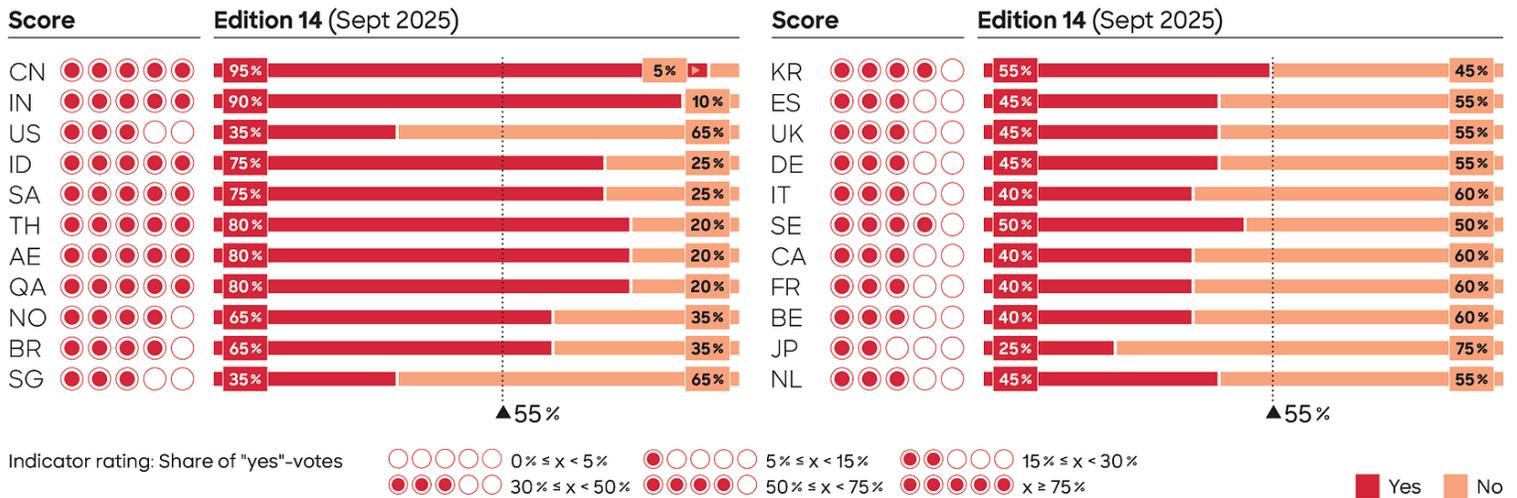


Interest in electric vehicles in China more than twice as high as in Europe

EVs: Share of potential buyers

Are you considering buying a battery electric vehicle as your next car?



Source RB Automotive Disruption Radar online survey

10.09.2025 08:57 CEST

China übernimmt technologische Führungsposition in der Automobilindustrie – Märkte entkoppeln sich zunehmend

[Study Download](#)

- Roland Berger Automotive Disruption Radar: China auf Platz 1, Dominanz bei E-Auto-Präferenz (95%), -Marktanteil (25%) und Entwicklungstempo
- Deutschland auf Platz 7: E-Auto-Präferenz sinkt von 55 auf 45

- Prozent, aber Stärken bei autonomem Fahren, Patenten und Export
- Regionen entwickeln sich bei Software, Standards und Kundenerwartungen auseinander – Hersteller brauchen unterschiedliche Strategien

München, September 2025: Die globale Automobilindustrie steht an einem Wendepunkt. Wie die neue Ausgabe des Automotive Disruption Radar (ADR 14) von Roland Berger zeigt, übernimmt China zunehmend die technologische Führung in der Branche und belegt damit die Spitzenposition unter den betrachteten Ländern. Dagegen geraten europäische Länder und vor allem die USA unter Druck. Deutschland hält sich mit Platz 7 in der Führungsgruppe, vor allem aufgrund von Fortschritten beim autonomen Fahren, stabiler Patentanmeldungen sowie seiner exportorientierten Hersteller. Die Studie, für die die Roland Berger-Experten 22 Automobilnationen weltweit nach 26 Indikatoren analysiert und zudem mehr als 22.000 Autobesitzer befragt haben, zeigt auch, dass sich die regionalen Ökosysteme zunehmend auseinanderentwickeln: Die Unterschiede zwischen den Märkten, etwa bei technologischen Standards, Regulierung oder auch Kundenpräferenzen, nehmen rasant zu – vor allem zwischen China und dem Rest der Welt. Auch wenn eine vollständige Entkopplung unwahrscheinlich ist, zwingt diese Entwicklung die Automobilhersteller dazu, je nach Zielregion unterschiedliche Herangehensweisen zu nutzen.

