



PORSCHE

Presse-Information

8. Mai 2015

Nr. 39/15

100-Millionen-Dollar-Projekt in Atlanta ist die größte Auslandsinvestition der Firmengeschichte

Porsche eröffnet Kundenerlebniszentrum und Firmenzentrale in den USA

Atlanta/Stuttgart. Porsche hat am Donnerstagabend (7. Mai Ortszeit) in Atlanta im US-Bundesstaat Georgia offiziell sein neues Kundenerlebniszentrum mit Firmenzentrale für Nordamerika eingeweiht. Mit dem 100 Millionen Dollar umfassenden Investitionsprojekt „One Porsche Drive“, der größten Auslandsinvestition in der über 65-jährigen Firmengeschichte, präsentiert der Sportwagenhersteller aus Zuffenhausen einen für die Automobilbranche weltweit einmaligen Standort mit Büro-, Schulungs- und Veranstaltungsflächen, die durch eine modular angelegte Teststrecke, eine Oldtimergalerie, eine Restaurierungswerkstatt sowie ein Restaurant ergänzt wird. Zur Eröffnungsfeier mit dem Motto „Dream Experience“ kamen fast 900 Gäste, darunter neben Kunden, Partnern und Mitarbeitern der Tochtergesellschaft Porsche Cars North America auch der Vorstand der Porsche AG. Als Ehrengäste konnte Porsche-Chef Matthias Müller mit dem Aufsichtsratsvorsitzenden Dr. Wolfgang Porsche und Aufsichtsrat Dr. Hans Michel Piëch Repräsentanten der Gründerfamilie ebenso begrüßen wie den Gouverneur des US-Bundesstaats Nathan Deal, und den Bürgermeister der Ostküsten-Metropole, Kasim Reed.

„Wir feiern einen besonderen Meilenstein in der Geschichte unseres Unternehmens indem wir die Sichtbarkeit der Marke Porsche in Nordamerika und damit auch in der ganzen Welt ausbauen. Der brandneue Standort ‚One Porsche Drive‘ bietet faszinierende Möglichkeiten, die Geschichte und Fahrzeuge zu erleben“, sagte der Vorstandsvorsitzende Matthias Müller anlässlich der Eröffnungsfeier.

Die elf Hektar große Porsche-Ansiedlung befindet sich in einem neuen Gewerbegebiet namens „Aerotropolis“. Es grenzt an das weltweit größte Drehkreuz des internationalen Flugverkehrs – den Hartsfield-Jackson Atlanta International Airport – mit rund 95 Millionen Flugpassagieren jährlich. Von hier heben Maschinen zu mehr als 150 US-Städten ab. Damit wohnen etwa 80 Prozent der US-Kunden und Porsche-Fans nur zweieinhalb Flugstunden entfernt. Die Vereinigten Staaten sind mit mehr als 47.000 ausgelieferten Fahrzeugen im Jahr 2014 der größte Porsche-Markt weltweit und zugleich der bedeutendste Markt für die Sportwagen-Ikone 911, die im vergangenen Jahr an 10.500 Kunden ausgeliefert wurde. „Mit einiger Zuversicht erwarten wir, im Jahr 2015 die Schwelle von 50.000 Auslieferungen in den USA zu überschreiten“, so Matthias Müller. In keinem anderen Markt hat Porsche treuere Fans als in den USA. So feiert der Porsche Club of America, der mit rund 115.000 Mitgliedern der weltweit größte Kundenclub für nur eine Marke ist, im Jahr 2015 seinen 60. Geburtstag.

Das Händlernetzwerk von Porsche in den USA umfasst 189 Standorte. Hinzu kommen 16 Händler in Kanada, die 2014 erstmals über 4.900 Porsche verkauft haben. Etwa ein Drittel der nordamerikanischen Kunden entscheiden sich für die zweitürigen Sportwagen 911, Boxster und Cayman. Dabei stoßen die sportlichsten Derivate – wie der 911 GT3, 911 GT3 RS, Boxster Spyder und Cayman GT4 – auf eine besonders hohe Nachfrage. Zudem werden die Plug-in-Hybridmodelle von Cayenne und Panamera mit etwa 16 Prozent Absatzanteil in den USA überdurchschnittlich stark angenommen.

