

Risikofaktor Forschung: Wie europäische Autobauer im Wettbewerb bestehen können

Leadersnet analysiert die Herausforderungen und Chancen für europäische Automobilhersteller angesichts des Wettbewerbsdrucks junger Marken.

Europa, Deutschland -

Die Automobilindustrie steht vor einem dramatischen Umbruch! Eine aktuelle Studie von Bain & Company zeigt, dass junge chinesische Hersteller den etablierten europäischen Autobauern gehörig Druck machen. Diese neuen Akteure kombinieren große Stückzahlen mit hohen Gewinnmargen, während sie deutlich weniger in Forschung und Entwicklung (F&E) investieren – nur 27 Prozent der Ausgaben großer deutscher Hersteller. Dies stellt die alteingesessenen Marken vor erhebliche Herausforderungen, die ihre F&E-Strategien dringend überdenken müssen, um konkurrenzfähig zu bleiben, wie **Leadersnet berichtete**.

Die Entwicklungszeiten in der Branche sind alarmierend: Europäische Hersteller benötigen im Durchschnitt 48 bis 54 Monate für die Entwicklung neuer Modelle, während chinesische Wettbewerber oft in nur 24 bis 30 Monaten zum Ziel kommen. Um diesen Rückstand aufzuholen, müssen die europäischen Autobauer ihre Modellvielfalt reduzieren und die Effizienz steigern. Bain-Partner Eric Zayer betont, dass der Fokus auf essentielle Innovationen wie Batterietechnologie und softwaregesteuerte Funktionen entscheidend ist. Zudem müssen strategische Entscheidungen getroffen werden, um F&E-

Kapazitäten in kostengünstigere Länder zu verlagern, was sich bereits als Erfolg versprechend erwiesen hat.

Strukturwandel und Marktanteile

Die Automobilindustrie befindet sich in einer Phase dynamischer Veränderungen. Laut einer Analyse von PwC Strategy& wird die traditionelle Struktur durch neue Wettbewerber und technologische Sprünge herausgefordert. Dies führt zu einem unvorhersehbaren Tempo in der Branche, in der Flexibilität und ein unternehmerischer Ansatz für Zulieferer entscheidend sind. Die deutschen Zulieferer stehen unter Druck, ihre Marktanteile international zu verteidigen, da die traditionellen Zentren der Automobilproduktion allmählich erodieren. Die Notwendigkeit zur Anpassung ist drängend, und viele Unternehmen müssen sich strategisch neu positionieren, um in dieser sich schnell wandelnden Landschaft bestehen zu können, wie es in dem Bericht von **PwC** zusammengefasst wird.

Details	
Ort	Europa, Deutschland
Quellen	<ul style="list-style-type: none">• www.leadersnet.at• www.strategyand.pwc.com

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at