Mittelpunkt stehen dabei herausragende Sportwagen-Entwicklungen der vergangenen 70 Jahre ebenso wie die Menschen, die hinter der Marke stehen. Ohne den legendären Pioniergeist der „Porscheaner“ und den Enthusiasmus der weltweiten Porsche-Gemeinde wäre die Erfolgsgeschichte des Sportwagenherstellers undenkbar. „Die Botschaft unserer Ausstellung heißt: Der Innovationsgeist, der Porsche in 70 Jahren

zu einem der profitabelsten Automobilhersteller gemacht hat, garantiert auch in Zukunft ein einzigartiges Markenerlebnis“, sagt Achim Stejskal, Leiter des Porsche Museums. Prominente Gäste der Eröffnung waren unter anderem der zweifache Rallye-Weltmeister Walter Röhrl und der Schauspieler und Tatort-Kommissar Richy Müller.

Das Konzept der Ausstellung umfasst deshalb sowohl Meilensteine, mit denen Porsche die Entwicklung des Sportwagens seit 1948 maßgeblich prägt, als auch Zukunftsaspekte. So empfängt ein Showcar des 356 „Nr. 1“ Roadsters als „Ursprung des Sportwagens“ den Besucher. Ihm folgt das Thema „Sportwagen der Zukunft“ mit dem Mission E, dessen Serienversion 2019 als erster rein elektrisch angetriebener Porsche auf den Markt kommt. Die Facetten der Sportwagenikone 911 sind rund um den einmillionsten Elfer gruppiert: Das irischgrüne Coupé lief im Mai 2017 in Zuffenhausen vom Band.

Exemplarisch für die Ingenieurskunst von Porsche stehen zahlreiche Pionierleistungen im Abschnitt „Sportwagen neu erfunden“. Dazu ge-

hören auch mutige unternehmerische Entscheidungen, wie am Beispiel des Porsche Boxster gezeigt wird: Der Mittelmotor-Sportwagen fuhr die seinerzeit wirtschaftlich angeschlagene Porsche AG zurück in die Gewinnzone.

Über die „Vielfalt des Sportwagens“, die die Porsche-Modellreihen und ihre zeitgenössischen Werbeanzeigen vorstellt, kommt der Besucher zum Bereich „Motorsport“ mit dem legendären Rennwagen 917/20. Wegen seiner originellen Lackierung ist der 600 PS-Bolide unter dem Spitznamen „Die Sau“ berühmt geworden und steht für die Rolle des Motorsports als Technologie- und Innovationstreiber Nummer eins bei Porsche.

Die Bandbreite an „Sportwagen heute“ wird anhand eines Panamera Turbo S E-Hybrid Sport Turismo dargestellt, der als Topmodell der Baureihe mit einer Virtual-Reality-Inszenierung die sportlichen Möglichkeiten alternativer Antriebstechnologie demonstriert. „Sportwagen weltweit“ zeigt auf, wie die Kunden und Anhänger rund um den Globus die Marke prägen und feiern. „70 Jahre Herzblut“ ist schließlich den Mitarbeitern gewidmet, die Porsche groß gemacht haben. Filme, Bücher und interaktive Dialogmöglichkeiten runden das Ausstellungskonzept in allen Bereichen ab.

Der Sportwagenhersteller würdigt das Jubiläum 2018 mit zahlreichen Aktivitäten auf der ganzen Welt. Ab 9. Juni gibt es eine umfang-

reiche Sonderausstellung am Standort Stuttgart-Zuffenhausen. Am gleichen Tag lädt Porsche Fans zum „Sports Car Together Day“ an alle seine Vertriebsstandorte rund um den Globus ein. Am Wochenende des 16. und 17. Juni empfängt der Sportwagenhersteller Mitarbeiter, Zuffenhäuser und Interessierte zu einer öffentlichen Feier in und um das Porsche Museum in Stuttgart. Beim „Festival of Speed“ im englischen Goodwood wird das Jubiläum vom 12. bis 15. Juli ebenso gefeiert wie bei der „Rennsport Reunion“ in Kalifornien vom 27. bis 30. September. Den Abschluss bildet die „Sound Nacht“, die erstmals in der Porsche Arena in Stuttgart am 13. Oktober ausgetragen wird. Weitere Informationen unter www.porsche.de/museum.

