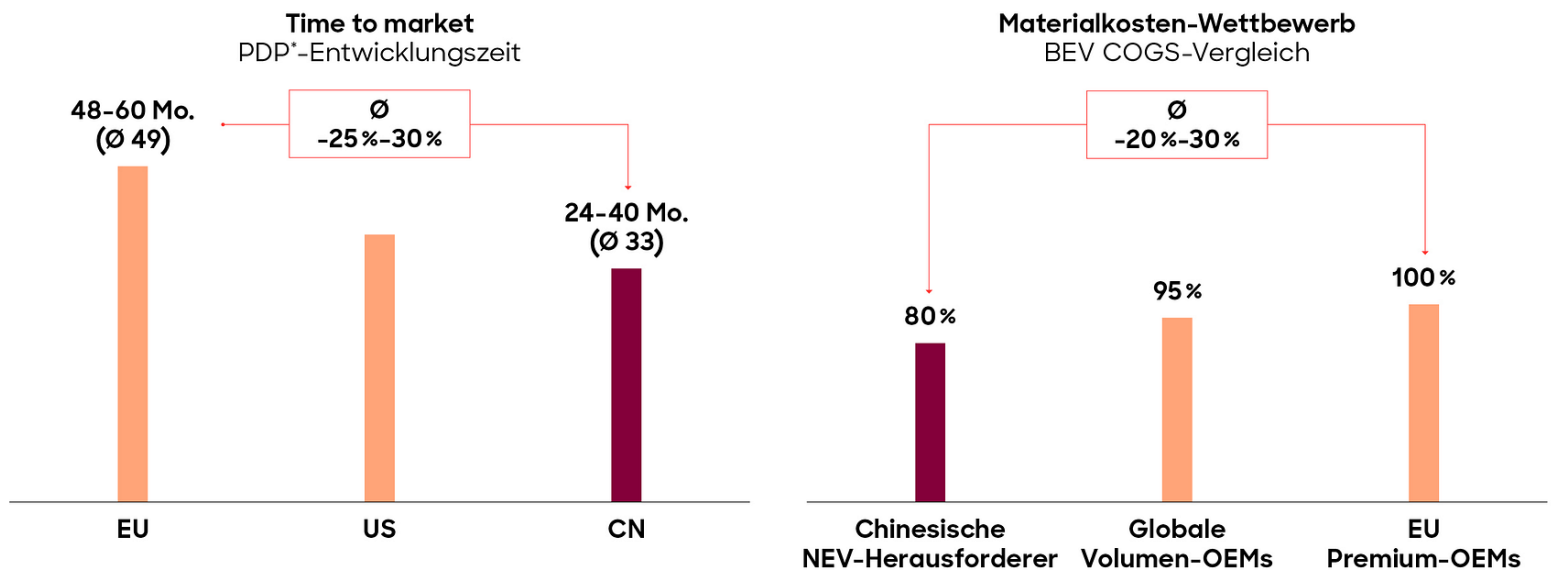


Technische Produkte und Automobilunternehmen stehen vor einer Kosten- und Time to Market-Lücke von 20-30%

Zentrale Frage: Wie lassen sich "China Speed & Kosten" erreichen?



* PDP: Produktentwicklungsprozess

Source CapitalIQ, Unternehmensinformationen, Roland Berger

Roland
Berger

13.03.2026 08:38 CET

China Speed Light in Europa möglich: Produktionsvorsprung beruht nicht allein auf Lohnkosten

[Study Download](#)

- Chinesische Unternehmen in der Autoindustrie entwickeln 25-30 % schneller und 20-30 % günstiger – ein Großteil dieses Vorteils wirkt auch in Europa.
- Roland Berger Analysen zeigen: Nicht nur das Lohnkostenniveau ist entscheidend. Rund 60 % der Kostendifferenz entstehen durch Design- und Systementscheidungen.

- Großteil der Vorteile auch in Europa realisierbar.

München, März 2026: Chinesische Industrieunternehmen setzen weltweit Maßstäbe bei Entwicklungsgeschwindigkeit und Kosten. Im Automobilsektor entwickeln chinesische Hersteller neue Fahrzeuge heute 25-30 % schneller als europäische Wettbewerber und halten gleichzeitig einen Kostenvorteil von 20-30 %. In anderen Industrien sind die Unterschiede teils noch größer. Das zeigt die aktuelle Analyse "China Speed" von Roland Berger.

