

Porsche im Golfsport: „Eine hervorragende Erlebnisplattform“

17/04/2024 Mit der Internationalisierung seiner Profigolf-Strategie ermöglicht Porsche Kunden und Golf-Fans ein weltweit attraktives Markenerlebnis. Deniz Keskin, Leiter Brand Management und Partnerschaften der Porsche AG, spricht im Interview mit dem Porsche Newsroom über das erweiterte Golf-Engagement der Marke.

2024 ist ein besonderes Jahr für Porsche im Golfsport. Erstmals ist die Marke im Zuge der Internationalisierung seines Engagements als Titelpartner der Porsche Singapore Classic im Profigolf in Asien aktiv. Hinzu kommt der Einstieg ins Damengolf bei den The Amundi Evian Championship in Frankreich. Darüber hinaus tritt Porsche als Car-Partner unter anderem bei den European Open bei Hamburg und den Omega European Masters in der Schweiz (jeweils auf der DP World Tour) auf. Im Interview mit dem Porsche Newsroom spricht Deniz Keskin, Leiter Brand Management und Partnerschaften der Porsche AG, über den erfolgreichen Start ins Jahr bei der Porsche Singapore Classic, die anstehenden Turniere im Sommer und die Strategie des Golf-Engagements von Porsche.

Herr Keskin, die erste Ausgabe der Porsche Singapore Classic ist wenige Wochen alt. Wie lautet Ihr

Fazit der Premiere?

Deniz Keskin: Die erste Ausgabe als Titelpartner hat unsere Erwartungen übertroffen. Das lag an einem sehr guten Teilnehmerfeld und einem bis ins Stechen spannenden Wettkampf mit einem verdienten Sieger Jesper Svensson. Entscheidend war auch, dass wir darüber hinaus vor Ort einen hochwertigen Markenauftritt bieten konnten. So war es für uns als Headquarter besonders schön zu sehen, dass wir Gäste aus Singapur, Japan, Taiwan, Korea und China vor Ort begrüßen durften, denen ein besonderes Programm in Singapur geboten wurde. Dieser Erfolg verdeutlicht die internationale Relevanz des Events.

Sind die asiatischen Märkte auch einer der Gründe für den Schritt nach Asien?

Keskin: Ja, ganz bestimmt. Der asiatische Markt ist sowohl aus Vertriebssicht als auch hinsichtlich des steigenden Interesses am Golfsport sehr relevant. Vor allem Singapur als Innovationshub und zentraler Stadtstaat in Asien hat für uns große Bedeutung. Mit der Eröffnung des Porsche Studios, der Weltpremiere des neuen elektrischen Macan und der weltweiten Händlerveranstaltung war Singapur bereits vor der Porsche Singapore Classic ein Kern der Porsche Aktivitäten in den ersten Monaten im Jahr 2024.

Wie war Porsche in der Turnierwoche selbst zu erleben?

Keskin: Unsere Grundidee ist, die Porsche Golf Community an besonderen Orten zusammenzubringen und ihr eine spezielles Markenerlebnis zu ermöglichen. Das ist im Umfeld eines prestigeträchtigen Profi-Events auf der DP World Tour, das auf einem herausragenden Golfkurs Asiens ausgetragen wird, sehr gut möglich. Ein Highlight für Spieler und Zuschauer war der Porsche Panamera Turbo E-Hybrid in madeiragoldmetallic als ganz besonderer Hole-in-One-Preis. Auch Besucher hatten die Chance dieses Traumauto über die Qualifikation im Porsche Panamera Shootout zu gewinnen.

Das Hole-in-One wollte trotz einiger sehr guter Versuche leider nicht fallen…

Keskin: Ja, das war ein paar Mal richtig knapp, sowohl bei den Profis als auch einmal bei den Amateuren. Allein die Chance, auf der 17 des Classic Course im Laguna National Golf Resort Club direkt im Anschluss an das Turnier abschlagen zu können, ist ein Höhepunkt für alle Fans und Amateurgolfer. Neben ihrem VIP-Erlebnis haben unsere Gäste zudem das ProAm Turnier genossen. Darüber hinaus hatten Porsche-Kunden die Möglichkeit, sowohl die Top-Golfer Paul Casey und Shane Lowry als auch Porsche-Werksfahrer und Le-Mans-Sieger Kévin Estre bei einem persönlichen Meet & Greet zu treffen. Für alle Besucher waren besondere Ausstellungsfahrzeuge auf der Anlage zu erleben, darunter der 996 Swan Car, ein spektakuläres Art Car von Chris Labrooy. Durch die besondere Inszenierung bleibt das auf jeden Fall in Erinnerung.

