

Die Werbung – Rennsportplakate statt Anzeigen

Porsche verfolgt von Anfang an eine eigenständige Öffentlichkeitsarbeit. Rennsiege steigern den sportlichen Bekanntheitsgrad, Broschüren und Plakate positionieren die Sportwagen als exklusive Marke.

Als 1949 die Serienfertigung des 356 beginnt, verzichtet Porsche teils bewusst, teils wegen der begrenzten finanziellen Mittel auf einen professionell inszenierten Werbeauftritt. Zudem hält Firmenchef Ferry Porsche Werbung für eine Nebensächlichkeit und überlässt die Reklame auch später vorerst lieber seinen Händlern und Importeuren. Dennoch gelingt es der Porsche KG binnen weniger Jahre ein eigenes Markenimage aufzubauen, dessen Grundwerte bis in die Gegenwart bewahrt und gelebt werden.

Als Werbemittel für den Porsche 356 entsteht lediglich im Juli 1949 erstmals eine eigene Verkaufsbroschüre. Inhaltlich richtet sich der vierseitige Faltprospekt – ganz zielgruppenspezifisch – an gleichermaßen technik- wie tempobegeisterte Interessenten. Ansonsten verzichtet Porsche während der Anfangsjahre auf die in der Branche übliche Werbung mit Anzeigen in Fachzeitschriften und Magazinen. Stattdessen steigert Porsche seine Bekanntheit über den Motorsport. Bereits Mitte der 1950er Jahre kann die Marke über 400 Rennerfolge vorweisen und wird durch Rennsportplakate im öffentlichen Bewusstsein mehr und mehr zu einem Synonym für Sportlichkeit. In Folge wird der Motorsport nicht nur zum stärksten Element der Markenpositionierung, sondern auch zum dominierenden Thema der Öffentlichkeitsarbeit von Porsche.

Der künstlerische Entwurf der Rennsportposter stammt von dem freien Grafiker Erich Strenger, der die Porsche-Werbung maßgeblich beeinflusst. Er gilt als ein Vorreiter auf dem Gebiet des illustratorischen Designs. Seine klare, übersichtliche Linienführung und Typografie spiegelt sich in den zahlreichen Porsche-Plakaten wieder. Strengers richtungsweisende Farb- und Designgestaltung ist stilbildend für das Erscheinungsbild der Marke Porsche.

Eine Besonderheit innerhalb der Porsche-Werbung dieser Jahre ist die außergewöhnliche Plakat- und Anzeigenserie des Stuttgarter Malers und Grafikers Hanns Lohrer, der 1961 eine mehrteilige Motivreihe entwirft. Lohrer kombiniert einen Porsche 356 mit formatfüllend dargestellten Ausrüstungsgegenständen von Sportarten und Freizeitbeschäftigungen, die als besonders kostspielig, aber auch stilvoll gelten und daher gut zur typischen Porsche-Klientel passen. Das Spektrum der Anzeigenmotive reicht vom Golfbesteck über das Jagdgewehr bis zum Pferdesattel und zur Skiausrüstung. Charakteristisch für die Porsche-Prestigewerbung jener Jahre dominieren die in kräftigen Farben gezeichneten Sportausrüstungen den klein dargestellten Sportwagen.