

Automobilindustrie | 03.04.2025 | Lesezeit 2 Min.

Wie Automobilunternehmen und Start-ups von Kooperationen profitieren

E-Mobilität, Vernetzung, künstliche Intelligenz – die Automobilindustrie muss Innovationen in zunehmend komplexen Bereichen voranbringen. Ein Weg, um dabei mehr Expertenwissen einfließen zu lassen, sind Kooperationen mit Start-ups. Welche Vorteile sich die beiden Seiten von einer Zusammenarbeit erhoffen, zeigt eine gemeinsame Studie vom Verband der Automobilindustrie und dem Institut der deutschen Wirtschaft.

Stillstand heißt Rückschritt – dieses Credo gilt auch für die deutsche Automobilindustrie. Bislang hat sich die Branche stets als äußerst patentstark gezeigt. Doch Entwicklungen der Konkurrenz, digitale Ansprüche der Kunden und Vorgaben zu Umweltstandards aus der Politik haben den Innovationsdruck auf die Autobauer in den vergangenen Jahren erhöht.

Um die Forschung und Entwicklung weiter voranzutreiben, bieten sich neben den eigenen Anstrengungen Kooperationen mit – vor allem digitalen – Start-ups an.

Vor diesem Hintergrund haben der Verband der Automobilindustrie und das Institut der deutschen Wirtschaft bereits im Jahr 2023 Unternehmen der Branche zu ihrem Kooperationsverhalten befragt. Die nun vorliegende Studie mit Daten von 2024 beleuchtet zudem die Seite der Start-ups.

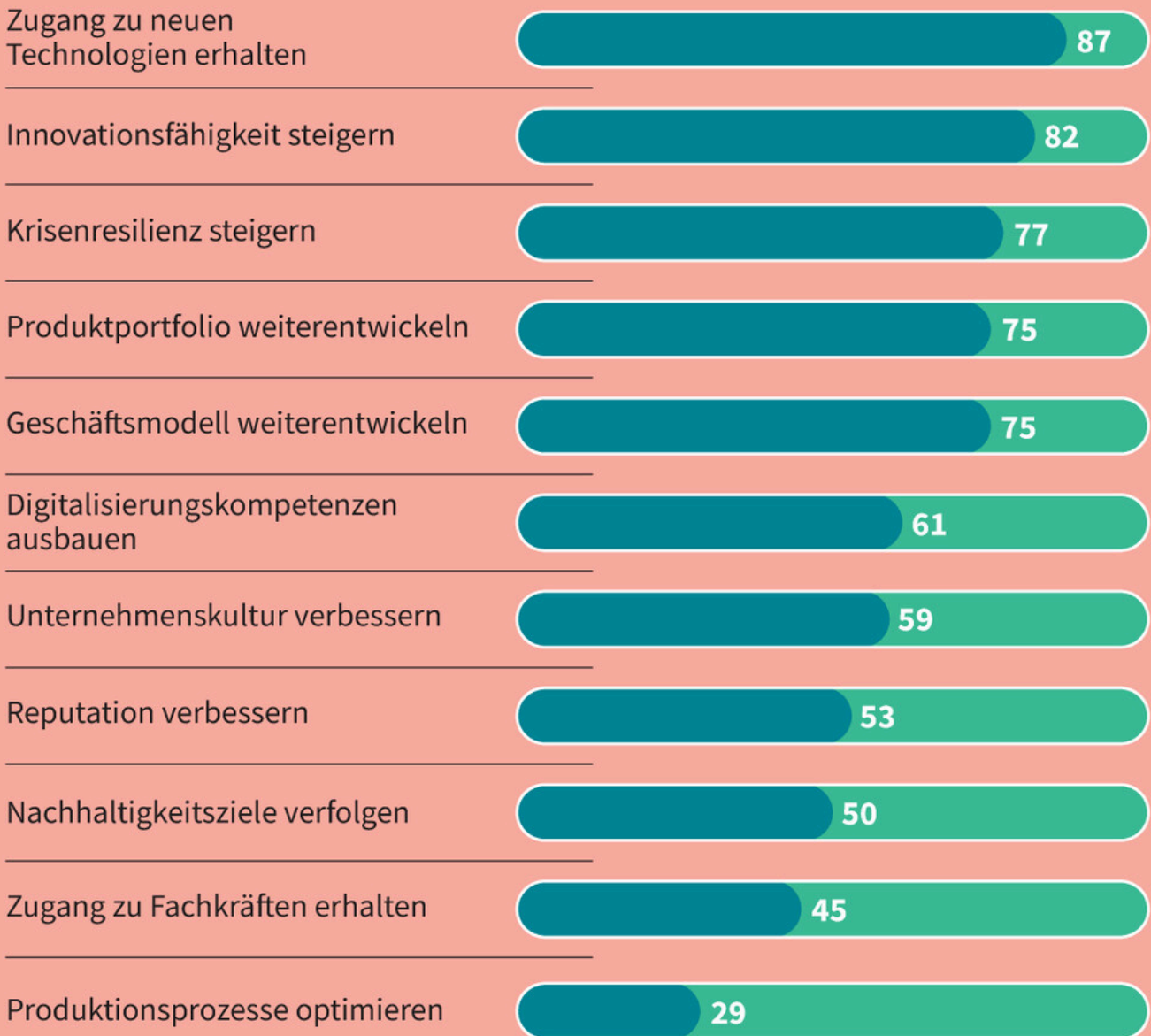
Mit einer klugen Wirtschaftspolitik kann die Bundesregierung diverse Hürden für Kooperationen zwischen Unternehmen abbauen und die firmenübergreifende Zusammenarbeit fördern.

