PORSCHE

März 2008

Porsche Club

News 2/08

Hier erfahren Sie mehr – Telefon +49 (0)711 911 - 78683 oder www.porsche.de/sportdrivingschool.

Wenn Sie schon die Schulbank noch mal drücken –
dann wenigstens im Schalensitz.

Die Porsche Sport Driving School.

PORSCHE

Editorial

Liebe Porsche Clubpräsidenten,
liebe Porsche Clubmitglieder,

das spannende, abwechslungsreiche und in vielerlei Hinsicht äußerst erfolgreiche Jahr 2007 liegt hinter uns. Rückblickend können wir feststellen, dass wir der einzigartigen Erfolgsgeschichte, die Porsche seit mehr als einem Jahrzehnt schreibt, ein weiteres Kapitel hinzugefügt haben. So ist es uns im Geschäftsjahr 2006/2007 erneut gelungen, Absatz, Umsatz und Ergebnis zu steigern – auf ein vor nicht allzu langer Zeit noch nicht für möglich gehaltenes Rekordniveau.

Klaus Berning

Auch zur Halbzeit des laufenden Geschäftsjahres 2007/2008 (31. Januar 2008) sind wir trotz schwierigem Umfeld weiterhin sehr erfolgreich unterwegs. Beim Absatz konnten wir im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 19% auf ca. 46.700 Fahrzeuge zulegen, der Umsatz stieg in den ersten 6 Monaten des laufenden Geschäftsjahres um ca. 14% auf rund 3,5 Milliarden Euro.

Am deutlichsten beschleunigte beim Absatz die Cayenne Baureihe: Der sportliche Geländewagen konnte im ersten Halbjahr eine Verdoppelung gegenüber dem Vorjahreszeitraum auf mehr als 20.600 Fahrzeuge ausweisen. Hier zeigt sich das anhaltend hohe Interesse der Kundschaft am neuen Cayenne.
Unser Sportwagenklassiker, der 911, erreichte zum Ende des ersten Halbjahres einen Absatz von nahezu 16.300 Fahrzeugen. Besonders erfreulich ist die nach wie vor hohe Nachfrage nach Topmodellen in der Baureihe Carrera.

Die Boxster Baureihe einschließlich der Cayman Modelle konnte mit mehr als 9.800 verkauften Fahrzeugen ebenfalls zum Unternehmenserfolg beitragen und erfährt derzeit weitere Impulse durch unsere limitierten Sondermodelle wie zum Beispiel dem Cayman S Porsche Design Edition 1 oder dem Boxster RS 60 Spyder.

Alles in allem sind wir weiterhin optimistisch und gehen davon aus, dass wir im Geschäftsjahr 2007/2008 an das hohe Absatzniveau des Vorjahres an-

knüpfen können. Dazu werden unsere neuen Modelle wie der besonders sportliche Cayenne GTS, das 911 Turbo Cabriolet und der 911 GT2 genauso beitragen wie der anhaltende Wachstumskurs des Unternehmens in den Zukunftsmärkten wie zum Beispiel China und Russland.

Neben dem Kerngeschäft um die Fahrzeuge liegen uns aber vor allem die zahlreichen Veranstaltungen und Aktivitäten der 607 Porsche Clubs weiterhin sehr am Herzen.

Gerne erinnere ich mich an zwei der Verantaltungen an denen ich 2007 persönlich teilgenommen habe. Vom 17. bis 20. Mai 2007 fand das internationale 356 Treffen in Sitges, Spanien statt. Zusammen mit meiner Frau und meinen beiden Söhnen war ich Gast bei dieser herrlichen Veranstaltung. Wir waren begeistert vom Engagement des Porsche Club 356 España, den wunderschönen klassischen Porsche Fahrzeugen, der spanischen Gastfreundschaft und dem faszinierenden Programm.

Die zweite Veranstaltung, die mir in sehr schöner Erinnerung bleiben wird, war das 25-jährige Jubiläum des Porsche Club Deutschland, an der 400 Personen mit ihren Fahrzeugen zusammenkamen, um gemeinsam im Kreise der Porsche Familie beeindruckende und festliche Tage in Stuttgart, der Wiege und Heimat unserer Marke, zu verbringen.

Gerade der Porsche Club Deutschland zeigt mit dem hohen Engagement seiner Clubmitglieder sowie durch die starke Präsenz beim Porsche Sports Cup und den Club Motorsportveranstaltungen wie wichtig die Porsche Clubs für die Marke Porsche sind.
Der vor uns liegende Sommer 2008 bietet uns wieder viele interessante Veranstaltungen, auf die wir uns ebenfalls freuen können:

- dem 33. internationalen 356 Treffen vom 01. bis 04. Mai in Aalborg, Dänemark,
- der Porsche Europa Parade 2008 vom 08. bis 11. Mai auf Sardinien
- oder der Porsche Parade Japan 2008 vom 14. bis 15. Juni auf der Rennstrecke von Suzuka,
- und der Porsche USA Parade 2008 vom 29. Juni bis 3. Juli in Charlotte, North Carolina.

Ich wünsche mir sehr, dass auch im Jahr 2008 Ihr Enthusiasmus zur Vorbereitung und Durchführung dieser Veranstaltungen anhält. Ihr außerordentliches Engagement ist von größter Bedeutung, damit auch zukünftig derartige Veranstaltungen durchgeführt werden können. Die Mitglieder der Porsche Clubs sind die besten und treuesten Porsche Markenbotschafter. Für Ihren Einsatz möchte ich Ihnen ganz herzlich danken!

Ich wünsche Ihnen allen für das Jahr 2008 im Namen des gesamten Vorstandes der Porsche AG erlebnisreiche und unvergessliche Momente im Rahmen der internationalen Porsche Clubveranstaltungen!

Ihr
Klaus Berning

In eigener Sache

Um uns die Arbeit bei der Erstellung der Porsche Club News zu erleichtern, möchten wir Sie bitten, dass Sie uns Ihre Beiträge per E-Mail zukommen lassen. Hängen Sie Ihre textlichen Beiträge als Wordfile an. Ihre Bilder speichern Sie bitte vorzugsweise im **Tiff-Format**, gegebenenfalls im JPEG-Format (Mindestauflösung **300 dpi** bei einer realen Größe von mind. **13 cm Breite**, als RGB oder CMYK). Achten Sie bitte darauf, dass **keine** „Verpixelungen" in den Bildern auftreten und Sie die Bilder **nicht** als indizierte Farben (Web-Farbskala) speichern. Wordfiles oder Powerpoint Präsentationen mit eingebetteten Bildern können wir leider nicht in einer druckreifen Qualität weiterbearbeiten.

Ihre Redaktion

Porsche Club News im Internet:

Im Internet sind jeweils die aktuelle Porsche Club News sowie die archivierten Zeitschriften ab der Ausgabe 1/99 unter: www.porsche.com abrufbar.

Ihr Team in der Porsche Clubbetreuung:

Sandra Mayr	**Tel.: +49 (0)711 911-7 80 14**	E-Mail: Sandra.Mayr@porsche.de
Alexander E. Klein	**Tel.: +49 (0)711 911-7 89 67**	E-Mail: Alexander.Klein@porsche.de
Anne Philipp	**Tel.: +49 (0)711 911-7 83 97**	E-Mail: Anne.Philipp@porsche.de
Mathias Menner	**Tel.: +49 (0)711 911-7 83 07**	E-Mail: Mathias.Menner@porsche.de
Paul Gregor	**Tel.: +49 (0)711 911-7 89 68**	E-Mail: Paul.Gregor@porsche.de
	Fax: +49 (0)711 911-7 89 89	Club E-Mail: porsche.club@porsche.de

Redaktion:
Anne Philipp, Clubbetreuung

Layout und Gestaltung:
Büro Linientreu
Büro für Gestaltung, Stuttgart

Erscheinungsweise:
5 Mal im Jahr

Fotonachweise:
Verfasser der Beiträge,
Porsche AG

Dr. Ing. h.c. F. Porsche
Aktiengesellschaft
Porschestr. 15 – 19
D-71634 Ludwigsburg
Germany
www.porsche.com

Redaktionsschluss für die

PC News 3/2008: 17.03.2008
PC News 4/2008: 26.05.2008

Inhalt

		Seite
1.	**Neues von der Porsche AG**	
	Unternehmen – Jahresabschluss 2006/2007: Starke Premiere der neuen Porsche SE	7
	Unternehmen – Investition in den Standort Zuffenhausen: Neue Lackiererei ab 2011	8
	Porsche Museum – Beim „Flieger“ zählt jeder Millimeter	9
	Rückblick – Premieren und Ereignisse 2006/2007	11
2.	**Eventkalender**	
	Porsche Club Japan – Porsche Parade Japan 2008	15
	Porsche Club Francorchamps – Porsche Club Days Francorchamps 2008	15
	Porsche Club VW-Porsche 914 Schweiz – Internationales 914 Meeting 2008	15
3.	**Club Management**	
	Back to the roots	18
4.	**Infobörse**	
	Porsche Tequipment – Starke Leistung	19
	Porsche Travel Club – Wüsten Camp Dubai	21
	Porsche Sports Cup – Termine 2008	23
5.	**Reportagen**	
	Porsche Club Deutschland, Cayenne Register – Abenteuer pur: Mit dem Cayenne durch die libysche Sahara	25
	Porsche Club South Africa, Central Region – Porsche Club GT3 Day in Kyalami: Rekordverdächtig	29
	Porsche Club Japan – Japan trifft Griechenland: Man spricht Porsche	30
6.	**Reportagen Classic**	
	Porsche 356 Club Deutschland – Stammtisch Köln hilft Kindern in Not	31
	Porsche 356 Club of Japan – Porsche 356 Holiday 2007 in Japan	32

1. Neues von der Porsche AG

Unternehmen

Jahresabschluss 2006/2007: Starke Premiere der neuen Porsche SE

Die historische Bedeutung war unverkennbar. Erstmals präsentierte sich am 28. November auf der Bilanz-Pressekonferenz in Stuttgart die Porsche Automobil Holding SE. Vorstandschef Dr. Wendelin Wiedeking und sein Team haben in den vergangenen Monaten wichtige Etappenziele erreicht.

