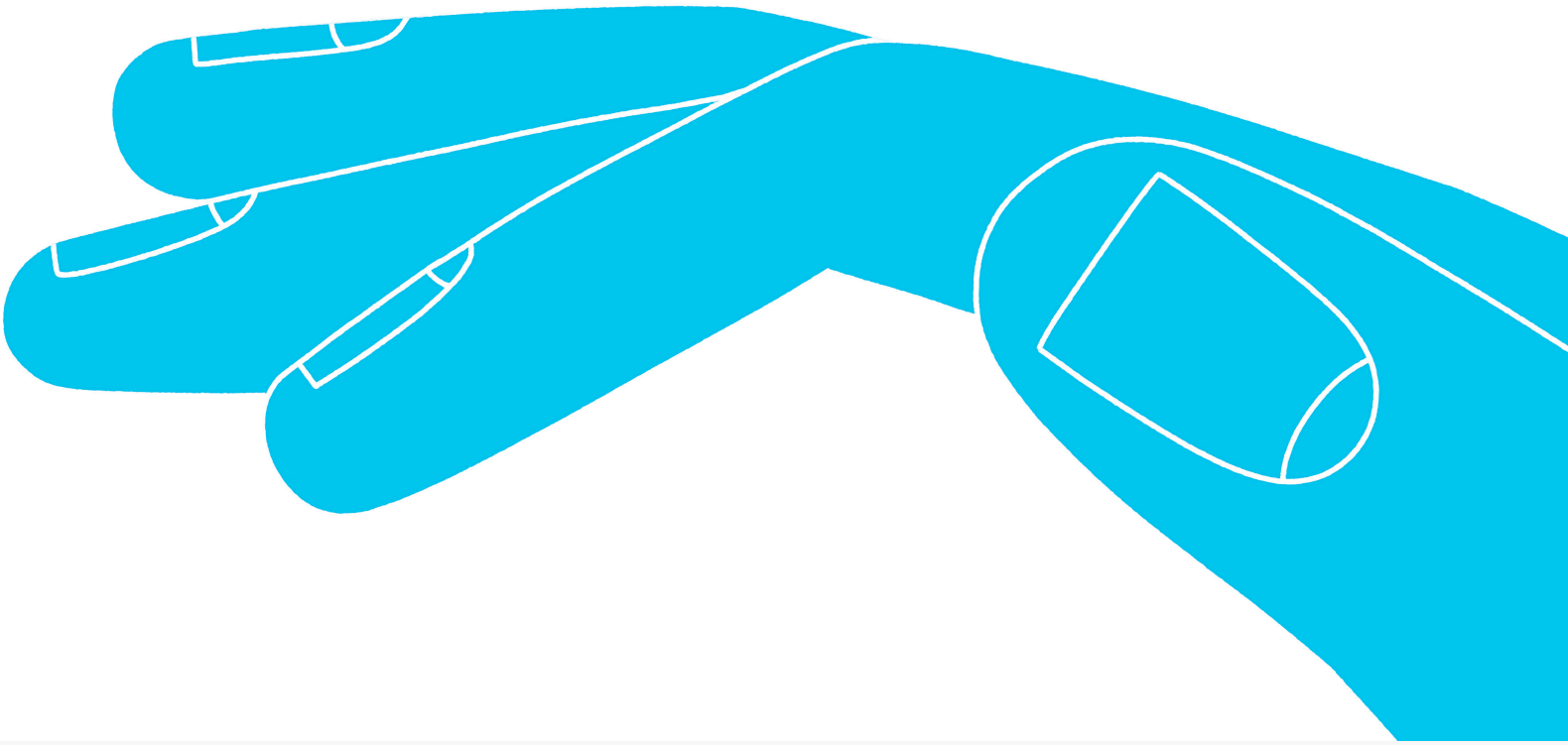

Handwerk

24/07/2026 *12.03.2024 - Der Inhalt dieser Webseite stellt ausgewählte Informationen des Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichts 2023 der Porsche AG dar. Alle Informationen sind daher stichtagsbezogen und werden seit der Veröffentlichung am 12. März 2024 nicht aktualisiert. Rechtlich bindend ist das deutsche PDF des Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichts.*
Porsche erfüllt Träume. Schon immer. In Serie und ganz individuell. Begehrte Kleinserien, rollende Kunstwerke und exklusive Unikate bereichern die Unternehmensgeschichte. Fast alles ist möglich. Träume zu erkennen, erfordert Hingabe. Sie zu realisieren, verlangt exzellentes Handwerk.

