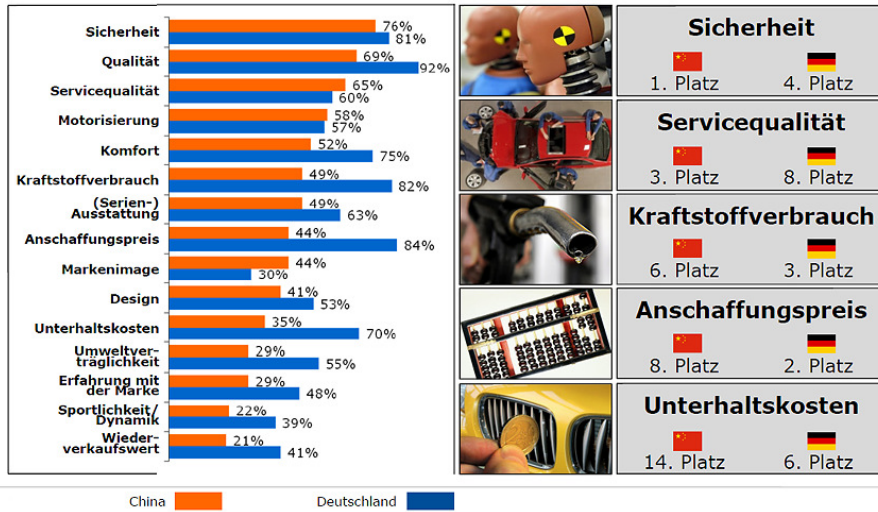


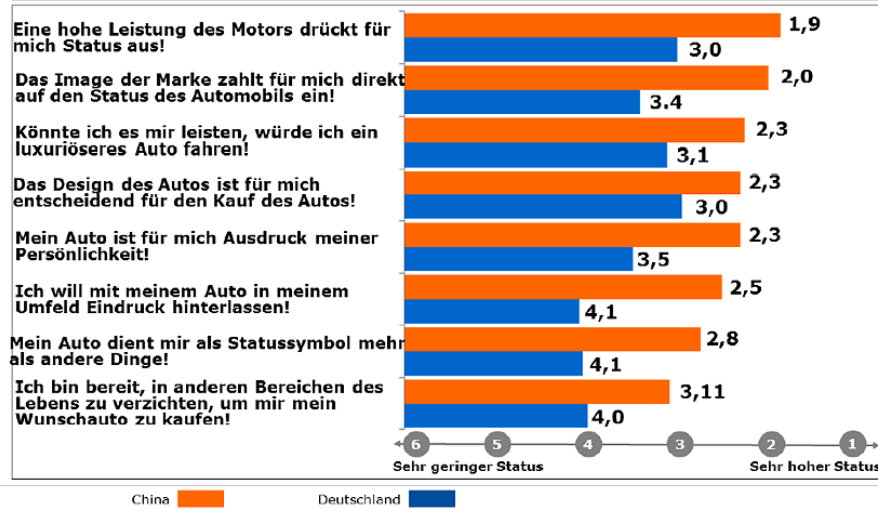
Sicherheit, Qualität und Service sind zentrale Kaufkriterien

Kaufentscheidungskriterien: China vs. Deutschland



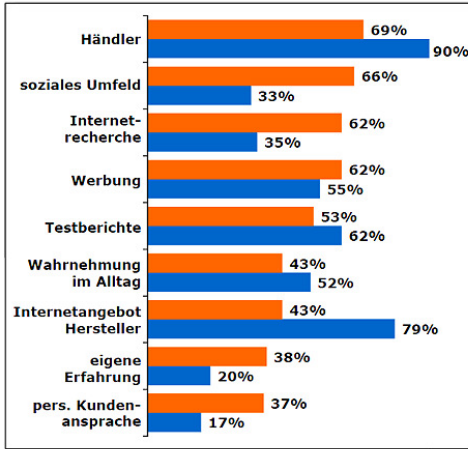
Motorisierung & Markenimage drücken in China Status aus

Status des Automobils: China vs. Deutschland



Nutzung von Touchpoints bei chinesischen und deutschen Autokäufern teilweise stark unterschiedlich

Touchpoints Autokauf: China vs. Deutschland



Händler erst spät im Kaufprozess

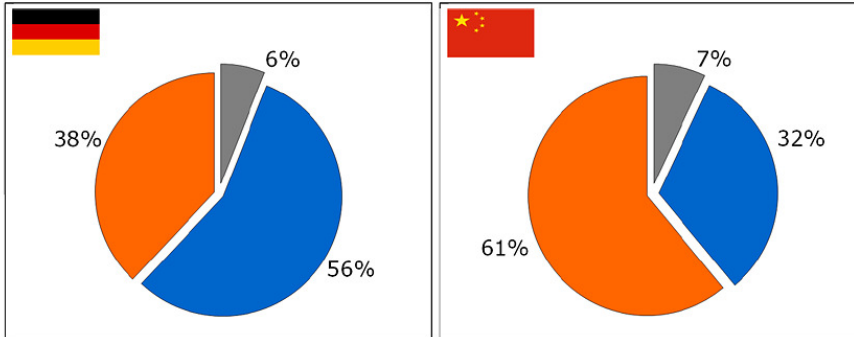
Empfehlungen aus sozialem Umfeld sehr wichtig

Internet als wichtige frühe Informationsquelle

China  Deutschland 

Mehr als in Deutschland ist das Auto in China noch Statussymbol

Auto und Status: Deutschland vs. China



Statussymbol

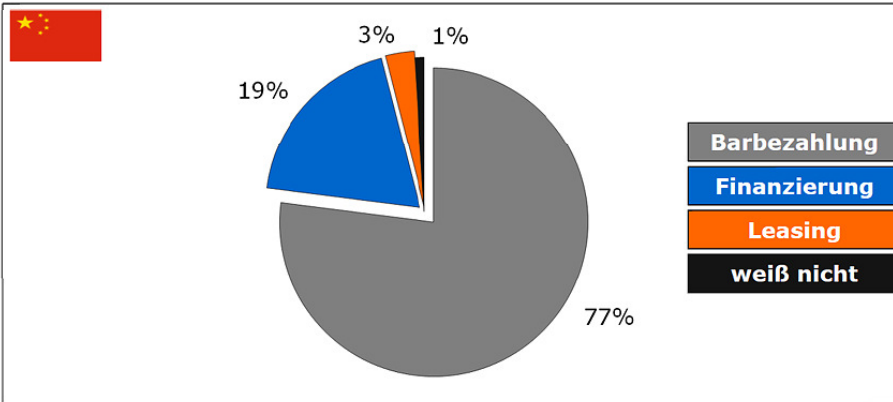
Funktion

Mischung aus beidem

Nur 1/3 der Chinesen bezeichnen das Auto als weitgehend funktionale Anschaffung

Der Autokauf in China ist ein Bargeschäft

Finanzierung, Leasing und Bargeschäft in China



Die absolute Mehrheit der Chinesen kauft ihr Auto bar