

Rückblick 2012 Unser ZIEL nach Nirgendwo



Traditionell obliegt es dem Geschäftsführer, zum Abschluss eines Porsche Clubjahres eine Kehr-Aus-Einladung zu organisieren. Das galt auch 2012 – zum 22. Mal. Nur ... und damit beginnt das Aus und Ein, das A und O, Alpha und Omega. Quasi zum Abschluss seiner 27-jährigen Tätigkeit (siehe separater Bericht) des PC Brandenburger Tor krönte Manfred Pfeiffer (mit 3 „f“) diese mit einer Impossible-Tour, die lediglich unter dem Motto stand: »Durchs Land zum Ziel«. Einzig seine »andere Hälfte«, Lena Milde, war in die Geheimnis-Tour eingeweiht worden. Die Vorgeschichte dazu »lieferte« Bernhard Maier, oberster Vertriebs- und Marketingchef der Porsche AG, der in seiner Rede anlässlich der »60 Jahre Porsche Club«-Feier in Stuttgart unter anderem auch auf den Porsche Pavillon in der Autostadt Wolfsburg aufmerksam machte. »Ein Mann, ein Wort« – so ist er nun mal, der versierte und erfolgreiche Marketingmann. Er versprach noch am Büfett in Zuffenhausen, die Impossible-Tour durch und mit der tatkräftigen Mitarbeit von Sandra Mayer aus dem Community Management (früher hieß das mal Clubbetreuung) zu unterstützen. Mit im Boot war auch unser Mitglied Patrick Henkel, Geschäftsführer des PZ Berlin-Potsdam.

Und so standen Ende Oktober 18 Porsche und 39 Insassen bereit, um loszufahren mit dem Ziel nach Nirgendwo. Den ersten »unerwarteten« Stopp machten wir bei unserem langjährigen PCD Instrukteur, Alexander Schöbel, der uns bei einem Rundgang durch seine Firma das Thema Holz-Parkett-Verarbeitung näher brachte. Besonders stolz ist er mit seinen Mannen auf eine »Best of Germany«-Auszeichnung der renommierten ADE Architekturzeitschrift, die ihn für eine spezielle Holz-Mosaik-Fliesen-Kreation/Entwicklung ehrte.



Je weiter wir uns von Berlin entfernten, umso deutlicher verrieten uns die Straßen- und Ortsschilder das Ziel: Wolfsburg, die Autostadt. Zwei lange Tage waren die üblicherweise für das Management frei gehaltenen Parkplätze für uns reserviert. Jeder, der für seine Angestellten bzw. Direktoren Parkmöglichkeiten bereitstellt, weiß um die entsprechenden »Begehrlichkeiten«. Mit adreter, weiblicher Begleitung erreichten wir das Konzern-Forum, die Piazza. In einer Dreiergruppe marschierten wir ins Zeithaus, das uns die Geschichte des Volkswagens wieder ins Gedächtnis rief. Das jüngste Bauwerk mit seiner geschwungenen, frei schwebenden Dachkonstruktion erinnert – na klar – an die Silhouette eines Porsche. Sie wurde gänzlich aus leichtem Stahlblech gebaut und ruht ohne jegliche Spur von Schweiß- oder anderen Konstruktionsnähten auf der mattsilbernen schimmernden Außenfassade. Im Inneren konnten wir neben einigen »Lebensechten« alle Porsche im Modellmaßstab 1 : 3 bewundern. Soweit der offizielle Teil, auf den die eigene Entdeckungsreise folgte, und zwar in den Auto-Pavillons, die das gesamte Portfolio des Weltkonzerns VW präsentierten. Irgendwann trafen wir uns dann zum Plauschen, Essen und Trinken in der Zillestube des Holiday Inn Hotels wieder.

Am darauf folgenden Tag stellten wir unsere Porsche nach einem ausgiebigen sonntäglichen Frühstücksbüfett »standesgemäß« wieder in der Autostadt ab, um uns dem Augenschmaus hinzugeben, und zwar bei der Pavillon-Besichtigung von Lamborghini und Audi, Porsche und VW. Ja, und selbst Seat und Skoda, stellten wir fachmännisch fest, bauen »anständige« Autos. Ein Highlight für Augen und Ohren war das Höllen-Feuerwerk: Ein Lamborghini tauchte brüllend aus den Rauchschwaden auf und versetzte unsere Magenwände in Schwingungen – und die der anderen Besucher erst recht.



Dass die Autostadt auch eine operative Funktion hat, ist klar, schaut man auf die »nackten« Zahlen. Mehr als 500 Fahrzeuge werden täglich aus den Autotürmen heraus gefahren und ihren rechtmäßigen Besitzern (und/oder der Bank, die so etwas finanziert) übergeben. Und wer will, kann auf dem gegenüberliegenden Gelände anschließend gleich die Offroad-Tauglichkeit testen oder sich zeigen lassen, was alles in »ihm« steckt.

Den Abschluss unserer »Nirgendwohin-Tour« bildete eine maritime Panoramafahrt auf dem Mittellandkanal. Bei freundlichen und sonnigen Herbsttemperaturen genossen wir eine Stunde lang das Oberdeck der MS Havelland. Wer es nicht miterlebt hat, kann sich die Größe des VW-Geländes (z.B. mit Parkhäusern für mehr als 8.000 Pkw) mit seinen riesigen Produktionshallen einfach nicht vorstellen, fuhren wir doch sage und schreibe mindestens 30 Minuten lang schnurstracks gerade aus, und das entsprach einer Schenkellänge des VW-Konzerns. Von überall sahen wir das backsteinrote Hochhaus. Wir waren alle tief beeindruckt – und das muss was heißen! Manfred Pfeiffer