

PREISE FÜR 20.000 €

Das große Jahresquiz

Jetzt gewinnen

Handelsblatt

MEINE NEWS

HOME

POLITIK

UNTERNEHMEN

TECHNOLOGIE

FINANZEN

AUTO

KARRIERE

ARTS & STYLE

MEINUNG

VIDEO

SERVICE

Industrie

Energie

Handel + Konsumgüter

Dienstleister

Medien

Mittelstand

Management

Handelsblatt > Unternehmen > Industrie > Sportwagenhersteller Porsche startet neues Vertriebskonzept

Suchbegriff, WKN, ISIN

ANZEIGE

**Benachrichtigung aktivieren**

Dürfen wir Sie in Ihrem Browser über die wichtigsten Nachrichten des Handelsblatts informieren? Sie erhalten 2-5 Meldungen pro Tag.

JETZT AKTIVIEREN

Nein, danke

„DESTINATION PORSCHE“

Porsche-Zentrum in Dortmund wird Blaupause für neues Vertriebskonzept

Der Sportwagenhersteller will mehr Transparenz – und eine jüngere Kundschaft. Vom Ruhrgebiet aus soll die Strategie durch die Porsche-Welt gehen.



Stefan Menzel

03.12.2020 - 18:54 Uhr • 2 x geteilt



Verkaufsraum des neuen Zentrums

...e können am Standort Dortmund ausgestellt werden.

(Foto: Porsche)

Dortmund. Als Dankeschön für das neue Porsche-Zentrum am Dortmunder Flughafen gibt es von der Kommune gleich den passenden Straßennamen dazu: Als wäre es selbstverständlich, steht das Autohaus in der ebenfalls neuen Carrera-Straße. Es ist ein eindeutiger Hinweis auf den 911er, wichtigstes und bekanntestes Modell des Stuttgarter Sportwagenherstellers. 19 Millionen Euro hat der wuchtige, aber auch transparent gehaltene Neubau gekostet – ein wichtiges Investment im Dortmunder Speckgürtel.

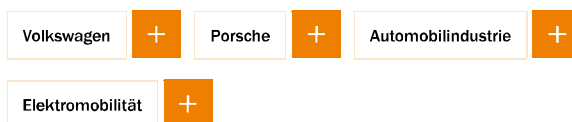
Das neue Vertriebszentrum am Flughafen Dortmund ist der Anfang einer Neuausrichtung in diesem Bereich. Schritt für Schritt will Porsche in den kommenden zehn Jahren weltweit die mehr als 900 Händlerbetriebe auf das neue Vertriebskonzept der „Destination Porsche“ umstellen. Nachdem zunächst ein Pilotbetrieb im kalifornischen Palm Springs gut von den Kunden angenommen wurde, hat sich die Stuttgarter Volkswagen -Tochter für die globale Verbreitung des Konzepts entschieden.

„Der Mensch steht im Mittelpunkt, das Porsche-Zentrum wird zu einem Raum der Kommunikation und Inspiration“, sagte Vertriebsvorstand Detlev von Platen bei der Eröffnung des Verkaufs- und Werkstattzentrums in der Ruhr-Metropole. Mit einem transparenten und auf Offenheit ausgelegten architektonischen Konzept wolle der Sportwagenhersteller neue Kundengruppen ansprechen.

Es dürfe keine Hemmschwellen geben, wenn ein potenzieller Kunde heute einen Porsche-Betrieb betreten wolle, so von Platen weiter. Deshalb sei schon der Eingangsbereich des neuen Standorts großzügig gehalten, erlaubt Rundumblick im gesamten Gebäude bis hin zu den Werkstätten. Eigentümer der Dortmunder Porsche-Niederlassung ist die mittelständische Hülpert Autohandelsgruppe, die im östlichen Ruhrgebiet eine ganze Reihe von Werkstatt- und Handelsbetrieben besitzt.

ANZEIGE

THEMEN DES ARTIKELS



Acht von zehn Porsche-Kunden sind in Deutschland Männer, der Altersdurchschnitt liegt deutlich über 50 – aus Sicht der Stuttgarter soll