Der Blick nach oben lohnte sich – auch für Dr. Wendelin Wiedeking. Der Porsche Chef drehte sich auf dem Podium im Konferenzsaal Elysée des Stuttgarter Hotels Le Méridien noch einmal um und begutachtete zufrieden den Schriftzug an der Wand hinter ihm. „Porsche SE“ stand dort zu lesen. Das Logo dokumentierte das Erreichen wichtiger Meilensteine in den vergangenen Monaten. Erstmals stellte sich die Porsche Automobil Holding SE auf der Bilanz-Pressekonferenz den Journalisten. Der Start hätte kaum besser sein können, denn die Porsche SE konnte gleich zu Beginn des neuen Geschäftsjahres 2007/2008 von zweistelligen Zuwachsraten bei Absatz und Umsatz berichten. In den ersten vier Monaten wird der Umsatz nach vorläufigen Zahlen auf 2,36 Milliarden Euro (Vorjahreszeitraum: 2,06 Milliarden Euro) und der Absatz auf rund 30.700 Fahrzeuge (25.939) steigen. Finanzvorstand Holger P. Härter ist deshalb überzeugt, dass auch dieses Jahr mit einem „sehr guten Ergebnis“ abgeschlossen werden kann.

„Porsche und Volkswagen müssen zu den Gewinnern zählen.“
Dr. Wendelin Wiedeking

Dazu passen die neuesten Zahlen aus Nordamerika. Im November stieg die Zahl der Auslieferungen an Kunden auf 2.776 (Vorjahr: 2.723). Dies bedeutet einen Zuwachs von zwei Prozent. Zum siebten Mal in Folge übertraf Porsche trotz des schwierigen Marktumfelds den jeweiligen Monatswert des Vorjahres.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2006/2007 stieg der Umsatz im Konzern um 3,4 Prozent auf 7,368 Milliarden Euro (7,1 Milliarden Euro). „Es ist eine goldgeränderte Bilanz“, sagte Wiedeking, der stolz auf das Konzernergebnis von 5,857 Milliarden Euro verwies. Positive Aktienoptionsgeschäfte im Zusammenhang mit dem VW-Engagement trugen 3,593 Milliarden Euro zum Ergebnis bei. Für die Erhöhung der VW-Beteiligung im vergangenen Geschäftsjahr von 21,2 auf 30,6 Prozent der Stammaktien gab Porsche knapp 2,7 Milliarden Euro aus. Insgesamt summierten sich dadurch die Investitionen in VW-Aktien auf rund 5,8 Milliarden Euro.

Der mit Abstand größte Teil des Umsatzes wurde im Fahrzeuggeschäft erwirtschaftet. Der Vergleich zum Absatzplus von 0,7 Prozent auf 97.515 Fahrzeuge (96.794) macht deutlich, dass sich der verbesserte Produktmix positiv ausgewirkt hat. Damit dies so bleibt, werden im Jahr 2008 gleich acht neue Modelle in die Märkte eingeführt. Den nächsten großen Wachstumsschub erwartet Porsche Chef Wiedeking mit dem Start des Panamera 2009.

Auch das Verhältnis zum VW-Betriebsrat interessierte die Journalisten. Wiedeking stimmte dabei versöhnliche Töne an: „Wenn der letzte Schachzug ansteht, wollen wir ihm die Hand reichen und gemeinsam ein Projekt stemmen, das uns zuversichtlich in die Zukunft schauen lässt.“ Am Ende dürfe es nur Sieger geben. „VW und Porsche wollen nicht nur, sie müssen zu den Gewinnern gehören“, sagte Wiedeking. In einem Punkt blieb er aber hart: „Die Mitbestimmungsvereinbarung kann und wird nicht aufgeschnürt. Sie wurde für zehn Jahre geschlossen.“

Carrera Ausgabe 12/2007

Unternehmen

Investition in den Standort Zuffenhausen: Neue Lackiererei ab 2011

Porsche investiert weiter kräftig in den Standort Zuffenhausen. Das Unternehmen baut am Stammsitz für 200 Millionen Euro eine neue Lackiererei. Die Inbetriebnahme ist für 2011 geplant. „Damit werden Arbeitsplätze in Zuffenhausen dauerhaft gesichert", betonte der Vorstandsvorsitzende Dr. Wendelin Wiedeking.

Porsche setzt auf Zuffenhausen – und unterstreicht dies mit Taten. Die Entscheidung, am Standort eine neue Lackiererei zu bauen, sichert Arbeitsplätze und sorgt dafür, dass der Wachstumskurs weiter fortgesetzt wird. Der Neubau setzt einen wesentlichen Bestandteil der zwischen Vorstand und Betriebsrat im Juli 2005 geschlossenen Standortsicherungsvereinbarung um. „Wir haben die Voraussetzungen dafür geschaffen, dass auch in Zukunft ein Premiumfahrzeug wie der 911 in Stuttgart gefertigt werden kann", sagte der Vorstandsvorsitzende Dr. Wendelin Wiedeking.

Die neue Lackiererei entsteht auf dem ehemaligen Areal der Dürr AG. Das Gelände war im Frühjahr 2007 von Porsche erworben worden. Die Bauarbeiten sollen im Herbst 2008 beginnen, die ersten Karossen 2011 lackiert werden. Es ist geplant, dass die neue Anlage für einen Übergangszeitraum parallel zu der vorhandenen Lackiererei betrieben wird.

Um künftig einen reibungslosen Ablauf zu gewährleisten, müssen zwei weitere Transportbrücken gebaut werden. Die eine verbindet den Rohbau in Werk 5 mit der Lackiererei. Eine weitere Brücke transportiert die Rohkarossen über die Schwieberdinger Straße in die Montage.

In der neuen Anlage können im Zweischichtbetrieb täglich 170 Fahrzeuge lackiert werden. Die Lackiererei ist so konzipiert, dass sie auch im Dreischichtbetrieb gefahren werden kann.

Vertreter der Porsche Bauabteilung informierten Anfang Dezember im Stuttgarter Gemeinderat den Ausschuss für Umwelt und Technik über die Pläne. Auch der Bezirksbeirat von Zuffenhausen wurde unterrichtet. Außerdem plant Porsche eine spezielle Informationsveranstaltung für die Anwohner im Stadtteil Neuwirtshaus im neuen Jahr. Fest steht aber schon heute: Die Anlage wird dem neuesten Stand der Technik entsprechen und sämtliche gesetzliche Auflagen erfüllen.

Carrera Ausgabe 12/2007

Neubau in Zuffenhausen: Die Computeranimation zeigt die künftige Lackiererei und die Verbindungsstege

