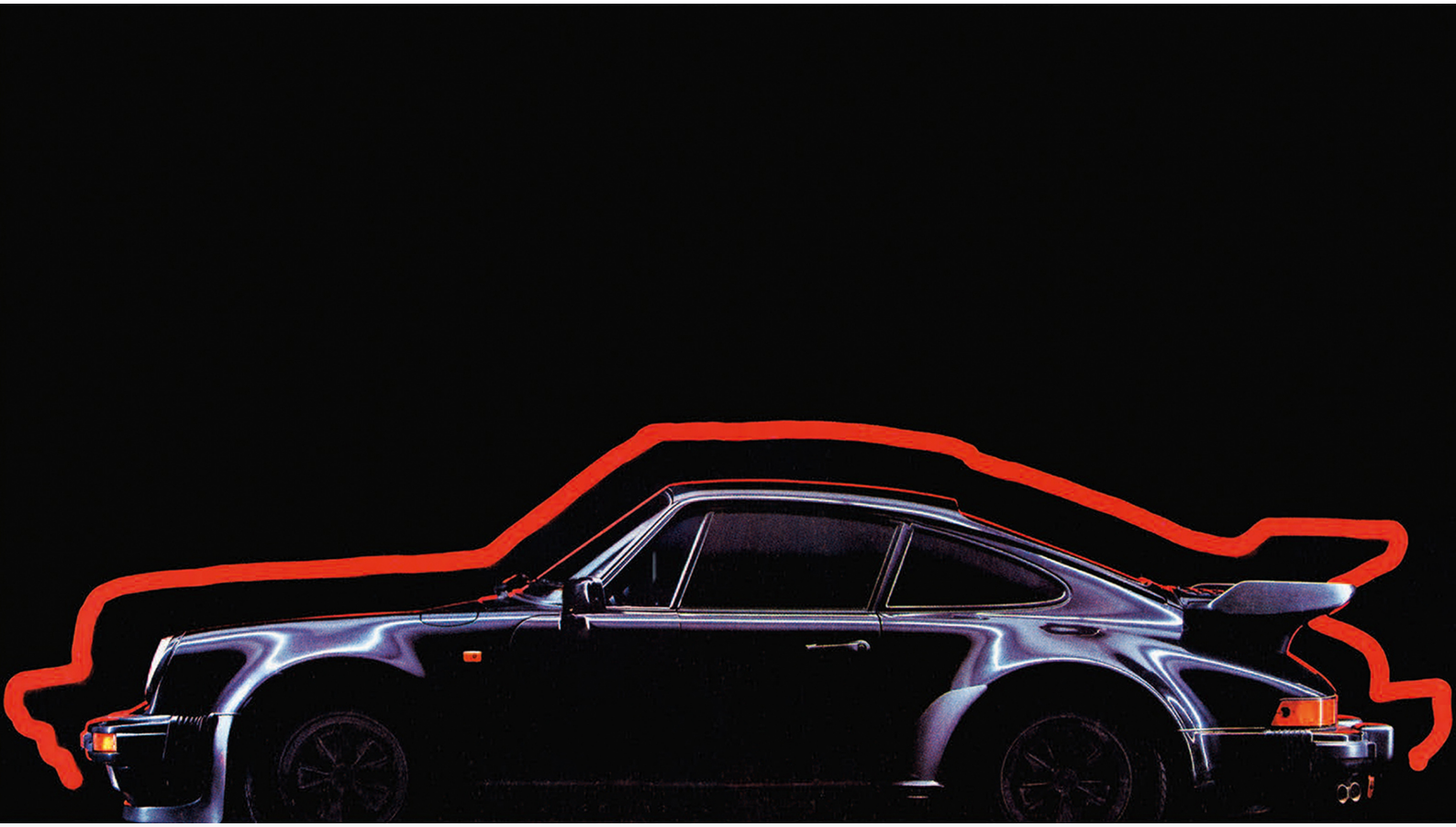


Schlichte Schönheit

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

27/12/2015 Man kann von Werbung halten, was man will. Manchmal hat sie ja doch einen wahren Kern. Vor allem dann, wenn die beworbenen Eigenschaften so klar sind wie bei Porsche.

Schön, dass Porsche trotzdem die ein oder andere Vokabel in seinen Anzeigen für den 911er untergebracht hat. Auf diese Weise hat manch einer Argumentationshilfe bekommen für die Wahl seines „Heilig's Blechle", wie Porsche 1993 den Elfer titulierte und postwendend zum „Familienauto" deklarierte mit dem unschlagbaren Argument: „Sie können länger frühstücken. Sie sind früher zum Abendessen zurück." Wer kann da schon widersprechen?

Anzeigen von dieser schlichten Schönheit hat Porsche noch mehr auf Lager. Beginnend im Jahr 1964 mit der ersten Werbung für den 911, der damals noch 901 hieß, endend mit der jüngsten Publikation, die da erzählt: „Stellen Sie sich vor, Sie treffen Ihre Jugendliebe wieder. Und alles ist wie früher." Gemeint ist zwar der neue Targa. Aber wir kennen einen Ort, wo wir mit Sicherheit alle unsere Jugendlieben wieder treffen werden – nämlich im Porsche Museum in Zuffenhausen.

1964 - 1969

Pop-Art-Grafik, Avantgardistische Gestaltung im Stile einer neuen Zeit: ein plakat-klares Erscheinungsbild zur Einführung des 911.

1970 - 1979

Mehr Argumente: Komfort, Alltagstauglichkeit, Zuverlässigkeit. Im Jahrzehnt der Ölkrise und der „Grenzen des Wachstums“ wandelt sich die Porsche Werbung, sie wird beschreibender, erklärender.

1980 - 1992

Mehr Text: Das Wesen des Porsche Fahrens wird tiefer ergründet, die emotionalen Texte empfinden viele Kunden allerdings als nicht passend. Ab 1984 wird es kurz, prägnant, pointiert.

1992 - 1994

Neues Leben, gestärktes Selbstbewusstsein in wirtschaftlich schwierigen Zeiten: Ein spektakulärer Markenauftritt mit der lauten und frechen Kampagne „So baut man Sportwagen“.

1994 - heute

Souverän, klar, reduziert: Intelligenz und Sprachwitz statt eines Markenclaims. Emotionale Bilder auf weißem Hintergrund definieren das moderne Entscheidungsbild der Porsche-Werbung.

Mehr Motive zu den jeweiligen Epochen finden Sie in den Bildergalerien.

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/historie/porsche-werbung-anzeigen-von-1964-bis-heute-10938.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/919ffabc-ae92-4e8b-bc1d-9dc8bc6650fb.zip

Externe Links
http://www.ramp-magazin.de/

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