

Zehn Millionen Facebook-Fans für Porsche

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

27/01/2015 Porsche sorgt nicht nur mit seinen Sportwagen für Aufsehen – auch online beschreitet das Unternehmen innovative Wege. Mit Erfolg: Auf Facebook hat die Marke die Grenze von zehn Millionen Fans überschritten.

Wenn Porsche vor zehn Jahren über Entwicklungen im Unternehmen berichten wollte, dann wurden Broschüren gedruckt, Pressemitteilungen geschrieben oder Plakate aufgehängt. Das alles gibt es heute auch noch – ergänzt um eine Vielzahl neuer Möglichkeiten. Vor allem das Internet mit sozialen Netzwerken wie Facebook oder Twitter bietet eine Reihe von Vorteilen: „Im Vergleich zu klassischen Instrumenten können wir in den sozialen Medien noch direkter und schneller mit Kunden und Interessenten kommunizieren", erklärt Robert Ader, Leiter Marketing Kommunikation. Außerdem bieten die Kanäle unter anderem ein direkteres Feedback der Nutzer und somit die Möglichkeit zur Interaktion.

Dass eine Präsenz im Social Web heutzutage nicht nur eine Option, sondern eine Notwendigkeit ist, zeigt auch eine Untersuchung des Bundesverbands für Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien. So sind fast vier von fünf Internetnutzern in Deutschland in mindestens einem sozialen Online-Netzwerk angemeldet. Bei den 14- bis 29-Jährigen sind es sogar 90 Prozent. In den USA sind rund 70 Prozent der Neuwagenkäufer zudem Fan einer Automobilmarke auf Facebook. 65 Prozent der amerikanischen Porsche-Besitzer sind auch Fan auf Facebook.

Natürlicher Wachstum ohne Werbung oder Preisausschreiben

Porsche ist seit vielen Jahren auf verschiedenen Plattformen vertreten. Dabei verfolgt das Unternehmen konsequent die Strategie des natürlichen Wachstums: Fan-Zahlen werden nicht durch Werbung oder Preisausschreiben künstlich nach oben geschraubt. Auf dem weltweit größten sozialen Netzwerk Facebook werden Fans täglich mit Hilfe von Bildern und Videos über die Welt von Porsche auf dem Laufenden gehalten. Einen ähnlichen Mehrwert bietet die Plattform Google+. Seit 2008 unterhält Porsche als erster Automobilhersteller einen eigenen Kanal auf dem Video-Portal Youtube. Dort können Besucher aus mehr als 1000 Clips und Filmen rund um die Sportwagen aus Zuffenhausen wählen, während der Kurznachrichtendienst Twitter für schnelle Updates in Form von 140 Zeichen sorgt.

Die Plattformen Pinterest und Instagram hingegen legen den Schwerpunkt auf Bilder. Speziell für den chinesischen Markt pflegt Porsche Profile auf Sina Weibo, einem Twitter-ähnlichen Microblogging-Dienst, Youku, dem chinesischen Pendant zu Youtube, und WeChat, einer beliebten Nachrichten-Anwendung im Reich der Mitte. Gesteuert werden alle Kanäle zentral in der Marketing-Kommunikation in enger Abstimmung mit den jeweiligen Märkten.

Ein Newsroom für Journalisten, Blogger und Online-Multiplikatoren

Neben Kunden und Fans der Marke suchen aber auch Journalisten und Blogger vermehrt online nach Informationen. Für sie hat das Unternehmen den Porsche Newsroom erstellt. Die Internetplattform liefert aktuelle Nachrichten und Hintergrundberichte. Ergänzt werden diese durch ein umfangreiches multimediales Zusatzangebot. „Dazu gehören Videos, Bilderserien, Downloads und weiterführende Links – jeder Artikel ist ein eigenes Themenportal“, sagt Dr. Josef Arweck, Leiter Interne Kommunikation & Online-PR. „Wesentlich dabei ist auch hier die Verknüpfung mit den sozialen Medien.“

Die Angebote stoßen auf Interesse – das zeigt ein besonderer Meilenstein. Porsche hat auf Facebook die Schwelle von zehn Millionen Fans überschritten. Als Dank hat sich der Sportwagenhersteller eine besondere Aktion ausgedacht: Interessierte erhalten die Möglichkeit, einen Roadtrip mit einem 918 Spyder zu gewinnen. Passend zum Jubiläum erstreckt sich die Fahrt über zehn Millionen Dezimeter – also 1000 Kilometer. Hierfür wird den Nutzern auf Facebook ein Panoramabild eines Streckenabschnitts des Roadtrips gezeigt. Auf einer Landkarte müssen Fans erraten, wo sich dieser befindet.

Wer mit seiner Vermutung am nächsten zum tatsächlichen Punkt liegt, gewinnt den Trip zusammen mit einer frei wählbaren Begleitperson. „Die Aktion spiegelt einen Aspekt wider, der uns auch in der alltäglichen Kommunikation in den sozialen Medien sehr wichtig ist", hebt Ader hervor. „Wir schlagen die Brücke von der digitalen in die reale Welt, von der virtuellen zur echten Faszination Porsche."

Auf folgenden Social Media-Kanälen ist Porsche vertreten:

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/unternehmen/zehn-millionen-facebook-fans-fuer-porsche-10022.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/b57c97f1-0cdf-4abe-b732-fb68e1a9c9ba.zip

Externe Links
https://www.facebook.com/porsche
https://plus.google.com/+Porsche/posts
https://www.youtube.com/channel/UC_BaxRhNREI_V0DVXjXDALA
https://twitter.com/Porsche
https://twitter.com/PorscheNewsroom
https://de.pinterest.com/porsche/
http://instagram.com/porsche/