Das „DRIVE. Volkswagen Group Forum“ ist die Kommunikationsplattform des Konzerns in Berlin. Seit 2015 präsentiert sich der Volkswagen Konzern mit seinen Marken mitten im Herzen der Hauptstadt. In wechselnden Marken- und Themenausstellungen ist DRIVE die Plattform für Mobilitätsthemen des Konzerns, ergänzt durch ein vielfältiges Rahmenprogramm.

Das „DRIVE. Volkswagen Group Forum“ hat montags bis sonntags von 10:00 bis 20:00 Uhr geöffnet. Der Eintritt ist frei. Details stehen auf www.drive-volkswagen-group.com sowie auf www.porsche.de/museum bereit.



Panamera Turbo S E-Hybrid Sport Turismo: Kraftstoffverbrauch (kombiniert): 3,0 l/100 km; Stromverbrauch (kombiniert): 17,6 kWh/100 km; CO₂-Emission (kombiniert): 69 g/km

356-002

Der erste serienmäßige 356 ging an eine Kundin. 1949 erwarb die Schweizerin Jolanda Tschudi den ersten serienmäßigen Porsche, ein Typ 356/2 Cabriolet mit der Chassis-Nummer 356-002.

385

Der stärkste Rennsportwagen aller Zeiten ist ein Porsche 917/30 Spyder. Dessen zwölf Zylinder sorgen für 1200 PS und ein Spitzentempo von 385 km/h.

1951

Der allererste Porsche-Prototyp, der 356 „Nr. 1“ Roadster aus dem Jahr 1948 wurde bereits von Damenhand gesteuert. Die Züricher Schauspielerin und Artistin Elisabeth Spielhofer fuhr die „Nr. 1“ von Januar bis März 1951.

5.000

In den vergangenen sieben Jahrzehnten hat Porsche fast 5.000 Mitarbeiter selbst ausgebildet.

1997

„Porsche Challenge“: In Kooperation mit Sony bringt Porsche 1997 als erster Automobilhersteller ein Videospiel auf den Markt. Der Boxster kann virtuell unter anderem auf dem Weissacher Prüfgelände getestet werden.

956

Der Sportwagenprototyp 956 fährt für Porsche von 1982 bis 1984 alle Titel der FIA-Sportwagen-Weltmeisterschaft ein. Darunter acht Siege in Folge in Le Mans.

PORSCHE IN ZAHLEN

1

März 1949: Louise Piëch, Schwester von Ferry Porsche, leitete die erste Präsentation des Porsche 356 vor internationalem Publikum in die Wege: Sie organisierte einen Stand auf dem Genfer Auto-Salon.

34

Das erste Rennen für einen 911 war die 34. Rallye Monte-Carlo: 1965 nahmen Herbert Linge und Peter Falk mit einem fast serienmäßigen 911 2.0 Coupé teil und erzielten den Klassensieg und fünften Gesamtplatz.

919

Nach dem Mittelmotor-Konzept baut Porsche bis heute überlegene Rennwagen, Supersportwagen und Serienzweisitzer: vom 356 „Nr. 1“ Roadster bis zum 919 Hybrid.

90

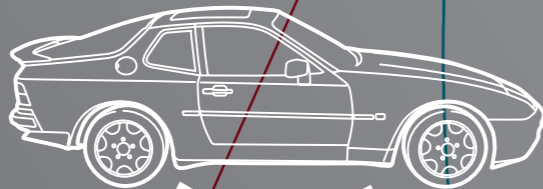
Nahezu 90 Prozent aller Bauteile wurden 2011 beim 911 (Generation 991) neu konstruiert oder weiterentwickelt – einer der größten Entwicklungsschritte in der Geschichte des Sportwagen-Klassikers.

T8

Ferry Porsche entscheidet sich für ein „T8“ genanntes Fließheck-Coupé mit 2+2 Sitzanordnung, das ab 1962 unter dem Projektnamen Typ 901 entwickelt wird.

8

Acht neue VW Golf aus dem Jahr 1974: Das war der damalige Gegenwert eines 911 Turbo, dem weltweit ersten Seriensportwagen mit Turbo-Triebwerk von Porsche.



51

1983 entfallen 51 Prozent des gesamten Porsche-Absatzes auf den 944.

