„SCOPES driven by Porsche“ kommt nach Tokio

19/11/2019 Orte der Begegnung, des Wissens und des persönlichen Austauschs: Mit „SCOPES driven by Porsche“ hat der Sportwagenhersteller in weltweiten Metropolen ein Live-Eventformat für junge, urbane Zielgruppen erschaffen. Jetzt steht die nächste Auflage in Tokio an.

Mehr als zwei Wochen ist Porsche in einer außergewöhnlichen Location präsent, die die urbane Kultur der jeweiligen Stadt verkörpert. Die Sportwagenmarke fungiert dabei als Kurator: junge, kreative Unternehmen und Partner gestalten Ausstellungen, Panels, Debatten und Workshops mit den Schwerpunkten Kunst, Technologie, Live-Musik oder Mode eine Bühne. Hinzu kommen markentypische Themen wie Innovation, Design und Connectivity, die von Porsche-Experten aus Stuttgart gestaltet werden. Seine Premiere feierte das Konzept 2018 in Berlin, danach folgte Amsterdam.

SCOPES driven by Porsche steht für Pioniergeist, innovatives Design und das Zusammenkommen einer kreativen Community. So ist die Ausrichtung der Veranstaltung in der jeweiligen Metropole von den Eigenschaften der Charaktere abhängig, die sie inhaltlich gestalten.

„Aus einer einmaligen Community an Partnern entsteht ein mehrwöchiges Programm. Wir sprechen damit eine neue Zielgruppe für Porsche an und schaffen einen relevanten Zugang zur Marke“, sagt Kjell Gruner, Vice President Marketing bei Porsche.

In dieser Woche startet SCOPES erstmalig in Asien: in der Kreativ-Metropole Tokio. Zum Programm im Dommune Studio gehört unter anderem eine Live Art Performance des Designers King Masa und des Kalligraphen Kenshin, die das SCOPES Tokio Logo entworfen haben.

Die Plattform ANDART Kunst wird mit Gründerin Shiori Matsuzono vor Ort sein. Ihr Ziel ist es, Kunst für junge Menschen zugänglich zu machen. Die Pop-Sängerin und Musikerin KOM_I erklärt, wie sie mit einem ganz eigenen spirituellen Musikstil den Durchbruch in Japan geschafft hat und tritt live bei SCOPES Tokio auf.

„Tokio gehört zu den besonders pulsierenden Metropolen dieser Welt und bietet mit seiner individuellen Kulturszene das ideale Spannungsfeld, um neue Eventformate, wie SCOPES, zu schaffen“, so Matthias Becker, Vice President, Region Overseas and Emerging Markets.

Der Porsche Taycan wird bei SCOPES Tokio besonders in Szene gesetzt – als singuläre Kunstinstallation von Designer Shohei Fujimoto mit mehr als 100 Lasern. Darüber hinaus erinnert lediglich die Materialität, die Farben und das Designkonzept der Räumlichkeiten an die Sportwagenmarke – vordergründig zeigt sie sich aber bewusst nicht und begegnet Teilnehmern und Partnern auf Augenhöhe.

In Tokio läuft SCOPES an 16 Event-Tagen von 22. November bis 7. Dezember in der SO-CAL-Link Gallery, Shibuya-ku. Allen Interessierten steht ein Besuch von SCOPES kostenlos offen, lediglich ein kleiner Teil der Events, wie das Opening, ist nur auf Einladung zugänglich.

Info

Weitere Informationen finden Sie unter: http://scopes.tokyo/

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/2019/sport-lifestyle/porsche-scopes-tokio-live-event-innovation-design-connectivity-19228.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/df99126a-27b0-4b2e-86a5-01f3ef08ea1e.zip

Externe Links
http://scopes.tokyo/

Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft
Porscheplatz 1
70435 Stuttgart