

PETER RUCH

PORSCHE

Die Geschichte einer deutschen Legende

 Bassermann

*Es gelang mir nicht, den Sportwagen meiner Träume
zu finden. Also habe ich ihn selbst gebaut.*

Ferdinand Porsche





PORSCHE







Carrera GT

SEP California 2007







Shell

**MAR
RACING
PORE**

21

**MAR
RACING**

Shell



FERRARI
TEAM

27

FERRARI
TEAM

SCHE

Shell

Inhalt

Einleitung	S. 14	Porsche 911 - Die Anfänge	S. 98
Eine Nacht im Museum	S. 22	Porsche 914	S. 108
Ferdinand Porsche	S. 36	Porsche 924	S. 112
Die ersten Rennen	S. 44	Porsche 944	S. 116
Porsche in Le Mans	S. 58	Porsche 968	S. 118
Die Vorherrschaft bei den Rennen	S. 70	Porsche 911 Turbo	S. 120
Porsche 356	S. 82	Porsche 911 - Die Entwicklung	S. 134
		Porsche 928	S. 146
		Porsche 959	S. 152



4-5 Der Porsche 356 A GS/GT
Carrera Speedster von 1957.

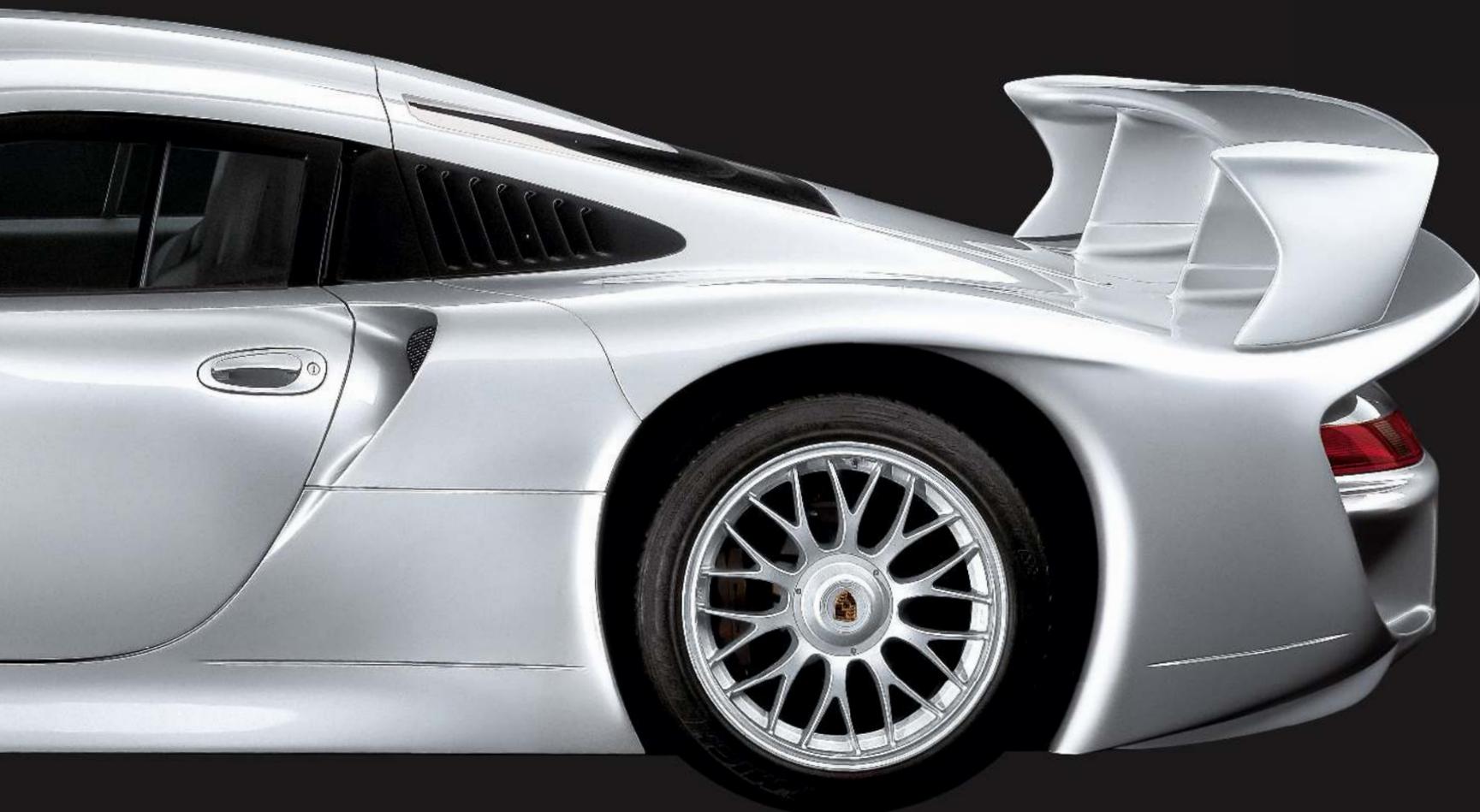
6-7 Der Porsche Carrera GT von
2005.

