



PRESSE-INFORMATION

MHP veröffentlicht Mobility-Studie 2023 „The Software Race“

29. September 2023

Deutsche Autobauer bei Hard- und Software vorne, auch unter Befragten in China

- MHP veröffentlicht die Mobility-Studie 2023 zum Wandel der Automotive-Branche sowie zur Rolle des Software-definierten Fahrzeugs
- Im Fokus: Chinesische Automobilhersteller, sie drängen zunehmend auf neue Märkte
- Fahrdynamische Fahrzeugeigenschaften spielen weiterhin eine signifikante Rolle, auch für Befragte aus China – deutsche OEMs darin nach wie vor führend
- Für 73 Prozent der Befragten weltweit sind Software-basierte Funktionen schon heute ein entscheidendes Kriterium, deutsche Hersteller auch in China mit sehr hoher Kompetenz bewertet
- 58 Prozent aller Befragten würden ein Auto eines chinesischen Herstellers kaufen
- Mit Blick auf die europäischen Hersteller sehen 36 Prozent der Teilnehmenden den größten Nachholbedarf beim Preis-Leistungs-Verhältnis

Ludwigsburg – Autos sind zwar immer umfassender mit Software-basierten Funktionen ausgestattet. Und dennoch spielen die Hardware-basierten Funktionen – etwa die fahrdynamischen Fahrzeugeigenschaften – für die meisten Konsumentinnen und Konsumenten weltweit eine signifikante Rolle. Das ist eine zentrale Erkenntnis der neuen Mobilitäts-Studie der Management- und IT-Beratung MHP mit dem Titel: „The Software Race: Chinesische Automobilhersteller auf der Überholspur?“, für die MHP gemeinsam mit Motor Presse Stuttgart Research & Services rund 5.000 Konsumentinnen und Konsumenten in China und den USA, Schweden, Polen, Italien, dem Vereinigten Königreich und Deutschland befragt hat. „Dass Kundinnen und Kunden überall auf der Welt nach wie vor großen Wert auf die Qualität des Exterieurs und Interieurs legen, ist für europäische Hersteller eine sehr gute Nachricht“, sagt Marcus Willand, Partner bei der Tochtergesellschaft der Porsche AG, MHP, und Mit-Autor der Studie. „Denn hier setzen die etablierten OEMs auch heute noch die Maßstäbe, haben den neuen Playern noch einiges voraus.“ Allerdings werden diese neuen Player zunehmend

Presse-Kontakt

MHP Management- und IT-Beratung GmbH

Benjamin Brodbeck

Leitung Öffentlichkeitsarbeit und Presse
+49 (0) 152 33 14 58 09
Benjamin.Brodbeck@mhp.com



Rebecca Vlassakidis

Öffentlichkeitsarbeit und Presse
+49 (0) 152 55 86 1049
Rebecca.Vlassakidis@mhp.com



MHP Media / Newsroom
www.mhp.com/newsroom

relevant. So können sich weltweit 58 Prozent der befragten Konsumentinnen und Konsumenten vorstellen, das Fahrzeug eines chinesischen Herstellers zu kaufen, in China sind es 98 Prozent, in Europa 58 Prozent. „Seit einiger Zeit berichten Medien sehr intensiv darüber, wie chinesische OEMs die etablierten Hersteller aus Europa und den USA herausfordern“, sagt Marcus Willand, Partner bei MHP und Mit-Autor der Studie. „Wir wollten das genauer wissen und den ‚chinesischen Weg‘ wirklich verstehen – auch, um dann gemeinsam mit den europäischen Herstellern erfolgreich einen eigenen Weg zu gehen.“

Tatsächlich drängen chinesische Hersteller nicht nur mit hoher Intensität auf neue Märkte. Sie bieten mittlerweile offensichtlich auch Fahrzeuge an, die die Kundinnen und Kunden als ernstzunehmende Alternative zu den Autos der etablierten OEMs wahrnehmen. Das liegt unter anderem daran, dass für immer mehr Konsumentinnen und Konsumenten neben den Hardware-basierten Eigenschaften auch die Software-basierten Eigenschaften zu einem wichtigen Kaufkriterium werden. Weltweit sagen das 73 Prozent der Befragten, in China sind es 96 Prozent, in Europa und den USA 66 Prozent beziehungsweise 67 Prozent. Wenn sich Kundinnen und Kunden für das Auto eines chinesischen Herstellers entscheiden, dann vor allem wegen eines guten Infotainment-Systems. Weltweit sagen das 56 Prozent der Befragten, in China 65 Prozent.

