



26 mei 2020

JETTA biedt succesvol individuele mobiliteit aan in China in instapsegment

- Acht maanden na de lancering van het merk heeft JETTA nu 1% van de grootste automobiemarkt ter wereld
- Het merk JETTA richt zich op klanten die post-COVID-19 hun eerste privéwagens wensen aan te kopen
- Lancering van de volledig nieuwe VS7¹ SUV vervolledigt de line-up van het merk

JETTA, het submerk van Volkswagen in China, blijft een goed onthaalde optie voor Chinese kopers die voor het eerst een wagen wensen aan te schaffen. In april leverde JETTA 13.500 wagens af aan klanten. Dit komt grosso modo overeen met één procent van 's werelds grootste automobiemarkt, een ontwikkeling die mogelijk is gemaakt door een van de beste opkomende merken in de geschiedenis van China. Van januari tot april werden er ongeveer 38.000 wagens van het merk verkocht.

Door de impact van COVID-19 is de wens om persoonlijk een auto te bezitten in China groter geworden. Klanten zijn meer dan ooit geneigd om publieke plekken met veel volk of vervoer dat ze met anderen delen, te vermijden. JETTA's modellenreeks die bestaat uit één sedan en twee SUV's, geeft klanten de kans om de wereld van individuele mobiliteit te betreden en deel te worden van de Volkswagen-familie.

Sinds zijn markttoetreding in september 2019 wint JETTA aan dynamiek. Zo'n 81.000 JETTA-wagens zijn afgeleverd aan klanten. In 2020, het eerste volledige verkoopjaar, zal het merk het marktaandeel van Volkswagen-groep China verder boosten. Ondanks de enorme negatieve impact van de COVID-19-pandemie op de automobiemarkt in China, tonen de resultaten van JETTA in de eerste vier maanden van dit jaar slechts een daling van 12% vergeleken met de vier maanden vanaf de markttoetreding in september tot december 2019. Terwijl de markt van januari tot april 2020 doorgaans met 30% is gedaald, is JETTA's marktaandeel gestegen.

De voertuigdensiteit in China is drie keer lager dan die van Duitsland. Daarom is er groeipotentieel in China, vooral bij de instapmodellen die op zichzelf een derde van de totale markt vertegenwoordigen. Bij deze

Press contact Volkswagen
Jean-Marc Ponteville
PR Manager
Tel. : +32 (0)2 536.50.36
Jean-marc.ponteville@dieteren.be

S.A. D'Ieteren N.V
Maliestraat 50, rue du Mail
1050 Brussel/Bruxelles
BTW/TVA BE0403.448.140
RPR Brussel/RPM Bruxelles



Meer informatie
<http://www.dieteren.be/dieteren-auto-nl.html>



klanten in dit segment is ongeveer 80% starter, JETTA's belangrijkste doelgroep. De klanten van het merk wonen in groeisteden.

De succesvolle start van JETTA in de markt is verder versterkt door de introductie van het VS7 SUV-model dat het merk afgelopen maart lanceerde. De marktlancering van het model werd ook online aan de wereld voorgesteld. Het event trok 10 miljoen viewers. De VS7¹ vervolledigt het driedelige aanbod dat verder bestaat uit de VS5¹ SUV en de VA3¹ sedan.

Het merk JETTA dicht het gat tussen de instapmodellen en het volumesegment waarin het Volkswagen-merk vooroploopt. Voor het eerst in de geschiedenis van Volkswagen is een model uitgegroeid tot een merk op zich met een eigen merkmodelfamilie. JETTA wordt onafhankelijk in de markt gepositioneerd maar herkenbaar dicht bij de wereld van Volkswagen. Het succes van JETTA vloeit voort uit het Volkswagen-DNA: kwaliteit, veiligheid, waardebehoud en een heldere designtaal. Alle modellen worden geproduceerd door FAW-Volkswagen in een ultramoderne fabriek in Chengdu die nauw samenwerkt met de centrale hub van FAW-VW in de stad Changchun.

¹⁾ De modellen van het merk JETTA zijn niet te koop in Europa