8-9 Der Porsche 959 von 1986-
1988.

10-11 Der Porsche 917 K,
Sieger in Le Mans von 1971.

12-13 Straßenversion des 993
GT1 Rennwagens von 1996.

Porsche 911 - 964	S. 156	Porsche Cayman	S. 232
Porsche 911 - 993	S. 164	Porsche Panamera	S. 244
Porsche GT2	S. 172	Porsche 911 - 991	S. 252
Porsche Boxster	S. 178	Porsche 918 Spyder	S. 262
Porsche 911 - 996	S. 194	Porsche Macan	S. 266
Porsche GT3	S. 200	Porsche 911 - 992	S. 272
Porsche Cayenne	S. 212		
Porsche Carrera GT	S. 220	Autor Biografie - Register	S. 276
Porsche 911 - 997	S. 226	Fotonachweis	S. 279

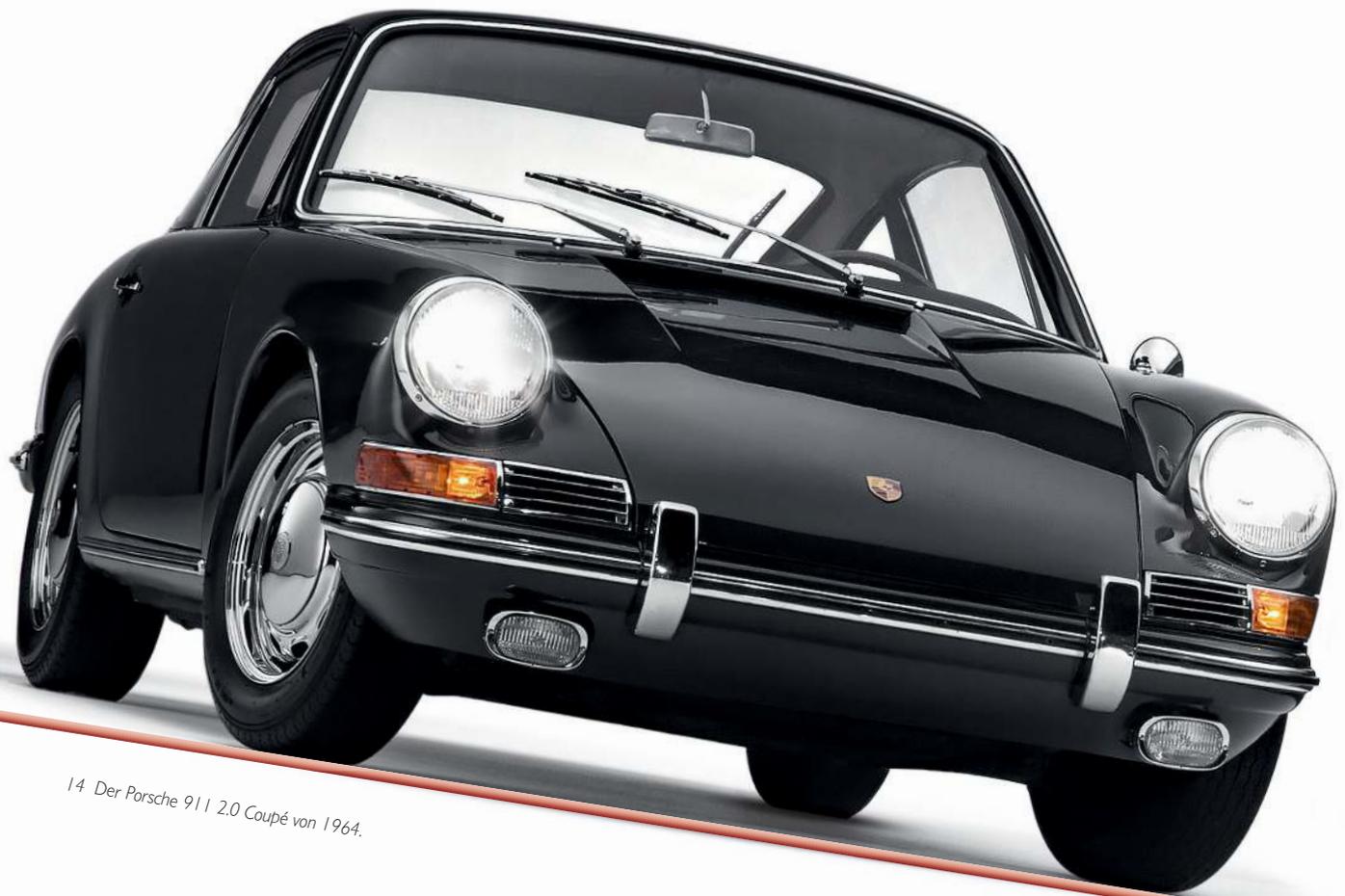


Redaktionelle Leitung
Valeria Manfredi De Fabianis

Redaktionelle Koordination
Laura Accomazzo

Redaktion
Giorgia Raineri

Layout
Maria Cucchi



14 Der Porsche 911 2.0 Coupé von 1964.

Es gibt keinen Mythos Porsche. Nicht allein, dass das Wort Mythos geradezu inflationär und kaum je in seiner richtigen Bedeutung verwendet wird, es ging und geht im Zusammenhang mit der Marke Porsche immer nur um eines: um das Produkt.

Als Porsche im September 1964 den 911 auf den Markt brachte, da konnte man ihn mit seinen 130 PS definitiv nicht als „echten Sportwagen“ bezeichnen, denn damals schwebten vor allem die italienischen und amerikanischen Hersteller längst in ganz anderen PS-Sphären. An der Art und Weise, wie die ersten 911 heute dargestellt werden, ist viel geschichtliche „Schönschreibung“.

Und doch sprach es sich schnell herum, dass der 911 „schnell“ war. Denn er war etwas, was damals nur wenige Fahrzeuge von sich behaupten konnten, nämlich zuverlässig und – für damalige Verhältnisse – relativ einfach zu fahren. Vor allem aber konnte man mit dem 911 auf den deutschen Autobahnen problemlos längere Strecken mit sehr hohen Geschwindigkeiten hinter sich bringen; er ging nicht wie andere Fahrzeuge nach wenigen 100 km kaputt. Das sprach sich auch in der Rennszene bald herum – und geboren war eine der großen automobilen Sportwagenlegenden.

