

Automobilindustrie – Innovationen wichtiger denn je

Veränderte Marktanforderungen, erhöhte Kundenerwartungen und bedeutsame technische Fortschritte – in der Automobilindustrie ist ein goldenes Zeitalter für Innovationen angebrochen

München, 22. Januar 2014 – In der Automobilindustrie wird in den kommenden Jahren die Fähigkeit zur Weiterentwicklung vor allem in vier Innovationsfeldern entscheidend sein: Antriebsstrang, Leichtbaumaterialien, Konnektivität sowie Fahrerassistenz- und aktive Sicherheitssysteme. Zu diesem Ergebnis kommt die Studie *Accelerating Innovation – New Challenges for Automakers* der Boston Consulting Group (BCG), die sowohl auf aktuellen Umfragen unter Konsumenten in den USA als auch auf Daten aus der jährlich von BCG durchgeführten Erhebung der innovativsten Unternehmen weltweit beruht. Zudem sind Projekterfahrungen der Strategieberatung aus ihrer Zusammenarbeit mit führenden Automobilunternehmen in aller Welt in die Resultate eingeflossen.

1. Das Innovationslevel erhöht sich weltweit

- In der aktuellen BCG-Untersuchung zu den weltweit innovativsten Unternehmen sind 14 Autohersteller unter den Top 50. Im Jahr 2012 waren es zehn, 2005 nur fünf. Zum ersten Mal, seit BCG vor neun Jahren diese Studienreihe begonnen hat, übertrifft die Zahl der Autohersteller unter den Top 50 die der Konsumgüterunternehmen. Betrachtet man die 20 innovativsten Firmen, befinden sich darunter mehr Autohersteller als Technologieunternehmen.
- Die Ausgaben dieser 14 OEMs (Original Equipment Manufacturers) für Forschung und Entwicklung sind seit 2009 jährlich mit einer durchschnittlichen Rate von acht Prozent gewachsen, während die F&E-Ausgaben der Tier-1-Zulieferer (also der Lieferanten, die ihre Produkte direkt an Automobilhersteller liefern) um fünf Prozent pro Jahr gestiegen sind.
- Zwischen 1995 und 2011 nahm die Zahl der Patentanmeldungen von OEMs um nur drei Prozent jährlich zu, während die Tier-1-Zulieferer jedes Jahr sechs Prozent mehr Patente anmeldeten. Die Erholung aus der Krise der Jahre 2008 und 2009 hat dazu geführt, dass die Anzahl der Einreichungen der OEMs sprunghaft um 28 Prozent angestiegen ist und die der Tier-1-Zulieferer sogar um 37 Prozent.

The Boston Consulting Group
Vera Sabo
Press Relations

Tel. +49 89 2317-4727
Fax +49 89 2317-4222
sabo.vera@bcg.com
Ludwigstraße 21
80539 München

2. Vier wesentliche Innovationsfelder: Antriebsstrang, Leichtbaumaterialien, Konnektivität, Fahrerassistenz- und aktive Sicherheitssysteme

- In diesen vier Innovationsfeldern lag die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate der Patenteinreichungen von 1995 bis 2011 zwischen sechs und 15 Prozent, während die Zahl aller Patentanmeldungen von OEMs und Tier-1-Zulieferern im Durchschnitt nur um vier Prozent zunahm.
- In den Jahren 2008 und 2009 gingen in den genannten vier Bereichen die Patentanmeldungen um vergleichsweise geringe drei Prozent zurück. Insgesamt brach die Zahl der Einreichungen während der Krise dagegen um 25 Prozent ein.

3. Konsumenten schätzen die Einführung von neuen Technologien und Features

- Fast 60 Prozent der potenziellen Autokäufer sagen, es sei ihnen "wichtig" bzw. "sehr wichtig", ihr neues Auto bei einem innovativen Unternehmen zu kaufen.
- Die Kunden betrachten es als eines der wichtigsten Merkmale innovativer Autohersteller, neue Technologien als Erste einzuführen.
- Amerikanische Konsumenten empfinden Konnektivität, Sicherheit und Verbrauch als die innovativsten Bereiche von modernen Autos, wobei Konnektivität und Sicherheit für die meisten von ihnen auch zu den wichtigsten Features eines neuen Autos zählen.

"Innovationen im Automobilssektor stehen wieder im Fokus der Konsumenten", sagt Dr. Nikolaus S. Lang, Senior Partner und Automobilexperte bei BCG. "Kunden schätzen innovative Unternehmen, die technologische Entwicklungen vorantreiben, vor allem auf den Gebieten Konnektivität, Sicherheit und Verbrauch. Innovationsfähigkeit wird in den nächsten Jahren ein bedeutender Erfolgsfaktor sein."