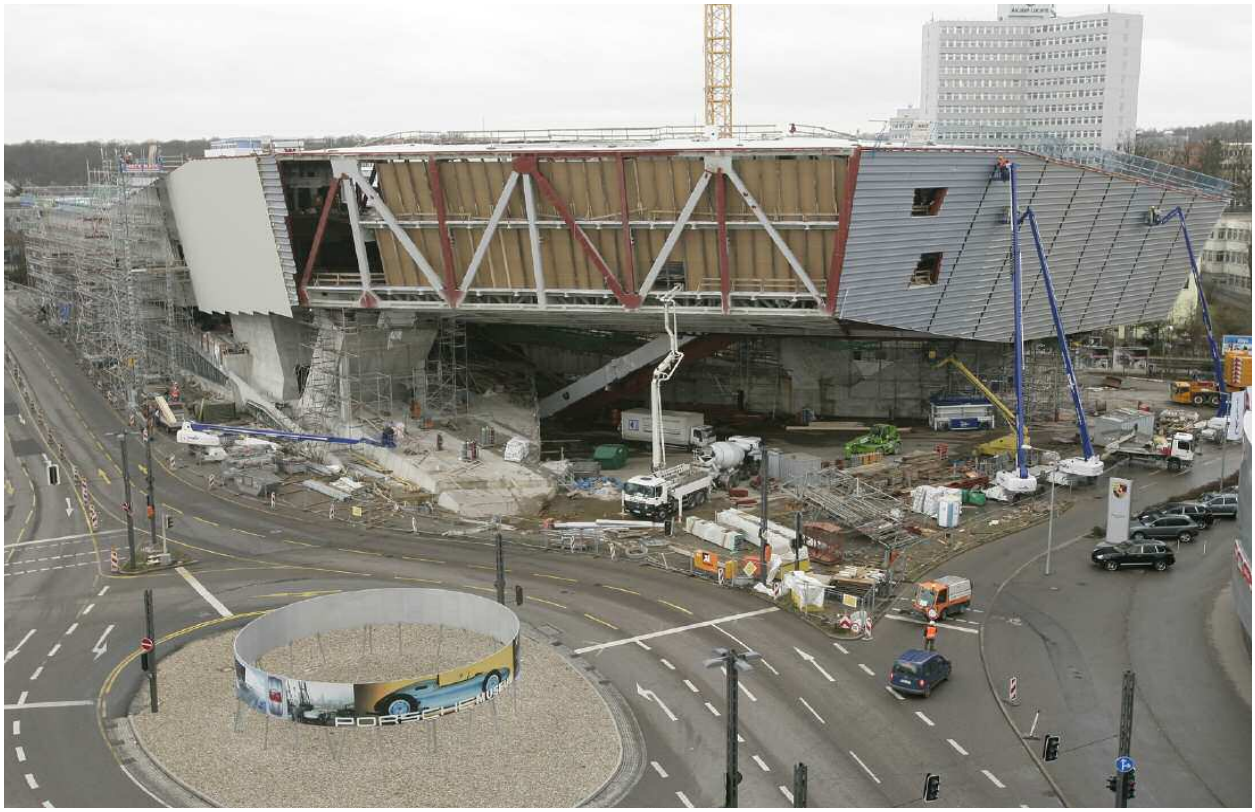
Museum

Neues Porsche Museum: Beim „Flieger“ zählt jeder Millimeter

Einer der wichtigsten Abschnitte beim Bau des neuen Porsche Museums in Zuffenhausen ist erfolgreich abgeschlossen. Die Stahlkonstruktion wurde in einer außergewöhnlichen Millimeterarbeit abgesenkt. Dank der minutiösen Vorbereitung und dem gelungenen Zusammenspiel zwischen allen Beteiligten ist diese Herausforderung mit Bravour gemeistert worden. Jetzt läuft der Innenausbau auf Hochtouren.

Es ist ein besonderer Tag auf der Baustelle am Porscheplatz in Zuffenhausen. Alle Beteiligten sind wie elektrisiert, gleichzeitig aber hochgradig konzentriert. Jeder Schritt, jeder Handgriff, jedes Kommando folgt einem exakt definierten Drehbuch. Denn hier ist höchste Präzision gefragt. Der Museumskörper, der mit Spannweiten von bis zu 60 Metern wie ein „Flieger“ wirkt, muss abgesenkt werden. Die Stützen werden entfernt und der spätere Ausstellungsraum in eine Art Schwebezustand versetzt. „Dieser Vorgang war extrem spannend“, sagt Projektleiter Armin Wagner. „Die technische Herausforderung war unglaublich anspruchsvoll.“ Von zwei Kommandozentralen aus wird alles koordiniert. An jeder der 34 Pressen hängt ein Arbeiter in seinem Gurt und dreht auf Kommando die Stellschraube jeweils um zehn Millimeter nach unten. Rund 6.000 Tonnen wurden für die Tragkonstruktion des „Fliegers“ verbaut. Wegen den bereits zum Teil

Das Museum schwebt: Mit höchster Präzision wurde die Stahlkonstruktion, die bisher auf 34 Pressen ruhte, abgesenkt



eingebrachten Betondecken und anderen Ausbaulasten hat der „Flieger“ derzeit ein Gewicht von 12.000 Tonnen erreicht. Dieses wird vorsichtig von den Rüsttürmen in die Stahlbetonstützen eingeleitet. Nach der Gesamtfertigstellung, das heißt nach Einbringung aller Ausbau- und Verkehrslasten, erhöht sich das Gewicht sogar auf 35.000 Tonnen. Die Kräfte, die auf die Stützen wirken, werden gemessen und auf Sollwerte eingestellt.

Die Arbeiten laufen wie am Schnürchen. Nach nur einem halben Tag haben die Pressen einen Gesamtweg von 100 Millimetern zurückgelegt. Das Absenken ist abgeschlossen. Es ist eine perfekte Landung. Die Stahlbauarbeiten sind damit beendet. „Es hat sich gezeigt, dass Stahl- und Rohbau sehr präzise ausgeführt worden sind“, sagt Wagner. Schon nach zehn Prozent des Absenkvorgangs sei klar gewesen, dass „wir ein sehr positives Ergebnis erhalten“.

Maßarbeit: Nachdem der „Flieger” abgesenkt war, konnten die Verkleidungsarbeiten fortgesetzt werden

Ebenfalls an nur einem halben Tag wird der zweite Teil der Filigranarbeit beendet. Die Kräfte, die auf die beiden markanten Stützen in Y-Form an der Vorderseite des Baus wirken, müssen eingestellt werden. Sie werden durch das Zusammenspiel von Horizontal- und Vertikalpressen auf die schräg nach unten verlaufenden Stützen verteilt. „Diese Arbeiten waren genauso anspruchsvoll wie die eigentliche Absenkung“, sagt Wagner. Beide Maßnahmen sind für den Baufortschritt sehr wichtig. Erst danach können weitere Arbeiten, wie zum Beispiel das Anbringen der Fassade und die Montage der Gebäudetechnik, beginnen. Nach der Verkleidung der Stahlbaukonstruktion ist der Ausstellungsraum „dicht“ und wird bereits beheizt. Dies ist die Voraussetzung für den Innenausbau. Weitere Decken werden betoniert, der Estrich wird verlegt und Handwerker aus fast allen Gewerken sorgen dafür, dass das von Fachleuten als „anspruchsvollstes Bauvorhaben Europas“ bezeichnete Projekt immer deutlichere Konturen annimmt.

Bis Ende März wird auch die zunächst provisorisch geschlossene Front zum Porscheplatz durch eine Glasfassade ersetzt. Bereits jetzt ist die Rolltreppe installiert, die später die Besucher aus dem Eingangsbereich in den Ausstellungsraum bringen soll. „Wir liegen voll im Plan“, bestätigt Wagner. Nicht nur bei ihm steigt die Vorfreude auf ein außergewöhnliches Museum.

Carrera Ausgabe 11/2007

Rückblick

Premieren und Ereignisse 2006/2007

Modelle: Die wichtigsten Präsentationen

September 2006

RS Spyder:
Für viele ist es Liebe auf den ersten Blick. Auf dem Pariser Automobilsalon präsentiert Porsche den RS Spyder. Der in Weissach entwickelte Rennwagen ist eine Evolution des Sport Prototyps, mit dem das amerikanische Team Penske Racing zu diesem Zeitpunkt bereits in der American Le Mans Series erfolgreich ist.

911 GT3 RS:
Um den 911 GT3 RS vorzustellen, lädt Porsche zur Fahrvorstellung nach Frankreich ein. In Rennatmosphäre kann der angriffslustige Elferspross auf der Teststrecke „Le Ceram“ seine Qualitäten besonders eindrucksvoll ausspielen. „Wenn Rennfahrer in einem Serienfahrzeug strahlende Augen bekommen, ist es das schönste Kompliment für unsere Ingenieure“, sagt Motorsportchef Hartmut Kristen.

Targa 4 und Targa 4S:
Die beiden Varianten der Elfer Baureihe stellen ein Novum dar. Der Targa 4 und Targa 4S werden ausschließlich mit permanentem Allradantrieb und einer im Heckbereich um 44 Millimeter verbreiterten Karosserie angeboten. Vorgestellt werden die Sportwagen, deren markantes Glasdach weiterentwickelt wurde, in Portugal. Ein verbesserter, 35 Millimeter hoher Windabweiser reduziert die Luftverwirbelungen im Innenraum bei der offenen Fahrt auf ein Mindestmaß. Das Dach ist einen Millimeter dünner und 1,9 Kilogramm leichter als beim Vorgängermodell.

**Das Meisterwerk:
Das 911 Turbo Cabriolet steht seit Juni 2007 in den Startlöchern, und kommt auf Anhieb gut an**

Januar 2007

Cayenne:
Das Jahr beginnt mit einem starken Auftritt. Der neue Cayenne sorgt auf der North American International Auto Show in Detroit für Furore. Die zweite Generation des sportlichen Geländewagens überzeugt durch einen stärkeren und sparsameren Motor. Erstmals wird die Benzindirekteinspritzung Direct Fuel Injection eingesetzt, die den Verbrauch um bis zu 15 Prozent senkt. Neu entwickelt wurde auch die Porsche Dynamic Chassis Control.

Juni 2007

911 Turbo Cabriolet:
Für viele ist es ein Meisterwerk der Ingenieurskunst: Das neue 911 Turbo Cabriolet glänzt bei der Vorstellung in Königstein mit Fahreigenschaften wie ein Coupé. Für den Sprint auf 100 km/h benötigt es vier Sekunden, die Spitzengeschwindigkeit beträgt 310 km/h.

Ereignisse: Die wichtigsten Termine

Juli 2006

Vorstand:
Generationswechsel im Porsche Führungsgremium: Der Aufsichtsrat beruft Klaus Berning und Thomas Edig neu in den Vorstand. Berning übernimmt das Vertriebsressort von Hans Riedel, der das Unternehmen auf eigenen Wunsch verlassen hat. Edig übernimmt im Mai 2007 die Leitung des Ressorts Personal- und Sozialwesen sowie die Funktion des Arbeitsdirektors von Harro Harmel, der sich nach 25-jähriger Tätigkeit bei Porsche in den Ruhestand verabschiedet.