Auch heute gilt noch, dass Porsches – mit den Ausnahmen Carrera GT und 918 Spyder – nicht die stärksten unter den Supersportwagen sind, doch sie sind, heute mehr denn je, wunderbare Beispiele deutscher Ingenieurskunst und Qualität. Die technischen Lösungen sind immer auf dem höchsten Niveau, man gibt sich in Stuttgart nie mit dem Zweitbesten zufrieden. Auch wenn Porsche heute teure Fahrzeuge baut (und damit viel Geld verdient): ein Porsche war und ist sein Geld immer wert. Er ist keine Eintagsfliege, sondern ein wunderbarer Ausdruck von Konstanz – auch im Bereich der Emotionen. Es mag sein, dass andere Fahrzeuge schneller, lauter, wilder sind, doch gerade der 911 ist seit 50 Jahren das wohl großartigste Symbol für deutsche Handwerkskunst – für Präzision und Liebe bis ins letzte Detail. Und es gilt auch heute noch: wohl mit keinen anderen Fahrzeug ist man auf deutschen Autobahnen über längere Strecken schneller unterwegs als mit einem Porsche 911 Turbo S. Die Geschichte von Porsche, der dieses Buch gewidmet ist, ist faszinierend. Nur aus einer langen Geschichte wie jener der Familien Porsche und Piëch konnten Fahrzeuge entstehen, wie sie Porsche heute noch baut. Die Geschichte der Marke Por-

Einleitung



15 Der Porsche 911 (991) Carrera 4S Coupé von 2012.

sche ist selbstverständlich untrennbar mit Ferdinand Porsche verbunden, der einer der großartigsten Konstrukteure der automobilen Frühzeit war. Er hatte als einer der ersten mit Elektro- und Hybridantrieben experimentiert, er hatte früh die Bedeutung des Rennsports und des Leichtbaus erkannt, er hat das wahrscheinlich wichtigste Fahrzeug aller Zeiten, den VW Käfer, auf die Räder gestellt. Die Gründung des Herstellers Porsche nach dem 2. Weltkrieg erlebte er nur noch am Rande mit – und doch wäre es ohne seinen Geist nie möglich gewesen, einen „echten Porsche“ zu bauen.

Sein Sohn Ferry, als Ingenieur wohl nicht so großartig wie sein Vater, dafür aber als Kaufmann und Unternehmer umso brillanter, schuf mit dem 356 die Quintessenz der Gedanken und „Vorarbeiten“ von Ferdinand Porsche – und setzte sich und dem Familiennamen Porsche mit dem 911 das endgültige Denkmal. Noch heute beschäftigt das Unternehmen im Verhältnis zu seiner Größe mehr kompetente Ingenieure als jeder andere Automobilhersteller, verfügt über ein Entwicklungszentrum, das schon für viele andere Unternehmen sehr erfolgreich und wegweisend tätig war – und schafft so in der Tat jenen „Vorsprung durch Technik“, dessen sich andere Produzenten so gerne rühmen. Der geniale Geist von Ferdinand Porsche weht noch immer durch Stuttgart-Zuffenhausen und an seinen Werken misst sich die Belegschaft noch heute.

Der glorreiche Ruf von Porsche auf der ganzen Welt hätte allerdings nicht entstehen können, wenn die Stuttgarter sich nicht auch schon früh an eine alte amerikanische Verkaufsstrategie und Marketingweisheit gehalten hätten: „win on Sundays, sell

on Mondays“. Dies begann natürlich schon mit dem 356, der sich Ende der 40er Jahre als ausgezeichnete, weil verhältnismäßig günstige Lösung für Sportfahrer herausstellte. Der Wagen hatte einen weiteren großen Vorteil: die Rennfahrer konnten am Freitag auf eigener Achse zu den Rennen anreisen, am Wochenende die Rennstrecken unsicher machen und Pokale abholen und danach problemlos mit ihrem Renngerät wieder nach Hause fahren. Dass sich das Werk auch schon früh mit eigenen Fahrzeugen engagierte und bald schon wichtige Klassensiege schaffte, mehrte den Ruhm binnen kurzer Zeit, und dass viele prominente Rennfahrer und auch andere berühmte Persönlichkeiten – James Dean, Steve McQueen etc. – schon früh Porsche fuhren, trug gewiss auch einen wichtigen Teil zur Legendenbildung bei.

