

Porsche Zentrum wird moderner Treffpunkt

02/05/2020 Im chinesischen Hangzhou hat Porsche als Pilot erstmals einen Handelsbetrieb in der neuen Corporate-Architecture „Destination Porsche“ umgebaut.

Das neue Konzept legt einen Schwerpunkt auf das Markenerlebnis und Inspiration. Geprägt ist es durch seine Flexibilität und digitale Medien für eine personalisierte Kommunikation. Als ein Kernelement werden die Handelsbetriebe zu einem zentralen Treffpunkt für die Porsche-Community und bilden damit sowohl für bestehende als auch für neue Kunden einen Anziehungspunkt. Im Laufe der Dekade wird das Konzept in 850 bestehenden Porsche Zentren auf der ganzen Welt ausgerollt.

Die offizielle Wiedereröffnung des Porsche Zentrums Hangzhou wurde aufgrund der Corona-Krise im Rahmen eines Online-Events gefeiert. Die Veranstaltung zeigte auch, dass sich Porsche China und seine Händler bereits in der zweiten Phase der abklingenden Pandemie befinden, in der sich der Geschäftsbetrieb schrittweise wieder normalisiert.

Das Architektur-Konzept spiegelt die Tradition und die Innovationskraft von Porsche wider. Die Außenfassade aus Aluminium schafft bei Eintritt eine einladende und ansprechende Atmosphäre. Im Innenraum sorgen dynamische Rennstrecken-Spuren für eine kunstvolle Neuinterpretation der einzigartigen Tradition von Porsche-Motorsport.

Eine flexible Welt mit verschiedenen Themenmodulen

Der Weg des Kunden durch das Porsche Zentrum führt durch verschiedene, flexibel umsetzbare Themenmodule wie „Highlight-Fahrzeug“, „E-Performance“ und „Fitting-Lounge“. Das Community-Konzept wird als einer der zentralen Werte von Porsche in die neuen Porsche Zentren integriert; hierfür ist ein neuer Lounge-Bereich vorgesehen, in dem sich Kunden und Fans der Marke treffen können. Dank der Skalierbarkeit des modularen Systems können die Gebäude künftig einfach neugestaltet oder erweitert werden, anstatt sich lediglich auf eine statische Fahrzeug-Ausstellung zu beschränken.

Völlig neues Kundenerlebnis dank digitaler Lösungen

Im Rahmen von „Destination Porsche“ wird eine digitale Welt geschaffen, die den Kunden ein ganzheitliches Erlebnis bietet. Virtual-Reality-Anwendungen bilden die eigene Fahrzeug-Konfiguration virtuell ab. Über Touchscreens werden die Produkte und Dienstleistungen der Marke Porsche interaktiv erlebbar. Fahrzeugabnahmen per Tablet, elektronische Unterschriften, Online-Zahlungsmöglichkeiten und weitere digitale Lösungen tragen außerdem zu einer neuen Dimension des Kundenerlebnisses bei.

Die digitalen Anwendungen ermöglichen eine personalisierte Verbindung zwischen dem Kunden und den Produkten von Porsche.

Größere Kundennähe durch vielfältige Handelsformate

Porsche hat derzeit mehr als 124 aktive Vertriebsstandorte in China, Hongkong und Macau. Neben den Porsche Zentren nutzt Porsche China seit einigen Jahren verschiedene weitere Retail-Formate. Dazu gehören Porsche Studios, in denen Kunden die Marke in einem digitalen Showroom in der Innenstadt entdecken können, die Porsche City Service Center, die modernste Kundendienstleistungen bieten, und die Sales Pop-ups als mobiles Verkaufserlebnis.

Dieser Beitrag wurde vor dem Start des Porsche Newsroom Schweiz in Deutschland erstellt. Die genannten Verbrauchs- und Emissionsangaben richten sich daher nach dem Prüfverfahren NEFZ und wurden unverändert übernommen. Alle in der Schweiz gültigen Angaben nach WLTP-Messzyklus sind unter www.porsche.ch verfügbar.

MEDIA ENQUIRIES



Inga Konen

Head of Communications Porsche Schweiz AG
+41 (0) 41 / 487 914 3
inga.konen@porsche.ch

Consumption data

Taycan Turbo

Fuel consumption / Emissions

WLTP*

CO-Emissionen* kombiniert (WLTP) 0 g/km

Stromverbrauch* kombiniert (WLTP) 23,6 – 20,2 kWh/100 km

Elektrische Reichweite kombiniert (WLTP) 435 – 507 km

Macan

Fuel consumption / Emissions

WLTP*

Kraftstoffverbrauch kombiniert (WLTP) 10,7 – 10,1 l/100 km

CO-Emissionen* kombiniert (WLTP) 243 – 228 g/km

Taycan Turbo S

Fuel consumption / Emissions

WLTP*

CO-Emissionen* kombiniert (WLTP) 0 g/km

Stromverbrauch* kombiniert (WLTP) 23,4 – 21,9 kWh/100 km

Elektrische Reichweite kombiniert (WLTP) 440 – 468 km

*Further information on the official fuel consumption and the official specific CO emissions of new passenger cars can be found in the "Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen" (Fuel Consumption, COEmissions and Electricity Consumption Guide for New Passenger Cars), which is available free of charge at all sales outlets and from DAT (Deutsche Automobil Treuhand GmbH, Helmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen, www.dat.de).

Link Collection

Link to this article

https://newsroom.porsche.com/de_CH/2020/unternehmen/porsche-china-hangzhou-corporate-architecture-destination-20761.html

Media Package

<https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/c93891fa-4da5-48c1-9ded-d2299141d122.zip>