

# Der richtige Ton

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

12/11/2015 Zwischen Tradition und Innovation, Perfektion und Leidenschaft – Detlev von Platen findet als Vorstand für Vertrieb und Marketing den richtigen Ton für Porsche.

Detlev von Platen ist ein Mann von Welt. Im wahrsten Sinne des Wortes: Er hat deutsche Eltern, doch geboren wurde er in Frankreich. Aufgewachsen ist er in Orléans, studiert hat er an den Universitäten in Tours und Poitiers – und aus seiner Jugend hat er sich bis heute sein verschmitztes Lächeln und den kleinen Akzent bewahrt. Gearbeitet hat er in Frankreich, Deutschland und den USA. „In Atlanta war ich wahrscheinlich der einzige mit einem deutschen Namen, der Englisch mit einem französischen Akzent gesprochen hat", erzählt von Platen. „Und in Zuffenhausen – ich gebe mir große Mühe – kommt noch Schwäbisch dazu." So ist er für Porsche die ideale Besetzung als Vorstand für Vertrieb und Marketing: Als Mittler zwischen den Kulturen, als Schnittstelle zwischen Unternehmen, Öffentlichkeit und Kunden, als internationaler Kommunikator.

## Paris, München, Atlanta

Es scheint fast so, als hätte Detlev von Platen schon vor mehr als 30 Jahren – als er mit seiner zweizylindrigen Ente zur Universität in Tours tuckerte – ein großes, leidenschaftliches Ziel: Porsche. Seine erste Stelle nach dem Diplom führt den damals 24-Jährigen zunächst zu BMW, als Marketing Manager Frankreich für die Motorradsparte. Später hat er verschiedene leitende Positionen im Marketing der BMW Muttergesellschaft in München inne. 1997 dann ein entscheidender Schritt: der Wechsel zu Porsche. Hier nimmt sich von Platen dem Management der Marke Porsche in Frankreich an; er gründet die Porsche France, ab 1999 leitet er diese als Präsident und CEO. Mit Erfolg: Bei seinem Amtsantritt verbucht der französische Porsche-Vertrieb rund 400 verkaufte Autos pro Jahr; am Ende seiner Zeit in Paris, zehn Jahre später, sind es fast 2900 – eine Steigerung von über 700 Prozent. In den USA wiederholt er diesen Erfolg ab 2008 noch einmal, als Präsident und CEO der Porsche Cars North America (PCNA) in Atlanta: Anfangs verkauft Porsche in den USA 26.000 Einheiten im Jahr. 2014 sind es mit 47.000 fast doppelt so viele.

Eine seiner eindrucksvollsten Leistungen westlich des Atlantiks ist wohl die Eröffnung des „One Porsche Drive“ im Mai 2015. Die neue US-Zentrale in unmittelbarer Nähe des Atlanta International Airport – mit 100 Millionen Dollar die bisher größte Auslandsinvestition von Porsche – bringt Kundenbindung auf ein neues Level: Auf einem Areal von rund 10,2 Hektar Fläche können die Sportwagen von Porsche nicht nur beschaut und bestaunt, sondern wortwörtlich mit allen Sinnen erfahren werden. Detlev von Platen hat das „One Porsche Drive“ damit nicht nur zur neuen Adresse der PCNA-Zentrale in Atlanta gemacht, sondern auch zum Paradebeispiel für die gelungene Vermittlung von Markenwerten, für die Verflechtung moderner Kommunikationswege mit traditioneller Kundenbindung zum Anfassen und Erfahren. Bei all dem Einfallsreichtum und Tatendrang – was treibt von Platen an, was ist sein Erfolgsrezept?

