



## newsroom

Das Medien-Portal von Porsche

Offizielle Webseite: Porsche.de

Follow Porsche

DE

News ▾ Suchbegriff eingeben



Unternehmen Produkte Technik Historie Motorsport #Digital Sport & Lifestyle Nachhaltigkeit ▾ newsTV

PORSCHE NEWS / 2019 / PORSCHE UNTERNEHMEN – PORSCHE NEWSROOM / PORSCHE ZENTREN ERHALTEN WELTWEIT NEUE CORPORATE ARCHITECTURE

18.03.2019 |

109

# Porsche Zentren erhalten weltweit neue Corporate Architecture

Einladend und erlebnisbezogen: Porsche führt eine neue Corporate Architecture für seine Porsche Zentren auf der ganzen Welt ein.

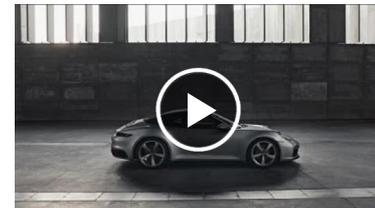


## Meistgelesen

1. Starkes Jahr für Porsche: aus der Pole-Position in die Elektromobilität
2. Innovatives Leichtbau-Dach mit Coupé-Eigenschaften
3. Porsche Zentren erhalten weltweit neue Corporate Architecture
4. Mehr als 20.000 Kaufinteressenten für den Taycan
5. Super in Sebring: Porsche siegt auch im Zwölfstundenrennen

## YouTube

Mehr ▶



## The new Porsche 911 Cabriolet – Get all set for the open-top season

👍 2.079 🗨️ 33

## Downloads

Porsche Zentren erhalten weltweit neue Corporate Architecture, Pressemitteilung, 18.03.2019, Porsche AG

📄 PDF | 156.94 KB

Media Package

📁 ZIP | 23.43 MB

Unter dem Motto „Destination Porsche“ sollen sie zu zentralen Treffpunkten für die Porsche Community werden und dabei sowohl bestehende als auch neue Kunden ansprechen. Die neue Architektur zeichnet aus, dass sie flexibel gestaltet werden kann, digitale Medien zur individuellen Ansprache einbezieht und das Erlebnis der Marke in den Vordergrund stellt.

### Prototyp in Kalifornien eröffnet

Der erste Prototyp des neuen Konzepts wurde jetzt im kalifornischen Palm Springs feierlich eingeweiht. Das Gebäude entstand innerhalb eines Jahres und weist den Weg für die Veränderungen im Rahmen von „Destination Porsche“. Das vollständige Konzept wird Mitte 2020 in zwei weiteren Porsche Zentren erlebbar sein: in Dortmund und im chinesischen Hangzhou.

„Destination Porsche ist eine wichtige Antwort auf zukünftige Kundenanforderungen und den Wandel im Automobilvertrieb“, sagt Detlev von Platen, Vorstand für Vertrieb und Marketing bei der Porsche AG. „Porsche steht für Lebensräume und eine starke Community unserer Freunde und Fans. Für sie gestalten wir unsere Porsche Zentren als einen Treffpunkt, um die Marke zu erleben.“



## Social Media

🐦 Twitter | 20.03.2019

The #NewPorsche911 Cabriolet Is All Set For Open-Top Season – As Proven During A Trip Through At...

🐦 Twitter | 20.03.2019

#IMSA - @NickTandyR On His #Sebring12 Win: "We Started From Pole, Then Quickly Fell Back, Only T...

🐦 Twitter | 20.03.2019

#VLN - The Porsche Customer Teams Are Ready And Prepared For The 2019 @VLN\_De Season-Opener On S...

🐦 Twitter | 20.03.2019

#IntGTC - After Winning The Season-Opener In #Bathurst, Works Driver @DWernerRacing And Porsche ...



Das Konzept für „Destination Porsche“ leitet sich aus veränderten Kundenbedürfnissen ab: ein breiteres Produktportfolio erfordert es, Zielgruppen spezifischer anzusprechen, der Wunsch nach Individualisierung macht eine höhere Flexibilität notwendig. Die Porsche Zentren von morgen bestehen daher aus mehreren inhaltlichen Welten, die flexibel gestaltet werden können und in denen digitale Medien die Kunden individuell ansprechen. So werden sie zu Orten des Erlebens und Anfassens der Marke.

#### **Weiterentwicklung der Porsche DNA**

Das Design zukünftiger Porsche Zentren nutzt den Aufbau der heutigen Gebäude und ergänzt sie um weiterentwickelte und neue Elemente. Der Einrichtungsstil bleibt zeitlos, so dass die Aufmerksamkeit auf den ausgestellten Fahrzeugen liegt. Auch die typische Grundform heutiger Porsche Zentren bleibt erhalten.