Den ersten richtig großen Sieg holte Porsche 1956 – als das Unternehmen noch keine zehn Jahre alt war – bei der Targa Florio. Einverstanden, Ferrari war noch schneller noch erfolgreicher, doch der Ansatz war in diesem Fall ein anderer: Ferrari kam aus dem Rennsport und baute außerdem einige wenige extrem teure Straßenfahrzeuge, Porsche baute dagegen in erster Linie vernünftige Sportwagen und bestritt damit auch Rennen. Die Targa Florio war ein Wendepunkt – und später verlegten sich die Stuttgarter auf die 24 Stunden von Le Mans, das wichtigste Langstreckenrennen der Welt. In Frankreich konnte der kleine Hersteller seine wichtigsten Werte – die überlegene Technik und die Zuverlässigkeit – am besten unter Beweis stellen. Mit dem 917 schuf Porsche auch auf der Rennstrecke eine absolute Legende, eines der großartigsten Fahrzeuge aller Zeiten, das zwar nicht so langlebig wie der 911, aber hinsichtlich der Ausstrahlung für die Marke fast ebenso wichtig war. Aber auch der 956 und der 962 waren der Konkurrenz derart überlegen, dass sich Porsche mangels Gegner so etwas wie „Selbstbeschränkung“ auferlegen musste. Von den berühmtesten Rennen der Welt konnte Porsche einzig



die Mille Miglia, die Carrera Panamericana und die Indy 500 nie gewinnen. Die zwei WM-Titel in der Formel 1 sind für die hohen Ansprüche des Unternehmens zwar an sich selbst nicht ausreichend, doch ob sich das jemals noch ändern können wird, darüber kann Porsche inzwischen leider nicht mehr allein bestimmen, denn auch die schönste Tochter des Volkswagen-Konzerns muss in dieser Hinsicht inzwischen übergeordneten Strategien folgen. Wie nur wenige andere Hersteller kümmert sich Porsche allerdings intensiv um das Thema Kundensport – und auch das schafft eine Bindung zur Marke, wie sie in der Automobilbranche absoluten Seltenheitswert besitzt.

Porsche hat immer auch ganz hervorragende Werbung gemacht – mit einem Selbstverständnis und einem Humor, wie sie von einem schwäbischen Unternehmen eigentlich unbedingt erwartet werden können. „Im Vergleich zu den Wettbewerbern hat Porsche-Werbung immer noch Seltenheitswert. Und doch braucht keine Marke so zwingend Werbung wie Porsche. Paradox?“, fragt sich Anton Hunger, der einstige geniale Leiter der Abteilung Presse und Öffentlichkeitsarbeit. Und erklärt dann: „Zunächst muss das Produkt überzeugen, der Sound des Motors die Gefühlswelten erfassen und das Design die optischen Koordinaten neu justieren. Dann, erst dann setzt Werbung ein.“ Es wurde schon erwähnt: das Produkt, das Produkt, das Produkt. Alles andere sind Beigaben.

In den 70er Jahren wurde ich von meinem Vater auf den Schultern zu manchem Rennen getragen. Als kleiner Bub war ich vor allem von der Form der Porsches – und vom Sound ihrer Motoren – fasziniert. Als ich dann wenige Jahre später einige

von mir geschätzte Autohersteller mit der Bitte um Prospekte und Poster anschrrieb, erhielt ich von Porsche alles, was das Bubenherz beehrte. Und das, obwohl es dem Unternehmen in jenen Jahren wirtschaftlich nicht besonders gut ging. In jenen Jahren wurde der Grundstein gelegt zu einer weiterhin kindlichen Liebe, zu einer nicht von der Vernunft geprägten Beziehung, die bis heute anhält. Zwar gehöre auch ich zu jener Hardcorefraktion, die außer dem 911 eigentlich kein anderes Produkt je als „echten Porsche“ anerkennen wird, und gerade „Fremdprodukte“ wie ein Cayenne oder der neue Macan werden mir immer fremd bleiben. Doch auch ich muss den Hut ziehen vor dem wirtschaftlichen Erfolg, den diese Modelle nach Stuttgart gebracht haben – und davon profitiert am Schluss ja auch der so sehr geschätzte 911.