Oktober 2006

Porsche-Tennis-Grand-Prix:
Das erste Turnier in der Stuttgarter Porsche Arena setzt Maßstäbe. Von allen Seiten gibt es Lob. „Es war bei weitem das beste Turnier des Jahres“, lobt Stacey Allaster, Präsidentin des Frauen-Welttennisverbands. Das Siegerauto, einen 911 Targa 4S, sichert sich Nadia

Petrova (Russland) durch ein 6:3 und 7:6 im Finale gegen Tatiana Golovin (Frankreich).

November 2006
Werk Leipzig:
Der 150.000ste Cayenne der ersten Generation seit der Werkseröffnung im Jahr 2002 läuft vom Band. „Mit diesem Erfolg im Rücken und einer großen Portion Optimismus werden wir ebenso motiviert das neue Modell produzieren“, sagt Siegfried Bülow, Vorsitzender der Geschäftsführung der Porsche Leipzig GmbH.

Januar 2007
Hauptversammlung:
In der Stuttgarter Porsche Arena geht eine Ära zu Ende: 14 Jahre leitete Professor Dr. Helmut Sihler den Aufsichtsrat. Jetzt zieht er sich im Alter von 76 Jahren zurück. Neuer Vorsitzender wird Dr. Wolfgang Porsche.

April 2007
Richtfest:
Die Vorbereitungen für die Produktion des Panamera laufen in Leipzig auf Hochtouren. Am 12. April wird Richtfest für die Produktionshalle und das Logistikzentrum gefeiert. In den Standort investiert Porsche 150 Millionen Euro.

Glückwünsche:
Papst Benedikt XVI. feiert am 16. April in Rom seinen 80. Geburtstag. Porsche ermöglicht die Fernseh- und Radioübertragung des Festkonzerts des Radio-Sinfonieorchesters Stuttgart.

Juni 2007
Gründerpreis:
Porsche engagiert sich erstmals für den Deutschen Gründerpreis und lobt diesen mit dem Magazin „stern“, den Sparkassen und dem ZDF aus. Vergeben wird die Auszeichnung in fünf Kategorien. Damit aus den Ideen lukrative Geschäfte werden, erhalten die Nominierten und die Sieger Trainings von der Porsche Consulting.

Deutscher Gründerpreis:
Porsche setzt sich für die Zukunft ein

Juli 2007
Greenpeace:
In Zuffenhausen findet eine Premiere statt. Zum ersten Mal in der Geschichte von Porsche demonstriert Greenpeace. Doch das Unternehmen ist auf den Besuch der Umweltaktivisten vorbereitet. Porsche begrüßt die Gäste mit eigenen Plakaten und entkräftigt die Vorwürfe mit starken Argumenten wie diesen: „Porsche trägt im Verkehr weniger als 0,1 Prozent zum CO_2-Ausstoß bei. Porsche hat den geringsten CO_2-Ausstoß pro PS.“

Herzlich willkommen:
Greenpeace zu Gast in Zuffenhausen

Auszeichnungen
Die wichtigsten Erfolge

Januar 2007

Event Award:
Für die internationale Händlerpräsentation des 911 Carrera 4 und des Cayman S erhält Porsche den renommierten Event Award 2006. Porsche steht zum dritten Mal auf der Siegerliste. In der Königsdisziplin Corporate Events wird der Konzern mit Silber geehrt. Die beiden unterschiedlichen Fahrzeuge waren auf einer Kreuzfahrt zwischen Mallorca und Ibiza beeindruckend in Szene gesetzt worden.

Kalender:
Der historische Porsche Kalender „On The Move“ bietet ungewohnte Innenansichten – und ausgezeichnete zugleich. Bei der Wahl des baden-württembergischen Wirtschaftsministeriums erhält der außergewöhnliche Kalender in der Kategorie Werbe- und Imagekalender ein Silberprädikat.

April 2007

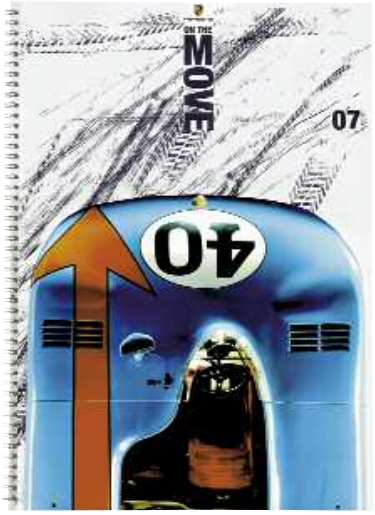
Marktforschung:
Porsche wird zum dritten Mal in Folge auf dem wichtigsten Absatzmarkt USA zur Premiummarke mit dem höchsten Ansehen gewählt. Bei der Erhebung durch das Marktforschungsinstitut Luxury Institute (New York) werden mehr als 1.600 Topverdiener befragt. Diese bewerten Porsche Fahrzeuge als leistungsstark, besonders hochwertig, sehr exklusiv und elegant.

Umfrage:
Die Leser des Fachmagazins OFF ROAD küren den Cayenne zum beliebtesten Geländewagen 2007.

PACE Award:
Porsche wird bei der 13. Verleihung des wichtigsten Zuliefererpreises in den USA mit zwei von drei Sonderpreisen ausgezeichnet.

Juni 2007

J.D. Power:
Porsche Qualität überzeugt – vor allem die Kunden. Das Unternehmen verteidigt in der Studie des Marktforschungsinstituts J.D. Power seinen Spitzenplatz aus dem Vorjahr. Porsche bleibt damit die qualitativ beste Automarke in den USA. Einen Monat später kürt J.D. Power in der Meinungsumfrage „Automotive Performance, Execution and Layout (APEAL) Study“ Porsche zum dritten Mal in Folge zur attraktivsten Automarke.



Design:
Der 911 Targa 4 wird vom „red dot design museum“ des Design Zentrum Nordrhein-Westfalen in Essen mit dem Qualitätssiegel „Best of the best“ ausgezeichnet. Die Jury lobt „Kreativität, innovatives Schaffen und die hohe Qualität“.

Ausgezeichnet:
Der historische Porsche Kalender und der 911 Targa 4

Hier erfahren Sie mehr – Porsche Online: Telefon 01805 356 - 911, Fax - 912 (EUR 0,12/min) oder www.porsche.de.

Limitierte Auflage:

1 Exemplar.

Ihres.

Porsche Exclusive.

PORSCHE

2. Eventkalender

Porsche Parade Japan 2008 in Suzuka

Vom 14. bis 15.6.2008 veranstaltet der Porsche Club Japan auf der Rennstrecke von Suzuka die traditionelle Porsche Parade Japan. Wie immer wird auch dieses Jahr wieder ein umfangreiches Rahmenprogramm für die Porsche Clubmitglieder und ihre Familien geboten. Weitere Informationen folgen in den nächsten Ausgaben.

Weitere Informationen:
Porsche Club Japan KK
Yuka Nishiyama
Tel.: +81 (0)3 54 36 59 29
Fax: +81 (0)3 54 36 59 18
E-Mail:
yuka.nishiyama@porsche.co.jp

Porsche Club Days Francorchamps 2008

Die achte Auflage der Porsche Club Days Francorchamps findet vom 25. bis 27. April 2008 statt. Die Teilnehmer erwarten drei Tage aufregendes Clubsport Programm in den Kategorien Fun, Sport und Racing. Eine Show aktueller Modelle, eine Porsche Oldtimer Show und verschiedene Events auf dem Paddock runden das Programm ab. Während der Veranstaltung stehen den Teilnehmern unter anderem auch ein Technik- und Reifenservice zur Verfügung.

Weitere Informationen unter:
www.porscheclubfrancorchamps.be

Bergwertung: Internationales 914 Meeting in Davos

Porsche Club
VW-Porsche 914 Schweiz

Nach dem letztjährigen internationalen Meeting 2007 in Groningen, Holland, findet das internationale 914 Treffen 2008 vom 20. bis 22. Juni 2008 in Davos, Schweiz, statt. Das Treffen wird im Rahmen des 25-jährigen Jubiläums des Porsche Club VW-Porsche 914 Schweiz stattfinden und verspricht ein unvergessliches Event in den Bergen zu werden. Geplant ist eine Ausfahrt über vier Pässe in die drei Länder: Schweiz, Österreich und Italien, ein Ausflug auf die Schatzalp mit Galadinner sowie ein Publikumstag mit Ausstellung der Fahrzeuge.

Weitere Informationen:
www.porsche914-club.ch

Mit dem MICHELIN Pilot Alpin haben Sie den Winter im Griff.

Porsche vertraut seit vielen Jahren seinem Kooperationspartner Michelin als Serienausstatter für seine Fahrzeuge. Wieso sollte dies in punkto Winterreifen anders sein? Der MICHELIN Pilot Alpin mit **N-Spezifikation** bietet Ihnen auch in der kalten Jahreszeit maximalen Fahrspaß bei höchster Sicherheit. Machen Sie auch im Winter keine Kompromisse – mit dem MICHELIN Pilot Alpin.

www.michelin.de

MICHELIN
Wir bringen Sie weiter

Der MICHELIN Pilot Alpin
Dynamik bei höchster Sicherheit

Sicher bei jedem Wetter

Ihr Porsche steht für 365 Tage Fahrspaß im Jahr. Deshalb hat Sicherheit immer Saison. In der kalten Jahreszeit bieten Sommerreifen nicht mehr die optimalen Hafteigenschaften. Aus diesem Grund empfehlen Porsche und Michelin den Einsatz von Winterreifen. Und die sind bei Eis und Schnee natürlich unverzichtbar. Schließlich ist Fahrspaß keine Frage des Wetters, sondern der Sicherheit.

