

„Neue Wege zu den Kunden“: Urbane Vertriebsformate kommen an

22/12/2021 Mitten hinein ins pulsierende Stadtleben: Porsche setzt bei seinen Retail-Aktivitäten verstärkt auf urbane Formate.

Sechs Porsche Studios und elf temporäre Porsche NOW Sales Pop-ups hat der Sportwagenhersteller im Jahr 2021 rund um den Globus eröffnet – das macht im Schnitt mehr als einen neuen Standort pro Monat. Das Konzept der so genannten „Future-Retail-Formate“ wurde in diesem Jahr zudem geschärft: Sie folgen nun dem „Destination Porsche"-Ansatz. Dieser sorgt unter anderem für eine besonders einladende Atmosphäre ähnlich einer Boutique und digitale Anwendungen für ein neues, ganzheitliches Kundenerlebnis.

Insgesamt haben bislang 17 Porsche Studios und mehr als 20 Porsche NOW Sales Pop-ups in 23 Ländern neue Berührungspunkte mit der Marke geschaffen. Und das Netz soll noch dichter werden: Bis 2023 wird es nach aktueller Planung weltweit mehr als 25 Porsche Studios in hochfrequentierten Top-

City-Lagen geben. Im Frühjahr 2022 eröffnet beispielsweise ein Porsche Studio in Portland, US-Bundesstaat Oregon – das erste in Nordamerika.

„Mit den urbanen Vertriebsformaten haben wir neue Wege zu den Kunden gesucht und gefunden", so Marco Kana, Leiter Vertrieb Retail bei Porsche. „Egal ob Porsche Studio oder unser Sales Pop-up Porsche NOW: die innovativen Formate bieten einen leichten Zugang zur Marke und sind ideal geeignet, um mit neuen Zielgruppen in Kontakt zu kommen. Wir werden diese innovativen Retail-Formate in den kommenden Jahren weiter ausbauen."

Im Rahmen seiner „Future Retail"-Strategie möchte Porsche neben den Bestandskunden vermehrt auch neue, jüngere Zielgruppen ansprechen. Der Grundgedanke dahinter: Das Angebot kommt zu den Kunden und nicht umgekehrt. Mit dem Trend zur Urbanisierung werden die Innenstädte immer wichtiger. Nicht nur mit diesen beiden Vertriebskonzepten setzt Porsche auf noch mehr Nähe zum Kunden. Das Gleiche gilt für die neuen Handels- und Serviceformate Porsche Zentrum Satellit, Porsche Approved & Service Center und Porsche Service Factory. Hier die neuen Formate in der Übersicht:

Porsche Studios

Die urbanen Einzelhandelsformate mit Vertriebsschwerpunkt bieten sowohl eine hohe Aufenthaltsqualität als auch unterhaltsame Berührungspunkte mit der Marke und ihren Produkten. Anfang Juli 2021 hat beispielsweise das Porsche Studio Oslo in Norwegen seine Türen geöffnet. Der Showroom ist 125 Quadratmeter groß und bietet einen Blick auf den malerischen Hafen. In der Fitting Lounge lassen sich Fahrzeuge individuell konfigurieren und bestellen. Auch Probefahrten sind möglich. Darüber hinaus dient das Porsche Studio als Anlieferungs- und Abholstelle für Fahrzeuge, die im Porsche Zentrum Oslo die Werkstatt durchlaufen. Zudem finden kleinere Veranstaltungen statt. Als erster Standort dieser Art wurde 2017 „Porsche auf Sylt" eröffnet.

Porsche NOW Sales Pop-ups

Während die Porsche Studios dauerhafte Einrichtungen sind, werden die so genannten Porsche NOW Sales Pop-ups nur für einen begrenzten Zeitraum eingerichtet. Neben den ausgestellten Fahrzeugen können Fans und Kunden beispielsweise die Porsche Drivers Selection erleben, Angebote der Porsche Exclusive Manufaktur kennenlernen sowie Virtual Reality-Anwendungen und die private Konfigurations-Lounge nutzen. Auf der Insel Jeju in Südkorea und im schweizerischen Zürich wurden im Sommer 2021 beispielsweise Porsche NOW-Standorte umgesetzt. „NOW" steht dabei für die Nutzung des Moments. Gestartet ist das Format 2018 an der Strandpromenade in Dubai, La Mer.

Porsche Zentrum Satellit

Wenn ein Vertriebspartner zusätzliche Kapazitäten benötigt, das Marktgebiet aber zu klein für ein

weiteres Porsche Zentrum ist, ist der Porsche Zentrum Satellit eine Erweiterungsmöglichkeit. Vom klassischen Porsche Zentrum unterscheidet sich diese kompaktere Lösung durch das einstöckige Gebäude mit rechteckigem Grundriss und den rund 400 Quadratmeter großen Showroom. Erster Porsche Zentrum Satellit in Europa ist der im Oktober 2021 eröffnete Standort in York, Großbritannien, der an das Porsche Zentrum in Leeds angedockt ist. Weltweit werden im Jahr 2022 mindestens fünf Porsche Zentrum Satellit ihren Betrieb aufnehmen.