Heute ist Porsche ein großer, mächtiger Konzern – und Teil der Volkswagen-Gruppe. Darüber darf man unglücklich sein, man muss es aber nicht. Man darf über die Gleichteilestrategie schimpfen, die bei allen großen Herstellern Usus geworden ist, man kann aber auch über geringere Entwicklungskosten und eine höhere Innovationsfrequenz glücklich sein. Nicht alles, was aus Stuttgart kommt, ist so großartig wie der 911. Der Panamera ist dann ein ausgezeichnetes Fahrzeug, wenn man in ihm sitzt, ihn fährt, am besten auf langen Strecken durch die Nacht. Der Boxster ist zwar ganz okay, aber er wird seinen schlechten Ruf als Frisösen-Porsche nie wieder loswerden, der Cayman hingegen kommt dem 911 nah, manchmal fast bedrohlich nah – und wird deshalb von Stuttgart selbst wieder eingebremst. Zum Cayenne und Macan möchte ich mich als Sportwagenfan und -fahrer nicht weiter äußern müssen (was ich inzwischen allerdings schon zur Genüge getan habe ...). Auch hat sich Porsche in den vergangenen 20 Jahren, leider, immer weiter vom Kern seiner Kundschaft entfernt, und zwar ganz besonders in der Preisgestaltung. Dies darf man den Stuttgartern jedoch nicht zum Vorwurf machen, schließlich bauen



sie hervorragende Produkte – und eine bestimmte Klientel ist bereit, für sie viel Geld auszugeben. Es ist auch wahr, dass das Begehren stark bleiben muss und dass nicht an jeder Straßenecke ein Porsche stehen darf. Wem das Kleingeld für das jeweils neueste Produkt fehlt, der kann mit einem gebrauchten Produkt mindestens ebenso glücklich werden, denn es gibt nur wenige Marken, die einen derart hohen Prozentsatz an älteren Modellen noch auf der Straße haben – da ist sie wieder, die berühmte Zuverlässigkeit.

In den vergangenen 30 Jahren durfte ich fast jeden neuen Porsche fahren, der auf den Markt kam. Einige der älteren Modelle kamen über die Zeit ebenso ins Portfolio, frühere 911 und 356 natürlich, und das eine oder andere Rennfahrzeug. Und meine Faszination gerade für den 911 ist ungebrochen. Schlüssel links, eine sanfte Drehung nach rechts: mit diesem sanften Schütteln, diesem einmaligen Blubbern erwacht der Sechszylinder-Boxer zum Leben – seit 50 Jahren ist es das gleiche Ritual. Eine Geräuschkulisse, die derjenigen von damals fast noch genau gleich ist, auch wenn die Motoren nicht mehr luft-, sondern wassergekühlt sind, nicht mehr 130, sondern bis zu 560 PS haben. Und seit 50 Jahren ist es auch die gleiche Faszination – man weiß, dass die Freude bald schon groß sein wird – dass die Fahrt ins Büro etwas länger dauern könnte. Einst gab es den berühmten Werbeslogan: „Sie können länger frühstücken und sind früher zuhause“ – und doch stimmt dieser Klassiker irgendwie nicht. Denn der Porsche-Fahrer ist kein Raser, er weiß, dass er es kann, und dieses Wissen reicht aus – zumindest denjenigen Menschen, die Gefühle für ihre Automobile verspüren.





GT3RS

Porsche

Michelin









Eine Nacht im Museum

Das neue Porsche-Museum wurde, nachdem über drei Jahre lang an dem futuristischen Bauwerk am Zuffenhausener Porscheplatz gebaut worden war, Anfang 2009 eröffnet. In direkter Nachbarschaft zum Stammwerk ruht dieses Stuttgarter Wahrzeichen auf drei Betonstützen und erweckt damit den Anschein zu schweben. Im neuen Museum werden 80 Fahrzeuge in immer neuen Shows ausgestellt.