Welche Highlights erwarten uns im kommenden Jahr?

Keskin: Wir wollen dieses Turnier in Südostasien weiterentwickeln und mit exklusiven

Kundenerlebnissen die Marke vor Ort weiter stärken – und dabei gerne auch noch mehr Kunden und Golf-Fans die Porsche Singapore Classic näherbringen. Dieses beeindruckende Event ist das neue Highlight unseres internationalen Profigolf-Engagements und der Erfolg gibt unserer Internationalisierungsstrategie gleich zum Auftakt recht.

Sie sprechen die Strategie an. Welche Gedanken liegen den verschiedenen Engagements im Golfsport zugrunde?

Keskin: Grundsätzlich ist Golf ist eine sehr wichtige Säule der Sportsponsoring-Strategie. Golf ist weltweit das wichtigste Hobby unserer Kunden. Im Golf treffen wir global auf eine äußerst interessante und exklusive Zielgruppe, die sehr gut zu Porsche passt. Vor diesem Hintergrund sind wir mit dem Porsche Golf Cup bereits seit über 35 Jahren im Golfsport aktiv, seit 2015 unterstützen wir nun schon den internationalen Profigolfsport. Dank dieser Engagements, zu denen der 2017 gegründete Porsche Golf Circle gehört, hat sich über die Jahre eine aktive internationale Porsche Golf Community gebildet. Dabei setzen wir uns über die Kernzielgruppe hinaus für eine internationale, diverse und junge Entwicklung des Golfsports ein.

Welche Ziele verfolgt Porsche mit dem Golfsport?

Keskin: Wir versuchen, die Möglichkeiten zu nutzen, die uns Golf als hervorragende Erlebnisplattform bietet, um im Bereich der Kundenbindung aber auch Kundengewinnung zu interagieren. Gerade in Asien steigt die Beliebtheit des Sports. Deshalb wollen wir die Sichtbarkeit von Porsche im Golfsport steigern, indem wir die Golfsport-Aktivitäten im Profi- und Amateurbereich global aufzustellen. Darüber hinaus liegt unser Fokus liegt auf dem Angebot von Markenerlebnissen für Kunden und Golf-Fans, das wir als Partner anbieten können.

Als offizieller Car-Partner der traditionsreichen European Open, die in diesem Jahr bereits den 41. Sieger suchen, bleibt Porsche trotz des neuen Engagements in Asien dem Heimatmarkt treu. Wieso?

Keskin: Wir sind stolz darauf, dieses über neun Jahre gemeinsam entwickelte Turnier weiter unterstützen zu können. Die European Open stehen für sportliche Spitzenklasse und ein bleibendes Zuschauererlebnis mit internationaler Relevanz. Dazu wollen wir auch in Zukunft in unserem Heimatmarkt in Deutschland beitragen.

Wie sieht das in diesem Jahr aus?

Keskin: Es wird an der berühmten 17. Bahn des Nord Course wieder einen Porsche als Hole-in-One-Car zu gewinnen geben. Direkt am Grün bietet zudem der Porsche Owners' Garden eine optimale Aussicht auf das Turniergeschehen. Wir werden mit Ausstellungsfahrzeugen und mit mehreren Shuttle-Fahrzeugen präsent sein. Zudem können Porsche-Gäste auf einem exklusiven Porsche Parkplatz parken.

Neben der Titelpartnerschaft bei der Porsche Singapore Classic ist auch das Engagement von Porsche im Damengolf neu. Warum steigt Porsche ins Damengolf ein?

Keskin: The Amundi Evian Championship gilt als eines der prestigeträchtigsten Events im professionellen Damengolf weltweit. Das einzige der fünf Major-Turniere in Kontinental-Europa findet auf einer der herausragenden Golfadressen statt, dem Evian Resort Golf Club am Genfer See. Es ist ein hochwertiges Umfeld, in dem wir einen Mehrwert zum Turnier beitragen und die Entwicklung des Damengolf weiter unterstützen wollen. Zum ersten Mal wird bei einem Profigolf-Event der Frauen ein Porsche als Hole-in-One-Preis ausgespielt. Und natürlich wird auch die internationale Porsche Golf Community an diesem wunderschönen Ort zu Gast sein.

Welche Relevanz hat Damensport für Porsche?