„Als Schaufenster für die Motivation unserer Mitarbeiter und all‘ das, was unsere Fahrzeuge können und leisten, setzt ‚One Porsche Drive‘ neue Maßstäbe für die gesamte Porsche-Welt“, lobte Bernhard Maier, Mitglied des Vorstandes Vertrieb und Marketing der Porsche AG, den erfolgreichen Abschluss des Projekts nach zweieinhalbjähriger Bauzeit. Etwa 450 feste Mitarbeiter werden künftig am Standort arbeiten, davon gut 300 im Fahrzeug-Geschäft bei Porsche Cars North America (PCNA). Weitere 150 Mitarbeiter sind bei den Tochtergesellschaften Porsche Financial Services,

Porsche Consulting, Porsche Business Services und MHP Management- und IT-Consulting beschäftigt. Insgesamt entstehen bei Porsche in Atlanta etwa 100 neue Arbeitsplätze. Vorstand Maier erklärte: „Unser Ziel war es, mit ‚One Porsche Drive‘ eine Unternehmenszentrale zu schaffen unter deren Dach alle in den USA ansässigen Tochtergesellschaften eine neue gemeinsame Heimat finden. Das schafft Synergien und stärkt das Miteinander aller Beteiligten.“

Porsche Cars North America ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Porsche AG und wurde 1984 gegründet. Seit 1998 war das Unternehmen in angemieteten Räumen nördlich von Atlanta zu Hause. Detlev von Platen, Präsident und CEO von PCNA, beschreibt die Entwicklung eindrucksvoll: „1950 ließen sich anfangs jeden Monat drei Fahrzeuge verkaufen, 65 Jahre später konnten wir im April 2015 mit 5.200 Neuwagen einen neuen Rekord aufstellen.“ Für ihn ist entscheidend, dass die Porsche-Mitarbeiter „im neuen zu Hause auf Tuchfühlung mit unseren Kunden“ sind. Nicht zuletzt werden hier künftig jedes Jahr Expertenschulungen für mehr als 1.000 Techniker der Porsche Zentren angeboten.

In dem Kundenerlebniszentrum von Porsche mit seiner einzigartigen Architektur und seinen durchdachten Einrichtungen werden jährlich rund 30.000 Gäste erwartet. Die Kunden können dort ihre Neufahrzeuge ausliefern oder ihre Oldtimer restaurieren lassen. Einzelne Besucher oder auch Firmen mit Mitarbeitern und Gästen können gegen Bezahlung an ihrem fahrerischen Können feilen oder sich für Konferenzen im perfekt ausgestatteten Business Center einmieten. Ferner können Automobilenthusiasten Porsche-Oldtimer besichtigen, sich über die Geschichte des Unternehmens informieren und sich im „Carrera Café“ oder im Gourmet-Restaurant „356“ verwöhnen lassen. Das Restaurant verdankt seinen Namen dem ersten Serien-Porsche, der im Jahr 1950 erstmals in den USA an den New Yorker Importeur Max Hoffman ausgeliefert wurde.

„‘One Porsche Drive‘ ist der Beginn einer neuen Ära in der Geschichte von Porsche in Amerika“, sagte USA-Chef von Platen. Die 2,6 Kilometer lange Driver Develop-

ment-Strecke windet sich über Flächen und Höfe der gesamten Anlage und bietet unter anderem sechs Fahrmodule, die unter Anleitung von Instruktoren absolviert werden: den Handling Circuit, den Off-road Course, die Dynamics Area, den Low Friction Handling Circuit, den Low Friction Circle und das einzige Kick Plate in Nordamerika. Hier erfährt der Besucher im besten Wortsinn das Gefühl für die sogenannte Konzeptharmonie der Fahrzeuge in Bezug auf Konstruktion und Technologie sowie Performance der verschiedenen Porsche-Modelle.

