Pressekontakt:
Markus Wild
Tel: +49 151 1137 4312
E-Mail: markus.wild@capgemini.com

Zwei Drittel der Automobilhersteller setzen auf Agentic AI in der Produktentwicklung – nur fünf Prozent verfügen über ausgereifte KI-Governance

- ***KI-Vorreiter in der Automobilbranche erzielen bis zu dreimal schnellere Fortschritte bei der Markteinführung als ihre Wettbewerber.***
- ***Über 70 Prozent der Führungskräfte sind überzeugt: Agentic AI sorgt für bessere Entscheidungen in der Fahrzeugentwicklung. In sicherheitskritischen Bereichen ist das Vertrauen in die Technologie deutlich geringer.***
- ***Kollaborationsdefizit in der Produktentwicklung: Nur zehn Prozent der Unternehmen teilen Verantwortung über den gesamten Produktlebenszyklus hinweg.***

Berlin, 13. Oktober 2026 – Die Automobilindustrie setzt Agentic AI zunehmend in der Produktentwicklung ein. Fast sieben von zehn Unternehmen nutzen die Technologie derzeit (33 Prozent) oder testen sie im Rahmen von Pilotprojekten (35 Prozent). Das zeigt die aktuelle Studie des Capgemini Research Institute *„Rewiring automotive product development: How organizations can pull ahead in the AI race“*. In indirekten Entwicklungsbereichen soll die Nutzung von Agentic AI innerhalb der nächsten zwei bis drei Jahre von heute 26 Prozent auf 68 Prozent steigen. Dabei gehen Unternehmen von einem erheblichen Potenzial aus: 83 Prozent der befragten Führungskräfte erwarten, dass Agentic AI Ingenieuren mehr Zeit für ihre eigentlichen Entwicklungsaufgaben verschafft und administrative sowie koordinative Tätigkeiten reduziert. Allerdings verfügen nur fünf Prozent der Unternehmen über eine vollständig ausgereifte KI-Governance. Datenqualität, Nachvollziehbarkeit, Verantwortlichkeiten und die Zusammenarbeit im Ökosystem bleiben zentrale Herausforderungen.

Agentic AI sorgt für neue Leistungskluft in der Automobilindustrie
Für die Studie wurden 800 Führungskräften aus der Automobilindustrie in zwölf Ländern in Nordamerika, Europa sowie im asiatisch-pazifischen Raum befragt. Die Ergebnisse zeigen: Für die Autobranche ist Agentic AI die nächste große Innovationsstufe in der Produktentwicklung. Zwar investiert der Großteil der Autohersteller und Zulieferer in KI, allerdings erzielt erst eine vergleichsweise kleine Gruppe deutlich bessere Ergebnisse als ihre Wettbewerber.

Diese Vorreiter berichten von um 17 Prozent schnelleren Entwicklungszyklen, einer um 19 Prozent höheren Entwicklungsproduktivität sowie einer um 19 Prozent verkürzten Time-to-Market. Der Unterschied liegt laut Studie weniger in der bloßen Einführung von KI als vielmehr in belastbaren Datengrundlagen, klar definierten Business Cases sowie einer konsequenten Governance und wirksamen Betreibermodellen. Mit der zunehmenden Verbreitung von Agentic AI werden genau diese Fähigkeiten zu den entscheidenden Wettbewerbsvorteilen der Unternehmen, die bereits messbaren Mehrwert erzielen, gegenüber jenen, die bei der erfolgreichen Skalierung von KI noch Schwierigkeiten haben.

Die KI-Reife unterscheidet sich dabei erheblich zwischen einzelnen Märkten. Die befragten Unternehmen in den USA und Europa sind bei der Umsetzung ihrer KI-Strategien sowie bei der bereichsübergreifenden Planung von KI-Initiativen am weitesten. 53 Prozent der Automobilhersteller in den USA und 46 Prozent der Hersteller in Europa setzen bereits konkrete KI-Initiativen um. Gleichzeitig verfügen 18 Prozent der US-amerikanischen und 16 Prozent der europäischen OEMs über eine umfassende bereichsübergreifende KI-Strategie mit klarer Zielsetzung und Roadmap. In China befinden sich vier von zehn Befragten bereits in der Umsetzungsphase, allerdings haben bislang nur sieben Prozent ein vergleichbares strategisches Reifestadium erreicht.

„Mit der Transformation zum softwaredefinierten Fahrzeug hat die Automobilindustrie in den vergangenen Jahren einen tiefgreifenden Wandel erlebt. Damit wurden die digitalen Grundlagen für die nächste Innovationswelle geschaffen. Agentic AI führt nun zu einer neuen Differenzierung in der Branche“, erklärt Heiko Huettel, EVP Automotive Software & CTIO bei Capgemini. *„Eine schnelle KI-Einführung führt nicht automatisch zum Erfolg. Um echten Mehrwert zu schaffen, müssen Unternehmen ihre Arbeitsabläufe neugestalten, die Zusammenarbeit mit Partnern stärken, belastbare Datengrundlagen schaffen und klare Verantwortlichkeiten für KI-gestützte Entscheidungen etablieren. Hersteller und Zulieferer, die KI erfolgreich und im großen Maßstab in ihre Entwicklungsprozesse integrieren, werden die Marktführer von morgen sein.“*

Vertrauen entscheidet über den Erfolg von Agentic AI in der Produktentwicklung
Mit der Ausweitung von Agentic AI auf immer mehr Entwicklungsprozesse zeigt sich, dass das Vertrauen in die Technologie stark vom jeweiligen Einsatzbereich abhängt. Führungskräfte fühlen sich bei der Nutzung von Agentic AI in frühen Forschungs- und Konzeptphasen am sichersten; hier liegt das Vertrauen bei 59 Prozent. In Entwicklungsprozessen, in denen KI-generierte Ergebnisse unmittelbare Auswirkungen auf Entwicklungsergebnisse, Produktqualität und Sicherheit haben können, sinkt dieser Wert auf 40 Prozent.

