

Unternehmen 03.12.2020

# Neues Retail-Konzept erstmals vollständig in Neubau umgesetzt

Markenerlebnis intensiviert: Gemeinsam mit dem Investor Hülpert Unternehmensgruppe hat Porsche sein neues Retail-Konzept „Destination Porsche“ weltweit erstmals vollständig in einem neu gebauten Porsche Zentrum umgesetzt.



Nach einer rund anderthalbjährigen Bauphase eröffneten die Partner die Anlaufstelle für Kunden und Fans der Marke; aufgrund der Corona-Pandemie fand der Akt ohne Gästebeteiligung statt.

„In Dortmund können wir erleben, wie durch ‚Destination Porsche‘ ein produkt-bezogener Schauraum zu einem kundenzentrierten Markenerlebnis wird“, sagt Detlev von Platen, Vorstand für Vertrieb und Marketing bei der Porsche AG. „Der Mensch steht im Mittelpunkt – das Porsche Zentrum wird zu einem Raum der Kommunikation und Inspiration, in dem sich unsere Community trifft und der neue Zielgruppen einlädt, mit der Marke in Kontakt zu kommen.“



### **Die Eröffnung des Porsche Zentrum Dortmund.**

„Wir sind sehr stolz, ‚Destination Porsche‘ gemeinsam mit der Hülpert Unternehmensgruppe erstmals vollständig in einem Neubau realisiert zu haben“, so Alexander Pollich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Porsche Deutschland GmbH. „Bereits beim Betreten des neuen Betriebs spürt man den einzigartigen Porsche-Spirit, der mit dem Konzept einhergeht. Ich bin davon überzeugt, dass ‚Destination Porsche‘ maßgeblich zur Zukunftsfähigkeit unserer Händler beiträgt.“

### **Treffpunkt für die Porsche-Community**

Das neue Porsche Zentrum am Dortmunder Flughafen bietet auf rund 24.500 Quadratmetern Grundstücksfläche ein intensives Markenerlebnis. Das Retail-Konzept „Destination Porsche“ stellt die Kunden noch stärker in den Mittelpunkt. Sie sollen sich im Porsche Zentrum wohlfühlen, die Marke erleben, sich treffen und austauschen können – beispielweise bei einem Kaffee im Lounge-Bereich. Das Porsche Zentrum wird damit zu einer zentralen Anlaufstelle für bestehende und neue Kunden.

### **Innenraum mit Themen-bezogenen Modulen**

Insgesamt finden mehr als 30 Porsche-Sportwagen Platz. Zudem ist das Thema Elektromobilität und die individuelle Auswahl von Farben und Materialien jeweils als Modul umgesetzt. Dynamische Rennstrecken-Spuren verweisen auf die lange Tradition von Porsche-Motorsport. In der 1.500 Quadratmeter großen Werkstatt gibt es 26 Arbeitsplätze.

### **Digitale Lösungen für ein ganzheitliches Erlebnis**

„Destination Porsche“ verbindet den physischen Raum mit der digitalen Welt. So können Kunden ihren Traumwagen im Porsche Zentrum konfigurieren und anschließend über eine Virtual-Reality-Brille realitätsnah begutachten. Mittels Touchscreens können die Kundenberater Produkte und Dienstleistungen interaktiv präsentieren; der Verkaufsprozess wird mit einer mobilfähigen IT-Lösung unterstützt. Fahrzeugabnahmen per Tablet oder elektronische Unterschriften sind weitere Beispiele für digitale Lösungen. Zudem gibt es neue Jobrollen, wie die des Technologieexperten.



## **Lena Rachor**

PR Manager Porsche Deutschland GmbH

+49 (0) 711 911 / 74148

lena.rachor1@porsche.de

### **Linksammlung**

#### **Link zu diesem Artikel**

<https://newsroom.porsche.com/de/2020/unternehmen/porsche-zentrum-dortmund-retail-konzept-destination-porsche-23016.html>

#### **Media Package**

<https://newsroom.porsche.com/media-package/porsche-zentrum-dortmunder-flughafen-neubau->

#### **Downloads**

Neues Retail-Konzept weltweit erstmals vollständig in Neubau umgesetzt, Pressemitteilung, 03.12.2020, Porsche AG