Wenn Ding Yi Holzschnittelemente eines Bilds graviert, ist das eine Form von Beschleunigung. Die scharfe Messerklinge, sagt der chinesische Künstler, verstärke das Tempo des mehrlagigen Farbenspiels. Über mehr als drei Jahrzehnte hat er seine Serie „Appearance of Crosses“ weiterentwickelt. Das wiederkehrende Motiv in Gestalt der Zeichen + und x ziert große Leinwände, die in berühmten Museen hängen. 2022, im Jahr seines 60. Geburtstags, formulierte Ding Yi einen Traum: die Übertragung seines Werks auf einen Porsche Taycan. Dieser erfüllte sich in Form einer der komplexesten Lackierungen der Unternehmensgeschichte.

Mithilfe spezieller Maskierungsfolien wurde jede Farbe einzeln aufgebracht. Noch dazu in

unterschiedlichen Konsistenzen für verschiedene Oberflächenmaterialien an der Außenhaut und im Innenraum. Dort ermöglichte erst ein ausgeklügeltes Siebdruckverfahren die perfekte Farbwiedergabe. Mehrere Schichten Klarlack schützen die Symbiose aus Kunst und Können vor Wind und Wetter. Denn natürlich muss auch ein solches Sonderwunsch-Unikat alle Porsche-Ansprüche an Alltagstauglichkeit erfüllen – inklusive geeigneter Reparaturverfahren, falls auf Shanghais Straßen mal etwas schiefgeht. Der Künstler hat die Verwirklichung seines Traums in der Porsche Exclusive Manufaktur als Co-Projektleiter aktiv mitgestaltet. Die persönliche Integration und Experience gehört zum Sonderwunschprogramm für Visionäre wie Ding Yi.

„Träume", sagt Detlev von Platen, „sind ein starker Antrieb, um niemals aufzugeben." Der Vorstand für Vertrieb und Marketing zitiert Ferry Porsche, der einst den Wagen, von dem er träumte, nicht finden konnte und deshalb beschloss, ihn selbst zu bauen. „Dort liegen unsere Wurzeln und der Ursprung unseres Brand Purpose ‚Driven by Dreams'. Kreativität, individuelle Gestaltungsfreiheit und ein exklusives Erlebnis – das verstehen wir unter modernem Luxus." Die Träume tatsächlich Realität werden zu lassen, ist Aufgabe des Ressorts Produktion und Logistik. Dessen Vorstand Albrecht Reimold erklärt: „Wir verwirklichen Träume – das treibt uns an. Dabei vereinen wir das Beste aus zwei Welten: industrielle Fertigungsexzellenz für höchste Qualitätsansprüche und Manufaktur-Expertise für den Bau echter Unikate."

Realisierte Kundenträume bereichern die Unternehmensgeschichte nicht nur um faszinierende, bisweilen auch exzentrische oder museale Einzelstücke. Individualisierung ist ein Wachstumsmarkt. Mehr als 90 Prozent aller 911-Kundinnen und -Kunden wählen heute mindestens eine Option aus dem Angebotsportfolio der Porsche Exclusive Manufaktur. Und sorgsam komponierte, limitierte Sondereditionen ab Werk sind regelmäßig schon kurz nach ihrer Präsentation ausverkauft.

Individualität mit Tradition

Ob rennsporttaugliche Modifikationen oder ein schickes Autoradio – bereits in den 1950er-Jahren unter Ferry Porsche wurden Wünsche als Aufträge verstanden. Als der 911 den 356 ablöste, trat dessen Kundschaft zunehmend ideenreich auf. Zur qualitativen Absicherung von leistungssteigernden Maßnahmen reagierte Porsche 1970 mit einem offiziellen Sportersatzteileverkauf inklusive Beratung.

Wachsender Betreuungsbedarf auf den Rennstrecken führte bald zur Gründung einer eigenen Kundensportabteilung. 1978 folgte die Sonderwunschabteilung für Umbauten von Serienfahrzeugen. Parallel zum Tuning-Trend mehrten sich in den 1980er-Jahren die Wünsche nach Interieur-Veredelungen – in Holz und Leder, wilden Farbmustern und mit raumfüllenden Hi-Fi-Anlagen.

