

Automobilhersteller erwirtschaften 2035 mehr als die Hälfte ihres Umsatzes mit softwarebasierten Funktionen

- *In zehn Jahren werden Automobilhersteller nur noch ein Drittel ihres Umsatzes mit Fahrzeugverkäufen erwirtschaften*
- *Integration von KI in Softwareentwicklung, Fahrzeugfunktionen und Mobilitätsdienstleistungen für 84 Prozent der deutschen Automobilkonzerne entscheidender Wettbewerbsvorteil*
- *Mehr als die Hälfte der deutschen Automobilhersteller und Zulieferer hat softwarebasierte Funktionen bereits teilweise ausgerollt – im internationalen Schnitt nur ein Drittel der Unternehmen*

Wien, 8. September 2025 – Die Automobilbranche befindet sich in einem tiefgreifenden Umbruch. Softwarebasierte Fahrzeugfunktionen sowie Mobilitätsdienstleistungen werden im Jahr 2035 mehr als die Hälfte des Gesamtumsatzes von OEMs (Original Equipment Manufacturer) ausmachen – damit verdoppelt sich der Anteil im Vergleich zu heute. Während die Hersteller heute noch knapp die Hälfte ihres Umsatzes mit dem Verkauf von Fahrzeugen erwirtschaften, wird dieser Anteil bis 2035 auf ein Drittel sinken. Das zeigt die aktuelle Studie des [Capgemini Research Institute](#), „The software-driven mobility era: Beyond vehicles“. Über 80 Prozent der Befragten gehen davon aus, dass softwarebasierte Funktionen und Dienstleistungen künftig den Großteil der Wertschöpfung ausmachen, nicht mehr das Fahrzeug selbst.

Nahezu die gesamte Branche (92 Prozent) geht davon aus, dass sich jeder Automobilhersteller und Zulieferer zum Softwareunternehmen entwickelt und künftig softwaredefinierte Fahrzeuge beziehungsweise softwaredefinierte Mobilitätsdienstleistungen¹ anbieten wird. Allerdings ist der Weg dahin für Hersteller wie Zulieferer noch weit. Im internationalen Durchschnitt beschränkt derzeit noch ein Drittel dieser Unternehmen (34 Prozent) sein Angebot an softwarebasierten Funktionen oder Dienstleistungen auf einen Teil seines Produktportfolios. Das bedeutet im Fall eines OEMs beispielsweise, dass dieser autonome Fahrassistenzsysteme in einigen, aber nicht in allen Fahrzeugmodellen anbietet. Die deutschen Branchenvertreter liegen über dem weltweiten Durchschnitt: Mehr als die Hälfte (52 Prozent) von ihnen hat softwarebasierte Funktionen oder Dienstleistungen derzeit teilweise ausgerollt.

„Jahrzehntelang hat Hardware über den Erfolg von Automobilherstellern entschieden – in Zukunft wird es Software sein. Kunden erwarten heute vernetzte, digitale Erlebnisse. Das erfordert einen konsequenten Software-First-Ansatz entlang der gesamten Wertschöpfungskette“, erklärt Michael Tenschert, Global Automotive Lead for Custom Development bei Capgemini. *„Vorne mitspielen werden künftig die Hersteller, für*

¹ Mit softwaredefinierter Mobilität (SDM) ist gemeint, sämtliche Möglichkeiten auszuschöpfen, die Software für Produkte und Dienstleistungen in der Automobilbranche bietet. SDM kann das Mobilitäts Erlebnis deutlich verbessern und Kunden einen höheren Mehrwert bieten. Außerdem ist eine deutlich bessere Kontrolle über die Gesamtkomplexität von Fahrzeugen entlang der gesamten Wertschöpfungskette möglich. Der Schwerpunkt liegt auf drei Punkten:

- i. Die Grundlage für eine Softwareplattform schaffen, die die Basis für alle Produkte und Dienstleistungen ist. Dazu gehören Software-Defined Vehicles (SDVs), die gesamte Fahrzeugsoftware, digitale Nutzerdienste für Mobilität und alle damit verbundenen Backend-Systeme (einschließlich derjenigen, die Sicherheit, Cybersicherheit und Compliance gewährleisten).
- ii. Optimierung der Softwarebereitstellung, um Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln. Grundlage ist ein Software Engineering Framework. Dieser umfasst integrierte und industrialisierte Prozesse, Methoden und Tools für die Konzeption, den Aufbau, den Betrieb und die Wartung, mit besonderem Schwerpunkt auf Tests, Qualität und Leistung.
- iii. Schnellere Transformation zum Softwareunternehmen. Dies umfasst den Wandel der Geschäftsstrategie, Change Management und Veränderungen bei Unternehmenskultur und Talenten.



die Software bereits heute ihr Kernprodukt ist. Durch strategische Partnerschaften kann das eigene Ökosystem weiterentwickelt werden. Für eine erfolgreiche Software-Transformation müssen sich Autohersteller aber grundlegend wandeln. Es gilt, Talente, Plattformen und Partnerschaften klug auszurichten, Vertrauen zu schaffen und ein herausragendes Kundenerlebnis zu bieten."

Die Entkopplung von Hardware und Software gilt als Schlüssel für schnellere Innovationen, bessere Skalierbarkeit und neue Erlösquellen. Dennoch zeigt die Studie, dass nur etwa jeder zehnte OEM hier bereits Fortschritte erzielt hat – etwas mehr als ein Viertel testet derzeit neue Ansätze.

