



L-förmig legt sich die 1.200 m² große Ausstellung um die transparente, zweigeschossige Büro-Galerie

Pure Porsche DNA

PORSCHE ZENTRUM ASCHAFFENBURG – Wie der Mythos einer Marke in einem Autohaus-Neubau Gestalt angenommen hat. VON DIETER RADL

Ein weltweit wohl einmaliger Grundstein: Da liegt in der Mitte des neuen Porsche Zentrums Aschaffenburg vor dem Kunden-Counter ein original Porsche Boxer-Motor inklusive Pergamentabzug der Patentschrift vom „Porsche 356-001“ unter einer begehbaren Panzerglasplatte in einer beleuchteten Sichtbeton-Kaverne im Fußboden. „Es ist die pure Porsche DNA, die wir hier als symbolisches Fundament eingebaut haben“, erläutert Ste-

phan Rössel, einer der beiden geschäftsführenden Gesellschafter.

Rekordbauzeit nach Warteschleife
Thomas HENrici und Stephan RÖssel (HERÖ Sportwagen GmbH) leiten als geschäftsführende Gesellschafter das neue Porsche Zentrum, das am 7. Mai 2011 eingeweiht und von Pfarrer Rosenberger eingegesenet wurde. Beide stammen aus der Eifel und kennen sich seit Jugendtagen:

Henrici machte im Autohandel Karriere und war schließlich angestellter Geschäftsführer der Porsche Zentren in Koblenz und Trier (Löhr-Gruppe); Rössel war im elterlichen Betrieb in der Baubranche aktiv, zudem ambitionierter Autorennsportler. Die Lebenslinien kreuzten sich wieder, sehr intensiv seit 2005, als der Porsche Markt Aschaffenburg neu zu vergeben war. Die Jugendfreunde beschlossen, sich gemeinsam bei Porsche für diesen Standort zu

Fotos: Porsche Aschaffenburg, Radl

bewerben. Ihr Unternehmenskonzept bekam Grünes Licht, man fand in der Würzburger Straße in Aschaffenburg einen Interimsstandort mit der Auflage, nach drei Jahren ein neues Autohaus zu bauen. „Wir hatten auch bereits an der Kreuzung Würzburger Straße/Berliner Allee ein optimales Grundstück – ein ehemaliger Sportplatz der US-Army – gefunden, als uns die Finanzkrise dazwischenkam“, erinnert sich Stephan Rössel. „Eine Warteschleife erschien angeraten. Aber das einjährige Moratorium hat dem Projekt gut getan, denn wir konnten einerseits noch mal bessere Kreditkonditionen aushandeln, zum anderen zeichneten sich nach der Warteschleife auch Porsche-Zukunft und wachsende Modellfamilie klarer ab: Wir haben also unser Projekt eine Nummer größer geplant und im Wortsinn für die Zukunft gebaut.“

Als Generalplaner und -unternehmer hatte man die Habau aus Heinsberg ausgewählt. „Wichtiges Kriterium dafür war die Tatsache, dass Herr Schiffer mit seinem Habau-Team sich in vielen Jahren eine spezielle Expertise für die qualitativ hochwertige und wirtschaftliche Umsetzung von Premium-CI-Konzepten, speziell auch von Porsche-Zentren, aufgebaut hat“, so Rössel, „und das hat sich dann im Planungs- und Bauprozess auch ausgezahlt: In nur acht Monaten haben wir dieses gewaltige Projekt bis zum Umzug am 25. März 2011 reibungslos realisieren können.“

Ein offenes Haus

Das neue Porsche Zentrum liegt leicht erhöht über Straßenniveau wie ein Präsentierteller an der Automeile Würzburger Straße, umrahmt von einem einladenden Grünkonzept: Basalt- und Lavasteine vom Laacher See vereinen sich hier mit den Zierpflanzen eines Garten- und Landschaftsbaubetriebs aus der Vulkaneifel zu einem stimmigen Grünkonzept. „Für un-

