

„Traumjob Porsche“: Sportwagenhersteller schärft seinen Arbeitgeberauftritt

11/07/2023 Porsche möchte auch in Zukunft ein attraktiver Arbeitgeber für Menschen mit ambitionierten Träumen bleiben. In seiner neuen Employer Branding-Kampagne „Traumjob Porsche“ bringt der Sportwagenhersteller dies zum Ausdruck.

Im Mittelpunkt der Kampagne stehen Mitarbeiter aus verschiedenen Bereichen des Unternehmens. Sie geben intime Einblicke in die Träume, die sie antreiben. Die Bildmotive und Video-Spots sind im Stil von Collagen umgesetzt und richten sich gleichermaßen an ambitionierte Nachwuchskräfte wie kompetente Professionals.

Mitarbeiter und ihre individuellen Träume im Mittelpunkt

Seit 75 Jahren lässt Porsche Träume wahr werden. „Driven by dreams“ gilt aber nicht nur für

Sportwagen-Enthusiasten auf der ganzen Welt: Wie die Kunden der Marke sind auch die Mitarbeiter von Träumen angetrieben. Das hochqualifizierte und motivierte Team ist das Herzstück des Erfolgs von Porsche. Nun stehen die Mitarbeiter und ihre individuellen Träume im Mittelpunkt einer Kampagne, mit der Porsche seinen Auftritt als Arbeitgeber weiter schärft.

„Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gestalten mit ihren ganz persönlichen Träumen und Perspektiven den Erfolg von Porsche", sagt Andreas Haffner, Vorstand für Personal- und Sozialwesen bei Porsche. „Gerade für junge Talente ist die Möglichkeit, sich sinnstiftend einzubringen, entscheidend bei der Wahl ihres Arbeitgebers. Unsere neue Kampagne setzt genau hier an."

Kampagne mit klarer Botschaft

Im Zuge der Transformation sucht Porsche insbesondere in Zukunftsbereichen Verstärkung: Das Unternehmen hat in IT- und Tech-Bereichen rund 1.000 Stellen zu besetzen. Zudem haben sich die Erwartungen speziell jüngerer Generationen an einen Arbeitgeber gewandelt. So ist vielen heute eine sinnstiftende Tätigkeit ebenso wichtig wie beispielsweise das Gehalt. Auf die Frage nach der persönlichen Sinnhaftigkeit antwortet die Kampagne mit einer klaren Botschaft: Menschen, die ihren Träumen folgen, sind bei Porsche genau richtig. Grundlage dafür bietet die einzigartige Porsche Unternehmenskultur, die sich unter anderem durch Innovationskraft und Teamgeist auszeichnet. Mit der Kampagne möchte Porsche alle für das Unternehmen relevanten Zielgruppen ansprechen: vom Auszubildenden und Absolventen, über Fachkräfte für die Produktion bis hin zu Experten aus den Bereichen Software, IT oder Tech.

Unter Überschriften wie „Tatkräftige Träumer gesucht" und „Im Studium hat man noch Träume. Danach erst recht" zeigen die vielschichtigen Motive einzelne Mitarbeiter und beschreiben, wie diese die Träume der Porsche Kunden und ihre eigenen verwirklichen. Die Porträtierten bilden einen bunten Mix verschiedener Fachbereiche, Altersgruppen, Ausbildungshintergründe und Führungsebenen ab. Auch der Collage-Stil als Bildsprache bringt diese Individualität zum Ausdruck. Jedes Motiv ist einzigartig und lädt zum Nachdenken ein. Dabei geben einzelne Elemente Einblicke in die spezifische Tätigkeit sowie in die persönlichen Interessen und die Träume der einzelnen Mitarbeiter. Zudem werden Elemente aus der Porsche Historie mit einem Blick in die Zukunft kombiniert.

Die Kampagne startet Anfang Juli in Deutschland; der internationale Roll-Out ist für 2024 vorgesehen. Die Inhalte platziert der Sportwagenhersteller auf verschiedenen Online- und Offline-Kanälen. Auf der Webseite porsche.de/traumjob ist das Starterpaket der Kampagne zu finden, welches im weiteren Verlauf mit zusätzlichen zielgruppenspezifischen Inhalten und Formaten angereichert wird.

MEDIA ENQUIRIES



Sandro Kälin

Head of Communications Porsche Schweiz AG
+41 41 487 91 16
sandro.kaelin@porsche.ch

Video

https://newstv.porsche.com/porschevideos/249346_en_3000000.mp4

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/de_CH/2023/unternehmen/porsche-attraktiver-arbeitgeber-kampagne-traumjob-porsche-33075.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/c78d241d-881c-40f4-bc9e-ee9633dbfd02.zip