Partnerschaften mit Tech-Konzernen immer wichtiger für Automobilbranche

Laut der Studie setzt die gesamte Automobilbranche verstärkt auf Kooperationen: Im internationalen Schnitt arbeitet bereits mehr als ein Drittel der Unternehmen (37 Prozent) mit Tech-Konzernen und Hyperscalern zusammen, um auf die nötigen Software-, Cloud- und Datenkompetenzen zurückgreifen zu können. In Deutschland geht sogar mehr als die Hälfte der Branchenvertreter (52 Prozent) solche Partnerschaften ein. Zwar sind Joint Ventures bislang selten, doch im weltweiten Schnitt plant ein Drittel deren Gründung innerhalb der nächsten drei Jahre.

In Zeiten geopolitischer Spannungen rückt außerdem eine Diversifizierung der Beschaffungsstruktur in den Fokus von Automobilkonzernen. Für eine höhere Resilienz erschließen weltweit bis zu 84 Prozent der befragten Unternehmen neue Zulieferermärkte. Mehr als zwei Drittel (69 Prozent) entwickeln zentrale Komponenten verstärkt selbst, um die Kontrolle über markenprägende Technologien zu behalten. Zudem strukturieren Unternehmen ihre Lieferketten mit Blick auf geopolitische Stabilität um und setzen auf neue Beschaffungsmärkte wie Indien, Südostasien und Osteuropa.

KI läutet neue Ära in der Mobilitätsbranche ein

Künstliche Intelligenz wird zunehmend zum integralen Bestandteil von Automobil-Software. 85 Prozent der Befragten erwarten, dass KI künftig direkt in Softwarefunktionen eingebettet wird. Das sorgt für ein besseres Infotainment-Erlebnis, ermöglicht ausgefeilte Sicherheitsfeatures und gewährleistet höhere Cybersecurity-Standards.

Mehr als drei Viertel der befragten Unternehmen (internationaler Schnitt: 77 Prozent; Deutschland: 84 Prozent) sehen in der Integration von KI in Softwareentwicklung, Fahrzeugfunktionen und Mobilitätsdienstleistungen einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil, durch den sich die gesamte Wertschöpfungskette verändern wird. KI senkt Kosten, steigert die Effizienz und verbessert die Produktqualität. Damit läutet die Technologie eine neue Ära an Innovationen in der gesamten Mobilitätsbranche ein. Die meisten befragten Unternehmen messen der KI-Integration in Fahrassistenzsysteme und autonome Fahrfunktionen eine besonders hohe Bedeutung in ihrer Software-Strategie bei.

Grundlegender Wandel der Branche nötig

Der Großteil der Befragten (86 Prozent) ist überzeugt, dass sich Unternehmen für die Transformation zu softwarebasierten Geschäftsmodellen grundlegend neu aufstellen müssen. Dazu gehören erhebliche Veränderungen der Arbeitsprozesse und der Kompetenzprofile von Mitarbeitern. Neben strukturellen Veränderungen stehen die Firmen in den Bereichen Softwareentwicklung, Compliance, Sicherheit, Cybersecurity, Unternehmensführung und Talentgewinnung vor Herausforderungen. Für 83 Prozent der Befragten ist die Entwicklung einheitlicher Softwareplattformen² ein Kernelement ihrer Softwarestrategie.

² Eine einzige Softwareplattform, über die alle kundenbezogenen Funktionen, Kontrollen und Dienste ausgeführt werden



Methodik

Für die Studie hat das Capgemini Research Institute im Juni 2025 600 Führungskräfte aus 200 etablierten Automobil- und Mobilitätsunternehmen (davon 72 Führungskräfte aus 25 Unternehmen in Deutschland) befragt, wobei maximal vier Personen pro Unternehmen teilgenommen haben. Bei den Unternehmen handelt es sich um Automobilhersteller (OEMs), Tier-1-Zulieferer, Mobilitätsdienstleister und Digitalkonzerne aus Nordamerika, Europa und dem asiatisch-pazifischen Raum (APAC). Zudem wurden für die Studie Interviews mit mehr als fünfzehn Branchenexperten geführt.

Über Capgemini

Capgemini ist ein globaler Business- und Technologie-Transformationspartner für Organisationen. Das Unternehmen unterstützt diese bei ihrer dualen Transformation für eine stärker digitale und nachhaltige Welt – stets auf greifbare Fortschritte für die Gesellschaft bedacht. Capgemini ist eine verantwortungsbewusste, diverse Unternehmensgruppe mit einer über 55-jährigen Geschichte und 340.000 Mitarbeitenden in mehr als 50 Ländern. Kunden vertrauen auf Capgemini, um das Potenzial von Technologie für die ganze Breite ihrer Geschäftsanforderungen zu erschließen. Capgemini entwickelt mit seiner starken Strategie, Design- und Engineering-Expertise umfassende Services und End-to-End-Lösungen. Dabei nutzt das Unternehmen seine führende Kompetenz in den Bereichen KI, generative KI, Cloud und Daten sowie profunde Branchenexpertise und sein Partner-Ökosystem. Die Gruppe erzielte 2024 einen Umsatz von 22,1 Milliarden Euro.

Get the future you want | www.capgemini.com/at-de

Über das Capgemini Research Institute

Das Capgemini Research Institute ist Capgeminis hauseigener Think-Tank in digitalen Angelegenheiten. Das Institut veröffentlicht Forschungsarbeiten über den Einfluss digitaler Technologien auf große Unternehmen. Das Team greift dabei auf das weltweite Netzwerk von Capgemini-Experten zurück und arbeitet eng mit akademischen und technologischen Partnern zusammen. Das Institut hat Forschungszentren in Indien, Singapur, Großbritannien, und den USA.

Besuchen Sie uns auf <https://www.capgemini.com/de-de/insights/capgemini-research-institute/>

Abonnieren Sie unsere Studien auf www.capgemini.com/capgemini-research-institute-subscription