

60 Jahre Porsche Clubs – 30 Jahre PCD

Sie erinnern sich ... Neunzehnhundertzweiundfünfzig? War da etwas, das uns in fortdauernder Erinnerung bleiben sollte? Eigentlich ja, denn in diesem Jahr wurde – kaum zu glauben – das Bundesland Baden-Württemberg gegründet. Bundespräsident Theodor Heuss legte fest, dass nunmehr die 3. Strophe des Deutschlandlieds als Nationalhymne Verwendung finden sollte, Königin Elisabeth II. bestieg den Thron, die Bundesrepublik Deutschland wurde Mitglied des Internationalen Währungsfonds (IWF) ... **und dann war da noch etwas**, das uns ebenso immer erhalten bleiben mag: die Gründung des ersten Porsche Clubs. In 60 Jahren ist ganz schön viel passiert und nur ganz wenigen der über 181.000 Clubmitglieder des weltweit größten Markenclubs ist es noch vergönnt, sich an die ersten Tage zu erinnern. Dazu gehören zweifelsohne der Amerikaner Ginny und Jack Case, beide über 90 Jahre alt, seit 70 Jahren verheiratet und seit über 60 Jahren Porsche Fahrer. Selbstredend beglückwünschten die selektiv ausgewählten **Jubiläumsfeier-Teilnehmer**, der Vorstandsvorsitzende der PAG, **Mathias Müller**, und der Vertriebs- und Marketingvorstand, **Bernhard Maier**, sie bei der Feier im Porsche Museum mit stehenden Ovationen. Den circa 200 Teilnehmern dieser Jubiläumsveranstaltung (siehe Bericht Seite 6 bis 8) und den Kennern der Porsche Szene ist bewusst, dass an diesem denkwürdigen Tag, am 26. Mai 1952, genau vor 60 Jahren, der **Grundstein für den »Mythos Porsche«** gelegt wurde.

Einen Mythos zu feiern, zu hegen und zu pflegen ist das eine. Einen Mythos in das 21. Jahrhundert zu transferieren für die heutigen Porsche Manager hingegen eine wesentlich differenziertere Aufgabe. Ein Blick in die Garagen der Clubmitglieder zeigt, dass es (noch) diese, unsere jetzige 60+ Generation ist, die beides **hervorragend miteinander** vereinen kann, weil sie zeitmäßig frei und finanziell abgesichert ist. Dass neben einem Original 356er mit wenig gefahrenen Kilometern ein 997 steht und/oder ein GT3, ein Cayman und/oder der Cayenne für den Großeinkauf, ist keine Seltenheit. Den neuen 991 haben viele Clubmitglieder bestellt und warten auf die Auslieferungen. Wir, die Clubmitglieder, leben den in den Festreden so hoch beschworenen Mythos, schwelgen in Erinnerungen an die »gute alte Zeit« und finden **in jeder Ausgabe** des clubeigenen PCLife-Magazins die Bestätigung unserer Entscheidung für einen (oder mehrere) Porsche. Je nach Gusto, Witterung und Anlass steigen wir in eines unserer Lieblingsfahrzeuge, leben und lieben unsere Club-Philosophie. Fragt man jedoch die Jüngeren Clubmitglieder, diejenigen, die unsere Enkelkinder sein könnten, nach dem Mythos Porsche, der

Entstehungsgeschichte des 356 oder der Entwicklung des 911 herrscht **oft großes Schweigen und Unkenntnis** über das Entstehen einer Marke wie Porsche. Das Kürzel HvH (Huschke von Hanstein, der Urvater, Denker und Initiator aller Porsche Clubs) ist vielen Jüngeren unbekannt und endet oftmals in der Feststellung, dass man das »mal googlen« muss.

Das heißt nicht, dass sie sich mit dem Thema Porsche nicht auseinander setzen. Sie tun es anders, rationaler, mit einem Kosten-Nutzenrechner im Kopf. **Sind sie auch emotionsloser geworden?** Kümmerst sie Mythos und Traditionsgehebe? Vielleicht sehen sie nur einen kalkulierten »Invest auf Zeit«, denn Kind, Weib (umgekehrt Mann), Hund oder Katz warten bereits, hoffentlich auch der nächste Karriereschritt? Sie können anhand eines Auspuff-Endrohres erkennen, um welches Modell es sich handelt, die Steckbriefe leiern sie runter wie wir »Alten« das kleine 1 x 1.