Sie inspirierten Porsche 1986 dazu, als weltweit erster Automobilhersteller eine eigene Abteilung für die Individualisierung ab Werk zu gründen. Heute umfasst deren Angebot an edlen Detail- und Hightech-Lösungen mehr als 1.000 Porsche Exclusive Manufaktur-Optionen. Hinzu kommt mit den Programmen „Farbe nach Wahl" und „Farbe nach Wahl Plus" ein fast unendliches Konfigurationsspektrum für Exterieur-Farben. Das neue Produktprogramm „Personalize" ermöglicht Personalisierungen direkt im Konfigurator. Noch individuellere Kundenwünsche bis hin zum Einzelstück

setzt das Sonderwunsch-Programm um.

Historische Exoten mit Strahlkraft

Manche Kundinnen und Kunden tragen ästhetische Träume an Porsche heran, andere rennsporttaugliche – und dann gibt es solche, die sich gleich individuelle Komplettpakete aus Technik und Design wünschen. Auch das hat Geschichte. So orderte beispielsweise Herbert von Karajan 1974 seine ganz persönliche Leichtbauversion des 911 Turbo 3.0. Mit derselben Akribie, mit der er die Berliner Philharmoniker dirigierte, tüftelte er an dessen sportlicher Ausstattung.

Als einziger 911 Turbo erhielt sein Wagen die leichte Karosserie des Carrera RS und landete – im Martini-Racing-Look – auf dem Cover des Albums „Berühmte Ouvertüren". Oder Mansour Ojjeh: Der damalige Inhaber der Investmentfirma TAG (Techniques d'Avant Garde) und Auftraggeber für den Formel-1-Motor von Porsche wollte 1983 eine Straßenversion des erfolgreichen Rennwagens 935. Im Farbton Candy Apple entstand ein 409 PS starkes Turbo-Unikat auf Basis des Porsche 930. Dieses Modell besaß im Gegensatz zum 911 eine flache Nase mit Klappscheinwerfern. Ojjeh ließ einen majestätischen Heckspoiler hinzufügen sowie feinstes Leder in Hellbeige im holzgetäfelten Interieur nebst Clarion-Hi-Fi-Anlage. Sein 935 „Street" mit Flatnose weckte Begehrlichkeiten, die Porsche erkannte. Bis 1989 wurden 948 Exemplare des Flachbau 911 Turbo geordert.

Erträumte Sondereditionen

„Die an Porsche Exclusive und an Porsche Classic adressierten Ideen und Wünsche zeigen die ganze Vielfalt exklusiver Kundenträume", weiß Detlev von Platen. „Wir lassen uns auch von der weltweit aktiven Community inspirieren – über soziale Medien und unsere Porsche Clubs." Nahezu eine Viertelmillion Enthusiastinnen und Enthusiasten sind in mehr als 700 Porsche Clubs in 86 Ländern organisiert. Aus intensiven Kundenkontakten leitet Porsche Wunschzettel für besonders spitz positionierte Modelle im GT-Bereich und limitierte Sondereditionen ab. So auch den 911 S/T – das Geschenk zum 60. Geburtstag der Baureihe.

Möglichst leicht, performant, puristisch und analog sollte er sein. Seine historische Herleitung emotionalisiert: Ab 1969 bot Porsche den ersten besonders sportlichen 911 S an. Etwas später erschien der erste puristische 911 Carrera T. Prompt wünschte sich die Kundschaft eine Kombination aus beiden. Was damals überwiegend in Eigenregie, aber in einigen Fällen auch bei Porsche Motorsport mit dem inoffiziellen Kürzel ST umgesetzt wurde, greift das Jubiläumsmodell auf. Der 911 S/T kombiniert Elemente des 911 GT3 RS mit der Karosserie des 911 GT3 Touring und eigens entwickelten Leichtbauteilen. Der frei saugende Vierliter-Sechszylinder-Boxermotor aus dem GT3 RS (**911 GT3 RS (WLTP)*:** Kraftstoffverbrauch kombiniert: 13,2 l/100 km; CO_2-Emissionen kombiniert: 299 g/km; CO_2-Klasse: G) bringt seine 386 kW (525 PS) per Handschaltung und Leichtbaukupplung auf die Straße. In Anlehnung an den runden Geburtstag wurde der Traumwagen auf 1.963 Exemplare limitiert, die schon bei seiner Vorstellung verkauft waren.