In drei Bereichen besteht für OEMs und Zulieferer besonders dringlicher Handlungsbedarf:

A. Veränderung von mechanischen zu elektronisch gesteuerten Fahrzeugen

Der zunehmende Einsatz von Elektronik in Autos und die Aussicht, dadurch Werkzeugkosten zu reduzieren und die Konfigurationsmöglichkeiten im späteren Produktentwicklungszyklus zu erhöhen, sorgen für einen anhaltenden Trend zu mehr Software im Auto. Das macht es erforderlich, über neue Produktlebenszyklen und entsprechende Umsetzungen im Unternehmen nachzudenken.

The Boston Consulting Group
Vera Sabo
Press Relations

Tel. +49 89 2317-4727
Fax +49 89 2317-4222
sabo.vera@bcg.com
Ludwigstraße 21
80539 München

B. Weitere Beschleunigung der Produktentwicklung

Unternehmen aus den Bereichen Unterhaltungselektronik und Technologie haben den Konsumenten beigebracht, immer schnellere Innovationszyklen zu erwarten. Diese Entwicklung zwingt Autohersteller und ihre Zulieferer, ihre üblichen Drei- bis Fünfjahreszyklen in Design- und Entwicklungsprozessen auf den Prüfstand zu stellen. Sie müssen mit neuen Designzyklen und Modellentwicklungen experimentieren, langfristig auch mit neuen, fortschrittlicheren Produktionstechniken. Ein entscheidendes Erfolgskriterium wird dabei die Fähigkeit sein, vorausszusehen, was Kunden zukünftig als innovativ betrachten.

C. Weiter wachsende Rolle der Tier-1-Zulieferer für Innovation und technologische Entwicklung

Wachsendes Gewicht kommt der Innovationsfähigkeit und Produktentwicklung bei Tier-1-Zulieferern zu. Schon jetzt besitzen diese Unternehmen erhebliche Bedeutung in den Bereichen Antriebsstrang, Innendesign und Chassiskomponenten – traditionell eine Domäne der F&E-Abteilungen der Autohersteller. Klassische Differenzierungsmerkmale verschieben sich hin zu Konnektivität und aktiven Sicherheitssystemen – und damit haben Tier-1-Lieferanten viel Erfahrung. Diejenigen Hersteller, welche am effektivsten mit den Zulieferern zusammenarbeiten und deren F&E-Investitionen unterstützen, werden davon auf lange Sicht profitieren.

"Auch andere Innovationsgebiete, wie alternative Antriebe und Fahrerassistenzsysteme, werden eine wichtige Rolle spielen. Aber wer mit den rasanten Entwicklungen in den Bereichen Antriebsstrang und Leichtbau Schritt halten kann, und vor allem mit den Entwicklungen bei elektronischen Komponenten und Konnektivität, der wird einen deutlichen Vorteil vor dem Wettbewerb haben", betont Nikolaus Lang.

The Boston Consulting Group (BCG) ist eine internationale Managementberatung und weltweit führend auf dem Gebiet der Unternehmensstrategie. BCG unterstützt Unternehmen aus allen Branchen und Regionen dabei, Wachstumschancen zu nutzen und ihr Geschäftsmodell an neue Gegebenheiten anzupassen. In partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit den Kunden entwickelt BCG individuelle Lösungen. Gemeinsames Ziel ist es, nachhaltige Wettbewerbsvorteile zu schaffen, die Leistungsfähigkeit des Unternehmens zu steigern und das Geschäftsergebnis dauerhaft zu verbessern. BCG wurde 1963 von Bruce D. Henderson gegründet und ist heute an 78 Standorten in 43 Ländern vertreten. Das Unternehmen befindet sich im alleinigen Besitz seiner Geschäftsführer. In Deutschland und Österreich erwirtschaftete BCG im Jahr 2012 mit 1.060 Beraterinnen und Beratern einen Umsatz von 490 Millionen Euro. Für weitere Informationen: www.bcg.de

The Boston Consulting Group
Vera Sabo
Press Relations

Tel. +49 89 2317-4727
Fax +49 89 2317-4222
sabo.vera@bcg.com
Ludwigstraße 21
80539 München



In ihrem Internetportal **bcgperspectives.com** bündelt die Boston Consulting Group alle unternehmenseigenen Studien, Kommentare, Grafiken und Videos und stellt sie online zur Verfügung. Neben Publikationen zu aktuellen Wirtschafts- und Unternehmensthemen beinhaltet die Plattform auch Veröffentlichungen aus der 50-jährigen Unternehmensgeschichte. Das Onlineportal findet sich unter www.bcgperspectives.com.

The Boston Consulting Group
Vera Sabo
Press Relations

Tel. +49 89 2317-4727
Fax +49 89 2317-4222
sabo.vera@bcg.com
Ludwigstraße 21
80539 München