

Výlet do neznáma

JAK DOPADNE PRVNÍ LIMUZÍNA SPORTOVNÍ ZNAČKY PORSCHE?

Čas od času automobilky postaví model, který veřejnosti způsobí malý šok. Riziko někdy přinese fenomenální úspěch, mnohdy ale procházka po nevyšlapaných cestách končí zklamáním. Například superrychlý Bugatti Veyron si své zákazníky našel, supermalý smart se po osmi letech také dočkal.



Málokdo věřil v terénní Porsche Cayenne. Nakonec však díky němu automobilka zdvojnásobila svou produkci.

O tom, že Porsche chystá první limuzínu ve své skoro šedesátileté sportovní historii, si zákazníci této značky vyprávějí už několik let. Teď se však konečně dočkají. V létě příštího roku si do autosalonu mohou zajít pro novou Panameru. Auto, které podle redaktora Marcuse Eflera z německého časopisu Focus vypadá jako „devětset-jedenáctka, které někdo přidal dvoje dveře a protáhl ji na pět metrů“.

Tradicionalisté jsou vzteky bez sebe a už mobilizují své řady v internetových diskusích. „Modely Cayenne a Panamera by mohlo Porsche prodávat pod ruskou značkou Zil,“ sděluje své pocity na internetových stránkách deníku Auto Motor und Sport fanoušek Mathias. Jiný diskutující s přezdívkou Shaka zase nemůže odpustit své oblíbené značce spolupráci s Volkswagenem. „To hezčí SUV ze stáje Porsche se jmenuje Touareg,“ míní.

Jenže automobilka Porsche se až dosud při volbě modelu nikdy nezmylila. A to ani tehdy, když do její nabídky přibyl terénní model Cayenne. Pro automobilku znamenal tento vůz vstup do racionálního světa praktických aut.



Kdyby byla nová limuzína Porsche Panamera o tři centimetry delší, měřila by rovných pět metrů. Nejdelší model v historii značky přijde do prodeje v létě příštího roku, v nabídce bude se třemi motory. S výkonem 300, 400 a 500 koní.

„I ten největší příznivec Porsche 911 si jednoho dne založí rodinu,“ vzkázal kritikům šéf automobilky Wendelin Wiedeking. „A my nechceme, aby kvůli tomu musel odejít jinam.“

Stejně smýšlejících tatínků se po celém světě najde každým rokem kolem 40 tisíc a Porsche díky svému teréňáku mohlo zdvojnásobit produkci.

Není pochyb o tom, že hliníková Panamera, jejíž cenu zatím automobilka pečlivě tají, bude pro ženaté milovníky stuttgartské značky opět velkou výzvou – odhady mluví o 20 tisících prodaných limuzínách ročně. Jistě je

i to, že se nakonec všichni smíří s dieselovým motorem, který se pod kapotou porsche objeví co nevidět.

Vizionář Piëch

Když v roce 1998 koupil Volkswagen práva na užívání značky Bugatti, byli jeho akcionáři poněkud nervózní. A když následně koncernový boss Ferdinand Piëch nechal za miliony marek zrekonstruovat původní Bugattiho zámeček ve francouzském Molsheimu a vedle něj vystavěl supermoderní manufakturu, začali mít hlasité pochybnosti o návratnosti in-