

Porsche investiert 30 Millionen in Hamburg

Der Sportwagenbauer eröffnet ein neues **Autohaus in Eidelstedt**. Auch an der Alster kommt der Bau voran. Mathias Busse wird Leiter der Niederlassung



Mathias Busse, Leiter der Porsche-Niederlassung in Hamburg, mit einem Porsche 911 Carrera GT (147.000 Euro) in der neuen Filiale in Eidelstedt

MELANIE WASSINK

HAMBURG :: Der wohlhabende Hamburger trägt dunkelblaue Sakkos mit Goldknöpfen, er wirft sich bei Schmuddelwetter den Burberry-Mantel über und er fährt mit einiger Wahrscheinlichkeit – einen Porsche 911. Was haben alle diese Lifestyle-Produkte gemeinsam? Sie sind zeitlos. Es gab sie schon vor Jahrzehnten und es wird sie wahrscheinlich immer geben. „Die Hamburger lieben Klassiker“, sagt Mathias Busse, Geschäftsführer der Porsche-Niederlassung, über das Geheimnis des hanseatischen Auftritts.

Mit steigendem Wohlstand an Alster und Elbe legen die Verkäufe des Sportwagenbauers hier derzeit noch einmal kräftig zu und festigen die Spitzenreposition der Stadt. Nirgendwo sonst in Deutschland gibt es im Verhältnis zur Einwohnerzahl so viele Porsche-Fahrzeuge wie in Hamburg. Die Stuttgarter revanchieren sich bei ihren treuen Fans im Norden mit kräftigen Investitionen. Für 30 Millionen Euro baut der Autohersteller in Hamburg moderne Ausstellungsräume und Werkstätten. Am neuesten Standort, in einem lichtdurchfluteten Bau an der Holsteiner Chaussee in Eidelstedt feiert Porsche in der nächsten Woche, am 26. Februar, mit seinen Kunden offizielle Eröffnung.

Auch der zweite neue Porsche-Sitz, das Alster-Gate an der Lübecker Straße, nimmt nach einigen Verzögerungen allmählich Formen an. In diesen Tagen wurden für das Mega-Projekt zwei erste Plätze von der Jury vergeben, die an die Hamburger gmp-Architekten von Gerkan, Marg und Partner sowie an KSP Jürgen Engel Architekten aus Braunschweig gingen. Der Plan umfasst ein Bürohochhaus mit 19.000 Quadratmetern Mietfläche in Sichtweite der Außenalster. Auf dem Grundstück, auf dem zur Zeit der Gebäudekomplex der ehemaligen Gewerbefachschule abgerissen wird, entsteht auch eines der größten innerstädtischen Porsche-Zentren der Welt mit 9600 Quadratmetern Nutzfläche. Die Architektur für die Niederlassung der Stuttgarter ist jedoch weltweit identisch und unabhängig von dem jetzt entschiedenen städtebaulichen Wettbewerb.

Die neuen Porsche-Häuser in Hamburg entstehen als Folge mangelnder Expansionsmöglichkeiten an den bisherigen Standorten. „Am Nedderfeld konnten wir nur 14 Autos zeigen, der neue Schauraum hier in Eidelstedt bietet Platz für 40 Fahrzeuge“, freut sich Busse. Die Fertigstellung des Porsche-Zentrums in Hohenfelde ist für 2017/2018 geplant. Dann will das Unternehmen sein bisheriges Autohaus an der Eilffstraße aufgeben.

Aber Porsche stellt sich nicht nur räumlich neu in Hamburg auf, sondern auch in der Führung. Busse hat im Januar Andreas Tetzloff als Sprecher der standortübergreifenden Geschäftsführung der Niederlassung abgelöst. Stefan Kniss wird Leiter der neuen Filiale in Eidelstedt. Busse blickt auf Berufserfahrung bei Mercedes und Porsche

zurück, begann seine berufliche Karriere im Vertrieb und bekam später auch die kaufmännische Verantwortung.

Der Familienvater aus Winterhude übernimmt das Steuer bei dem Sportwagenbauer in einer für die Premiummarke sehr erfolgreichen Zeit. „Wir haben im vergangenen Jahr rund 2000 Neu- und Gebrauchtwagen verkauft“, sagt Busse, der vor der jetzigen Gesamtverantwortung den Standort am Nedderfeld geleitet hatte. Der Absatz läge „erfreulicherweise über den Erwartungen“, sagt der gebürtige Hamburger. „Und im laufenden Jahr wollen wir den Umsatz noch einmal um rund

Im laufenden Jahr wollen wir den Umsatz noch einmal um rund sieben Prozent steigern.

Mathias Busse,
Porsche-Chef Hamburg

sieben Prozent steigern“, blickt Busse in der Zukunft der Niederlassung, der es schon länger ausgezeichnet geht. Seit 2011 konnte Porsche in der Hansestadt den Umsatz jedes Jahr um 15 Prozent steigern.

Busse hatte bereits als Mitteldreißiger die Führungsspitze im Porsche-Handel erreicht – und das in einem Business mit Kunden, die meist erst dann zu der Marke kommen, wenn sie die 50 Jahre überschritten haben. Zum einen wird die Altersfrage mit dem Preis der Sportwagen beantwortet. Denn welcher junge Mensch kann sich schon einen 911er Turbo S leisten, wie

er in Eidelstedt zu bewundern ist, ein wenig familientaugliches Auto, das mit einem Wert von mehr als 200.000 Euro ein großes Vakuum im Portemonnaie hinterlassen dürfte? Und während andere Luxusmodelle etwa von Mercedes oder BMW zu 50 Prozent als Dienstwagen eingekauft werden, ist und bleibt ein Porsche ein privates Vergnügen. Allenfalls Selbstständige wie Architekten oder Rechtsanwälte führen bei ihren Kunden mit einem Porsche vor. Bei den meisten anderen Berufen verbietet dies die Political Correctness, sagt Busse. Neben den Sportwagenklassikern wie dem 911er erfreue sich der SUV Cayenne in Hamburg großer Beliebtheit. Immer mehr Kunden stiegen auch auf umweltverträglichere Modelle um. „Dank der Plug-in-Hybrid-Technik verbraucht der Cayenne S E-Hybrid nur 3,4 Liter auf 100 Kilometern“, sagt Busse mit Blick auf den Wagen, der an der Steckdose aufgeladen kann. Busse selber sieht die Grenzen der Mobilität in der zugeparkten Stadt und nimmt für den Weg ins Fitnessstudio auch gerne mal das Fahrrad.

Nicht nur in Hamburg sondern auch weltweit arbeitet Porsche derzeit mit großem Erfolg. Die VW-Tochter hat im vergangenen Jahr insgesamt 189.850 Neuwagen an Kunden in aller Welt ausgeliefert – ein Plus von 17 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Unter den ausländischen Märkten nahmen im vergangenen Jahr die Vereinigten Staaten mit über 47.000 ausgelieferten Neuwagen die Spitzenposition ein. Im Heimatmarkt Deutschland entschieden sich nahezu 24.000 Kunden für ein Modell von Porsche – und damit mehr als je zuvor.