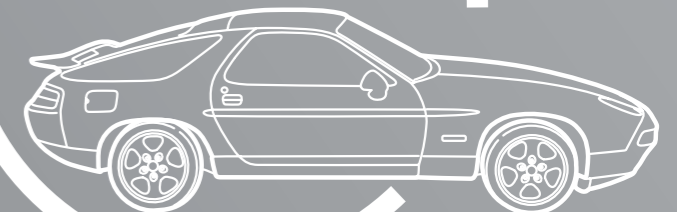
1952

Die erste Gründung eines Porsche-Clubs vollzieht der „Westfälische Porsche Club Hohensyburg“ am 26. Mai 1952.

788

788 Prototypen und GT-Autos von Porsche kamen seit 1951 in Le Mans zum Einsatz.

928



Als erster Sportwagen wird der 928 zum „Auto des Jahres“ gewählt (1978).



Oliver Blume, Vorstandsvorsitzender der Porsche AG

„Porsche wird auch in der Zukunft der führende Anbieter für exklusive, sportliche Mobilität sein. Wir arbeiten heute bereits daran, Gelerntes von gestern mit den Herausforderungen von morgen zu verbinden. So generieren wir neue Werte für die nächsten 70 Jahre. Dabei sollten wir stets die Bereitschaft besitzen, dazulernen und uns flexibel und offen auf Veränderungen einzulassen. Eines jedoch bleibt mit Gewissheit: Porsche steht für ein faszinierendes sportliches Fahrerlebnis.“

Michael Mauer, Leiter der Designabteilung der Porsche AG

„Vor 70 Jahren eroberte der erste Sportwagen mit dem Namen Porsche auf der Fronthaube die Straßen und später Rennstrecken dieser Welt. Was wird einen Porsche in Zukunft auszeichnen? Heute und ganz bestimmt auch übermorgen möchte der Mensch jenseits jeder Effizienz den Genuss am Echten spüren. Ein Sportwagen beschleunigt uns in die Welt der Emotionen. Und genau das ist es, was wir suchen. Spürbares. Herausforderndes. Praktisch und schön. Neue technische Möglichkeiten eröffnen auch neue Möglichkeiten für Designer. Dabei ist sicher, dass ein Porsche immer emotional und attraktiv sein wird. Der Porsche-Sportwagen der Zukunft wird dabei garantiert als Porsche erkennbar sein. Als einer, in dessen Genen sich dieser ganz spezielle Code findet: 911.“



Dr. Wolfgang Porsche, Aufsichtsratsvorsitzender der Porsche AG

„Seit mein Vater, Ferry Porsche, vor 70 Jahren mit seinem kleinen Team den ersten Porsche-Sportwagen fertigstellte, haben unzählige Menschen mit ihrer täglichen Arbeit den »Mythos Porsche« aufgebaut und lebendig gehalten. Unsere unteilbare, klar identifizierbare Identität bleibt auch dann bestehen, wenn sich um uns herum alles verändert. Erfolgreich innovativ zu sein heißt, alles immer wieder radikal infrage zu stellen, ohne dabei die bewährte Struktur, seine Grundeigenschaften, seine Identität zu verlieren. Wenn es etwas gibt, was wir bei Porsche besonders gut können müssen, dann ist es das. Ob elektrisch oder konventionell angetrieben, ob purer Fahrspaß auf der Rennstrecke oder vernetzte, automatisierte Fortbewegung in der Stadt, ob Sportwagenhersteller oder Anbieter von innovativen Services – Porsche bleibt immer Porsche.“



KONTAKT



Astrid Böttinger

Historische Öffentlichkeitsarbeit,
Pressesprecherin Porsche Museum
und Historische Kommunikation

Porscheplatz 1
70435 Stuttgart-Zuffenhausen
Telefon: +49 (0) 711 - 911 24026
E-Mail: astrid.boettinger@porsche.de



Jessica Fritzsich

Historische Öffentlichkeitsarbeit,
PR-Referentin Internationales Projektmanagement
und Historische Kommunikation

Porscheplatz 1
70435 Stuttgart-Zuffenhausen
Phone: +49 (0) 711 - 911 28894
E-Mail: jessica.fritzsich@porsche.de

Umfangreichere Informationen sowie Bild- und Bewegtmateriale stehen Ihnen auf der Pressemappe zur Verfügung: <http://porsche-qr.de/70Jahre>
Einen Ausblick zu den Jubiläumsaktivitäten finden Sie unter www.porsche.de/museum



PORSCHE

Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG, Porscheplatz 1, D-70435 Stuttgart