MICHELIN Pilot Alpin

Der MICHELIN Pilot Alpin wurde von Michelin in Zusammenarbeit mit den Porsche Ingenieuren für die aktuellen Porsche 911, Boxster und Cayman Modelle entwickelt. Nur deshalb darf er die **N-Spezifikation** tragen – das Zeichen für Porsche Qualität.

- **Ausgezeichnete Traktion und sehr gutes Bremsverhalten auf Schnee und Eis durch neuartige Lamellenstrukturen**
- **Optimierung der Haftung im Niedrigtemperaturbereich durch eine neue Laufflächenmischung**
- **Sehr gutes Fahrverhalten auf trockener Fahrbahn**
- **Verbessertes Handling und optimale Lenkpräzision**
- **Sehr gute Bremsleistung auf nasser Fahrbahn**
- **Sehr gute Aquaplaningeigenschaften**
- **Niedriges Geräuschniveau**
- **Niedriger Rollwiderstand zur Verbrauchsreduzierung**

Mit der für Porsche typischen N-Spezifikation für die aktuellen Porsche 911, Boxster und Cayman Modelle zugelassen.

MICHELIN
Wir bringen Sie weiter

3. Club Management

Teilnahmegebühren für internationale Großveranstaltungen

Back to the roots

Die letzten Punkte während der Sitzung des European Porsche Club Committee 2007 waren gerade abgehakt, da kam noch ein Thema auf den Tisch, auf das die Präsidenten und die Porsche Clubbetreuung während des vergangenen Jahres immer wieder angesprochen wurden: die Höhe der Teilnahmegebühren für große internationale Veranstaltungen.

Viele Clubmitglieder empfinden die aktuellen stetig steigenden Kosten für ein derartiges Wochenende als zu hoch. Sie wünschen sich, dass die Kosten geringer gehalten werden, um somit allen Clubmitgliedern eine Teilnahme zu ermöglichen und damit den eigentlichen Sinn von Clubveranstaltungen im Auge zu behalten: Die Marke Porsche gemeinsam zu erleben.

Bereits im Jahr 2000 wurde von den europäischen Clubpräsidenten festgelegt, dass die Teilnahme an einem internationalen Treffen nicht mehr als 1.000 Euro pro Fahrzeug kosten sollte. Aber die aktuelle Entwicklung zeigt eine immer höher ansteigende Grenze von nun fast bis zu 2.000 Euro. Und das, nachdem mit den letzten Jahren bei rund 1.500 Euro Teilnahmegebühr pro Fahrzeug die Spitze erreicht zu sein schien.

Wie konnte es zu dieser Kostenentwicklung kommen? So wie sich die Porsche Clubs weiterentwickelt haben, so hat sich natürlich auch der Charakter der Veranstaltungen verändert. Früher hatte man sich schon mal gefreut, wenn eine noch so kleine, aber eben „erste“ Veranstaltung gut lief und ein Erfolg wurde. Aber sind wir ehrlich zu uns selbst, man ging auch aus jeder Veranstaltung gestärkt hervor: Nächstes Mal machen wir die Veranstaltung noch größer, besser, umfangreicher, erlebnisreicher.

Heute erfreuen wir uns an perfekt organisierten Events. Mit Begeisterung und großem Einsatz der Clubs vorbereitet, mit Übernachtungen in besten Hotels in tollen Regionen, versehen mit einem attraktiven Rahmenprogramm. Die Veranstaltungen wurden größer, perfekter, moderner und passten sich so der Zeit an. Und das finden wir auch gut so.

Dennoch appelliert die Porsche Clubbetreuung im Namen der Clubmitglieder an alle Clubs, zu versuchen die Kosten und damit die Teilnahmegebühren zu senken, und einen Weg zu finden, zu einfacheren und ebenso schönen und erlebnisreichen Veranstaltungen.

„Back to the roots“, also zurück zu den Ursprüngen zu gehen, bedeutet ja nicht zwangsläufig weniger interessante Events. Es bedeutet, wieder den eigentlichen Sinn von derartigen Treffen in den Mittelpunkt zu stellen: sich mit anderen Porsche Enthusiasten auszutauschen und eine schöne gemeinsame Zeit zu genießen. Und das ist zum Glück nicht vom Luxusstandard eines Hotels abhängig. Eine perfekte Organisation, liebevoll ausgewählte Locations, ein hilfsbereites Organisationsteam, glückliche Teilnehmer und ein rundum harmonisches Leistungs- und Kostenverhältnis zeichnen eine gute Veranstaltung aus.

Allein schon die Alternative zwischen zwei Hotelkategorien auswählen zu können, wäre ein erster Schritt die Kosten einzugrenzen, und ein größeres Angebotsspektrum an eine breitere Zielgruppe zu richten. Und so könnte wieder mehr Mitgliedern unserer Porsche Clubgemeinde begeisternde Erlebnisse im Kreise von gleichgesinnten Enthusiasten ermöglicht werden.

Bei aller Diskussion über Kosten möchten wir jedoch betonen, wie sehr wir Ihr Engagement und Ihren Einsatz für die vielen Porsche Veranstaltungen schätzen. Wir freuen uns schon heute auf viele gemeinsame Stunden im Rahmen der Porsche Clubveranstaltungen und wünschen Ihnen viel Freude und Erfolg für 2008.

Ihre weltweite Porsche Clubbetreuung
der Porsche AG

4. Infobörse

Porsche Tequipment

Starke Leistung

Kraft und Dynamik: Der Cayenne Turbo mit Leistungssteigerung

Innovatives Design: Schon der Blick in den Motorraum verspricht Leistung pur

Der Begriff „Turbo“ ist bei Porsche nicht nur ein Synonym für außergewöhnliche Leistung. Er steht auch für einen ganz besonderen Anspruch. Der Cayenne Turbo führt diese Tradition fort. Wie kaum ein anderes Fahrzeug seiner Klasse vereint er Kraft, Dynamik und Agilität. Ein Fahrvergnügen mit Gänsehaut – typisch Porsche eben.

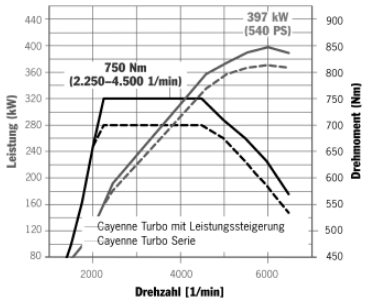
Jetzt hat Porsche die Messlatte noch ein Stück höher gelegt. Mit der von Exclusiv & Tequipment angebotenen Leistungssteigerung lässt sich die ohnehin schon beeindruckende Performance des Cayenne Turbo noch weiter verbessern – ab Werk oder nachträglich bei Ihrem Porsche Partner. Die Leistungssteigerung von 500 auf 540 PS genügt höchsten Ansprüchen hinsichtlich Haltbarkeit und Leistungscharakteristik.

Erreicht wird das Plus an Power durch eine neue Sauganlage und Eingriffe in die Motorelektronik. Das Resultat: 397 kW (540 PS) bei 6000/min. Das maximale Drehmoment steigt um 50 Nm auf 750 Nm (zwischen 2250 und 4500/min). Die Beschleunigung von 0 auf 100 km/h beträgt 4,9 Sekunden, die Höchstgeschwindigkeit 279 km/h. Beeindruckende Werte, die mehr sind als einfach nur Zahlen. Schon das Design des Motorraums verspricht Leistung pur. Die Drosselklappenabdeckung aus leichtem Carbon und eine Plakette aus gebürstetem Aluminium sind Elemente, die schon optisch eine würdige Alleinstellung dokumentieren. Das gilt auch für die titanfarbene Sauganlage mit Carboneinlegern und silberfarbenem „turbo“ Schriftzug.

Eine vergrößerte Bremsanlage sorgt dafür, dass Sie die Kraft jederzeit sicher kontrollieren können. Zum Einsatz kommen 6-Kolben-Aluminium-Monobloc-Bremssättel sowie innenbelüftete, zweiteilige Bremsscheiben mit 380 mm (Serie: 368 mm) Durchmesser und einer Dicke von 38 mm (Serie: 36 mm). Das Fahrwerk wurde an der Vorderachse durch Spurstangen sowie durch eine modifizierte Kardanwelle an die höheren Anforderungen angepasst. Wegen der größeren Bremsanlage und der gesteigerten Fahrdynamik ist die Leistungssteigerung Cayenne Turbo nur mit 21 Zoll Porsche Rädern kombinierbar. Im Winter sind mindestens 19 Zoll Porsche Winterräder erforderlich.

Das Ergebnis: Noch mehr Gänsehaut – oder noch mehr Gelassenheit. Ganz wie Sie wollen.