„Eine derart exklusive Edition bedarf einer präzisen Produktionsplanung und erfordert

Spezialwerkzeuge, die unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter selbst entwickelt haben", erklärt Albrecht Reimold. „Zudem ist unser flexibles Produktionssystem – die Porsche Produktion 4.0 – mit den Grundprinzipien smart, lean und green auf hohe Individualität ausgelegt. Die Vielfalt der Gestaltungsmöglichkeiten macht praktisch jeden zweitürigen Sportwagen zu einem Einzelstück. Aber ein limitiertes Sondermodell wie der 911 S/T erfordert zusätzlich ein besonders hohes Maß qualifizierter Handarbeit. Neben der Porsche Exclusive Manufaktur integrieren wir dafür bei Sondermodellen mit der CFK-Manufaktur einen weiteren Fertigungsabschnitt in unsere Sportwagenmontage. Hightech und Handarbeit: Das zeichnet die Porsche-Produktion aus."

In der Porsche Exclusive Manufaktur mit hauseigener Sattlerei veredeln nach der Endmontage 60 Beschäftigte im Dreischichtbetrieb durchschnittlich rund 120 Fahrzeuge täglich.

Die zweite Handarbeitsabteilung, die CFK-Manufaktur, ist vorgelagert und praktisch ein Exkurs aus der Fertigungslinie. Nach den Gewerken Karosserierohbau und Lackiererei kümmern sich hier drei Mitarbeitende um die CFK-Leichtbauteile der GT-Modelle – also Türen, Kotflügel und Fronthauben.

Um die hochindividualisierten Kundenfahrzeuge und Sonderserien in die reguläre Sportwagenmontage des Werks Zuffenhausen integrieren zu können, verfügt Porsche über eine ausgeklügelte Logistik: Die minutengenaue Anlieferung der Teile sorgt für einen reibungslosen Montageablauf des 911 S/T – etwa beim Anbringen des modellspezifischen Motor-Lüftungsgitters, der Magnesiumfelgen oder beim Einbau der Sportkupplung. Auch einige Umfänge des Heritage Design Pakets für den 911 S/T werden direkt an die Fertigungslinie geliefert, beispielsweise die Vollschalensitze in Schwarz-Classic Cognac oder der belederte Deckel der Mittelkonsole samt Prägung. „Eine Vielzahl an Modellvarianten mit besonders vielen Individualisierungsmöglichkeiten auf einer Linie fertigen zu können, ist ein wesentliches Kennzeichen des Standorts Zuffenhausen. Möglich macht dies die Smart Factory – unsere vollvernetzte Fabrik", sagt Albrecht Reimold.

Nach der Endmontage wechselt der 911 S/T zur Veredelung mit weiteren Komponenten des Heritage Design Pakets in die Exclusive Manufaktur. Dort kümmern sich die Mitarbeitenden um das Anbringen letzter Details wie etwa die seitliche Motorsportgrafik samt Porsche-Schriftzug. Auch individuelle Ausstattungsumfänge im Interieur wie der in Leder eingefasste Lüftungsausströmer werden hier eingesetzt. „Mit ikonischen Fahrzeugen von höchster Qualität wie dem 911 S/T steigern wir die Begehrlichkeit unserer Marke immer wieder aufs Neue", schließt Detlev von Platen. „Wir hören unseren Kundinnen und Kunden zu und erfüllen ihre Träume." Das Versprechen ist ein Erfolgsrezept – seit 75 Jahren.

MEDIA ENQUIRIES

Nadine Toberer

Spokesperson Design, Lifestyle and Brand Communications
+49 (0) 170 / 911 0944
nadine.toberer@porsche.de

Jan Klonz

Spokesperson Production and Quality
+49 (0) 170 / 911 0619
jan.klonz@porsche.de

Linda Riechers

Spokesperson Sales and Marketing
+49 (0) 1523 / 911 8402
linda.riechers1@porsche.de

Verbrauchsdaten

911 GT3 RS (WLTP)*: Kraftstoffverbrauch kombiniert: 13,2 l/100 km; CO_2-Emissionen kombiniert: 299 g/km; CO_2-Klasse: G

911 GT3 mit Touring-Paket (Vorgängermodell)

*Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen spezifischen CO_2-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem „Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO_2-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen" entnommen werden, der an allen Verkaufsstellen und bei DAT (Deutsche Automobil Treuhand GmbH, Helmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen, www.dat.de) unentgeltlich erhältlich ist.

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/unternehmen/porsche-geschaefts-und-nachhaltigkeitsbericht-2023/handwerk.html

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