

„Wir wollen überzeugen“

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

17/09/2015 Bernhard Maier, Vorstand für Vertrieb und Marketing, kommuniziert die Werte der Marke Porsche in alle Welt.

Bernhard Maier hat ein Gespür für Trends. Als Vorstand für Vertrieb und Marketing bei Porsche ist es natürlich eine seiner zentralen Aufgaben, die neuesten Strömungen im Fahrzeugmarkt vorherzusehen – und idealerweise mitzuprägen. Doch nicht nur im Beruf, auch privat ist er vorne mit dabei, wenn es darum geht, die Vorteile neuester Entwicklungen abzuschätzen und fortschrittliche Technologien zu nutzen: So gehört er als Elektro-Pendler zu den Pionieren einer neuen Transportphilosophie. Die 45 Kilometer zwischen seinem Wohnort und dem Arbeitsplatz in Stuttgart-Zuffenhausen legt er meist vollständig emissionsfrei zurück – in seinem Porsche Cayenne S E-Hybrid oder dem Panamera S E-Hybrid.

„Cayenne und Panamera sind für 36 Kilometer reinen Batteriebetrieb ausgelegt”, erklärt Maier. „Aber durch vorausschauendes Fahren und durch Segeln schaffe ich die Strecke meistens rein elektrisch.“

Sicher werden in den nächsten Jahren immer mehr Berufspendler diese Philosophie teilen; die Welle der Hybrid-Pendler kommt gerade erst ins Rollen. Doch Bernhard Maier ist keiner, der auf einer Welle mitschwimmt – er setzt sie lieber selbst in Bewegung. Nicht dadurch, dass er einfach bunte Bilder oder flotte Slogans in die Welt schickt. Sondern durch überzeugende Argumente, wie etwa beim Thema Hybride: „Die Menschen fangen gerade an zu verstehen, dass sie mit einem Plug-in-Hybrid die totale Flexibilität haben, was Reichweite und Performance angeht", sagt Maier. „Und gleichzeitig haben sie ihre eigene Elektrotankstelle zu Hause oder im Büro, was sehr komfortabel ist." Mobilität der Zukunft bedeutet für Maier nicht immer mehr Pferdestärken, sondern „möglichst viele Ideen pro PS", so der Vertriebsvorstand.

Ideale Kombination: Kfz-Meister und studierter Betriebswirt

Für hochwertige Automobile schlägt das Herz von Bernhard Maier schon seit seiner Jugend im ostwürttembergischen Schwäbisch Gmünd. Kein Wunder, dass es ihn beruflich in die Automobilbranche zog: 1979 startete Maier als Kfz-Mechaniker in sein Berufsleben, den Meister machte er fünf Jahre später – und schloss als Prüfungsbester aller Disziplinen in ganz Deutschland ab. Nach einem Studium der Betriebswirtschaftslehre in Calw war er zwar für wenige Jahre beim Computerhersteller Nixdorf tätig; 1988 fand er dann wieder in die Fahrzeugindustrie zurück, als er in die Vertriebsorganisation von BMW einstieg.

Seit 2001 ist er bei Porsche für die nachhaltige Positionierung der Marke im deutschen und internationalen Markt verantwortlich – seit 2010 als Vorstand für Vertrieb und Marketing. „Das ist bei Porsche eigentlich ganz einfach", erklärt Bernhard Maier. „Es geht um Produkte, Märkte und Menschen. Und wir brauchen einfach nur das Beste von allem." Bei seiner Arbeit ist die enorm starke Marke für Maier natürlich eine ideale Grundlage – und eine Verpflichtung: „Porsche ist Legende. Eine Legende mit Tradition und Zukunft." Und um dieser Legende gerecht zu werden, feilt Bernhard Maier konstant an der idealen Marken- und Vertriebsstrategie, gibt die Richtung vor und entwickelt jene roten Fäden, die für eine nachhaltige Kommunikation erforderlich sind. Maier ist überzeugt: „Besonders in Zeiten großer Volatilitäten, wenn die Halbwertszeit von Trends immer kürzer wird, ist es wesentlich, eine Konstante zu besitzen, eine klare Richtung. Das haben wir in unserer Marken- und Vertriebsstrategie umgesetzt." Diese Philosophie, die Maier federführend kreiert hat, gipfelt im Markenkern „Intelligent Performance".

Die Porsche-Markenwerte scheinen auf den ersten Blick konträr – doch bei Porsche finden Gegensätze wie Tradition und Innovation, Performance und Alltagstauglichkeit, Exklusivität und soziale Akzeptanz oder Design und Funktionalität einen gemeinsamen Klang und fassen den Kern der Marke auf intelligente Weise zusammen. „Starke Marken brauchen keinen Claim, aber einen starken Kern", findet Maier.

Bei der Kommunikation dieser Markenwerte beschreitet er durchaus ungewöhnliche Wege, wie etwa 2014 bei der Eröffnung eines Porsche Pop-up-Stores in New York: „Wir wollten den Menschen einfach eine Möglichkeit geben, uns ganz unkompliziert kennenzulernen." Inzwischen wurden Pop-up-Stores auch in London, Shanghai und Moskau eröffnet. Auch die sozialen Medien bieten diesen unkomplizierten Zugang zu Porsche. Doch besonders in diesem Bereich braucht Bernhard Maier sein

feines Gespür, um der Exklusivität der Marke gerecht zu werden: „Natürlich sind wir schon sehr lange und erfolgreich in der digitalen Welt aktiv", erklärt Maier. „Aber eben Porsche-typisch. Wir kaufen uns keine Freunde. Wir wollen überzeugen."

Tradition mit Zukunft

Darum setzt der Vorstand für Vertrieb und Marketing nach wie vor stark auf traditionelle Kommunikationswege: „Die beste Möglichkeit, Porsche kennenzulernen, ist immer noch das persönliche Fahrerlebnis. Bis zum Jahr 2018 werden wir unser Vertriebsnetz weiter ausbauen", sagt Maier. „So werden wir auch in Zukunft immer in der Nähe unserer Kunden sein." Der Fokus liege dabei auf China: „Dort haben wir 2014 alle zwei Wochen ein neues Porsche-Zentrum eröffnet." Meistens war er dazu selbst vor Ort – Kundenbindung ist für Bernhard Maier mehr als nur ein Versprechen.

Genauso die Kundenzufriedenheit: Hier gelte es bei Porsche, vor allem auf einzelne Kundenwünsche einzugehen. „Unsere Kunden sind noch individueller als unsere Sportwagen", erklärt Maier. Doch bloße Zufriedenheit ist für den Porsche-Vertriebsvorstand zu wenig. „Wir wollen Kundenbegeisterung schaffen – durch ein einzigartiges Kauf- und Besitzerlebnis." Neben begeisterten Kunden sind es für Maier jedoch vor allem die Mitarbeiter, die den anhaltenden Erfolg von Porsche garantieren: „Wir haben Mitarbeiter, die von der Marke begeistert sind und jeden Tag bereit sind, für unsere Kunden die Extrameile zu gehen." Diese Begeisterung für traditionsreiche Sportwagenkultur, für Innovationskraft, Stil und Performance, kurzum: die Begeisterung für Porsche – sie ist Bernhard Maier ganz besonders anzumerken.

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/unternehmen/porsche-bernhard-maier-vorstand-vertrieb-marketing-portraet-11419.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/48fc17df-d5b4-47d3-979b-4bb7cd0a2e3a.zip

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

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