

One Porsche Drive – 1

10/08/2015 Die neue US-Firmenzentrale ist die größte Auslandsinvestition in der Geschichte von Porsche. Eine Serie stellt sie vor. Teil 1: Wie der One Porsche Drive für Begeisterung sorgt.

Auf der Interstate 75 herrscht noch nicht viel Verkehr, als sich Tamika Money aus dem Norden Atlantas in Richtung Süden aufmacht. Es ist 6.30 Uhr. Die Rushhour auf der vierspurigen Straße, die zum Hartsfield-Jackson Atlanta International Airport führt, hat noch nicht begonnen. Nach knapp 30 Minuten setzt Money den Blinker und nimmt die erste Ausfahrt zum wichtigsten Flughafen-Drehkreuz der Welt. Ihr Ziel zeichnet sich bereits aus der Ferne deutlich sichtbar am Horizont ab: „One Porsche Drive“, kurz OPD genannt.

Eine Adresse, die Symbol, Botschaft und Erlebnis zugleich ist. „OPD ist wie ein zweites Zuhause für mich geworden und zu einem richtigen Zuhause für unsere Porsche-Familie. Jedes Mal, wenn ich durch die Eingangstüren gehe, fühle ich eine gewisse Begeisterung und Stolz“, sagt die Einkäuferin, die seit zwei Jahren bei Porsche Cars North America (PCNA) beschäftigt ist. Dann macht sie sich auf in den dritten Stock des futuristischen Bauwerks. Die Arbeit ruft.

„Wir feiern einen besonderen Meilenstein“

Rund 100 Millionen Dollar (knapp 90 Millionen Euro) hat sich Porsche seine neue Firmenzentrale für Nordamerika inklusive Kundenerlebniszentrum kosten lassen – die größte Auslandsinvestition der Unternehmensgeschichte. Unter dem Motto „Dream Experience“ ist OPD Anfang Mai offiziell eröffnet worden. Anwesend waren circa 900 Teilnehmer, darunter der Porsche-Vorstand, Aufsichtsratsvorsitzender Dr. Wolfgang Porsche und Aufsichtsrat Dr. Hans Michel Piëch.

„Wir feiern einen besonderen Meilenstein in der Geschichte unseres Unternehmens, indem wir die Sichtbarkeit der Marke Porsche in Nordamerika und damit auch in der ganzen Welt ausbauen. Der brandneue Standort ‚One Porsche Drive‘ bietet faszinierende Möglichkeiten, die Geschichte und Fahrzeuge zu erleben“, sagt Vorstandsvorsitzender Matthias Müller.

OPD vereint die wichtigsten Porsche-Gesellschaften Nordamerikas unter einem Dach: PCNA, Porsche Financial Services, Porsche Consulting sowie MHP Management- und IT-Consulting. „Diese Bündelung wird sich mit noch höherer Effektivität und mit erheblichen Synergien auszahlen, zum Beispiel zugunsten einer noch besseren internen Kommunikation“, so Müller. Detlev von Platen, CEO von Porsche Cars North America, beschreibt OPD als einzigartigen Ort, an dem der Besucher die Marke mit eigenen Händen fassen, an dem er sie atmen kann. „Hier sind unsere Mitarbeiter auf Tuchfühlung mit unseren Kunden – an einem Ort, der jedermann offen steht. Eine derartige Kombination aus Unternehmenszentrale und Kundenerlebniszentrum ist nirgendwo anders auf der Welt zu finden.“

Die Stadt Atlanta beheimatet neben Porsche weitere Weltkonzerne wie CNN, Coca-Cola, Delta Airlines und UPS. „Wir sind stolz, dass Porsche dazuzählt und dass diese Ikone, ein echtes Vorzeigeunternehmen, Atlanta als neues Zuhause gewählt hat“, unterstreicht Atlantas Bürgermeister Kasim Reed. „Porsche ist für uns ein toller Botschafter in der Welt und zeigt, wie man von Georgia aus erfolgreich arbeiten kann“, lobt Nathan Deal, Gouverneur von Georgia, das Engagement von Porsche.

Positives weltweites Medienecho

Während des Eröffnungsabends gab das Unternehmen ein weiteres Projekt bekannt, von dem künftig alle Bürger und Touristen der Region Atlanta profitieren: Dr. Wolfgang Porsche übergab im Namen des Sportwagenherstellers einen Scheck in Höhe von 500 000 Dollar zur Förderung der Initiative „Atlanta BeltLine“. Mit diesem Verkehrsentwicklungsprojekt entsteht ein Netz von öffentlichen Parks, Mehrzweck-Laufwegen und Verkehrsadern entlang eines historischen, etwa 30 Kilometer langen Schienenkorridors, der sich um den Stadtkern herum zieht. Ganz im Sinne der traditionellen Verantwortung für Natur und Umwelt „ist es uns ein wichtiges Anliegen, der Gemeinschaft, die uns so viel gegeben hat, ein wenig zurückgeben zu dürfen“, erklärt Dr. Porsche.

Äußerst positiv war das weltweite Medienecho auf die OPD-Eröffnung. Allein in den USA berichteten große TV-Sender wie ABC, NBC, CBS, CNBC oder Fox ebenso wie Journalisten von Agenturen,

Fachmagazinen und Zeitungen. „Porsche brings Autobahn to Atlanta“, jubelt etwa der US-Medienkonzern Bloomberg, während die Fachzeitschrift Autoweek behauptet, dass das neue Kundenerlebniszentrum „the only good place to drive“ in Atlanta sei.

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/unternehmen/porsche-one-porsche-drive-teil-1-11243.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/1720b008-666f-441e-9af0-91b988df445d.zip

Externe Links
http://www.porsche.com/usa/aboutporsche/porschecarsnorthamerica/

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