

Das Prinzip Porsche – die Werte seit 1948

Tradition und Innovation, Design und Funktionalität, Exklusivität und soziale Akzeptanz zeichnen Porsche und seine Sportwagen seit 1948 aus.

Als Ferry Porsche sich 1947 an die Konstruktion des ersten Automobils unter dem Markennamen Porsche macht, ist seine Vision klar. Es soll ein kleiner, leichter Sportwagen werden, der die Energie effizient nutzt und dank innovativer Technik Fahrdynamik mit Exklusivität und Alltagstauglichkeit verbindet. Bereits am 8. Juni 1948 erhält dieser Wagen die Verkehrszulassung. Sein Name: 356 „Nr. 1“ Roadster, kurz die „Nr. 1“ genannt.

Ferrys Vision und deren Umsetzung bringen alles auf den Punkt, was Porsche seit 1948 ausmacht. Bis heute spiegeln sich darin alle Werte wider, die Porsche, seine Mitarbeiter und nicht zuletzt seine Sportwagen prägen. So gehen Tradition und Innovation seit 70 Jahren Hand in Hand und täglich greifen die Porsche-Mitarbeiter die Vision von damals aufs Neue auf. Dabei folgen alle dem Ideal vom perfekten Sportwagen, das alle eint und antreibt. Wie schon 1948 gilt es, die bestmögliche Performance mit höchster Effizienz zu verbinden. Jedoch nicht mit mehr PS, sondern mit mehr Innovationen pro PS. Diese Maxime steckt bis heute in jedem Porsche.

Seit 1948 zeichnet sich jeder Porsche auch durch die Ausgewogenheit seiner Formensprache aus. Ein Design, das immer der Funktion folgt und nie umgekehrt. Es muss sich auf dem Prüfstand, im Windkanal und nicht zuletzt auf jedem gefahrenen Meter beweisen. Auch im Hinblick auf die Alltagstauglichkeit. Denn ein Porsche ist ein nicht alltäglicher Sportwagen – und gleichzeitig ein Sportwagen für alle Tage.

Und doch ist er seit 70 Jahren mehr als das. Für seinen Fahrer bedeutet er die Verwirklichung einer ganz persönlichen Vision und seine Exklusivität verschafft ihm ein einzigartiges Gefühl der Zusammengehörigkeit. Auch das war nahezu von Beginn an so, denn mit der „Porsche Rallye Schellhaas“ fand 1951 das vermutlich erste Porsche-Treffen statt – heute sind es alljährlich Hunderte auf der ganzen Welt.

Dennoch steht ein Porsche seit 70 Jahren auch für breite soziale Akzeptanz und dem Unternehmen Porsche ist es wichtig, als Marke fest in der Gesellschaft verankert zu sein. Und damit für einen Traum zu stehen, der auch erlebbar ist.