

Technologie- und Markentrends der Shanghai Auto Show 2013: chinesische Automobilhersteller holen auf

Beijing/Köln, 06.05.2013 Die international tätige Management- und Marketingberatung globeone hat im Nachgang zur Shanghai Auto Show 2013 gemeinsam mit dem Meinungsforschungsinstitut CBC die wichtigsten Käufertrends im Reich der Mitte untersucht. Der mit Peking bedeutendste Automobilsalon Chinas hat sich zu einer Leitmesse für den asiatischen Raum entwickelt und bietet ein Spiegelbild des zukunftsentscheidenden chinesischen Marktes.

Die in der Wahrnehmung der über 300 befragten Besucher wichtigsten Themen: Technologien für größere Sicherheit und Kraftstoffeffizienz. 91% der Besucher nannten Sicherheit als ausschlaggebendes Kriterium für ihre Kaufentscheidung, 54% den Kraftstoffverbrauch. Auch das Thema digitale Vernetzung spielt für chinesische Autokäufer eine zentrale Rolle: 78% erklärten, dass sie Wünsche wie Smartphone-Kompatibilität oder intelligente Assistenzsysteme in ihre Kaufentscheidung mit einbeziehen.

Bei den Ausstellern verfügten die deutschen Automobilproduzenten über eine besonders große Ausstrahlung. VW, Mercedes, BMW und Co. wird von 50% der Besucher die stärkste wahrgenommener Präsenz vor Ort bescheinigt, gefolgt von chinesischen Marken mit 22%. Diese Zahl deckt sich mit den Ergebnissen zur starken Anziehungskraft deutscher Marken in China insgesamt, die bereits von der repräsentativen globeone BRIC Branding Studie ermittelt wurde.

(Verlinkung zur Studie: <http://www.globe-one.com/representative-survey-of-the-image-of-german-brands-in-china-excellent-reputation-not-sufficiently-used-1645/>)

Chinesische Marken gewinnen immer stärker an Bedeutung. Stellvertretend dafür steht der Newcomer Qoros. Der neue Player aus China überzeugte die Befragten speziell in den Bereichen Innovation, Premiumqualität und Verantwortungsbewusstsein. Auch die Hersteller Chery und Great Wall gehörten in Shanghai laut den Besuchern zu den Top5 Aufsteigern.

Wie wichtig solche Eindrücke für den potentiellen Umsatz und das Image von Herstellern sind, verdeutlichen die persönlichen Angaben der befragten Besucher: 64% der Besucher planen einen Autokauf innerhalb der nächsten 12 Monate. 62% gehören zur Gruppe der besonders relevanten Erstkäufer. Fast 90% sind unter 45 Jahre alt.

Der Strahleffekt aller Maßnahmen geht dabei jedoch weit über das Messegelände hinaus: Über 50% der Befragten teilen ihren Besuch der Auto Show vor allem durch Bilder-Uploads mit zahlreichen daheimgebliebenen Freunden in den chinesischen Social Media Netzen wie Weixin (WeChat) und Sina Weibo.

Über globeone

globeone ist eine dynamisch wachsende international tätige Management- und Kommunikationsberatung. Durch herausragende Kompetenzen im Bereich marktorientierter Unternehmensführung hilft globeone seinen Kunden Marken-, Marketing- und Kommunikations-Strategien für den Geschäftserfolg in den weltweit wichtigsten Wachstumsmärkten wie China, Indien und Brasilien zu entwickeln und zu implementieren. Das Verzeichnis an langjährigen und aktuellen Kunden – darunter DAX- und MDAX-Unternehmen – unterstreicht die internationale Expertise von globeone. Mit Hauptsitz in Köln und Netzwerkbüros in Shanghai, Peking, Mumbai, São Paulo, Singapur und Seoul betreut globeone seine Kunden mit einem engagierten und erfahrenen Team, das zur strategischen Beratung und praktischen Unterstützung lokale Expertise mit globalen Perspektiven vereint.

Über CBC Marketing Research

CBC Marketing Research wurde im Jahre 1995 gegründet und ist heute mit über 60 Mitarbeitern in fünf Niederlassungen in China, Indien und in der Schweiz präsent. CBC bietet qualitative und quantitative Marktforschungs- und Analysemethoden an und ist besonders in China aktiv. Mit mehr als 15-Jahren Erfahrung in der Marktforschung und -analyse für die Automobil-Marketing Branche, ist CBC bekannt für seine Expertise und spezialisiert auf Methoden wie zum Beispiel Konsumentensegmentierung, U&A, New Model Test und Kundenzufriedenheit etc.

Zukunftsgerichtete Aussagen

Diese Presseinformation enthält bestimmte in die Zukunft gerichtete Aussagen, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Prognosen der Unternehmensleitung des globeone Managements beruhen. Verschiedene bekannte wie auch unbekannte Risiken, Ungewissheiten und andere Faktoren können dazu führen, dass die tatsächlichen Ergebnisse, die Finanzlage, die Entwicklung oder die Performance der Gesellschaft wesentlich von den hier gegebenen Einschätzungen abweichen. Die Gesellschaft übernimmt keinerlei Verpflichtung, solche zukunftsgerichteten Aussagen zu aktualisieren oder an zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen anzupassen.

Weitere Informationen

Weitere Informationen zu globeone stehen auf www.globe-one.com zu Ihrer Verfügung.

Kontakt

Markus Dunke
Managing Director
globeone Beijing
T : +86 (0)10 659 3 5451
markus.dunke@globe-one.com

Christian Titze
Manager, Global Practice Lead
globeone Cologne
T +49 (0) 221 788068-0
christian.titze@globe-one.com