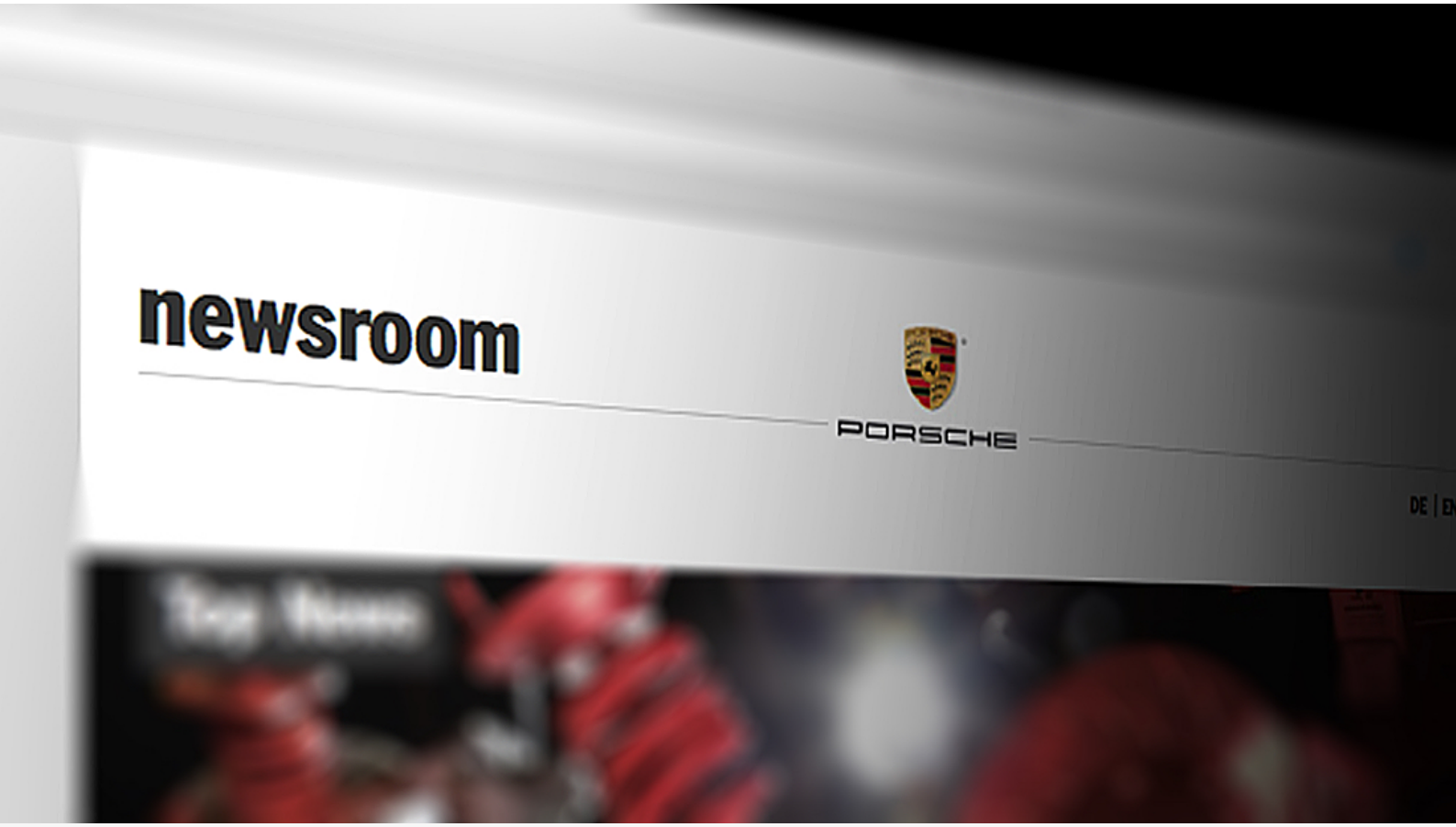


Porsche baut Online-Kommunikation weiter aus

Dieser Artikel gibt den Stand zum Zeitpunkt seiner Veröffentlichung wieder. Der Inhalt kann inzwischen veraltet sein.

23/10/2015 Informativ und nutzerfreundlich – Porsche verstärkt seine Online-Kommunikation und baut sowohl Website als auch Social-Media-Newsroom weiter aus. Mit Erfolg: Beide wurden kürzlich mit renommierten Preisen ausgezeichnet.

Die Markenwebsite (www.porsche.com) bietet Kunden und Interessierten Informationen rund um die Sportwagen aus Zuffenhausen und Leipzig. Der Auftritt wird von Nutzern mit einem Spitzenplatz bewertet. Das belegt die jüngste Studie des renommierten US-Meinungsforschungsinstitutes J.D. Power, bei der porsche.com den 1. Platz belegt. Die Untersuchung zeichnet die aus Kundensicht besten Websites der Branche aus. Beurteilt werden dabei inhaltliche Qualität, Navigation, Erscheinungsbild und Datentransfergeschwindigkeit.