„Die Transformation der Automobilindustrie ist in vollem Gang, aber sie läuft nicht weltweit im Gleichschritt“, sagt Wolfgang Bernhart, Partner bei Roland Berger. „China legt mit hohem Tempo vor und dominiert inzwischen alle Schlüsselbereiche der Automobilindustrie – vom Marktanteil der Elektroautos über die Ladeinfrastruktur bis hin zu KI-basierten Fahrerassistenzsystemen. Zudem entwickeln chinesische Hersteller neue Fahrzeuge innerhalb von 24 bis 40 Monaten, während die Europäer dafür 48 bis 60 Monate benötigen. Daher fällt Europa zurück.“

Marktanteil von E-Autos in China mehr als doppelt so hoch wie in Europa. China setzt sich daher im Ranking des ADR 14 deutlich von seinen Verfolgern ab: Vor allem mit Bestwerten bei den Indikatoren Technologie und Infrastruktur unterstreicht das Land seine führende Position in den entscheidenden Feldern Elektromobilität und Autonomes Fahren. Dazu kommen ein ausgeprägtes Interesse der Verbraucher an den neuesten Elektrofahrzeugen – 95 Prozent planen beim nächsten Autokauf einen Elektroantrieb – sowie Hersteller, die das passende Portfolio und eine gut

entwickelte Ladeinfrastruktur anbieten. Dementsprechend steigt der Elektroanteil an den Neuwagenverkäufen in China seit der vorhergehenden Ausgabe des ADR von 22 auf 25 Prozent, während er in Europa bei 12 Prozent stagniert. So sinkt etwa in Deutschland der Anteil derer, die sich vorstellen können, als nächstes ein E-Auto zu kaufen, von 55 Prozent im Jahr 2021 (ADR 9) auf 45 Prozent im aktuellen ADR.

Die Spitzengruppe hinter China besteht aus Südkorea, den Niederlanden sowie Norwegen, Schweden und Singapur. Deutschland folgt knapp dahinter auf Platz 7, es punktet trotz der Rückschritte bei den E-Auto-Verkaufszahlen mit effizienten und schnellen Zulassungsverfahren für autonome Fahrfunktionen, einer weiterhin hohen Patentaktivität und global exportstarken Herstellern. Allerdings sinkt in Deutschland auch das Interesse an Shared Mobility und anderen innovativen Konzepten, zum Beispiel digitalen Angeboten für den Autokauf; sowohl Anbieter als auch Kunden sind hier nach wie vor sehr zurückhaltend.

Der wichtige Automarkt USA rutscht auf Platz 14 ab, unter anderem wegen rückläufigen Interesses der Verbraucher an neuen Technologien und Konzepten wie Shared Mobility; dazu kommen eine zunehmende Isolierung durch politische Unsicherheiten sowie eine abnehmende Innovationsdynamik im Mobilitätsbereich. Zudem geht in den USA der Trend zurück zum Privatfahrzeug, eine Tendenz, die es auch in anderen reifen Märkten wie Deutschland, Japan oder China gibt.

Regionale Differenzierung als Herausforderung für die Autohersteller
Im aktuellen ADR legen die Roland Berger-Experten ein besonderes Augenmerk auf die wachsende Divergenz zwischen den Automärkten weltweit: „Vor allem bei Software, Standards und Entwicklungsgeschwindigkeit, aber auch bei den Erwartungen der Kunden beobachten wir, dass die verschiedenen Regionen zunehmend unterschiedliche Wege einschlagen“, sagt Stefan Riederle, Partner bei Roland Berger. Auch wenn er eine vollständige Entkopplung der Fahrzeugarchitekturen schon aus wirtschaftlichen Gründen für sehr unwahrscheinlich hält, empfiehlt Riederle den Autoherstellern, die Entwicklung genau zu verfolgen und in ihren Planungen zu berücksichtigen: „Es wird zur Überlebensfrage, strategische Allianzen, Softwarekompetenz und die Anpassung an die Unterschiede der Märkte miteinander zu verbinden. Autohersteller müssen künftig zumindest mit zwei Systemen arbeiten: einem für China, einem für den Rest der Welt.“

Weitere Informationen unter: www.automotive-disruption-radar.com

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



Silvia Constanze Zösch

Pressekontakt

Press Contact Global PR

silvia.zoesch@rolandberger.com

+49 89 9230 8750



Nico A. Jaenecke

Pressekontakt

Corporate Communications & Public Relations

nico.jaenecke@rolandberger.com

+49 40 37631 4229