

„Hüter der Träume“: Porsche Classic mit neuem Fokus in der Kommunikation

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

30/11/2021 Porsche Classic erweitert sein Angebot um Performance Parts sowie Produkte, mit denen Kunden ihre Fahrzeuge weiter individualisieren können. Damit verbunden richtet Porsche Classic auch die Kommunikation grundlegend neu aus: Der Schwerpunkt liegt nun verstärkt auf Emotionalität, begleitet von Qualität und Kompetenz.

„Mit der neuen Imagekommunikation möchten wir bei den Kunden jene Gefühle wecken, die sie mit ihrem klassischen Porsche-Fahrzeug bereits verbinden“, sagt Ulrike Lutz, Leiterin Porsche Classic. „Porsche Classic steht für weit mehr als qualitativ hochwertige Originalteile und Restaurierungen. Wir wollen unsere Kunden und Fans begeistern und darin bestärken, ihren Traumwagen am Leben zu

erhalten." Ziel der neuen Imagekampagne ist es, die Identifikation mit der Marke zu stärken. Zugleich soll die Verbundenheit mit der Porsche Community und dem dazu gehörigen Lifestyle intensiviert werden. Diese Neuausrichtung von Porsche Classic mündet im Claim „Hüter der Träume". Damit setzt Porsche seinen Brand Purpose „Driven by Dreams" auch in diesem Unternehmensbereich konsequent um.

Der für die neue Imagekampagne erstellte Film „Caretakers of Dreams" zeigt beispielhaft, wie Emotionen im Kern der Porsche Classic-Kommunikation stehen. Auch eine neue Image-Bildwelt mit mehr als 150 ansprechenden Motiven aller von Porsche Classic betreuten Fahrzeugtypen und Modellreihen wurde geschaffen. „Die Bilder sind redaktioneller, natürlicher und damit authentischer als bisher", sagt Simone Beutel, Spezialistin Marketing und Kommunikation bei Porsche Classic. „Besonders wichtig ist die menschliche Komponente: weg vom Klassiker als reinem Besitzgegenstand hin zum einzigartigen Gefühl, das er seinem Besitzer vermittelt."

Die neu entwickelten Inhalte nutzt Porsche für alle eigenen Marketing- und Kommunikationsformate wie Printprodukte, Porsche Classic-Website und Social-Media-Kanäle. Auch in der Produktkommunikation werden sich der neue Kommunikationsansatz und der entsprechende Content wiederfinden.

Relaunch des Porsche Classic Magazins ORIGINALE

Das erfolgreiche Porsche Classic Magazin „ORIGINALE: Teile, Typen, Technik" wurde ebenso konzeptionell überarbeitet und an die neuen Schwerpunkte angepasst. Die neue Ausgabe, ORIGINALE 07, ist ab sofort kostenlos bei den Porsche Classic Partnern und den Porsche Zentren erhältlich.

„ORIGINALE ist das kommunikative Aushängeschild von Porsche Classic. Insgesamt haben wir über 375.000 Exemplare der ersten sechs Ausgaben weltweit an Kunden und Fans übergeben. Es wurde zum Sammlerstück. Deswegen war es uns wichtig, dass das Magazin auch nach der Überarbeitung leicht wiederzuerkennen ist", sagt Maike Schelling, Spezialistin Marketing und Kommunikation bei Porsche Classic. „Daher haben wir beim Relaunch das Konzept behutsam weiterentwickelt. ORIGINALE ist jetzt leichter zu lesen, sowohl was die Aufbereitung der Themen als auch die Aufmachung anbelangt. Die Leser des Magazins sollen Porsche Classic so noch emotionaler wahrnehmen und sich dadurch noch stärker mit der Marke verbunden fühlen"

Auf dem Titel ist wie gehabt ein Originalteil abgebildet, jetzt aber mit dreidimensionaler Wirkung. Titelmotiv und -texte sind zentriert. Auffälligste Änderungen im Innenteil sind der jetzt zwei- statt vierspaltige Umbruch sowie die Integration von mehreren, größeren Bildern. Dadurch ist das Layout klarer strukturiert und die Texte sind leichter lesbar.