Die erneuerte Außenfassade aus Aluminium öffnet sich in Teilbereichen, wodurch ein Blick in das Gebäude möglich ist. So entsteht bereits von weitem ein einladender Eindruck, der durch die erhöhte Glasfassade im Erdgeschoss unterstützt wird. Die Aluminiumpaneele über dem Haupteingang sowie rote LED-Bänder betonen die Dynamik des Konzepts.

#### **Weg des Kunden durch eine flexible Porsche-Welt**

Die „Customer Journey“, der Weg des Kunden, verläuft entlang thematischer Module, die von den Porsche Zentren flexibel ein- und umgebaut werden können. Damit ist der Innenraum auf einfache Weise an regionale oder individuelle Besonderheiten anpassbar. Inhaltlich beziehen sich die Module beispielsweise auf aktuelle Produkthighlights, Elektromobilität oder Gebrauchtfahrzeuge. Einen weiteren Schwerpunkt bilden Aufenthaltsbereiche mit einer neu gestalteten Lounge, in denen sich Kunden und Fans der Marke treffen und austauschen können. Über ein großes Glasfenster haben sie zudem Einblick in die Werkstatt – analog dem „look inside the kitchen“ eines Restaurants.



#### **Digitale Mittel zur individuellen Ansprache**

Eine weitere wichtige Säule der neuen Corporate Architecture sind gezielt eingesetzte digitale Medien. Dazu gehören Virtual Reality Anwendungen, mit denen die eigene Fahrzeug-Konfiguration virtuell abgebildet ist. Über Touchscreens werden die Produkte und Services der Marke Porsche interaktiv erlebbar.

#### **Konzept als Bestandteil der Porsche Retail-Strategie**

Die Umsetzung des „Destination Porsche“-Konzepts beginnt im ersten Schritt mit den Porsche Zentren – und damit dem Kernformat des Vertriebs. In Zukunft sollen auch die anderen Anlaufstellen vor Ort noch stärker auf Kundenbedürfnisse

ausgerichtet und die Möglichkeiten zur Kommunikation ausgebaut werden. Dazu gehören neben den Porsche Studios im urbanen Umfeld auch Pop-up Stores sowie neue digitale Kontaktpunkte und Formate, mit denen ein Erlebnis der Marke Porsche auf mehreren Wegen möglich ist.

109

Drucken PDF

## Ähnliche Artikel



15.03.2019 | &lt; Share

### Video: Ein Blick ins Büro Berlin

Draußen Spree, drinnen Lab – Porsche Consulting in der Hauptstadt



12.03.2019 | &lt; Share

### Porsche legt Grundstein für weiteres Wachstum in Leipzig

Porsche investiert mehr als 600 Millionen Euro in den Ausbau seines Werks in Leipzig.



20.02.2019 | &lt; Share

### Porsche Zentrum Hamburg unter neuer Leitung

Philipp von Witzendorff übernimmt zum 1. April 2019 die Leitung des Porsche Zentrums Hamburg.

[Kontakt](#) | [Newsletter](#) | [Sitemap](#) | [Impressum](#) | [Datenschutz](#) | [Porsche.com](#) | [Presse-Datenbank](#) | [VW Group Media](#)

## Follow us

Der Porsche Newsroom ist ein Angebot der Porsche Kommunikation für Journalisten, Blogger und die Online-Community.  
Die offizielle Website der Porsche AG erreichen Sie unter [www.porsche.com](http://www.porsche.com)

© 2019 Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG. [Impressum und Rechtliche Hinweise](#), [Hinweise zum Datenschutz](#), [Verbrauchsinformationen](#).

\*Die angegebenen Werte wurden nach dem vorgeschriebenen Messverfahren (§ 2 Nr. 5, 6, 6 a Pkw-EnVKV in der jeweils geltenden Fassung) ermittelt. Die Angaben beziehen sich nicht auf ein einzelnes Fahrzeug und sind nicht Bestandteil des Angebots, sondern dienen allein Vergleichszwecken zwischen den verschiedenen Fahrzeugtypen. Weitere aktuelle Informationen zu den einzelnen Fahrzeugen erhalten Sie bei Ihrem Porsche Zentrum/Händler. Ermittlung des Verbrauchs auf Grundlage der Serienausstattung. Sonderausstattungen können Verbrauch und Fahrleistungen beeinflussen.

Der Kraftstoffverbrauch und die CO<sub>2</sub>-Emissionen eines Fahrzeugs hängen nicht nur von der effizienten Ausnutzung des Kraftstoffs durch das Fahrzeug ab, sondern werden auch vom Fahrverhalten und anderen nicht technischen Faktoren beeinflusst. CO<sub>2</sub> ist das für die Erderwärmung hauptsächlich verantwortliche Treibhausgas.

Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen spezifischen CO<sub>2</sub>-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem [Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO<sub>2</sub>-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen](#) entnommen werden, der an allen Verkaufsstellen und bei [DAI](#) unentgeltlich erhältlich ist.