Emotionalität der Marke Porsche spiegelt sich online wider

„Der Spitzenplatz bei J.D. Power zeigt, dass Porsche die Emotionalität der Marke auch in die digitale Welt erfolgreich überträgt", sagt Dr. Kjell Gruner, Leiter Marketing der Porsche AG. Das Unternehmen hat zudem kürzlich seinen Car Configurator vollständig überarbeitet, der nun gleichermaßen für Desktops, Tablets und Smartphones optimiert ist und Anwender durch individuelle Empfehlungen im Konfigurationsprozess unterstützt.

Die jüngsten Anstrengungen werden nicht nur von Kunden, sondern auch von der Fachwelt sehr positiv aufgenommen. So wurde Porsche kürzlich von der internationalen Red Dot Jury mit dem renommierten „Red Dot Award: Communication Design 2015" geehrt. Und das gleich dreimal. Neben dem Porsche Car Configurator erhielten die begehrte Auszeichnung auch das Webspecial zum neuen Cayman GT4 und die Porsche GTS Community, in der Nutzer ihre Lieblingsrouten auf der ganzen Welt aufzeichnen und mit anderen Fans teilen können.

Der Porsche Newsroom bietet viele neue Funktionen

Auch der Porsche Newsroom erweitert sein Angebot. Das Portal für Journalisten, Blogger und die Online-Community bietet neben zahlreichen zusätzlichen Inhalten jetzt auch einen RSS-Feed sowie einen neuen Newsletter. Die Funktionen machen Redakteuren die Arbeit noch leichter: Abonnenten des RSS-Feeds haben einen schnelleren Zugriff auf relevante Informationen. Kurze Informationsblöcke weisen Nutzer auf weiterführende aktuelle Unternehmensnachrichten, wichtige Ereignisse in der Porsche-Welt und alles Wissenswerte rund um die Marke hin. Der Newsletter fasst die wichtigsten Nachrichten der Woche zusammen. Interessenten können sich dafür unter diesem Link anmelden.

Besucher des Porsche Newsrooms haben ohne Registrierung uneingeschränkt Zugriff auf das gesamte Material. Rund 1000 Artikel, mehrere Tausend Fotos, Videos, Pressemitteilungen und Soundfiles stehen zur Verfügung. Eine innovative Suchfunktion unterstützt die individuelle Recherche. Sie filtert und sammelt die Ergebnisse nach Medientyp, Datum, Relevanz oder Rubrik.

Der Newsroom des Jahres 2015 kommt von Porsche

Das Online-Portal wurde mehrfach ausgezeichnet – unter anderem als Newsroom des Jahres 2015 beim Deutschen Preis für Onlinekommunikation des Fachmagazins „pressesprecher". Außerdem erhielt es Doppel-Platinum bei den Spotlight Awards sowie dreimal Silber: bei den Best of Corporate Publishing Awards, bei den Galaxy Awards und beim AutoVision Film und Multimedia Festival in Frankfurt am Main. Gestern Abend zeichneten Econ-Verlag und Handelsblattgruppe den Porsche Newsroom darüber hinaus mit einem Econ Award aus.

„Porsche steht für transparente, aktuelle und zeitgemäße Information", sagt Dr. Josef Arweck, Leiter

Öffentlichkeitsarbeit und Presse der Porsche AG. „Der Newsroom ist dafür das ideale Instrument." Das Portal ist Corporate Blog, Online-Magazin und Social Media Hub zugleich und erleichtert die Recherche sowie den Zugang zu Porsche-Themen. Darüber hinaus dient es als Ideengeber für Artikel, Reportagen, Gespräche und Kommentare. Um Medienschaffende bestmöglich zu unterstützen, will Porsche seine Online-Kommunikation weiter stärken. So ist der Porsche Newsroom auch auf Twitter vertreten. Der Account @PorscheNewsroom zählt inzwischen rund 130.000 Follower.

Die beiden Kanäle – Website und Newsroom – ergänzen sich und bilden zusammen ein auf die jeweiligen Zielgruppen abgestimmtes Informationsangebot. Marketing und Öffentlichkeitsarbeit von Porsche agieren Hand in Hand. Dies gilt für die Themenplanung sowie für die Ausspielung über die verschiedenen Kanäle. So nutzt das Unternehmen Synergieeffekte und bietet gleichzeitig eine integrierte Online-Kommunikation.

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/unternehmen/porsche-news-newsroom-website-online-kommunikation-11524.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/018431bb-d70d-4454-bc09-56dbc57b3f0a.zip

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