

Vollgas, was sonst?

Die gescheiterte VW-Übernahme hat Porsche einen Vorsteuerverlust von 4,4 Milliarden Euro und die Selbstständigkeit gekostet. Doch auch unter den neuen Eigentümern aus Wolfsburg will die Marke unverwechselbar bleiben.

Von Heinz Müller

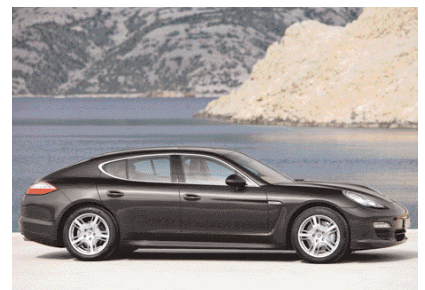
Der Panamera ist neu, der 911 Turbo ebenfalls, auch der Nachfolger des Cayenne scharrt in den Startlöchern. Das heißt: Porsche ist perfekt „aufgestellt“ und selbst wenn Volkswagen ab 2011 die Stuttgarter Marke vollends schluckt, wird sich bei den Sportwagen nichts Wesentliches ändern.

In Stuttgart gibt man sich zumindest nach außen hin zuversichtlich, dass dies auch auf lange Sicht so bleibt: „Die Herren Winterkorn und Piëch haben Benzin im Blut“, sagt Porsche-Projektleiter Erhard Mösle, der soeben den neuen 911 Turbo abgeliefert hat: „Die wissen schon,

was sie tun und was unsere Marke am Leben erhält.“ Vorstellen kann man sich in Stuttgart sehr viel: Etwa, dass das Entwicklungszentrum in Weissach in Zukunft auch von Lamborghini genutzt wird. Oder dass jene Steuergeräte, die man nicht sieht, von VW geliefert und dann Porschetypisch ausgelegt werden, um Kosten zu sparen.

Kein fettes Jahr

Die Traditionsmarke, die von der Wirtschaftskrise vor allem in den USA ordentlich gebeutelt wurde,



Helmut Eggert sträubt sich gegen die Krise

sieht seit einigen Wochen wieder Anzeichen, dass es besser wird: Der deutsche Markt hat sich selbst für Sportwagen-Hersteller erholt, auch in England geht es aufwärts. In China gab es ohnehin kaum Probleme und auch jenseits des Atlantiks zeigen die Verkaufszahlen nach oben. Und Österreich? Da verzeichnete der Importeur heuer in den ersten drei Quartalen ein Minus von 24,8 Prozent. 437 Porsche wurden von Jänner bis September zugelassen: Ein deutlicher Einschnitt für eine Marke, die in ihren besten Jahren in Österreich knapp 900 Sportwagen abgesetzt hatte. „Wir werden heuer mit rund 600 Stück abschließen, auch für 2010 erwarten wir uns ein ähnliches Ergebnis“, sagt Helmut Eggert, Markenleiter bei Porsche Austria. Zumindest diese Stückzahl gebe der Markt noch her.

Krisenfeste Neuheiten

Die Erwartungen übertroffen hat der viertürige Panamera: „Die Nachfrage ist top: Über 100 Autos sind schon verkauft, mehr als 50 davon ausgeliefert“, so Eggert. Vier bis fünf Monate betrage die Wartezeit auf einen Panamera: „Mehr würden die Leute nicht akzeptieren, denn der Panamera ist eher ein Gebrauchsfahrzeug der S-

Klasse. Hingegen handelt es sich bei einem 911er um einen Bubentraum, auf den man gerne länger wartet.“

Apropos 911: Seit 21. November steht der neue 911 Turbo bei den Händlern. Vom Topmodell mit nagelneuem 3,8-Liter-Motor und nunmehr 500 PS sollen bis Jahresende immerhin 20 Stück verkauft werden – und das, obwohl zumindest 174.720 Euro den Besitzer wechseln, beim Cabrio sind es sogar 187.910 Euro. War da nicht irgendwann einmal eine Wirtschaftskrise? ●

Glühkerzen: NGK

www.ngk-dorwin.com