Kraftstoffverbrauch
Nach 80/1268/EWG in derzeit gültiger Fassung
Innerstädtisch: 22,5l/100 km
Außerstädtisch: 10,5l/100 km
Gesamt: 14,9l/100 km
Emissionsmenge CO2
Gesamt: 358 g/km



Weitere Informationen zum kompletten Produktprogramm von Porsche Tequipment und die aktuellen Tequipment-Kataloge erhalten Sie bei Ihrem Porsche Partner oder im Internet unter www.porsche.com. Bitte besuchen Sie unter dieser Adresse auch unseren Online Shop mit einem Angebot an ausgewählten Tequipment Produkten.

Hier erfahren Sie mehr – Porsche Online: Telefon 01805 356 - 911, Fax - 912 (EUR 0,12/min) oder www.porsche.de.

Wenn Zuverlässigkeit ihren Preis hat,
wie teuer ist dann Unzuverlässigkeit?

Porsche Service

PORSCHE

Porsche Travel Club
Wüsten Camp Dubai

Vom Fischerdorf zur Millionenmetropole: In wenigen Jahrzehnten ist aus dem Beduinenstädtchen Dubai eine „Boomtown“ in der Wüste geworden. Mit seiner beeindruckenden Skyline aus Wolkenkratzern, breiten Prachtstraßen, Shoppingzentren und Yachthäfen fasziniert Dubai Besucher aus aller Welt.

Sei es das weltweit höchste Hotel, eine Skihalle oder ein Golfplatz in der Wüste, die Inseln in Form einer Palme oder die Formel-1-taugliche Rennstrecke – Visionen der Zukunft sind in Dubai bereits Gegenwart. Beim Wüsten Camp Dubai vom Porsche Travel Club konnte das von den Teilnehmer hautnah mit dem Cayenne erlebt werden.

Am ersten Tag wurden die Teilnehmer von der Porsche Reiseleitung am Dubai International Airport empfangen und im Porsche Cayenne zum luxuriösen Hotel Bab Al Shams gebracht. Nach einem exklusiven Frühstück im Restaurant Al Forsan am nächsten Morgen fuhren sie mit den zur Verfügung gestellten Porsche Cayenne in das nur 15 Minuten entfernte Wüsten Camp. Nach einer kurzen Einweisung in die Porsche Cayenne Offroadtechnik und in die einzelnen Fahrsektionen unter der Anleitung von Porsche Instrukteuren ging es am späten Nachmittag zur ersten Wüstenexkursion über Dünen zurück zum Hotel.

Am dritten Tag stand ein weiteres Abenteuer an: ein Fahrtraining auf den beeindruckenden Sanddünen bei Al Madam mit anschließendem Mittagessen mitten in der Wüste. Abends erlebten die Teilnehmer in der ebenfalls in der Wüste aufgebauten Sunset Bar bei einem Glas Champagner einen faszinierenden Sonnenuntergang wie aus Tausendundeiner Nacht. Anschließend wurden die Porsche Cayenne durch Kamele ausgetauscht. Auf deren Rücken ging es zu einem arabischen Beduinenzelt, in dem das landestypische Abendessen vorbereitet war.

Der vierte Tag: Nach dem Frühstück starteten die Teilnehmer zu einer Fahrt über die Wüstenautobahn in Richtung Kalba zu den wunderschönen Sanddünen von Maleha. Am Nachmittag erlebten die Teams eine aufregende Quad Bike Tour in den Dünen, anschließend

wurden sie im Jumeirah Beach Hotel zum Cocktail in der 360° Rooftop Bar geladen. Das Farewell Dinner im Villa Beach Restaurant auf der Insel „The Palm“ schloss dieses spannende und ereignisreiche Porsche Wüsten Camp vollendet ab. Am nächsten Tag brachten die Porsche Organisatoren zufriedene und überglückliche Teilnehmer zum Dubai Airport zurück, von wo aus sie ihre individuelle Heimreise antraten.

Beim Wüsten CampS, bei dem die vorherige Teilnahme am Wüsten Camp Dubai vorausgesetzt ist, werden die Fahrsektionen noch anspruchsvoller arrangiert. Ein zusätzlicher Höhepunkt ist dabei das halbtägige Fahrtraining auf dem Dubai Autodrom, einer Formel 1 tauglichen Rennstrecke. Außerdem fahren die Teilnehmer eigenständig und mit eigener Navigation durch die Wüste von Al Madam.

Unbefestigte Wege, steile Dünen und anspruchsvolle Geländesektionen lassen die Teilnehmer des Wüsten Camp Dubai das Abenteuer Wüste im wahrsten Sinne hautnah erfahren. Perfekt organisiert vom Porsche Travel Club: faszinierende Erlebnisse, abgestimmt bis ins kleinste Detail!

Porsche Travel Club
Tel.: +49 (0) 711 911 78155
E-Mail:
travel.club@porsche.de
www.porsche.de/travelclub

Porsche Sports Cup
Termine 2008

Nach der erfolgreichen Porsche Sports Cup Saison 2007 startet die Kunden- und Clubsportserie von Porsche Deutschland mit bewährtem Programm in ihr viertes Jahr.

Beim Porsche Sports Cup haben alle Rennsportinteressierte, mit oder ohne Rennfahrerlizenz, die Möglichkeit, in verschiedenen Serien an den Start zu gehen. So können zum Beispiel beim Porsche Driver's Cup die Teilnehmer unter Anleitung von Instrukteuren ihr Fahrkönnen verbessern und mehr Gefühl für den eigenen Porsche entwickeln. Es wird das Wissen zur Ideallinie sowie zum richtigen Bremsen, Einlenken und Beschleunigen in und nach Kurvenpassagen vermittelt. Und zum Abschluss der Trainingsfahrten steht eine Gleichmäßigkeitsprüfung auf dem Programm. Somit ein idealer Einstieg in den Rennsport.

Für diejenigen, die bereits eine Rennfahrerlizenz erworben haben, bietet der Porsche Sports Cup verschiedene lizenzpflichtige Serien: die Porsche Driver's Challenge als Gleichmäßigkeitsprüfung, den Porsche Sports Cup sowie den Porsche Super Sports Cup als Sprintrennen mit Michelin Straßen- bzw. Michelin Rennreifen und die Porsche Sports Cup Endurance als zweistündiges Langstreckenrennen.

Detaillierte Informationen und Ausschreibungsunterlagen zu den einzelnen Serien finden Sie auf der Homepage des Porsche Sports Cup unter www.porschesportscup.de.

PORSCHE
SPORTS CUP
DEUTSCHLAND

Der Porsche Sports Cup – ein Wochenende für Rennfahrer, Motorsportinteressierte, Porsche Fans und Familien.

3. – 4. Mai	**Hockenheim**
17. – 18. Mai	**Nürburgring**
14. – 15. Juni	**Oschersleben**
9. – 10. August	**Spa-Francorchamps**
13.–14. September	**EuroSpeedway Lausitz**
4. – 5. Oktober	**Hockenheim**

Hier erfahren Sie mehr – Telefon 0711 911 - 27150 oder www.porsche.de/classic.

Wir sorgen dafür, daß er bis ins hohe Alter seinen Spieltrieb nicht verliert.

Porsche Classic.

Wartung, Restaurierung und Originalteile für Ihren Porsche Klassiker.

PORSCHE

5. Reportagen

Porsche Club Deutschland, Cayenne Register

Abenteuer pur: Mit dem Cayenne durch die libysche Sahara

Mit dem Cayenne durch die Sahara – das war bisher für die meisten Porsche Freunde höchstens ein Wunschdenken. Vier Teams vom Porsche Club Deutschland haben sich im November letzten Jahres dieser Herausforderung gestellt und sich damit einen Traum erfüllt.

Mit neun Millionen Quadratkilometern ist die Sahara die größte Wüste der Welt, sie zieht sich durch mehrere Staaten im nördlichen Teil Afrikas. Libyen selbst hat eine Größe von 1,775 Millionen Quadratkilometern, von denen etwa 90 Prozent Wüste sind. Die rund 6,2 Millionen Einwohner leben daher vorwiegend in der Küstenregion am Mittelmeer und in den wenigen grünen Oasenbereichen im Landesinnern.

Ermöglicht wurde diese abenteuerliche Reise nach Libyen durch zwei Mitglieder des Porsche Club Schwaben, die mit ihren Geländefahrzeugen schon mehrfach verschiedene Gebiete der Sahara durchfahren hatten. Hilfreich waren auch entsprechende Kontakte zu einem libyschen Geschäftsmann, der solche Unternehmungen organisiert. Denn ohne einen libyschen Begleiter, der sich um die Abwicklung der Grenzformalitäten, der regelmäßigen behördlichen Kontrollen im Land und auch um die Sicherheit der ausländischen Gäste kümmert, ist zurzeit eine Fahrt durch Libyen nicht gestattet. Mit Unterstützung des Cayenne Registers vom Porsche Club Deutschland wurde so die „Porsche Cayenne Libyen Tour 2007“ ins Leben gerufen, eine äußerst individuelle und anspruchsvolle Reise, wie sie bisher noch nicht vom Porsche Club angeboten wurde.

Neun Fahrzeuge fanden für die Tour zusammen. Neben den vier Cayenne Teams waren noch vier weitere Teams von Freunden dabei, allerdings mit Geländewagen anderer Fabrikate, sowie ein Versorgungsfahrzeug.

Das Spannende an dieser Tour war natürlich auch herauszufinden, wie der Cayenne die Wüste meistert und wie man sich in der Sahara sicher bewegen kann. Außerdem wurden den Teilnehmern Sehenswürdigkeiten, Naturwunder und Erlebnisse beschert, die wohl einmalig auf der Welt sind.

