

Digitale Weltpremiere bei Porsche

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

18/05/2020 Der Stuttgarter Sportwagenhersteller stellt den neuen 911 Targa erstmals rein virtuell im eigenen Web-TV-Format vor. Kommunikationschef Dr. Sebastian Rudolph gibt Einblicke.

Die Weltpremiere des neuen 911 Targa war ursprünglich für die Auto Show Peking geplant, doch die Kontaktbeschränkungen durch die Corona-Krise haben schließlich zu einer alternativen Lösung geführt: Damit erweitert Porsche sein digitales Angebot in der Produktkommunikation. In drei exklusiven Folgen stellt das seit 2017 etablierte Web-Format 9:11 Magazin den „Mythos Targa“ vor. Dr. Sebastian Rudolph, Leiter Öffentlichkeitsarbeit, Presse, Nachhaltigkeit und Politik bei Porsche, erklärt die Hintergründe.

Die Filmaufnahmen für die Präsentation des neuen 911 Targa haben in Stuttgart-Zuffenhausen stattgefunden. Welche Herausforderungen birgt eine solche Produktion in Zeiten von Corona?

„Pioniergeist ist elementarer Bestandteil unserer Marke und in Zeiten von Corona gefragter denn je.

Auch in der Kommunikation. Neue Wege gehen. Fertige Pläne nochmal neu denken. Und die Gesundheit aller Beteiligten nachhaltig schützen. Mit Herzblut, Kreativität und einer beeindruckenden Mannschaftsleistung ist dies gelungen. Natürlich würden wir den 911 Targa gerne live präsentieren. Das ist aktuell leider nicht möglich. Nun zeigen wir die neueste Modellvariante unserer Sportwagen-Ikone virtuell. Mit einigen Überraschungseffekten."

Auch die Markenbotschafter Maria Sharapova und Jörg Bergmeister spielen bei der dreiteiligen Videoserie eine Rolle. Wieso wurden sie bei der Produktion mit einbezogen?

„Weil sie für die Marke stehen. Und ein Teil der Marke sind. Weil sie unsere Porsche-Kultur verkörpern. Und genau deshalb ideal und glaubwürdig in unsere Targa-Serie passen. Maria Sharapova ist seit vielen Jahren Fan von Porsche und speziell des 911. Während Ihrer großartigen Tenniskarriere und auch aktuell. Jörg Bergmeister hat als Rennfahrer zahlreiche Erfolge mit dem Porsche 911 gefeiert. Über 20 Jahre hinweg, mit verschiedenen Elfer Generationen. Diese enge Beziehung zu unseren Sportwagen bringen die Beiden in die Produktion ein – im positiven Sinne."

Werden digitale Formate wie dieses in der Zukunft die klassischen Weltpremieren ersetzen?

„Ich denke hier in Chancen: Digitale Formate werden klassische Weltpremieren ergänzen, sie bereichern und auch mal anstelle einer klassischen Weltpremiere stattfinden, wenn dies sinnvoll erscheint. Unsere Sportwagen liefern pure Emotionen, die in einer Live-Präsentation ebenfalls sehr viel Kraft entfalten. Wir wollen Träume erfüllen. Diese Träume können wir Kunden wie Journalisten virtuell vermitteln, aber eben auch bei exklusiven Weltpremieren mit Gänsehautmomenten oder bei Fahrveranstaltungen auf der Rennstrecke. Wichtig ist dabei: Kommunikation muss authentisch sein, informativ. Und sie muss Mehrwert bieten. Digitale wie klassische Formate sind also zwei Seiten derselben Medaille."

Und wie erfolgreich kann der digitale Teil der Medaille sein?

„Die Analyse des Genfer Autosalons hat uns erste Einblicke gegeben. Eigentlich sollte die Präsentation unseres 911 Turbo S live vor Ort stattfinden. Wegen Corona wurde die Messe abgesagt und wir mussten innerhalb weniger Tage eine virtuelle Weltpremiere konzipieren. Das Ergebnis: Der erzielte PR Value und die Reichweite haben die Werte aus dem Vorjahr jeweils deutlich übertroffen. Auch hier hatten wir mit Mark Webber einen Markenbotschafter mit dabei. Und auch hier war es eine Mannschaftsleistung."

Journalisten werden zu den neuen Produkten Fragen haben. Bei einem Event können Details direkt anhand des realen Fahrzeugs erklärt werden. Wie gehen Sie mit einem solchen Bedarf um?

„Indem wir ihn mit einplanen. Und auch hier innovative Wege gehen. Wir werden bei der Weltpremiere des 911 Targa erstmals unsere „Go-Instore" Technologie für Interviews einsetzen. Im Vertrieb nutzen unsere Kundenberater diese für Live-Chats mit Kunden. Direkt am Fahrzeug, ohne dass der Verkaufsraum betreten werden muss. In der Kommunikation präsentieren wir per Video-Chat zugeschalteten Journalisten verschiedene Merkmale quasi live, am realen Fahrzeug. Gleichzeitig greifen

wir auf bewährte Plattformen zurück. Denken Sie an den Porsche Newsroom, den jedes Jahr rund drei Millionen Nutzer besuchen. Hier liegen Informationen, Fotos und Videos nur wenige Klicks weit entfernt."

MEDIA ENQUIRIES



Anja Wassertheurer

Director Corporate and Product Communications
+49 (0) 170 / 911 3162
anja.wassertheurer@porsche.de

Verbrauchsdaten

911 Targa 4 (Vorgängermodell)

*Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen spezifischen CO_2-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem „Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO_2-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen" entnommen werden, der an allen Verkaufsstellen und bei DAT (Deutsche Automobil Treuhand GmbH, Helmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen, www.dat.de) unentgeltlich erhältlich ist.

Bildunterschriften

Pfad: Digitale Weltpremiere bei Porsche/Bilder/Bild_1.jpg
Titel: Dr. Sebastian Rudolph, Leiter Öffentlichkeitsarbeit, Presse, Nachhaltigkeit und Politik, 2021, Porsche AG
Bildunterschrift: Dr. Sebastian Rudolph, Leiter Öffentlichkeitsarbeit, Presse, Nachhaltigkeit und Politik

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/2020/unternehmen/porsche-911-targa-weltpremiere-digital-interview-sebastian-rudolph-20895.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/accf6887-fc53-4524-9a05-436cd5f1161b.zip