Porsche Approved & Service Center

Das Premium-Gebrauchtwagen-Versprechen „Porsche Approved" bietet Kunden Qualität und Service auf dem gleichen hohen Niveau wie beim Kauf eines neuen Porsche. Daran knüpfen die Porsche Approved & Service Center an, die sich mit dem Service und Verkauf dieser „Porsche Approved"-Fahrzeuge beschäftigen. 2021 wurden drei Porsche Approved & Service Center eröffnet, darunter im September ein Standort in Arezzo in Italien.

Porsche Service Factory

Kürzere Wartezeiten für die Kunden sind der Vorteil dieses Formats, mit dem Porsche Zentren ihre Service-Kapazitäten an einem anderen Standort erweitern können. Die Kunden geben ihr Fahrzeug weiterhin im Porsche Zentrum ab und erhalten es dort zurück. Für die eigentlichen Arbeiten wird das Fahrzeug jedoch vom Porsche Zentrum zur Porsche Service Factory gebracht. Nach der Service Factory in Bonn wurde im Dezember ein weiterer Standort in Ludwigsburg eröffnet.

MEDIA ENQUIRIES



Lena Rachor

Spokesperson Sales and Marketing (ad interim)
+49 (0) 170 / 911 1526
lena.rachor3@porsche.de

Verbrauchsdaten

Taycan Turbo (2023)
Kraftstoffverbrauch / Emissionen

WLTP*
Stromverbrauch* kombiniert (WLTP) 23,6 – 20,2 kWh/100 km
CO-Emissionen* kombiniert (WLTP) 0 g/km
CO2-Klasse A Klasse

Taycan (2023)
Kraftstoffverbrauch / Emissionen

WLTP*
Stromverbrauch* kombiniert (WLTP) 23,9 – 19,6 kWh/100 km
CO-Emissionen* kombiniert (WLTP) 0 g/km
CO2-Klasse A Klasse

911 Carrera GTS Cabriolet
Kraftstoffverbrauch / Emissionen

WLTP*
Kraftstoffverbrauch* kombiniert (WLTP) 11,3 – 10,5 l/100 km
CO-Emissionen* kombiniert (WLTP) 256 – 239 g/km
CO2-Klasse G Klasse

718 Boxster-Modelle
Kraftstoffverbrauch / Emissionen

WLTP*
Kraftstoffverbrauch* kombiniert (WLTP) 13,0 – 8,9 l/100 km
CO-Emissionen* kombiniert (WLTP) 294 – 201 g/km
CO2-Klasse G Klasse

Taycan 4S (2023)
Kraftstoffverbrauch / Emissionen

WLTP*
Stromverbrauch* kombiniert (WLTP) 24,1 – 19,8 kWh/100 km
CO-Emissionen* kombiniert (WLTP) 0 g/km
CO2-Klasse A Klasse

911 Targa-Modelle
Kraftstoffverbrauch / Emissionen

WLTP*
Kraftstoffverbrauch* kombiniert (WLTP) 11,3 – 10,4 l/100 km
CO-Emissionen* kombiniert (WLTP) 257 – 236 g/km
CO2-Klasse G Klasse

Taycan Sportlimousinen Modelle (2023)
Kraftstoffverbrauch / Emissionen

WLTP*
Stromverbrauch* kombiniert (WLTP) 24,1 – 19,6 kWh/100 km
CO-Emissionen* kombiniert (WLTP) 0 g/km
CO2-Klasse A Klasse

718 Cayman Modelle
Kraftstoffverbrauch / Emissionen

WLTP*
Kraftstoffverbrauch* kombiniert (WLTP) 13,2 – 8,9 l/100 km
CO-Emissionen* kombiniert (WLTP) 299 – 201 g/km
CO2-Klasse G Klasse

Taycan 4S Cross Turismo (2023)
Kraftstoffverbrauch / Emissionen

WLTP*
Stromverbrauch* kombiniert (WLTP) 24,8 – 21,4 kWh/100 km
CO-Emissionen* kombiniert (WLTP) 0 g/km
CO2-Klasse A Klasse

*Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen spezifischen CO-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem „Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen" entnommen werden, der an allen Verkaufsstellen und bei DAT (Deutsche Automobil Treuhand GmbH, Helmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen, www.dat.de) unentgeltlich erhältlich ist.

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/2021/unternehmen/porsche-studios-sales-pop-ups-urbane-vertriebsformate-26840.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/d9c4cac3-beb1-419b-80de-d9c19f4e3d33.zip

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