Alle Teilnehmer trafen sich am 3. November in Genua für die gemeinsame Fährüberfahrt nach Tunis. Von dort ging es weiter bis Hammamet und am nächsten Morgen zur libyschen Grenze. Hier lernten die Teams gleich ihre erste Lektion: Man braucht Geduld und Zeit für die Grenzabfertigung – obwohl sich unser libyscher Reiseleiter darum kümmerte. Schließlich waren die Visa ausgestellt, die libyschen Kennzeichen an den Fahrzeugen angebracht und die Pässe abgestempelt. Dann ging es weiter nach Zuwara zur ersten Übernachtung. Dort warteten sechs weitere Begleiter auf uns: die Fahrer des Führungsfahrzeuges und der Begleitfahrzeuge, der Sicherheitsbeamte und die Köche, alle gleichzeitig auch Helfer, die immer mit zupackten, wenn Not am Mann war. Jetzt war das Team komplett und am nächsten Tag ging es weiter Richtung Süden.

Das erste Ziel der Reise war das Akakusgebirge im äußersten Südwesten von Libyen, das wegen seiner jahrtausendealten Felsmalereien und der bizarren Landschaft zum Weltkulturerbe ernannt wurde. Steinige Pisten wechselten ab mit weitläufigen Sandflächen und hohen Dünen. Schnell wurde den Cayenne Teams klar, auf was es bei diesem unwirtlichen Gelände ankam: Das PSM musste ausgeschaltet sein, um den weichen Sand durchqueren zu können, und ein möglichst geringer Luftdruck in den Reifen war Voraussetzung für eine gute Traktion im Dünensand. Geländeniveau und Untersetzung waren überall dort hilfreich, wo es durch tiefen Sand und über steile Hänge ging. Nicht zuletzt war das richtige Gefühl für das Fahrzeug und eine feinnervige Dosierung von Kraft und Geschwindigkeit wichtig, um mit dem Cayenne eine steile

Düne zu erklimmen und sich oben auf dem Scheitelpunkt sanft und sicher der ebenso steilen Abfahrt anzuvertrauen. Schon nach zwei Tagen Durchquerung des Akakusgebirges waren sich alle einig: Diese einmaligen Erlebnisse und auch die Erfahrung, wozu der Cayenne fähig ist, war die 3.000 Kilometer lange Anreise aus der Heimat wert.

Aber es sollte noch besser kommen. Nachdem die Cayenne wieder festen Boden unter den Reifen hatten, ging es Richtung Nordosten weiter, in den Teil der Sahara, in dem kein Stein mehr zu finden ist und der einen in die unvorstellbare Grenzenlosigkeit der Wüste entlässt. Hier wartete das nächste Abenteuer: die Fahrt zu den Mandara Seen, die nur mit einem wirklich wüstentauglichen Fahrzeug zu erreichen sind. Die libyschen Begleiter hatten schon darauf hingewiesen, dass aufgrund der sehr hohen Dünen und des teilweise sehr tiefen Sandes nun der schwierigste Teil der Reise vor uns lag. So tauchte der Konvoi ein in die unbeschreibliche Weite von sich aneinander reihenden Dünen, die nun Mensch und Material besonders forderten. Aber mit jeder Düne und jedem Kilometer wuchs die Sicherheit im Umgang mit dem Cayenne. Dennoch mussten manchmal Bergegurt und Sandschaufel zum Einsatz kommen, sowohl bei den Cayenne als auch bei den anderen Fahrzeugen. Denn im Gegensatz zu den libyschen Begleitern, die einen Großteil ihres Lebens in der Wüste verbringen und den richtigen Weg durch den Sand finden, kann man als Wüstenneuling nicht immer erkennen, ob auf einmal der sogenannte „soft sand“ auf einen wartet. Aber mit echtem Teamgeist wurde jedes Fahrzeug immer in Windeseile befreit und die Fahrt konnte weitergehen. Zwischendurch gab es dann auch immer wieder unendlich weite Pisten, auf denen die Porsche natürlich ihre Leistung voll ausreizten, um auch mal etwas zügiger und zugegebenermaßen mit sehr viel Fahrspaß die in der Ferne auftauchenden nächsten Dünen anzusteuern.

Nach anstrengender, aber erlebnisreicher Fahrt erreichte der Trupp die Oasen mit den berühmten Salzseen, die wie kleine Juwelen inmitten der Sahara eingebettet sind – eine fast unwirkliche Postkartenidylle. Am Abend ließen dann ein Lagerplatz in der Einsamkeit mit nichts als Dünen so weit das Auge reicht, die absolute Stille und ein fantastischer Sternenhimmel die Strapazen der letzten Tage vergessen. So brach der Konvoi am nächsten Tag mit Wehmut wieder auf, um die Wüste langsam hinter sich zu lassen und die lange Heimreise anzutreten.

Die vier Cayenne Teams hatten mit dieser Tour Pionierarbeit geleistet. Durch „Learning by doing“ hatten sie die Wüstentauglichkeit ihrer Fahrzeuge abseits der geteerten Straßen unter Beweis gestellt. Keiner der libyischen Begleiter hatte zuvor einen Cayenne durch die Sahara fahren sehen und alle waren beeindruckt davon, wozu dieser sportliche Geländewagen fähig ist. Übrigens bestätigten alle Fahrerinnen und Fahrer, dass ihnen für diese Tour die Teilnahme an einem Offroad Training in Reutlingen als Vorbereitung viel gebracht hat.

Somit haben alle mit ein wenig Stolz die Rückreise angetreten. Die Teams werden dieses Wüstenabenteuer nie vergessen und in Gedanken sind sie schon bei der nächsten Herausforderung für ihre Cayenne.

Für denjenigen, der jetzt Interesse am Offroad Fahren bekommen haben, bietet das Cayenne Register folgende Veranstaltungen an: Am 19. April findet ein Fahrsicherheitstraining am Nürburgring mit einem Offroad Training für Cayenne statt. Am 4. Mai erfolgt wie in den letzten beiden Jahren das bewährte Offroad Training auf der Motocross Strecke in Reutlingen. Weitere Informationen dazu finden Sie unter www.porsche-club-deutschland.de.

Text: Dr. Gabriele Lehari
Fotos: Hubertus Drobik

Porsche Club Deutschland
Präsidentin: Ilse Nädele
Tel.: +49 (0) 711 75 04 654
Fax: +49 (0) 711 75 04 655
E-Mail:
info@porsche-club-deutschland.de

Abenteuer pur:
Impressionen aus der libyschen Sahara

Abenteuer pur:
Impressionen aus der libyschen Sahara

Porsche Club South Africa, Central Region

Porsche Club GT3 Day in Kyalami: Rekordverdächtig

Der Porsche Club South Africa, Central Region veranstaltet zweimal im Jahr seine Fun Days auf dem Kyalami Race Track. Am 4.11.2007 fand im Rahmen dieser Fun Days der Porsche Club GT3 Day statt. Das Porsche Zentrum Randburg sponserte das Event und stellte zwei Cayenne für Offroad Trainings zur Verfügung.

Das Zentrum hatte seine gesamten GT3 und GT3 RS Kunden angeschrieben und eingeladen, denn die Veranstaltung hatte eine sportliche Ambition: einen GT3 Teilnahme-Rekord aufzustellen. Zudem hatte das Porsche Zentrum Randburg noch eine ganze Reihe an gebrauchten GT3 und GT3 RS zum Kauf ausgestellt. Michelin hatte drei Sets Reifen für die Offroad- und Rennstrecke Demos zur Verfügung gestellt und ein aktueller 911 GT3 Cup wurde auf einem Michelin Stand ausgestellt.

So trafen sich 48 Kunden mit ihren GT3 zum Breakfast Run beim Porsche Zentrum Randburg. Von dort ging es zum Kyalami Race Track. Nach einem Frühstück im Hospitality Zelt starteten die Cayenne Demorunden. Der Club hatte für seine Mitglieder und die 80 Porsche Gäste, die zusätzlich am Fun Day teilnahmen, spezielle Rennstreckenangebote organisiert. Die Gäste könnten auch an einem Cayenne Offroad Fahrtraining unter Leitung von erfahrenen Porsche Instruktoren teilnehmen.

Insgesamt konnte der Porsche Club South Africa, Central Region und das Porsche Zentrum Randburg 48 911 GT3 und GT3 RS aufbieten. Zusammen mit den 12 ausgestellten Gebrauchtfahrzeugen waren insgesamt 60 Fahrzeuge auf dem Race Track. Ein beeindruckender Rekord, der einen gelungenen Porsche Club Fun Day abrundete.

Porsche Club South Africa, Central Region
Präsident: Dave Parratt
Tel.: +27 (0) 833 07 8116
Fax: +27 (0) 119 12 46 49
E-Mail:
parrat_d@mtn.co.zn

Porsche Club Japan

Japan trifft Griechenland: Man spricht Porsche

Eine Gruppe von Mitgliedern des Porsche Club Japan kam im Mai 2007 zu einer Werksbesichtigung nach Leipzig. Außer dem spannenden Rundgangprogramm kam es in den Hauptbahnhof-Promenaden zu einer neuen Freundschaft.

Nach dem Werksbesuch in der Produktion in Zuffenhausen und der Porsche Tour Bayern besuchten Kiyoshi Ozaki und seine Freunde aus dem japanischen Osaka zum ersten Mal Leipzig.