Das Software-definierte Fahrzeug als Schlüssel

Für europäische Hersteller könnte es sich künftig als problematisch erweisen, dass nur gut ein Viertel (25,5 %) der Konsumentinnen und Konsumenten weltweit davon ausgeht, dass sie für die Entwicklung von Software-basierten Fahrzeugeigenschaften besonders kompetent sind. Chinesischen Herstellern schreiben 36,6 Prozent der Befragten eine besondere Digitalkompetenz zu, an die Digitalkompetenz amerikanischer Hersteller glauben 46,9 Prozent. Mit Abstand an der Spitze rangieren deutsche OEMs. Weltweit sind 73,3 Prozent der Kundinnen und Kunden der Meinung, dass sie über eine besondere Kompetenz bei neuen Fahrzeugeigenschaften verfügen. In China schätzen 71,1 Prozent der Befragten das so ein. „Es besteht kein Zweifel daran, dass europäische Hersteller sich bei der Entwicklung von Software-basierten Fahrzeugeigenschaften deutlich verbessern müssen. Neben den rein technologischen Aspekten geht es dabei auch darum, sich auf die spezifischen Vorlieben der Kundinnen und Kunden einzulassen – und zum Beispiel ein Karaoke-fähiges Mikrofon zu verbauen“, so Marcus Willand. „Zur Wahrheit gehört aber auch, dass in den zurückliegenden Jahren schon eine Menge passiert ist – insbesondere in Deutschland wie unsere Untersuchung zeigt.“

Fahrdynamische Eigenschaften spielen auch in Zukunft eine übergeordnete Rolle

Etwas mehr Zeit, um sich auch bei den Software-basierten Funktionen einen Spitzenplatz zu erarbeiten, verschafft den europäischen Herstellern auf den heimischen Märkten ein zusätzlicher Wettbewerbsvorteil: Sie verfügen über ein engmaschiges und gut eingespieltes Händlernetz, das ihnen einen direkten Zugang zu den Kundinnen und Kunden ermöglicht. Gleichzeitig deutet sich eine Konsolidierung der chinesischen OEM-Landschaft an. So war es in der Vergangenheit in China für chinesische Hersteller sehr leicht, Genehmigungen für neue Battery-Electric-Vehicle-Modelle (BEV) zu erhalten. In der Folge sind mittlerweile mehr als 100 BEV-Hersteller in China am Markt aktiv. Jetzt scheinen die Anforderungen an die Genehmigungen zu steigen, was einige Hersteller in Bedrängnis bringen dürfte.

Marcus Willand: „Teil eines eigenen Wegs für europäische Hersteller sollte sein, weiterhin eine höchstmögliche Hardwarequalität anzustreben und mit Innovationen bei mechanischen und elektronischen Komponenten die Pace vorzugeben. Das bleibt die Pflicht. Die Kür wird sein, im Bereich der Fahrzeugsoftware und des Infotainments im Sinne der digitalen Customer Experience zum Wettbewerb aufzuschließen.“

Über die Mobility-Studie 2023 von MHP allgemein, über das Potenzial chinesischer Hersteller und über die Aussichten für europäische OEMs spricht Marcus Willand, Partner und verantwortlich für den Bereich Mobility bei MHP, gerne mit Ihnen. Interviews werden auf Anfrage jederzeit ermöglicht. Die vollständige Studie finden Sie auf der Website von MHP unter: www.mhp.com

An aerial photograph of a winding asphalt road that curves through a dense, lush green forest. The trees are vibrant green, with some catching the light and appearing yellowish-green. The road is a two-lane road with white dashed lines. A few small cars are visible on the road, including a white car and a dark car. The overall scene is peaceful and natural.

ENABLING YOU TO SHAPE A BETTER TOMORROW.

Über MHP

Als Technologie- und Businesspartner digitalisiert MHP seit 27 Jahren die Prozesse und Produkte seiner weltweit rund 300 Kunden in den Bereichen Mobility und Manufacturing und begleitet sie bei ihren IT-Transformationen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Für die Management- und IT-Beratung steht fest: Die Digitalisierung ist einer der größten Hebel auf dem Weg zu einem besseren Morgen. Daher berät die Tochtergesellschaft der Porsche AG sowohl operativ als auch strategisch in Themenfeldern, wie beispielsweise Customer Experience und Workforce Transformation, Supply Chain und Cloud Solutions, Platforms & Ecosystems, Big Data und KI sowie Industrie 4.0 und Intelligent Products. Die Unternehmensberatung agiert international, mit Hauptsitz in Deutschland und Tochtergesellschaften in den USA, Großbritannien, Rumänien und China. Über 4.500 MHPlerinnen und MHPler vereint der Anspruch nach Exzellenz und nachhaltigem Erfolg. Dieser Anspruch treibt MHP weiter an – heute und in Zukunft.

www.mhp.com