Der Studie zufolge verfügen viele Unternehmen noch nicht über die erforderlichen Nachweis-, Traceability- und Verantwortungsstrukturen, um die Technologie mit ausreichender Sicherheit im großen Maßstab einzusetzen. Wie schnell Unternehmen den Sprung von ersten KI-Piloten hin zu einer umfassenden Transformation schaffen, hängt maßgeblich vom Vertrauen in die Technologie ab.

Wertvolle Fahrzeugdaten werden noch nicht ausreichend genutzt
Ebenso wichtig wie die KI-Nutzung ist die Fähigkeit, Daten aus dem realen Fahrzeugbetrieb in kontinuierliche Produktverbesserungen umzusetzen. Obwohl vernetzte Fahrzeuge enorme Mengen an Betriebs- und Nutzungsdaten erzeugen, fällt es vielen Herstellern schwer, daraus konkrete Maßnahmen abzuleiten.

Fast zwei Drittel (64 Prozent) der Befragten geben an, dass Erkenntnisse aus dem realen Fahrzeugbetrieb vor allem in die Optimierung künftiger Fahrzeuggenerationen einfließen, aber weniger in die Verbesserung von Autos, die bereits auf der Straße sind. Over-the-Air-Updates konzentrieren sich überwiegend auf Bereiche wie Cybersicherheit und Navigation. Deutlich weniger Hersteller nutzen Updates, um Fahrfunktionen oder Assistenzsysteme zu verbessern. Die Studie zeigt: Wer künftig einen Wettbewerbsvorteil erzielen will, muss nicht noch mehr Daten sammeln, sondern Erkenntnisse aus Fahrzeugdaten schneller in konkrete Entwicklungsmaßnahmen umsetzen.

Erfolgreiche KI-Skalierung braucht mehr als Technologie
Laut Studie sind die größten Hürden bei der Skalierung von KI inzwischen organisatorischer und nicht mehr technischer Natur. Sechs von zehn Führungskräften geben an, dass Verzögerungen vor allem auf ineffiziente Prozesse und nicht auf technologische Einschränkungen zurückzuführen sind. Gleichzeitig haben 45 Prozent der Unternehmen bislang noch keine Strategie und Roadmap für den Einsatz von KI in der Produktentwicklung definiert.

Die Untersuchung unterstreicht zudem die wachsende Bedeutung der Zusammenarbeit im Ökosystem. Mit zunehmender Komplexität softwaredefinierter Fahrzeuge und einer immer stärkeren Verteilung der Entwicklungsarbeit über OEMs, Zulieferer und Technologiepartner hinweg wird der Erfolg von einer engeren Abstimmung entlang der gesamten Wertschöpfungskette abhängen.

Derzeit verfügen jedoch nur 30 Prozent der Unternehmen über kooperative Entwicklungsmodelle mit gemeinsamen Erfolgskennzahlen. Lediglich 10 Prozent haben eine gemeinsame Verantwortlichkeit für den gesamten Produktlebenszyklus über ihr Partnernetzwerk hinweg etabliert. Dies verdeutlicht die Herausforderung, unterschiedliche Akteure auf gemeinschaftliche Ziele und eine gemeinsame Verantwortung für Produktergebnisse auszurichten.

Methodik der Studie
Für die Studie hat das Capgemini Research Institute 800 Führungskräfte der Automobilindustrie befragt, darunter 400 Vertreter von Automobilherstellern (OEMs), 160 Tier-1-Zulieferern und 240 Technologieanbietern. Die Teilnehmer stammen aus Nordamerika, Europa und dem asiatisch-pazifischen Raum. Zu den Befragten gehörten Verantwortliche aus den Bereichen Produktentwicklung, Engineering, Technologie, Daten- und KI-Strategie sowie ähnlichen Funktionen. Ergänzend führte das Institut vertiefende Interviews mit 24 Führungskräften aus der Automobilindustrie und von Technologieanbietern durch. Die Umfrage fand im Juli 2026 statt.

Über Capgemini
Capgemini ist der Partner für die Geschäftstransformation im KI-Zeitalter. Das Unternehmen unterstützt Organisationen dabei, eine intelligente und nachhaltige Zukunft zu gestalten. Dabei verbindet Capgemini KI, Technologie sowie menschliche Kreativität und verändert somit, wie Unternehmen agieren, Innovationen vorantreiben und Wachstum generieren. Über Strategieentwicklung, Technologie, Engineering und Intelligent Operations hinweg verbindet das Unternehmen fundierte Branchenexpertise mit marktführenden Fähigkeiten in den Bereichen KI, Cloud und Daten. So entsteht aus ambitionierten Vorhaben echter, skalierbarer Geschäftserfolg. Seit fast 60 Jahren und gemeinsam mit einem starken Partnernetzwerk stehen 410.000 Mitarbeitende in mehr als 50 Ländern für Verantwortung wie auch Vielfalt. Die Gruppe erzielte im Jahr 2025 einen Umsatz von 22,5 Milliarden Euro.

Make it real | www.capgemini.com/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/