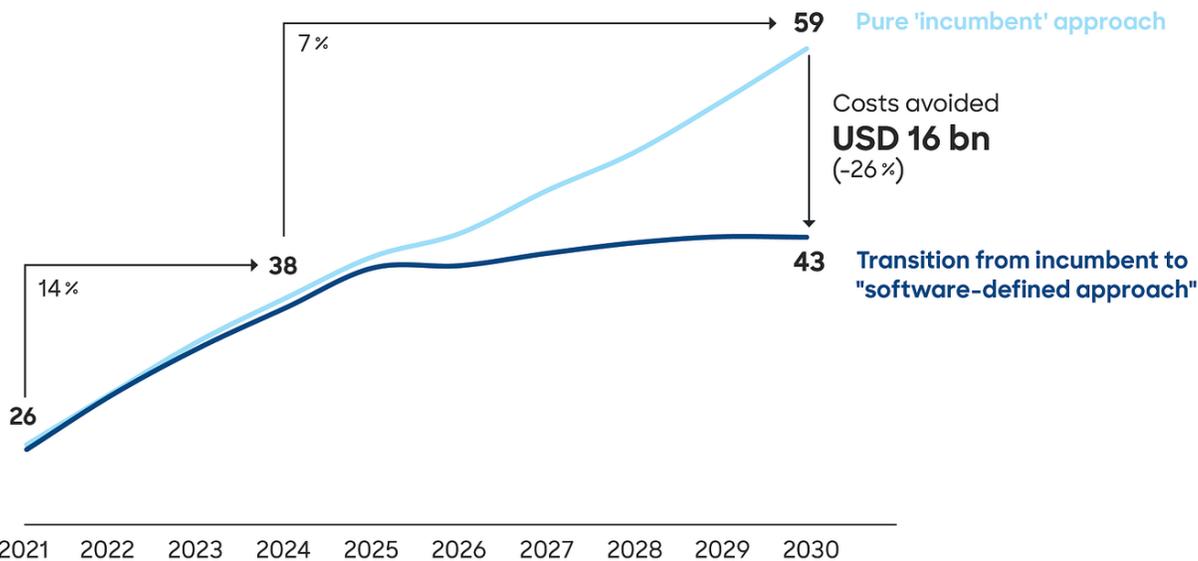


OEMs in-vehicle software budget 2021-2030

[USD bn]



Source Roland Berger

21.10.2024 08:39 CEST

Roland Berger-Studie: Automobilhersteller könnten mit Software von Drittanbietern ab 2030 rund 17 Milliarden US-Dollar pro Jahr sparen

[Study Download](#)

- OEMs entwickeln Software größtenteils selbst, einige sogar bis zu 90% der erforderlichen Programme

- Die Entwicklungsausgaben sind seit 2021 jährlich um 14 Prozent gestiegen; Gegensteuern ist bei nicht wachsenden Budget zwingend erforderlich
- Drittanbieter-Markt für Automotive-Software würde Kosten senken, Innovationen fördern und Verwirklichung des Ziels „softwaredefiniertes Fahrzeug“ beschleunigen

München, Oktober 2024: Moderne Fahrzeuge entwickeln sich immer mehr zu Computern auf Rädern. Den größten Teil der dafür nötigen Software entwickeln und programmieren Autohersteller (OEM) oder Tier-1-Zulieferer bisher selbst. Das verursacht hohe Kosten, wie eine gemeinsame Studie von Roland Berger und SDVerse, einem B2B-Marktplatz für Automotive-Software, zeigt, für die 30 Experten von OEMs, Tier-1 Zulieferern, Dienstleistern von Ingenieurleistungen und Software-Anbietern befragt wurden. Gab die Branche 2021 noch 26 Milliarden US-Dollar für Software aus, waren es dieses Jahr schon 38 Milliarden - ein Anstieg von 14 Prozent pro Jahr. Bleibt es bei der bisherigen Praxis, könnten die Kosten bis 2030 bei 59 Milliarden Dollar pro Jahr liegen. Das könnte die Branche bei der Verwirklichung ihres selbsterklärten Ziels ausbremsen, softwaredefinierte Fahrzeuge zu entwickeln. Die Roland Berger-Experten empfehlen daher eine Umstellung auf extern entwickelte und produzierte Softwarelösungen, wie es in anderen Branchen schon länger üblich ist. Dadurch ließen sich im Jahr 2030 rund 17 Milliarden Dollar einsparen.

„In heutigen Autos ist Software unverzichtbar für Funktionen wie Sicherheit, Komfort oder Fahrassistenten“, sagt Markus Baum, Partner bei Roland Berger. „Doch dass die Autohersteller wie bisher den Löwenanteil der über 100 Millionen Zeilen Programm-Codes in ihren Fahrzeugen selbst entwickeln und programmieren, ist auf Dauer viel zu teuer und auch angesichts eines Mangels an Software-Entwicklern nicht in der nötigen Geschwindigkeit darstellbar.“

Die Branche hat zwar bereits einige Initiativen gestartet, die den Weg zum softwaredefinierten Fahrzeug beschleunigen sollen. Doch Allianzen, industrieweite Standards oder Open-Source Software allein werden nicht reichen, ganz abgesehen vom dennoch zu erwartenden steilen Kostenanstieg. Die Roland Berger-Experten verweisen daher auf die Erfahrung vieler anderer Branchen, die nicht markendifferenzierende Software bereits seit Jahrzehnten von Drittanbietern zukaufen. „Ein effizienter Markt für Automotive-Software würde Innovationen beschleunigen, mit modularen Lösungen ein besseres Kundenerlebnis bieten und vor allem die Kosten senken“, so Baum. „Nach

unseren Prognosen könnte die Automobilindustrie damit im Jahr 2030 rund 17 Milliarden Dollar sparen, das ist mehr als ein Viertel der Kosten, wie sie bei Fortsetzung der bisherigen Inhouse-Produktion entstehen würden.“

Auf dem Weg zu einem erfolgreichen Markt für Automobilsoftware sind noch einige technische und wirtschaftliche Hürden zu überwinden, sowohl bei den Softwareanbietern als auch bei den Käufern in der Autoindustrie. In der Expertenumfrage, gaben rund 68 Prozent das Fehlen einer Handelsstrategie sowie des Kundenzugangs an, sodass Händler auch Software als eigenständiges Produkt anbieten könnten. Rund 17 Prozent nennen fehlende Organisationsstrukturen und rund 16 Prozent geben an, dass Software aktuell nicht als eigenes Produkt produziert werden würde.

Dennoch: „Wenn Autos sich verändern, müssen sich auch die Produktionsmethoden ändern“, sagt Baum. „Mit einer engen Kooperation und aktiven Beiträgen aller Beteiligten kann ein gemeinsames Software-Ökosystem entstehen, das für die Zukunft der Automobilindustrie entscheidend sein wird.“

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. Im Jahr 2023 verzeichnete Roland Berger einen Umsatz von über einer Milliarde Euro.

Kontaktpersonen



Raphael Dörr

Pressekontakt

Head of Corporate Communications & PR

raphael.doerr@rolandberger.com

+49 89 9230 8792



Silvia Constanze Zösch

Pressekontakt

Press Contact Global PR

silvia.zoesch@rolandberger.com

+49 89 9230 8750