sere beiden Familien war das auch ein Stück Heimat, das wir hierher verpflanzt haben, um uns in Aschaffenburg symbolisch neu zu verwurzeln“, erläutert Stephan Rössel mit strahlendem Lachen unter seinem imposanten Salvador-Dali-Zwirbelbart. Das Gebäude zeigt sich im bekannt zeitlosen Porsche-Corporate-Design mit Metall-/Sichtschlitzfassade, die ca. 1.200 m² große Ausstellung legt sich L-förmig um die zweigeschossige, transparente Büro-Galerie. Der kurze Schenkel des L-Showrooms führt unter einem Tageslichtband vom zentralen Empfang über die Service-Akzeptanzplätze in die verglaste Direktannahme und in die angrenzende, hell geklinkerte Porsche-Werkstatt mit Hightech-Equipment. Zur Ausstattung der Werkstatt zählt auch ein Event-Paket (Beleuchtung, Beschallung, Beamer etc.), das im Showroom noch mal eine Steigerung erfährt. „Wir wollen ein offenes Haus sein, mit Events für bestimmte Zielgruppen, und das nicht nur im Showroom, sondern auch in der Werkstatt: Wir können hier z. B. ‚Nordschleife‘ simulieren und Nürburgringflair erzeugen, Autogrammstunden oder Boxenstopp-Aktionen wirken so viel authentischer“, schildert Stephan Rössel. Als Marketingchef des Porsche Zentrums kümmert sich der Autorennsportler auch um die Vernetzung in die Rennszene hinein, man unterstützt z. B. Carrera Cup und Porsche Super Cup, hat am Nürburgring eine eigene Porsche Ersatzteil-Versorgung aufgebaut und vieles mehr. Was bringt das alles fürs Geschäft? „Sehr viel“, ist sich Rössel sicher, „und nicht nur Imagepflege für die Marke Porsche, wir merken auch, wie diese Aktivitäten unsere Jungs in der Werkstatt be-seelen: die nehmen sogar Urlaub, um an der Rennstrecke sein und dort etwas lernen zu können. Und diesen Geist, diese Motivation, dieses spezifische Können spüren natürlich auch unsere Kunden.“

Gebaute Markenwerte

Die „Offenheit“ des Autohauses wird durch keinen Zaun und keine Barriere konterkariert (was beim Wert der im und rund ums Haus präsentierten Pretiosen durchaus vorstellbar wäre). Nur versenkbare Einfahrts-Poller, eine Videouberwachung und die Beleuchtungsanlage sind optisch kaum in Erscheinung tretende Sicherheitsmerkmale in den Außenanlagen. „Wir setzen auf die soziale Akzeptanz, die der Marke Porsche in hohem Maße entgegengebracht wird. Zäune machen eher aggressiv, wir setzen also auch in diesem Punkt auf Vertrauen und Offenheit“, sagt Rössel.

Offenheit, visionäre Kraft, Sportlichkeit, Verwurzelung, Heimat, Bodenständigkeit, Beseeltheit, Familiendenke: All das sind Zutaten, die konstitutiv für den Mythos Porsche waren und sind. Bei Porsche in Aschaffenburg merkt man schnell, dass Markenwerte wie diese Gestalt angenommen haben. So sah das wohl auch die Bauabnahme der Porsche Deutschland GmbH, die vom bislang „schönsten Porsche Zentrum Deutschlands“ sprach. Und programmatisch verdichtet sich all das im „Grundstein“, dem Boxer-Motor in der Bodenvitrine, dem man neben der Patentschrift auch eine Christophorus-Plakette aus der Abtei Maria Laach beigesellt hat sowie eine Unterschriftenliste aller Mitarbeiter in alphabetischer Reihenfolge. ■

KENNDATEN DES BETRIEBS	
Porsche Zentrum Aschaffenburg, HERÖ Sportwagen GmbH, Berliner Allee 2, 63739 Aschaffenburg	
NEUBAU	
Bauzeit 07/2010 bis 02/2011	
Planung und Generalunternehmer: Habau GmbH, Heinsberg, www.habau.de	
FLÄCHENGRÖSSEN	
Grundstück	6.100 m²
Nettogeschossfläche	2.950 m²
NW-Ausstellung	1.200 m²
Mechan. Werkstatt	600 m²
Direktannahme-Plätze	2
KOSTEN (IN EURO OHNE MWST.)	
Grundstück	1.300.000 €
Reine Baukosten	3.100.000 €
Gesamtkosten	4.900.000 €
KENNZAHLEN	
Mitarbeiter	45
Werkstattdurchgänge/Tag	10-12
NW-Verkäufe (Plan 2011)	250
GW-Verkäufe (Plan 2011)	350



1



2



3



4

- 100 Prozent Porsche CI: Sichtschlitz-Metallfassade, schwarzer Werkstatttrakt
- Wie ein Präsentierteller schwebt das neue Porsche Zentrum Aschaffenburg leicht über dem Straßenniveau
- Der „Grundstein“: Ein Porsche Boxer-Motor in Bodenvitrine als symbolisches Fundament und Porsche-DNA
- Stephan Rössel zeigt seine ambitionierten Außenanlagen mit Lavagestein aus der heimatischen Vulkaneifel