Was vor einigen Jahren noch gar nicht möglich gewesen wäre, da Baustoffe und Ingenieurwissen noch nicht so weit fortgeschritten waren, konnte Porsche mit dem Architekturbüro Delugan Meissl nun verwirklichen: eine kühne Konstruktion, einen schwebenden Baukörper, der die Ausstellung beherbergt und mit 35 000 Tonnen etwa so viel wiegt wie der Eiffelturm in Paris. Die Innenräume sind überwiegend in weiß und schwarz gehalten – als Farbtupfer dienen die ausgestellten Fahrzeuge. Die Ausstellungskonzeption stammt vom Architekturbüro HG Merz. Porsche ist „selbstbewusst genug, die Autos für sich sprechen zu lassen“ und verzichtet deshalb auf eine aufgesetzte Erlebniswelt; Absperrungen und dergleichen findet der Besucher in der Ausstellung nicht. Porsche präsentiert außerdem eine Art „rollendes Museum“: fast alle ausgestellten Fahrzeuge sind fahrbereit und werden über einen Lift auf die Strasse gebracht, um, zum Beispiel, an historischen Rennen teilzunehmen.

Wie die Ausstellungsfläche im baulichen Sinne fußt auch die inhaltliche Struktur des Museums auf drei tragenden Säulen: als Leitfaden dient die entlang der Wand chronologisch aufbereitete Produktgeschichte der Firma Porsche. Diese gliedert sich, beginnend mit dem Urahn aller Porsche-Automobile, dem legendären Typ 64, in zwei Bereiche: Porsche vor 1948 und Porsche nach 1948, dem Entstehungsjahr des ersten Porsche 356. Parallel dazu sind fast alle Serienfahrzeuge, die bedeutendsten Rennwagen und jede Menge technischer Innovationen zu bewundern.

22-23 Das monumentale Porsche-Museum, das in der Luft zu schweben scheint, dominiert den Porscheplatz in Stuttgart-Zuffenhausen. Die Architektur stammt vom österreichischen Büro Delugan Meissl.





Im neuen Gebäude sind neben der Ausstellung auch das Porsche-Archiv und eine Spezialwerkstatt für historische Fahrzeuge untergebracht. Die durch eine gläserne Wand einsehbare Werkstatt steht nicht nur dem Museum und den Oldtimern aus dem Porsche-Depot, sondern auch Privatkunden offen, die ihre Fahrzeuge restaurieren oder warten lassen möchten.

Der Autor dieses Buches durfte einst eine Nacht ganz allein im Museum verbringen. Er schrieb damals darüber:

„Manchmal, da tun wir eigenartige Dinge. Aber wenn man eine intensive Beziehung zu Automobilen hat, dann darf man das. Wir wundern uns dann manchmal selbst, dass uns solche Sachen überhaupt erlaubt werden. Aber es gibt noch andere Menschen, die Autos lieben, die haben dann so ein bisschen Verständnis. Wobei, als wir da die ganze intensive Nähe zu einigen Porsche suchten, da war das anfangs nicht ganz so einfach.

„Und wie stellen Sie sich das vor?“, hatte die Presse-Verantwortliche des Porsche-Museums ziemlich ungläubig gefragt. „Ganz einfach“, antwortete ich, „ich bringe einen Schlafsack mit, und dann lege ich mich neben einem Auto schlafen.“ „Und warum wollen Sie das machen?“, fragte sie weiter.

24-25 Der Bau gefällt mit seiner wunderbaren Großzügigkeit; auch wenn viele Besucher ins Porsche-Museum strömen, es bleibt immer genügend Raum.

25 Von der Eingangshalle betreten die Besucher das eigentliche Museum über eine Rolltreppe. Ein kurzer Moment der Pause, bevor sie sich den ausgestellten Autos zuwenden.