Porsche-Chef Müller bedankte sich bei Gouverneur Deal und Bürgermeister Reed für die große Unterstützung, die die Verwaltungen von Georgia und Atlanta geleistet hatten. Nathan Deal erwiderte: „Porsche ist für uns ein toller Botschafter in der Welt und zeigt, wie man von Georgia aus erfolgreich arbeiten kann.“ Die Stadt Atlanta kann die dritthöchste Konzentration von Fortune 500-Unternehmen aufweisen und ist Heimat von Weltkonzernen wie CNN, Coca-Cola, Delta Airlines und UPS. „Wir sind stolz, dass Porsche dazu zählt und dass diese Ikone, dieser Klassenbeste unter den Unternehmen, Atlanta für sein neues Zuhause gewählt hat“, ergänzte Kasim Reed. Im Sommer dieses Jahres wird mit Mercedes-Benz auch das automobilen Nachbarunternehmen von Porsche in Stuttgart sein US-Hauptquartier nach Atlanta verlegen.

Zur Eröffnung der USA-Zentrale von Porsche gab es am Abend eine weitere Überraschung, von der bald alle Bürger und Touristen der Region Atlanta profitieren: Dr. Wolfgang Porsche übergab für das Unternehmen im Rahmen der Feierlichkeiten einen Scheck in Höhe von 500.000 US-Dollar zur Förderung der Initiative „Atlanta BeltLine“. Mit diesem Verkehrsentwicklungsprojekt entsteht ein Netz von öffentlichen Parks, Mehrzweck-Laufwegen und Verkehrsadern entlang eines historischen, etwa 30 Kilometer langen Schienenkorridors, der sich um den Stadtkern herum zieht. Ganz im Sinne der traditionellen Verantwortung für Natur und Umwelt „ist es uns ein wichtiges Anliegen, der Gemeinschaft, die uns so viel gegeben hat, ein wenig zurückgeben zu dürfen“, erklärte Dr. Porsche.

GO

Hinweis: Bildmaterial steht akkreditierten Journalisten auf der Porsche-Pressedatenbank unter der Internet-Adresse <https://presse.porsche.de> zur Verfügung.

Porsche Modellreihe 911: Kraftstoffverbrauch kombiniert 12,7–8,2 l/100 km; CO₂-Emissionen 296–191 g/km; Effizienzklasse: G–F

Porsche Modellreihe Boxster: Kraftstoffverbrauch kombiniert 9,0–7,9 l/100 km; CO₂-Emissionen 211–183 g/km; Effizienzklasse: G–F

Porsche Modellreihe Cayman: Kraftstoffverbrauch kombiniert 10,3–7,9 l/100 km; CO₂-Emissionen 238–183 g/km; Effizienzklasse: G–F

Porsche Modellreihe Cayenne: Kraftstoffverbrauch kombiniert 11,5–6,6 l/100 km; CO₂-Emissionen 267–173 g/km; Effizienzklasse: F–B

Porsche Cayenne S E-Hybrid: Kraftstoffverbrauch kombiniert 3,4 l/100 km; elektrischer Energieverbrauch kombiniert 20,8 kWh/100 km; CO₂-Emissionen kombiniert 79 g/km; Effizienzklasse: A+

Porsche Modellreihe Panamera: Kraftstoffverbrauch kombiniert 10,5–6,4 l/100 km; CO₂-Emissionen 245–169 g/km; Effizienzklasse: F–B

Porsche Panamera S E-Hybrid: Kraftstoffverbrauch kombiniert 3,1 l/100 km; elektrischer Energieverbrauch kombiniert 16,2 kWh/100 km; CO₂-Emissionen kombiniert 71 g/km; Effizienzklasse: A+

Porsche Modellreihe Macan: Kraftstoffverbrauch kombiniert 9,2–6,1 l/100 km; CO₂-Emissionen 216–159 g/km; Effizienzklasse: E–B

Porsche 918 Spyder: Kraftstoffverbrauch kombiniert 3,1–3,0 l/100 km; elektrischer Energieverbrauch kombiniert 12,7 kWh/100 km; CO₂-Emissionen 72–70 g/km; Effizienzklasse: A+