
Xpeng setzt auf ein traditionelles Händlernetz

Von Walther Wuttke

Xpeng ist der jüngste chinesische Neuzugang auf dem Markt. Markus Schrick, Managing Director der Marke in Deutschland, erklärt im Interview, wie sich der Hersteller auf dem deutschen Markt behaupten will. Dabei setzt der Manager vor allem auf die Qualität der beiden ersten Modelle und auf den Vertrieb durch etablierte Händler, die sich bereits bei ihren Kunden eine Vertrauensposition erarbeitet haben. „Unsere Händler verkaufen seit Jahren und Jahrzehnten erfolgreich Automobile und bieten ihren Kunden einen guten Service, davon wollen wir profitieren“, erklärt Schrick. Bis zum Jahr 2026 soll das Xpeng-Händlernetz in Deutschland auf 120 Standorte wachsen. Als Absatzziel plant Schrick „mittelfristig einen Marktanteil von drei Prozent in den Segmenten zu erreichen, in denen wir unterwegs sind“. (aum)

Bilder zum Artikel



Xpeng.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Xpeng
