

## Löhrgruppe: "Porsche ist unsere Markennikone"

12.07.2024 14:39 Uhr | Lesezeit: 4 min



Außenaufnahme des Porsche Zentrum Mainz

© Foto: LöhrGruppe

### **Moderne Architektur, digitales Setup, nachhaltige Konzepte: Löhr & Becker hat sämtliche Porsche-Häuser auf das "Destination"-Konzept umgestellt – als erste Handelsgruppe der Marke.**

von AUTOHAUS

Die Löhrgruppe setzt Maßstäbe im Porsche-Handel. Der Mehrmarkenhändler hat jetzt die Porsche-Betriebe in Koblenz, Trier, Mainz und Kaiserslautern auf die Retail-Architektur "Destination Porsche" umgestellt. Man sei die erste Unternehmensgruppe weltweit, die das zukunftsweisende Konzept in allen ihrer Porsche-Häuser erfolgreich realisiert habe, teilten die Koblenzer am Freitag mit.

"Porsche ist unsere Markennikone und die Speerspitze unserer Marktaktivitäten im sportlichen Luxussegment. Mit dem frühzeitigen Vollzug dieser Marken- und CI-Investitionen unterstreichen wir unser Commitment und die tiefe Verbundenheit zu Porsche", erklärte Hans Jürgen Persy, Vorstandsvorsitzender der Löhr & Becker AG. "Ziel und gemeinsamer Anspruch war und ist, produkt-, location- und prozessseitig etwas Herausragendes zu bieten und ein 'State of the Art'-Erlebnis zu schaffen. Wir glauben, das ist uns gelungen."

Die vier Autohäuser sollen durch moderne Architektur, interaktive Technologien und einladende Aufenthaltsbereiche beeindrucken. Es gehe darum, die Leidenschaft für die Marke sichtbar zu machen, zu teilen und "eine einzigartige Erfahrung zu bieten, die über den reinen Fahrzeugkauf und Servicekontakt hinausgeht", hieß es.

*Mehr zum Thema:*

#### **Wechsel: Neuer Aufsichtsratschef bei Löhr & Becker Umbau in Mainz: Porsche Zentrum in neuem Glanz**

Das neue Beratungs- und Betreuungskonzept in den Löhr-Betrieben umfasst unter anderem eine offene Showroom-Gestaltung und den Einsatz hochwertiger Materialien für eine einladende Atmosphäre. Besucher können sich dank interaktiver Technologien umfassend über die Modellpalette des Stuttgarter Herstellers informieren. Außerdem sollen Lounge-Bereiche zum Entspannen und zum Dialog mit anderen Porsche-Fans einladen.

Alexander Pollich, Chef der Porsche Deutschland GmbH, hatte anlässlich der Eröffnungsfeier des Porsche Zentrum Trier erklärt: "Wie bei unseren Fahrzeugen passiert in der neuen Destination Porsche ganz viel unter der Motorhaube. Die innere Architektur ist speziell auf unsere Kundinnen und Kunden ausgerichtet."

## **Löhr & Becker AG: Vier neue Porsche Destination**

### **Nachhaltig und innovativ**

Nicht nur beim Porsche-Erlebnis, sondern auch in Sachen Nachhaltigkeit will die Löhrgruppe vorne mitspielen. Architektur und intelligente Gebäudetechnik sollen sowohl ökologische als auch ökonomische Vorteile bieten. Die Steuerungstechnik der Hausinstallation ermöglicht den Angaben zufolge eine nahtlose Integration verschiedener Funktionen an einem Bedienelement. Licht, Beschattung, Klimatisierung sowie Lüftung und weitere Funktionen würden zentral über Tablets oder dezentral über intuitive Mehrfachschränke gesteuert, so das Unternehmen.

Drei der vier Porsche Zentren sind mit Photovoltaikanlagen ausgestattet. Um den Eigenverbrauch des Solarstroms zu maximieren, wird nicht verbrauchter Strom zwischengespeichert und bei Bedarf nutzbar gemacht. Der Einsatz von Wärmepumpen soll überdies eine umweltfreundliche Wärme- und Kälteversorgung ermöglichen. Hinzu kommt eine effiziente Fußbodenheizung in drei von vier Werkstätten für ein angenehmes Arbeitsklima bei gleichzeitiger Reduzierung des Energieverbrauchs. Alle vier Häuser haben ferner begrünte Dächer, die das Mikroklima verbessern und Regenwasser zurückhalten.

*Auch interessant:*

#### **Porsche-Showroom: Fleischhauer stärkt Präsenz in Aachen**

#### **Glinicke Gruppe mit Großinvestition: Über 27 Millionen Euro für neue Porsche-Betriebe**

"Nachhaltigkeit war ein integraler Bestandteil der Umsetzung unserer Porsche Zentren auf das neue Architektur-Konzept Destination Porsche", betonte Vorstand Rainer Blessgen. "Mit intelligenter Gebäudetechnik und modernster Bauweise, zur Minimierung des ökologischen Fußabdrucks unserer Standorte, unterstreichen wir unser Engagement für eine nachhaltige und verantwortungsvolle Immobilienentwicklung." Bei Planung und Umsetzung setzte der Händler auf seinen langjährigen Bau-Partner Habau.

Die Löhrgruppe ist einer der größten Automobilhändler in Deutschland. Das Unternehmen betreibt derzeit 35 Autohäuser an 14 Standorten in RheinlandPfalz, Nordrhein-Westfalen und Hessen. Das Angebot umfasst neben Porsche die weiteren VW-Konzernmarken Volkswagen Pkw, Volkswagen Nutzfahrzeuge, Audi, Skoda, Seat und Cupra.