Besonders brisant für europäische Unternehmen: Selbst wenn chinesische Hersteller Teile ihrer Wertschöpfungskette – insbesondere Forschung und Entwicklung – nach Europa verlagern, bleiben mehr als 50 %, in einzelnen Fällen sogar bis zu 80 % ihrer Effizienz erhalten, finden Roland Berger Experten. Und immer mehr chinesische Wettbewerber drängen aktiv in westliche Heimatmärkte.

Kostenvorteil entsteht im Design, nicht nur in der Lohnabrechnung

Entgegen der weit verbreiteten Annahme liegt Chinas Kostenvorsprung nur zu einem Teil an niedrigeren Löhnen. Die Analyse von Roland Berger zeigt: Rund 60 % des Kostenvorteils entstehen durch Design- und Systementscheidungen, etwa durch konsequente Standardisierung, reduzierte Variantenvielfalt und ein „fit-for-purpose“-Engineering, also der Fokus auf marktrelevante Leistung. Weitere Treiber sind wettbewerbsfähige Lieferantenstrukturen und operative Effizienz, nicht primär Personalkosten.

„China Speed ist kein kulturelles Phänomen, sondern das Ergebnis klarer Entscheidungen bezüglich Produktdesign, Portfoliokomplexität und der Lieferantenbasis. Und genau deshalb ist ein Teil davon auch in Europa umsetzbar,“ sagt Oliver Knapp, Senior Partner bei Roland Berger.

Roland Berger identifiziert Geschwindigkeit in China als Ergebnis eines konsequent integrierten Entwicklungsansatzes. Chinesische Hersteller verkürzen Entwicklungszeiten vor allem durch:

- Deutlich kürzere Strategie- und Entscheidungsphasen
- Einen hohen Anteil virtueller Tests von bis zu 80 %
- Parallele Entwicklung von Software und Hardware
- Frühe, systematische Einbindung von Lieferanten

Ein konkretes Fallbeispiel aus der Automobilindustrie zeigt: Ein chinesischer Hersteller von Personenfahrzeugen (OEM) konnte seine Entwicklungszeit um 14 Monate im Vergleich zum globalen Referenzwert reduzieren, hauptsächlich durch organisatorische und prozessuale Anpassungen, ohne Abstriche bei Marktfähigkeit oder Produktreife.

Europa mit Chancen für ein "China Speed Light"

Die Analyse zeigt, dass China Speed auch in Europa möglich ist – wenn auch in einer abgespeckten Version. Noch verfügen europäische Unternehmen über wichtige Stärken: tiefe Kundenkenntnis, regulatorische Expertise, starke Marken und hohe Qualitätsreputation. Doch sie verlieren an Wirkung, wenn Kostenlücken und Entwicklungszeiten nicht deutlich verkleinert bzw. verkürzt werden. Europäische Unternehmen können aber gezielt Elemente der chinesischen Produktionsweise übernehmen und an die eigenen Systeme anpassen.

Über die Studie

Die Ergebnisse basieren auf detaillierten Kosten- und Entwicklungszeitvergleichen zwischen chinesischen, europäischen und internationalen Herstellern sowie umfangreichen Projekt- und Benchmark-Erfahrungen von Roland Berger in der Automobil- und Industriegüterindustrie.

Roland Berger ist eine weltweit führende Strategieberatung mit einem breiten Leistungsangebot für alle relevanten Branchen und Unternehmensfunktionen. Roland Berger wurde 1967 gegründet und hat seinen Hauptsitz in München. Die Strategieberatung ist vor allem für ihre Expertise in den Bereichen Transformation, industrieübergreifende Innovation und Performance-Steigerung bekannt und hat sich zum Ziel gesetzt, Nachhaltigkeit in all ihren Projekten zu verankern. Roland Berger erzielte 2024 einen Umsatz von rund 1 Milliarde Euro.

Kontaktpersonen



Julia Frank

Pressekontakt

Corporate Communications & PR

julia.frank@rolandberger.com

+49 30 39927 3507