



Freitag, 30. November 2018

Ikone trifft Ikone. Anton Corbijn und der neue Porsche 911.

Der Porsche 911 ist der Inbegriff des Sportwagens. Sein ikonisches Design seit nunmehr 55 Jahren legendär.

Im Rahmen der weltweit integrierten Kampagne unter dem Motto „Timeless Machine“ ist ein Art Book entstanden, mit dem die 8. Generation des 911 und seine Historie gewürdigt wird. Im Fokus des 911 Art Books: 13 Motive des neuen 911, gestaltet von niemand geringerem als Anton Corbijn.

Die visuelle Idee des Künstlers für das 911 Buch: die Technologie, die Performance, der Komfort und das zeitlose Design des neuen Porsche 911 – verdichtet in einer Mischung aus technischen Abkürzungen, Daten und Statements, die Corbijn mit Markern und Pinseln auf den Lack schrieb. Edgy. Plakativ. Und eben typisch Corbijn.

Oliver Hoffmann, Leiter Marketing Kommunikation: „Ein Launch des 911 ist immer etwas Besonderes für unsere Marke. Denn neben der Einführung eines Fahrzeugs schwingt immer ganz besonders das mit, was Porsche im Kern ausmacht: Zeitlosigkeit und vor allem die Faszination Sportwagen.“

Mit Anton Corbijn fand der schwäbische Sportwagenhersteller die passende Künstler-Persönlichkeit für das Projekt. In ersten gemeinsamen Gesprächen verriet Corbijn, dass seine frühesten Erinnerungen an den Porsche 911 bis in die frühen 70er Jahre zurückreichen, die niederländische Autobahnpolizei fuhr damals weiße 911 Modelle und ihre orange-farbenen Helme ließen die Beamten wie Rennfahrer aussehen.

Christoph Tratberger, Geschäftsführer Kreation der verantwortlichen Agentur Keko Frankfurt: „Als Kreative, deren visuelles Gedächtnis in den 90ern von den schwarz-weiß Bildern und Videos Anton Corbijns geprägt wurde, war er unsere erste Wahl für die Fotostrecke des neuen 911 im Art Book.“

Was hat Anton Corbijn zu dieser einzigartigen Zusammenarbeit mit Porsche motiviert? Die Chance, das neueste 911 Modell als Kunstobjekt zu inszenieren – und das Innerste des Sportwagens nach außen sichtbar zu machen.

Anton Corbijn: „I have looked at many ads, and ways that cars are portrayed as sporty, elegant, strong, sexy, fast etc. so I thought let's try to make a car as if we are shooting an art object.“

Zu sehen gibt es die insgesamt 13 Motive des 911-Kunstobjekts ab Dezember 2018 im limitierten Porsche 911 Art Book. Außerdem kreierte Corbijn einen anderthalbminütigen Film, der ab Dezember 2018 auf den Porsche Social Media Channels veröffentlicht wird.

Bei Keko Frankfurt waren für die 911 Pre-Campaign GF Beratung Frank Piscitello und GF Kreation Christoph Tratberger, die Kreativdirektoren Benedikt Hüttel, Dominique During und Patrick Falter, Account Director Jessica Haustein, Head of Creative Production Doreen Büchin und Senior Account Manager Ines Schmidt verantwortlich.

Über Anton Corbijn:

Anton Corbijn begann in den späten 70ern als Autodidakt und wurde einer der einflussreichsten Fotografen der Welt. Seine Portraits von Miles Davis, Kurt Cobain und Mick Jagger sind weltberühmt. Er drehte Videos mit Tom Waits, Nick Cave, Herbert Grönemeyer und Metallica. Er war Art Director und visuelles Sprachrohr von Depeche Mode.

Im Jahr 2007 schuf er mit „Control“ seinen ersten Kinofilm, gefolgt von „The American“ mit George Clooney und „A Most Wanted Man“ mit Sir Philip Seymour Hoffman.

Über Keko Frankfurt:

Keko Frankfurt ist eine inhabergeführte Full-Service-Agentur für Werbung und strategische Markenentwicklung mit aktuell 130 Mitarbeitern in Frankfurt. Zudem gibt es Niederlassungen in Singapur und London. Auf der Kundenliste stehen neben der Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG auch Bentley, VIA Blumenfisch, Porsche Design, Merck, Heraeus, Cadolto, Luther, GS1 Germany GmbH und Lampenwelt.

Kemper Kommunikation GmbH
Marken- und Werbeagentur
Hanauer Landstraße 181-185
60314 Frankfurt am Main

Tel.: +49 (0) 69 97 88 03-200
Mail: bettina_tombs@keko.de
Web: www.keko.de