## Mut, Überzeugung, Leidenschaft

„Ich hatte immer das große Glück, für Firmen und Produkte zu arbeiten, an die ich wirklich glauben kann“, sagt von Platen. „Jeden Morgen wenn ich mein Auto nehme, einen 911 Turbo, habe ich dieses Gefühl. Alltagsmagie, sozusagen. Diese Zeit auf der Fahrt ins Büro, den Sound zu hören, den Fuß ganz leicht aufs Gaspedal zu stellen – großartig.“ Dass er diese Begeisterung, diese Überzeugung direkt in seine Arbeit einfließen lässt, dass er sie umsetzt in Ideen und Kampagnen, das steckt wohl hinter seinem Erfolg.

Private Passion und beruflicher Ehrgeiz, Leidenschaft und Durchsetzungskraft gehen für Detlev von Platen bei Porsche Hand in Hand. Seine Botschaften kommen an, weil sie aus tiefer Überzeugung kommen; seine berufliche Laufbahn ist geprägt von unternehmerischem Handeln. Und vermutlich auch weil er es schafft, noch etwas Zeit für sein Privatleben zu finden: Von Platen ist verheiratet und hat vier Kinder. Mit Laufen, Wandern und Tauchen hält er sich fit; Zeit für sich nimmt sich der Sportpilot über den Wolken.

In Zuffenhausen will von Platen neue Impulse in Vertrieb und Marketing setzen – und gleichzeitig viele bewährte Elemente der Strategie seines Vorgängers Bernhard Maier fortführen. „Bernhard Maier hat die Professionalisierung der gesamten Vertriebsorganisation sowie den internationalen Wachstumskurs des Unternehmens konsequent vorangetrieben", erklärt Dr. Wolfgang Porsche, Vorsitzender des Aufsichtsrates der Porsche AG. „Unter seiner Führung konnte der Markenwert deutlich gesteigert werden; bei der Kundenzufriedenheit erreicht Porsche Topwerte. Detlev von Platen bringt die größtmögliche Erfahrung mit, um an die Erfolge seines Vorgängers Bernhard Maier nahtlos anzuknüpfen." Auch den Ausbau des Händlernetzwerks setzt von Platen fort: Bis zum Jahr 2018 wird Porsche das Vertriebsnetz kontinuierlich erweitern. In China etwa, dem nach Nordamerika zweitwichtigsten Absatzmarkt für Porsche, ist der Ausbau des Händlernetzes auf 93 Porsche Zentren bis Ende 2015 geplant. In Shanghai steht die Eröffnung des nächsten Porsche Experience Center im Sommer 2016 an.

## Herausforderungen als Chance

„Ja, wir stehen sehr stark da", sagt von Platen. „Aber wir haben auch große Herausforderungen vor uns und dürfen uns auf den Erfolgen nicht ausruhen." Dabei agiert der Vertriebs- und Marketingvorstand sozusagen an vorderster Front. Die Welt verändert sich schnell: Kundenwünsche, Kundenverhalten, Wirtschaft, Gesetzgebung, Technologien, digitale Revolutionen. „Die aktuellen Bestwerte bei den Auslieferungszahlen zeigen uns, dass wir mit unseren innovativen Produkten, unseren hochmotivierten Mitarbeitern und einer weltweit starken Vertriebsorganisation bestens für die Zukunft gerüstet sind. Dennoch verfolgen wir unsere Ziele mit Augenmaß und dem nötigen Respekt vor Veränderung. „Wenn wir es richtig anpacken, mit Leidenschaft und Teamgeist, und wenn wir bereit sind, den Innovationsgeist auch künftig stark in unsere Arbeitskultur zu integrieren, dann sehe ich die Herausforderung nicht als Gefahr, sondern als große Chance für Porsche." Dafür will er sich einsetzen, verspricht Detlev von Platen – mit Leidenschaft und Herzblut.

**Linksammlung**

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/unternehmen/porsche-detlev-von-platen-vorstand-vertrieb-marketing-portraet-12054.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/0e479905-5352-4be4-bba7-0908a87a2af8.zip

Externe Links
http://www.porsche.com/germany/

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