Sie kennen jede Schraube, jede Motoreinstellung und (fast) jede CT-Option, wenn es gilt, das eigene Fahrzeug mit allem Sonderzubehör aus dem Schatzkästchen der Exclusive & Tequipment Abteilung maximal individuell auszustatten (siehe Seite 20). Es sind die neuen, die modernen Porsche Clubmitglieder, die mit ihren eigenen Vorstellungen den Sinn und Zweck, Porsche zu fahren und/oder sich im Porsche Club zu engagieren, für sich selbst erkunden. Und das ist gut so! Der alltägliche Umgang mit Smartphone und Tablet ist mittlerweile Standard. Sie wollen informiert sein und das sofort. Sie wollen »teilen« und »posten«. Für einen **Small-talk mag das genügen**. Mehr aber auch nicht – das wissen wir alle. Und trotzdem tun wir's – eben weil es cool, modern und unkompliziert, aber auch oberflächlich ist. Das ist der Tribut an den neuen Zeitgeist.

Wenn jedoch wirklich Hintergrundwissen – ja, Emotion – gefragt ist, dann möchten auch die Jungen weiterhin richtig lesen, in unserer virtuellen, flüchtigen Welt **etwas Handfestes** in der Hand halten. So konservativ wie Papa, der Opa oder auch wie ein Topmanager, Rechtsanwalt, Notar, denn das gilt fürs Private ebenso wie das Geschäftsleben. Papier bedruckte Freizeitmagazine durchblättern, dabei auf der Couch herumlungern oder auf dem »stillen Örtchen« sitzen, lesen, vor- und zurückblättern, schneller, nein **gezielter, als es ein Flash-Player** je möglich machen könnte, ein Eselsohr als Markierung setzen, in Archivexemplaren stöbern, intensiv nachlesen – mal ganz ehrlich: Wer erkennt sich

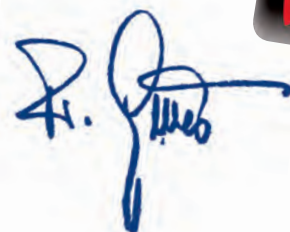
hier, und zwar unabhängig jeder Altersstufe, nicht wieder? Mit Bildern und Texten aus dem World Wide Web in Erinnerungen schwelgen? Lachhaft und nicht nachvollziehbar! Schnelle Infos ja, aber die traumhaft schönen Ferienbilder für den nächsten Urlaub, die Berichterstattung aus den Porsche Clubs, ganz besonders aus dem Motorsport und vieles mehr lassen sich nur auf Hochglanzpapier widerspiegeln – das **gilt für Printmagazine** ebenso wie für das gute alte Fotoalbum.

Neues und Bewährtes unter einen Hut zu bringen, ist seit 30 Jahren (hätten sie's gewusst?) die **Aufgabe des PCD** mit seinen nunmehr über 90 regionalen Porsche Clubs. **Es gilt, neue Wege** zu gehen (Beispiel ECADIA), den moder-

nen Anforderungen, dem Zeitgeist gerecht zu werden, ohne die alten bewährten Instrumente des Zusammenlebens im Club zu vernachlässigen. **Für die »schönen Dinge des Lebens« ist das PCLife-Magazin seit über 25 Jahren** festes

Sprachrohr und unentbehrliches Bindeglied zwischen dem PCD Vorstand und Ihnen, den Leserinnen und Lesern. Dass das PCLife-Magazin in der Sommerausgabe erstmals auch als **App für iPad und iPhone** zur Verfügung steht, zeigt, dass wir jede Art der Kommunikation nutzen, um mit Ihnen im regen Kontakt und Gedankenaustausch zu stehen.

In diesem Sinne



Ihr Frank J. Gindler
Chefredakteur

