

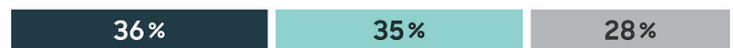
Die Reparaturkapazitäten für ADAS-Systeme wachsen, doch viele Werkstätten zögern mit klaren Investitionen.

Wie komfortabel ist Ihre Werkstatt beim Austausch von Teilen im Zusammenhang mit Fahrerassistenzsystemen (ADAS) (z. B. Austausch von Sensoren, Radargeräten, LiDARs, Kameras)? [%]



- Wir verfügen über umfassende Kompetenzen und können alle Arten von Kalibrierungen und Fehlerbehebungen durchführen.
- Wir reparieren ADAS-Komponenten wie Stoßfänger mit Sensoren, bieten jedoch keine Sensor-Kalibrierung an.
- Wir können keine Komponenten reparieren, die Sensoren des ADAS-Systems enthalten.

Plant Ihre Werkstatt/Ihr Betrieb, die ADAS-Kapazitäten in den nächsten zwei bis drei Jahren zu erweitern, um alle Kundenbedürfnisse abzudecken? [% der Befragten]



- Ja, wir planen, innerhalb von zwei bis drei Jahren vollständig ADAS-fähig zu sein.
- Ja, wir erweitern unsere Reparaturen für ADAS-Komponenten, bieten jedoch in den nächsten 2-3 Jahren keine Sensor-Kalibrierung an.
- Nein, wir planen in den nächsten zwei bis drei Jahren keine Investitionen in ADAS.

Quelle Roland Berger

11.12.2025 09:34 CET

Freie Werkstätten kämpfen mit steigendem Kostendruck und jede Zweite scheitert an modernen Fahrerassistenzsystemen

[Study Download](#)

- In 11 von 13 untersuchten Märkten geben Kunden in 2025 real weniger für die Fahrzeugreparatur und Wartung aus als in 2024
- 57% der Autobesitzer (+14% ggü. 2024) bevorzugen preisgünstige Ersatzteilmarken statt Originalteile

- Sogenannte Convenience-Services werden zum entscheidenden Wettbewerbsfaktor – Fahrzeug-Abhol- und Bringdienste gewinnen deutlich an Bedeutung

München, Dezember 2025: Der globale Automotive Aftermarket (Reparaturen, Service und Wartung) erlebt einen tiefgreifenden Wandel: Während die Neuwagenverkäufe in vielen Märkten stagnieren, steigt das durchschnittliche Fahrzeugalter kontinuierlich. Somit wächst die Nachfrage nach Reparaturen und Wartung – jedoch unter völlig veränderten Vorzeichen. Dies zeigt die aktuelle Studie „Automotive Aftermarket Pulse 2025“ der Unternehmensberatung Roland Berger, für die 600 Werkstätten und 6.000 Autobesitzer in 13 der weltweit wichtigsten Automobilmärkte befragt wurden.

Preissensibilität treibt Qualitätsverschiebung

Die Studienergebnisse belegen eine deutliche Verschiebung zu günstigeren Ersatzteialternativen: 57% der Verbraucher bevorzugen mittlerweile Teile unabhängiger Zulieferer (Independent Aftermarket) gegenüber Originalteilen – ein Anstieg von 14 Prozentpunkten gegenüber 2024. Besonders stark ist dieser Trend in ländlichen Gebieten und bei Fahrern von Einstiegsfahrzeugen ausgeprägt. „Im Jahr 2025 hat sich eine zunehmende Preissensibilität der Verbraucher manifestiert. Steigende Reparaturkosten drängen zu günstigeren Teilealternativen“, erklärt Maximilian Wegner, Principal bei Roland Berger. Parallel dazu haben die realen Ausgaben für Service, Wartung und Reparatur in den meisten Märkten abgenommen. Lediglich in den USA und Mexiko stiegen die nominalen Ausgaben – allerdings getrieben durch Preisinflation, nicht durch höheren Konsum.

Technologie-Lücke: Werkstätten kämpfen mit Fahrassistenzsystem-Kompetenz

Eine zentrale Herausforderung für den freien Ersatzteilmarkt offenbart die Studie im Bereich moderner Fahrassistenzsysteme (ADAS): 47% aller befragten Werkstätten mussten ADAS-bezogene Reparaturen in den vergangenen zwölf Monaten ablehnen, da ihnen die notwendigen Fähigkeiten oder Ausrüstung fehlen. Als Hauptgrund nennen 58% der Werkstätten fehlende Kalibrierungsausrüstung. „Die hohen Investitionskosten für Reparaturen moderner Fahrassistenzsysteme schrecken viele unabhängige Werkstätten ab – damit überlassen sie Umsatz und Kundenbindung den herstellergebundenen Werkstätten“, so Wegner.

Convenience wird zum neuen Differenzierungsmerkmal

Eine überraschende Erkenntnis der Studie: Unabhängige Werkstätten setzen zunehmend auf Convenience-Services als Wettbewerbsvorteil. Besonders in urbanen Gebieten bieten Werkstätten verstärkt Abhol- und Bringdienste für Fahrzeuge an „Komfort-Dienstleistungen von Werkstätten wie Abhol- und Bringdienste können ein wichtiges Werkzeug sein, um neue Kundengruppen wie Flotten anzusprechen“, betont Wegner. „Werkstätten, die hier nicht investieren, verpassen große Chancen bei neuen Kundensegmenten.“ Die Studie zeigt, dass solche Services besonders in Europa und dem mittleren Osten bereits etabliert sind, während der amerikanische Markt aufholt. In China zeigen sich Verbraucher besonders offen für neue Serviceformen wie mobile Werkstattservices (26%).

Online-Handel wächst vor allem im B2B-Segment

Während sich B2C-Kunden zunehmend vom Online-Kauf zurückziehen – 25% der bisherigen Online-Käufer würden nicht erneut online bestellen – boomt der Online-Handel im B2B-Bereich. In Märkten wie USA, Deutschland und Großbritannien kaufen über 80% der Werkstätten bereits einen signifikanten Teil (>20%) ihrer Ersatzteile online. Die Mehrheit erwartet einen weiteren Anstieg in den kommenden zwei bis drei Jahren.

Über die Studie

Die Roland Berger-Studie "Automotive Aftermarket Pulse 2025" basiert auf Befragungen von 600 Werkstätten und 6.000 Privatwagenbesitzern in 13 Schlüsselmärkten: Belgien, Brasilien, China, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Kanada, Mexiko, Niederlande, Spanien, Türkei und USA.

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



Attila Rosenbaum

Pressekontakt

Global Head of Corporate Communications & PR

attila.rosenbaum@rolandberger.com

+49 40 37631 4244



Silvia Constanze Zösch

Pressekontakt

Corporate Communications & PR, 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