Irene Kung und Anton Corbijn lassen sich vom 911 inspirieren

12/12/2018 Die Sportwagen-Ikone neu interpretiert: Porsche arbeitet zum Start des neuen 911 mit zwei renommierten Künstlern zusammen.

Die Schweizer Fotografin Irene Kung porträtiert das Fahrzeug und bündelt ihre Bilder in einer zeitgenössischen Edition. Der niederländische Fotograf und Regisseur Anton Corbijn hat den neuen 911 ebenfalls in Szene gesetzt.

Die Werke der Künstlerin Irene Kung werden ab Februar 2019 online und offline an 37 Standorten weltweit über die Galerie LUMAS verkauft – in limitierter und handsignierter Auflage. Sie zeigen Landschaften und Städte; der Elfer ist darin eingebettet. Auf diese Weise wird er vom Betrachter erst auf den zweiten Blick wahrgenommen. Irene Kung: „Der 911 ist eine Stil-Ikone. Das Design entwickelte sich mit der Zeit, blieb aber immer bei sich. Meine Bilder sind erzählerisch, das haben sie mit Gemälden gemein. Sie sind wie Filmszenen, deren ganze Geschichte sich der Betrachter selbst ausmalen kann."

Anton Corbijn, der mit Porträts von Mick Jagger und David Bowie berühmt wurde, bemalte den Lack des Fahrzeugs mit technischen Daten und Statements und machte den 911 damit, wie er selbst sagt, „komplett zu seinem eigenen". Die Fotografien dieses Autos sind in der für Corbijn typischen Schwarz-Weiß-Ästhetik gehalten. Sie werden im „992 Artbook" veröffentlicht – ein so genanntes Coffee Table Book mit großformatigen Bildern und aufwendigen Fotografien, das Anfang des Jahres 2019 in den Porsche Zentren erhältlich ist.

Porsche setzt seine Launch-Kampagne zum neuen 911 über alle Kanäle hinweg unter das Motto „Timeless Machine". Thematisch stehen insbesondere Design und Storytelling im Mittelpunkt. Oliver Hoffmann, Leiter Marketing Kommunikation: „Die Markteinführung eines neuen 911 ist immer etwas Besonderes – stets schwingt das mit, was Porsche im Kern ausmacht: Zeitlosigkeit und vor allem die Faszination Sportwagen." Dazu hat Porsche einen Online-Hub geschaffen, auf dem Kunden ihre ganz persönliche 911-Geschichte erzählen können. So soll der Hub zur größten Sammlung von Berichten rund um den Elfer heranwachsen (www.porsche.de/911).

Die Kampagne startete zur Weltpremiere des Fahrzeugs in Los Angeles am 27. November. Der Fokus liegt auf digitaler Kommunikation, ergänzt um klassische Maßnahmen wie Broschüren und Produktfilme, aber auch um neue Wege des Marketings. Dazu zählen neben den Kunst-Projekten digitale Aktivitäten wie die „Augmented Reality Visualizer App". Sie ermöglicht es Nutzern erstmals, das online konfigurierte Fahrzeug über mobile Endgeräte in die reale Welt zu projizieren – also beispielsweise in die eigene Hauseinfahrt. Die einzelnen Maßnahmen werden in den kommenden Monaten schrittweise in allen Märkten ausgerollt.

Porsche arbeitete für die Kampagne mit seinem etablierten Agenturnetzwerk zusammen, wobei Kemper Kommunikation und die United Digital Group für die kreative Umsetzung verantwortlich sind.

Auszeichnung beim ADC Festival 2019

Der Art Directors Club Deutschland hat die Fotoserie „Icon meets Icon" von Anton Corbijn mit dem Goldenen Nagel in der Kategorie Fotografie prämiert. Aus der visuellen Idee des renommierten Fotografen entstand im Rahmen der weltweiten Kampagne „Timeless Machine" ein Art Book, verantwortet von Keko Frankfurt, das die achte Generation des Porsche 911 würdigt. Im Fokus stehen Aufnahmen des neuen 911, die dessen Technologie, Performance, Komfort und zeitloses Design widerspiegeln.

Verbrauchsangaben

911 Carrera 4S: Kraftstoffverbrauch kombiniert 9,0 l/100 km; CO2-Emissionen kombiniert 206 g/km

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/sport-gesellschaft/porsche-911-neue-achte-generation-992-timeless-machine-kunst-irene-kung-anton-corbijn-16593.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/033972ae-82a7-495a-8d33-882c40168200.zip

Externe Links
https://www.porsche.com/microsite/911/germany/main
https://newstv.porsche.de/de/article/65819.html
https://newstv.porsche.de/de/article/65798.html