

Porsche auf Sylt feiert ersten Geburtstag

Dieser Artikel gibt den Stand zum Zeitpunkt seiner Veröffentlichung wieder. Der Inhalt kann inzwischen veraltet sein.

05/04/2018 Ein Erlebnis mit der Marke Porsche schaffen: Mit diesem Anspruch hat Porsche ein neues Showroom-Konzept in Deutschland vor rund einem Jahr geschaffen. Als erster Standort dieser Art hat „Porsche auf Sylt“ im April 2017 eröffnet und bietet seither Einblicke in die gesamte Markenwelt.

„Mit der Einführung neuer, innovativer Formate wollen wir Kunden und Interessenten noch mehr für unsere Marke begeistern. Die persönliche Begegnung und das emotionale Markenerlebnis stehen klar im Fokus. Und Porsche auf Sylt zeigt mit mehr als 13.000 Besuchern im ersten Jahr, dass dieses Konzept funktioniert“, sagt Jens Puttfarcken, Vorsitzender der Geschäftsführung der Porsche Deutschland GmbH.

Katja Bock, Leiterin von Porsche auf Sylt, blickt auf ein erfolgreiches erstes Jahr zurück: „Wir hatten bereits zahlreiche Eventhighlights hier im hohen Norden. Und auch im zweiten Jahr auf Sylt haben wir

viel vor.“ Nach der großen Eröffnungsfeier des Standortes mit prominenten Gästen wie dem Schauspieler und Rennfahrer Patrick Dempsey und dem ehemaligen Porsche Werksfahrer Mark Webber startete ein abwechslungsreiches Jahr mit vielen Events. Neben der Kids Driving School, die im vergangenen Sommer auf Sylt zu Gast war, eröffnete Porsche auf Sylt im Dezember das erste Photovoltaik-Carport und veranstaltete die sogenannten „E-Performance-Tage“, eine Veranstaltung rund um die Elektromobilität mit Probefahrten der Porsche-Hybridmodelle. Auch im kulturellen Bereich ist der Sportwagenhersteller auf der Nordseeinsel aktiv: Im vergangenen Jahr war Porsche bereits zum zweiten Mal Hauptsponsor des Kampen Jazz Festival. Ende März 2018 verwandelte Udo Lindenberg die Räumlichkeiten im Rahmen eines Privatkonzerts in eine Rockbühne.

Porsche auf Sylt ist ganzjährig geöffnet und lockte im ersten Jahr Besucher aus der ganzen Welt. Auf insgesamt 500 Quadratmetern finden Interessenten und Fans der Marke kuratierte Wechselausstellungen, das Mietangebot von Porsche Drive, Produkte von Porsche Design und der Porsche Driver´s Selection, eine individuelle Fahrzeugberatung sowie eine kleine Werkstatt. Der Sylter Standort gilt als innovatives Showroom-Konzept, das dem Besucher sowohl inhaltlich als auch gestalterisch ein emotionales Markenerlebnis bietet – unter konsequentem Einbezug der Charakteristik der Region. Die Stampfbetonfassade erinnert optisch an die Sylter Strände, das darüber liegende Staffelgeschoss aus photochromatischem Glas verkörpert die Weite über der Nordseeinsel. Porsche auf Sylt hat bereits drei Designpreise gewonnen: Der German Brand Award prämierte das Konzept gleich zweimal in den Kategorien „Brand Showroom and POS“ und „Brand Architecture“. Eine weitere Auszeichnung erhielt der Standort im Rahmen des Automotive Brand Contest in der Kategorie „Architecture“.

Porsche baut die Showroom-Konzepte auch international weiter aus. Im vergangenen Jahr wurde mit dem Porsche Studio Guangzhou der weltweit zweite Standort eröffnet. Ein weiteres Porsche Studio entstand Anfang 2018 in Beirut im Libanon. In diesem Jahr sind zudem Neueröffnungen in Kapstadt (Südafrika), Ningbo (China) und Bangkok (Thailand) geplant. Alle Standorte tragen eine individuelle Handschrift und sind auf die Gegebenheiten vor Ort angepasst.

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/unternehmen/porsche-sylt-ein-jahr-showroom-konzept-markenerlebnis-photovoltaik-carport-e-performance-kids-driving-school-15173.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/4dd07b0c-5a26-4c7b-894e-78a0027aeec9.zip

Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft
Porscheplatz 1
70435 Stuttgart