

Unternehmen 03.02.2020

Einblick in die Dreharbeiten zu „Der Raub“

150 Beteiligte, bis zu vier Kameras gleichzeitig, fünf Drehorte. Porsche hat zum zweiten Mal in seiner Unternehmensgeschichte einen nationalen Werbespot für das Super Bowl-Spiel produziert. Der Dreh fand Mitte November 2019 statt. Nun gewährt der Sportwagenhersteller einen Einblick in das außergewöhnliche Projekt.



Im Mittelpunkt des Werbespots steht der vollelektrische Taycan, der sich eine Verfolgungsjagd mit neun anderen ikonischen Porsche-Fahrzeugen liefert. Viele von ihnen kommen aus der Sammlung des Porsche Museum. Entsprechend aufwendig war deren Aufbereitung und Handhabung während des Drehs. „Wir sind durchaus erprobt, historische Fahrzeuge für alle Arten von Einsätzen vorzubereiten. Jedoch im November bei Nacht einen 917 in Stuttgarts Innenstadt zu betreiben, war selbst für uns neu“, erklärt Alexander Klein, Leiter Fahrzeugmanagement und Heritage Experience des Porsche Museum. „Als wir zum Drehort in den Schwarzwald angereist sind, waren noch am Abend vor Drehbeginn die Straßen mit Schnee bedeckt. Wir hatten uns jedoch gut vorbereitet, indem wir vor allem für die Rennfahrzeuge verschiedene Reifenprofile und Mischungen dabei hatten. Technische Änderungen mussten wir aber an den Museumsfahrzeugen nicht vornehmen.“

Zehn Präzisionsfahrer lenkten die Fahrzeuge sicher um den Kreisverkehr in Zuffenhausen, durch die Innenstädte von Stuttgart, Heidelberg und Heppenheim sowie über die Schwarzenbachtalsperre im Nordschwarzwald. Unter ihnen auch Harald Müller, der im Driften bereits einen Weltmeister-Titel gewonnen hat. Am Steuer des 917 K saß mit Lars Kern ein Werksfahrer von Porsche. Insgesamt waren rund 150 Menschen an dem Dreh beteiligt.

Die Regie führte Wayne McClammy, der als Werbefilmer international bekannt ist. Er setzte zeitweise vier Kameras gleichzeitig ein. Besonders auffällig: ein Porsche Cayenne mit so genanntem „Russian Arm“ – einem fest installierten Kamera-Kran auf dem Dach. Die Aufnahmen aus der Luft wurden mit zwei Drohnen angefertigt – darunter auch eine Hochgeschwindigkeits-Drohne, die bis zu 160 km/h schnell fliegen kann.

Der Werbespot ist Bestandteil der weltweiten Marketingkampagne zum Porsche Taycan. Nach der Erst-Ausstrahlung läuft er in den kommenden Monaten in zahlreichen Kinos in den USA und anderen Ländern.

Info

Die Lang-Version des Spots „Der Raub“ ist ab jetzt auf [Porsche NewsTV](#) und dem [Porsche YouTube-Kanal](#) zu sehen.



Nadescha Vornehm

nadescha.vornehm@porsche.de

Linksammlung

Link zu diesem Artikel

<https://newsroom.porsche.com/de/2020/unternehmen/porsche-einblick-tv-spot-super-bowl-der-raub-behind-the-scenes-19841.html>

Media Package

<https://newsroom.porsche.com/media-package/porsche-einblick-tv-spot-super-bowl-der-raub-behind-the-scenes->