

Smarte Zeiten in China

Fünf Jahre nach dem Markteintritt hat sich Smart in China als Trendsetter und Schrittmacher der urbanen Mobilität fest etabliert. Nach Deutschland ist das Reich der Mitte heute weltweit der zweitgrößte Markt für den Zweisitzer. Diesen Erfolg feierten zum Abschluss der „Smart times 2014 China“ rund 50 000 Fans der Marke beim „LIVE smart China 5-Year Anniversary Concert“ im Shanghai Stadion. Im Rahmen der Veranstaltung überraschte Smart die chinesischen Fans mit zwei neuen Sondermodellen: Die exklusive Edition zum fünften Geburtstag in typischem Chinarot, die in einer Auflage von nur fünf Exemplaren produziert wird, sowie die traditionelle chinesische Neujahrsedition, von der im nächsten Jahr 666 Exemplare auf den Markt kommen werden.

Im Jahr 2009 rollten die ersten Smart Fortwo nach China. In zwölf Metropolen wurden Showrooms eingerichtet. Seither fährt der kleine Flitzer im Reich der Mitte auf der urbanen Überholspur – sowohl in großen als auch in kleinen Städten. Die Marke ist heute mit 143 Verkaufsräumen in 77 Städten präsent. Mehr als 60 000 Einheiten wurden inzwischen verkauft. Und bis heute wurde der Fortwo jedes Jahr zum chinesischen „Car of the Year“ in seinem Segment gewählt.

In China ist Smart auch einer der Vorreiter beim Einsatz von digitalen Plattformen für Marketing und Vertrieb. So konnte smart beispielsweise im Frühjahr 2014 in Kooperation mit „We Chat“ (einer chinesischen Entsprechung von „Whats App“) innerhalb von nur drei Minuten alle 388 Einheiten eines Sondermodells verkaufen. (ampnet/jri)

Bilder zum Artikel



Smart Times 2014: Zhang Bichen, der Gewinnerin von „Voice of China 2014“.



Smart Times 2014.



Smart Times 2014.



Smart Times 2014.



Smart Times 2014.



Smart Times 2014.



Smart Times 2014.