Bereits vor ihrer Landung auf dem Flughafen Leipzig/Halle waren sie vom Fenster des Flugzeugs aus vom Anblick des Porsche Werkes Leipzig fasziniert. Nach dem Mittagessen im Ausstellungsbereich wurden sie zur Produktion des Cayenne geführt, die sie mit einer ganz anderen Atmosphäre als das Werk in Zuffenhausen empfing und tief beeindruckte. Ein weiterer aufregender Teil des Programms war die Mitfahrt in einem neuen Cup Elfer auf der Teststrecke.

Am nächsten Tag war eine Stadtbesichtigung mit Shopping geplant. Der erste Halt wurde an den Hauptbahnhof-Promenaden gemacht. Nach einem Shoppingrundgang durch das Bahnhofsgebäude bemerkte Kiyoshi Ozaki noch eine andere Gruppe ausländischer Touristen. An ihren T-Shirts erkannte er sie als Mitglieder des Porsche Club Griechenland, die ebenfalls für eine Werksbesichtigung nach Leipzig gekommen waren. Beide Gruppen, die weder Deutsch noch Englisch sprachen, machten sich über den „Porsche Talk“ bald miteinander bekannt und verewigten ihre neue Freundschaft auf gemeinsamen Fotos. Auch Porsche Club Visitenkarten wurden ausgetauscht. Später am Nachmittag traf man sich zufällig noch einmal im Westin Leipzig, und der „Porsche Talk“ ging an der Bar weiter.

Nach der Rückkehr der Gruppe nach Japan erhielten sie T-Shirts vom Porsche Club Griechenland, die ihnen der Präsident des Clubs, George Varsamis, persönlich zugeschickt hatte. Der Porsche Club Japan verschickte dann ebenfalls seine T-Shirts. Wenn man dieselbe große Leidenschaft für Porsche besitzt, ist die Sprache überhaupt kein Hindernis für die Verständigung. Denn „Porsche“ ist eine echte Weltsprache.

Porsche Club Japan
Präsident: Dr. Nobuo Oda San
Tel.: +81 (0) 92 831 32 36
Fax: +81 (0) 92 821 60 25
E-Mail: pc@porscheclub.jp

6. Reportagen Classic

Porsche 356 Club Deutschland

Stammtisch Köln hilft Kindern in Not

Porsche 356 Club Stammtischmitglieder waren als Spendenüberbringer zu Besuch in der Kinder-Onkologie der Universitätsklinik Köln.

Die freudige Mission einer Spendenübergabe führte am 20.11.2007 die Stammtischmitglieder der Region Köln mit weiteren Spendern in die Universitätsklinik. Bei einem spontanen Spendenaufruf für krebskranke Kölner Kinder während des 32. Jahrestreffens des Porsche 356 Club Deutschland in der Rheinmetropole waren mehr als 7.500 Euro zusammengekommen.

Dieser Aufruf wurde durch die bundesweite Aktion „Tour der Hoffnung“ als besonders lobenswert bewertet und die Summe auf 10.000 Euro aufgerundet.

Nach einer kurzen Einführung in die Aufgaben der Kinderklinik durch deren Leiter Prof. Dr. Frank Berthold konnten die Spendenüberbringer den großen Spendenscheck überreichen.

Die Stammtischmitglieder Thomas Ernst und Ralf Dobro nutzten die Gelegenheit, sich herzlich bei den großzügigen Spendern von Porsche Design Time Pieces, dem Porsche Zentrum Bergisches Land, Eberhard Hess, LHD Dienstbekleidung, Motorsportmaler Uli Ehret und Karl-Günther Diederichs zu bedanken.

Prof. Berthold dankte allen „356ern“ des Clubs für die gute Tat und wünschte allen allzeit eine gute Fahrt.

Porsche 356 Club Deutschland
Präsident: Ludwig Funk-Fritsch
Tel.: +49 (0) 7522 97 67 31
Fax: +49 (0) 7522 97 67 32
E-Mail:
info@porsche-356-club-deutschland.de

Porsche 356 Club of Japan

Porsche 356 Holiday 2007 in Japan

Alle zwei Jahre veranstaltet der Porsche 356 Club of Japan in verschiedenen Regionen des Landes die Porsche 356 Holiday. Im Jahr 2007 fand das Event auf der Halbinsel Shima statt, die für Japans heiligsten Shinto-Schrein Ise und eine bedeutende Perlenzucht berühmt ist. Eine lang gestreckte Küstenlinie mit unzähligen Buchten und kleinen Inseln bietet einen wunderschönen Rahmen für Fahrerlebnisse der besonderen Art.

Die 10. Porsche 356 Holiday fand am 6. und 7. Oktober 2007 auf der Halbinsel Ise-Shima in Japan statt. Bei perfekten Wetterbedingungen wurden die Teilnehmer am Eingang des Spain Mura, dem Spanischen Dorf, einem bekannten Freizeitpark im andalusischen Stil, willkommen geheißen. Über 60 Porsche 356 Fahrzeuge und 140 Mitglieder des Porsche 356 Club of Japan waren mit ihren Familien aus ganz Japan angereist. Zu Beginn der Porsche 356 Holiday wurden die Fahrzeuge, unterteilt nach den verschiedenen Epochen, im Eingangsbereich zur Schau gestellt. Einige von ihnen konnten stolz ihre erst vor Kurzem erworbenen offiziellen Porsche Kardex Zertifikate vorweisen.

Im Hauptbereich erwartete die Teilnehmer dann als Überraschung eine faszinierende Sonderausstellung des 356 Leichtmetall Coupés von 1951, die vom Porsche Museum Stuttgart per Luftfracht hierher transportiert worden war. Mit diesem 356 Leichtmetall Coupé als Klassensieger fuhr Porsche 1951 seinen allerersten Sieg in Le Mans ein. Auch ein 550 Spyder und ein 904 wurden neben dem 356 Leichtmetall Coupé ausgestellt. Diese drei historischen Wagen bildeten die stolzen Repräsentanten des historischen Porsche Rennsports.

Neben der Sonderausstellung standen sechs gut erhaltene Porsche 356 Fahrzeuge und warteten auf die Bewertung für den Concours d'Elégance. Der 356 Speedster von 1955 ging als Gewinner daraus hervor. Die insgesamt neun historische Fahrzeuge und die Kandidaten für den Concours d'Elégance faszinierten nicht nur die Clubmitglieder, sondern auch die anderen Parkbesucher. Lokale Fernsehsender wie auch mehrere Zeitungen berichteten von diesem Ereignis. Im Anschluss an die Jahrestagung fand ein Galadinner statt. Der Präsident des

Porsche 356 Club of Japan, Sumio Iseki, begrüßte die Gäste und Alexander E. Klein von der Porsche Clubbetreuung hielt die Eröffnungsrede. Über 140 Gäste stießen mit Porsche Sekt an und es wurden vorzügliche lokale Gerichte wie Hummer und Sashimi serviert. Die Preisverleihungszeremonie des Concours d'Elégance und eine Auktion von Porsche Fanartikeln trugen zur Unterhaltung der Gäste bei.

Am immer noch sonnigen Sonntagmorgen startete für alle Porsche 356 Fahrer die Zeitrallye, die für einige Stunden durch kleine Fischerdörfer und eine farbenfrohe Berglandschaft führte. Einige Fahrer genossen die herrlichen Aussichten so sehr, dass sie dabei vergaßen, auf eine gute Zeit zu achten. Die Porsche 356 Holiday 2007 endete schließlich mit der Siegerehrung der Zeitrallye und einem Abschiedsmittagessen.

Aus dem Ausland wurde ein Mitglied des 356 Registry von den 140 Teilnehmern herzlich begrüßt. Am beliebtesten unter den Teilnehmern war der 2-jährige Mirai Muto mit seinem eigenen 356 Speedster. Dieser war ein besonderes Weihnachtsgeschenk seines Vaters, Hideki Muto. Die meisten Einzelteile waren in Handarbeit hergestellt worden, wie zum Beispiel Haubengriff, Fensterkurbel, Türgriff sowie Lenkrad. Der Bau dieses besonderen Fahrzeuges hatte über ein Jahr gedauert. Das Ergebnis ist 100 Prozent Porsche und er ist in derselben Farbe lackiert wie der 59er Porsche 356 A des Vaters. Vater und Sohn hatten viel Spaß bei der gemeinsamen Tour ihrer beiden 356 Speedster während der Porsche 356 Holiday.

Ein Konvoi mit der gesamten Porsche 356 Modellpalette verschmolz mit der bezaubernden japanischen Landschaft.

Die Porsche 356 Holiday 2007 wurde somit zu einem weiteren unvergesslichen Höhepunkt ihrer mehr als 30-jährigen Geschichte. Die nächste Porsche 356 Holiday findet 2009 im japanischen Osaka statt.

Porsche 356 Club of Japan
Präsident: Teruki Aoyama
Tel.: +81 (0) 3 5725 5005
Fax: +81 (0) 3 5723 6021
E-Mail:
356club@neko.co.jp

Hier erfahren Sie mehr – Telefon +49 (0)711 911 - 78155 oder www.porsche.de/travelclub.

Wir kennen nur einen Grund,
weshalb man Sie in die Wüste schicken sollte.

Der Porsche Travel Club.

PORSCHE