

**VOK DAMS**

AGENTUR FÜR MARKEN[RÄUME]

**MIND|ACT**



## TO THE POINT. I

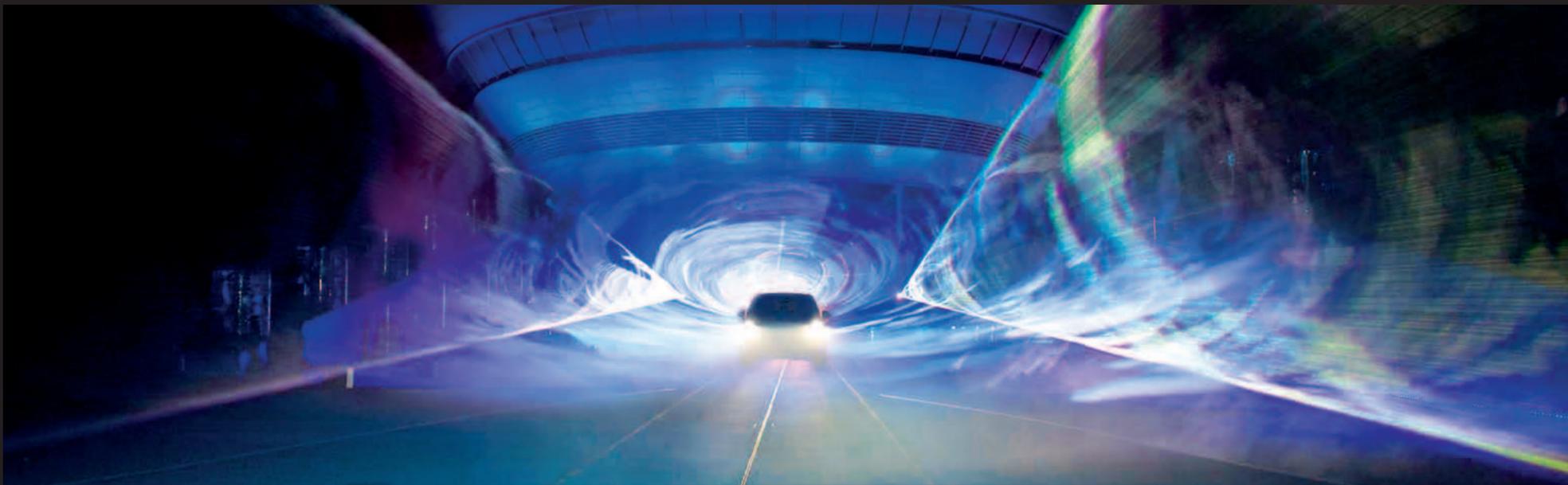
Die Porsche DNA ist in der neuen SUV-Generation so spürbar wie noch nie. Sportwagentypische Reduktion auf das Wesentliche. Noch sportlicher und dabei deutlich verbrauchsärmer. Das Positionierungsmotto „TO THE POINT.“ bringt das sprichwörtlich auf den Punkt. Es wurde Inspirationsquelle und Maßstab für alle Inszenierungen und Veranstaltungselemente.

Das Porsche Werk Leipzig ist der bewusst gewählte, punktgenaue Veranstaltungsort sowie der Geburtsort des Porsche Cayenne. Mehr „TO THE POINT.“ geht nicht.

**TO THE POINT.**

Internationale Händlereinführung des neuen Porsche Cayenne

**PORSCHE**



**VOK DAMS**

AGENTUR FÜR MARKENTRÄUME

**MIND|ACT**



## TO THE POINT. II

Alle Veranstaltungselemente zahlen konsequent und konzepttreu auf das Motto ein.

Die überraschende „Expedition Cayenne“ führt 18 Teams auf unterschiedlichen Routen durch das Offroadgelände hin zu einem gemeinsamen Punkt.

Die anschließende Licht- und Pyrotechnische Inszenierung weist den Weg zum finalen Punkt des Reveals.

Der Reveal selbst erfolgt aus dem Fluchtpunkt des Porsche Kundenzentrums heraus und folgt somit der Bildsprache die auch in der klassischen Kampagne verwendet wird.

**TO THE POINT.**

Internationale Händlereinführung des neuen Porsche Cayenne

**PORSCHE**



VOK DAMS

AGENTUR FÜR MARKEN(TRA)UME

MIND|ACT



### TO THE POINT. III

In Fahrerlebnissen und im zentralen Workshop werden die USPs auf den Punkt gebracht.

Der zweite Abend bringt die Ausrichtung der Marke auf den Punkt.

Die neue Porsche Design Kollektion wird in einer emotionalen Performance gezeigt. Emotionaler Schlusspunkt ist der Reveal des 911 GT2 RS und des Hybrid Supersportwagens 918 Spyder, die belegen, dass auch die Positionierung der Marke und zukünftiger Produkte auf den Punkt sind.

TO THE POINT.

Internationale Händlereinführung des neuen Porsche Cayenne

PORSCHE