

---

## Polestar holt das Autohaus in die Innenstadt zurück

Von Walther Wuttke

Früher gehörten Autohäuser zum Inventar jeder Innenstadt, die etwas auf sich hielt. Inzwischen haben die Verkaufsstellen die Stadtzentren verlassen und die Automeilen auf den „grünen Wiesen“ am Rande der Städte erobert, wo die Kosten niedriger sind, die Umgebung aber auch deutlich nüchterner ist.

Mit der schwedisch-chinesischen Marke Polestar kehrt nun ein Hersteller wieder in die Innenstadt zurück. Polestar gehört wie Volvo zum chinesischen Geely-Konzern und präsentiert in Düsseldorf seine Elektromodelle in bester Innenstadtlage. Der erste so genannte „Polestar Space“ wurde jetzt in Nachbarschaft zur Flaniermeile Königsallee an der Berliner Allee eröffnet, und in den kommenden Monaten werden sechs weitere Stützpunkte in Frankfurt, München, Hamburg, Berlin, Stuttgart und Köln folgen. „Weltweit planen wir, insgesamt 50 derartige Markenerlebniscenter aufzubauen“, blickt Polestar-Deutschland-Geschäftsführer Alexander Lutz in die Zukunft.

Der Düsseldorfer Showroom gehört zur Moll-Gruppe, die im Jahr über ihre zwölf Niederlassungen rund 12.000 Fahrzeuge absetzt. „Das Gebäude wurde von meinem Großvater gebaut, und bis vor einigen Jahren haben wir hier Volkswagen verkauft und gewartet“, erklärt Firmeninhaber Timm Moll. Seit dem Jahr 1929 ist die Familie im Autohandel unterwegs. Damals standen Borgward- und Horch-Modelle in den Verkaufsstellen. 1949 folgte VW, und heute vertreibt das Unternehmen zehn Marken.

In den innerstädtischen Niederlassungen werden die Polestar-Modelle allerdings nicht verkauft, sondern die Kunden vielmehr von Experten, die von jeglichem Kommissionsdruck befreit sind, beraten und Probefahrten vereinbart. Der Vertrieb der Modelle – die Preisliste beginnt nach dem Abzug aller Fördermaßnahmen bei 48.440 Euro – verläuft ausschließlich online. „Für die kommenden sechs Wochen sind die Probefahrten bereits ausgebucht“, erklärt Moll. In dem bewusst skandinavisch nüchtern gehaltenen Standort soll, so Alexander Lutz, „ein besonderes Erlebnis geschaffen werden, wenn man mit unserer Marke in Kontakt tritt“. Deshalb haben die Designer eine Atmosphäre geschaffen, die eher an eine Kunstgalerie erinnert und die Modelle, Lutz spricht von „Meisterwerken“, in den Mittelpunkt stellt. In diesem Jahr rechnet er mit einem Absatz im vierstelligen Bereich. „Wir sind in Deutschland so gut wie ausverkauft“, zieht er eine erste Bilanz. „In Norwegen sind wir bereits vollständig ausverkauft.“

Neben den bald sieben deutschen Showrooms baut Polestar parallel ein Servicenetz auf, bei dem „von uns ausgewählte Volvo-Händler die Betreuung unserer Modelle übernehmen. Außerdem bieten wir unseren Kunden einen Hol- und Bringservice an“, erklärt Lutz. Geplant ist ein Netz von 100 bis 120 Service-Stützpunkten. Aktuell besteht die Modellpalette aus dem Polestar 2, dem in spätestens drei Jahren mit dem Polestar 3 ein SUV-Modell folgen wird. Außerdem ist eine Fortsetzung der Zahlenreihe in Richtung Polestar 4 und 5 denkbar, doch über Zeitpunkt und Segment schweigen sich die Verantwortlichen noch aus.

Polestar begann im Jahr 2017 als Elektromarke von Volvo und der chinesischen Konzernmutter Geely mit der Produktion des 609 PS starken Polestar 1, einem Hybrid-Modell mit einer elektrischen Reichweite von 124 Kilometern und einem Drehmoment von 1000 Newtonmetern. Das Modell wurde lediglich in einer Kleinserie hergestellt, erreichte aber mit seiner rein elektrischen Reichweite einen Bestwert für Hybridfahrzeuge. Der aktuelle vollelektrische Polestar 2 wird von einem 408 PS (300 kW) starken Elektromotor angetrieben, der ein maximales Drehmoment von 660 Nm erreicht. Das Fahrzeug mit

---

Allradantrieb hat eine Reichweite von 470 Kilometern nach der Messmethode WLTP.  
(ampnet/ww)

---

## Bilder zum Artikel



Polestar-Space in Düsseldorf.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Polestar



Polestar-Space in Düsseldorf.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Polestar//Marco Rothbrust



Eröffnen den Polestar-Showroom in Düsseldorf (von links): Autohaus-Geschäftsführer Timm Moll, Markenchef Alexander Lutz und Markus Timmermanns, vertretungsberechtigter Geschäftsführer der Moll-Gruppe.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Polestar/Marco Rothbrust