Das Editorial bietet einen leichten und emotionalen Einstieg in das Magazin. Dort sind Persönlichkeiten zu sehen, die sich für klassische Porsche begeistern und einen Bezug zum Leitthema der jeweiligen Ausgabe haben. Pro Ausgabe präsentiert ORIGINALE drei „Hero"-Produkte. Dieser Teil des Magazins ist

weiterhin das Herzstück von ORIGINALE. Vollflächige Fotografien eröffnen die Geschichten und präsentieren die drei Produkte auf außergewöhnliche Weise.

Die wichtigsten Themen von ORIGINALE 07:

- Auf dem Cover ist das Stoßstangenhorn für den Ur-911 abgebildet, das wieder als Neuauflage erhältlich ist.
- Der Rücken des Magazins ist an die Porsche Originalfarbe „Polo Rot 6602 B" angelehnt. Diesen Lack trägt der erste in Deutschland ausgelieferte 911 S Targa. Seit seiner Werksrestaurierung im Jahre 2020 erstrahlt dieser frühe 911 in neuem Glanz. Über seinen originalgetreuen Wiederaufbau berichtet das Magazin.
- Lara, auch bekannt als @thatporschegirl, bestreitet das Editorial. Ihr 911 T von 1969 ist hier das Highlight.
- Moderatorin und Rennfahrerin Eve Scheer, „Onassis"-Markengründer Tom Gädtke sowie Karosseriebauer Patrick Reile präsentieren die drei „Hero"-Produkte dieser Ausgabe: Heckdeckel, Luftführung und Stoßstangenhorn für das F-Modell.

In rund 1.000 zufällig ausgewählten Exemplaren von ORIGINALE 07 liegt ein goldenes Ticket. Die glücklichen Finder erhalten mit Hilfe des aufgedruckten Zahlencodes kostenlos eine ORIGINALE-Sammleredition.

Über Porsche Classic

Porsche Classic hat den Erhalt und die Pflege legendärer Fahrzeuge und neuester Klassiker als Ziel. Die jahrzehntelange Erfahrung mit klassischen Porsche Fahrzeugen macht die Experten zu kompetenten Ansprechpartnern in Sachen Originalteile, Restaurierung und Reparatur.

Grundsätzlich übernimmt Porsche Classic die Betreuung für Fahrzeuge zehn Jahre nach deren Produktionsende. Aktuell kümmern sich die Fachleute daher um die Modelle 356, 911 (bis einschließlich Typ 996), 912, 959, 914, 924, 944, 928, 968, Boxster (Typ 986), Carrera GT (Typ 980) sowie die Cayenne Modelle der ersten Generation (Typ 9PA). Insgesamt sind das über 870.000 Autos. Erste Anlaufstelle für Kunden mit historischen Porsche-Fahrzeugen sind die weltweit aktuell 79 zertifizierten Porsche Classic Partner, darunter vier Porsche Classic Zentren.

Ein wichtiges Geschäftsfeld bildet die Werksrestaurierung. Sie umfasst die Restaurierung, Reparatur und Instandsetzung von Kunden- oder Museumsfahrzeugen. Entscheidend, um die große Zahl klassischer Porsche auf der Straße zu halten, ist das zweite Geschäftsfeld: Originalteile und Zubehör. Mit der Produktion und Bereitstellung von mehr als 60.000 Porsche Classic Originalteilen sorgt Porsche dafür, dass die Legenden noch lange unterwegs sind. Seit 2013 gab es Neuauflagen von mehr als 2.000 Originalteilen, das Angebot wächst stetig. Neu hinzu gekommen sind die sogenannten

„Performance Parts“. In diese Kategorie fallen Neuentwicklungen mit historischem Bezug, Komponenten, die der Performance-Steigerung dienen, sowie Lifestyle-Produkte. Auch technische Literatur ist verfügbar: Über 1.000 Betriebs- und Bedienungsanleitungen, Reparaturleitfäden und die Broschüre „Typen, Maße, Toleranzen“ (TyMaTo) können über Porsche Classic bezogen werden.

MEDIA ENQUIRIES



Nadine Toberer

Spokesperson Design, Lifestyle and Brand Communications
+49 (0) 170 / 911 0944
nadine.toberer@porsche.de

Video

https://newstv.porsche.com/porschevideos/199034_de_3000000.mp4

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/2021/unternehmen/porsche-classic-fokus-kommunikation-hueter-der-traeume-katalog-originale-26609.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/708aabdd-afaa-4225-b89d-755926024daf.zip

Externe Links
https://www.porsche.com/germany/accessoriesandservices/classic/
https://www.classicshop.porsche.com/pcos/zentralseite