Keskin: Porsche hat eine lange Historie im Engagement im Profisport für Damen. Wir sind seit mehr als 45 Jahren weltweit im Damentennis aktiv. Im Amateurbereich engagieren wir uns seit 1988 mit dem Porsche Golf Cup sowohl im Herren- als auch Damengolf. Der Frauenanteil an Porsche-Kunden nimmt Jahr für Jahr zu, gleichzeitig wird auch Damengolf weltweit populärer – insbesondere in der für uns wichtigen asiatischen Region. Zusammen mit der Motivation, die Entwicklung des Damengolf vorantreiben zu wollen, entsteht so eine optimale Verbindung.

Was darf man in Zukunft von Porsche im Sport erwarten

Keskin: Wir beobachten den internationalen Markt, schauen uns verschiedene Plattformen und Sportarten an, analysieren diese und wollen verstehen, was für unsere Kunden von besonderer Relevanz ist. Daran richten wir zielführend unsere Strategie und die dazugehörigen Formate aus, auch in Zukunft. Aktuell sind wir neben dem Golfsport im Tennis aktiv, wo wir uns derzeit mitten in der Ausrichtung des 47. Porsche Tennis Grand Prix befinden. Dabei freuen wir uns erneut über ein Spitzenteilnehmerfeld mit acht Top-10-Spielerinnen der Welt. Dazu kommen Kitesurfen, Big Wave Surfing und Fußball. Aber auch im Bereich Kultur sowie Musik wächst unser Sponsoring. Es ist also viel zu erwarten – aber so soll es ja auch sein.

Porsche im Golfsport

Bereits seit 1988 ist Porsche durch den Porsche Golf Cup mit dem Golfsport verbunden. Die Turnierserie zählt zu den erfolgreichsten Kundenevents des Unternehmens und hat sich zu einer internationalen Veranstaltung entwickelt, an der zuletzt mehr als 17.000 Porsche-Kunden in 261 weltweit ausgespielten Qualifikationsturnieren teilgenommen haben. Mit seinem ersten Engagement im Profigolf konnte Porsche als Titelsponsor der Porsche European Open das prestigeträchtige DP World Tour Turnier seit 2015 maßgeblich als Spitzengolfevent in Deutschland etablieren. Als neuer Titelsponsor der Porsche Singapore Classic internationalisiert der Sportwagenhersteller sein Engagement im Profigolf im wichtigen asiatischen Markt. Car-Partnerschaften bei Turnieren der US PGA Tour, der DP World Tour (unter anderem European Open bei Hamburg, Omega European Masters in Crans Montana) sowie im Damen-Golf (The Amundi Evian Championship) runden das Engagement im Profigolf ab. Großen Erfolg feiert der 2017 gegründete Porsche Golf Circle. Die internationale

Community für golfbegeisterte Porsche-Kunden ermöglicht exklusive Golferlebnisse an einzigartigen Schauplätzen und im Umfeld von Profigolf-Events. Paul Casey ergänzt seit 2020 als erster Botschafter aus dem Golfsport die Porsche-Familie.

MEDIA ENQUIRIES



Markus Rothermel

Spokesperson Sports Communications
+49 (0) 170 / 911 0779
markus.rothermel@porsche.de

Verbrauchsdaten

Taycan Turbo S Cross Turismo (Vorgängermodell)

Panamera Turbo E-Hybrid (WLTP)*: Kraftstoffverbrauch gewichtet kombiniert: 4,3 – 3,5 l/100 km; Kraftstoffverbrauch bei entladener Batterie kombiniert: 11,0 – 10,0 l/100 km; Stromverbrauch gewichtet kombiniert: 19,8 – 18,8 kWh/100 km; CO_2-Emissionen gewichtet kombiniert: 99 – 81 g/km; CO_2-Klasse gewichtet kombiniert: C – B; CO_2-Klasse bei entladener Batterie: G

*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: Porsche im Golfsport: „Eine hervorragende Erlebnisplattform"/Bilder/Bild_1.jpg
Titel: Jesper Svensson, Porsche Singapore Classic, 2024, Porsche AG
Bildunterschrift: Deniz Keskin, Leiter Brand Management und Partnerschaften der Porsche AG, mit Jesper Svensson, Sieger der Porsche Singapore Classic 2024 (r-l)

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/2024/sport-gesellschaft/porsche-golf-deniz-keskin-interview-35870.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/cc1f00a4-fd64-46a3-9301-3dd48e90b42c.zip

Externe Links
https://newsroom.porsche.com/de/sport-gesellschaft/golf.html

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