Die Befragung zeigt, dass für die etablierten Unternehmen der Automobilindustrie der Fortschritt das wichtigste Ziel einer Kooperation ist (Grafik):

87 Prozent der Automobilunternehmen, die mit Start-ups zusammenarbeiten, haben ihr Ziel, Zugang zu neuen Technologien zu erhalten, teilweise oder vollständig erreicht.

Kooperationen: Was sich etablierte Unternehmen erhoffen

So viel Prozent der Automobilunternehmen in Deutschland, die mit Start-ups kooperieren, verfolgen damit diese Ziele und haben sie bereits teilweise oder vollständig erreicht



Werte beziehen sich auf jene Unternehmen, die Angaben zu den einzelnen Zielen gemacht haben
Befragung von 41 Unternehmen im Juli und August 2024

Quellen: Verband der Automobilindustrie, Institut der deutschen Wirtschaft
© 2025 IW Medien / iwd

iwd

In 82 Prozent der kooperierenden etablierten Firmen gilt das für die Steigerung der Innovationsfähigkeit.

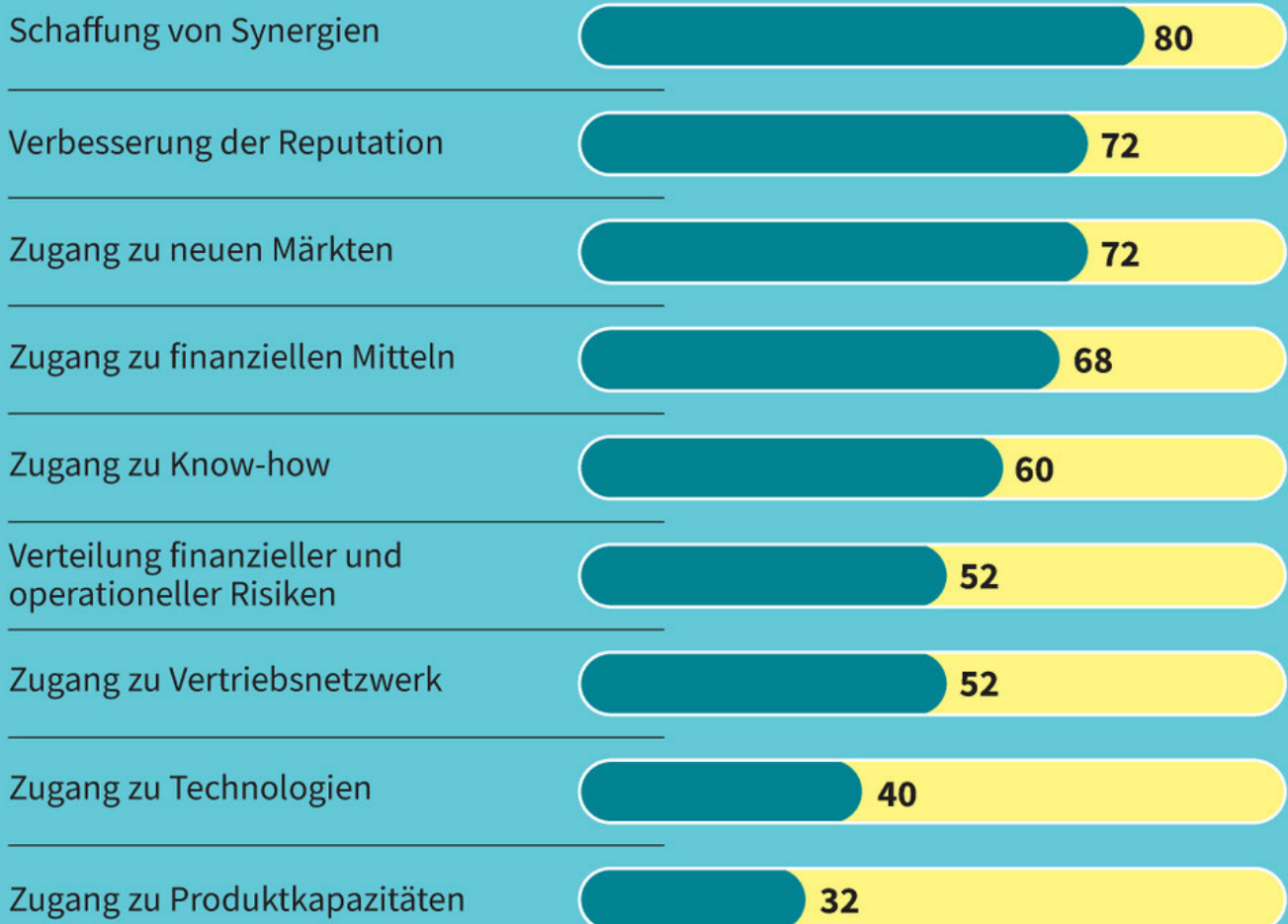
Die Ziele der Start-ups, die mit der Automobilbranche kooperieren, sehen deutlich

anders aus (Grafik):

Synergien zu erzeugen, steht für wachsende Start-ups im Mittelpunkt der Kooperation.

Kooperationen: Was sich Start-ups erhoffen

So viel Prozent der Start-ups in Deutschland, die mit Automobilunternehmen kooperieren, verfolgen damit diese Ziele und haben sie bereits teilweise oder vollständig erreicht



Werte beziehen sich auf jene Unternehmen, die Angaben zu den einzelnen Zielen gemacht haben
Befragung von 25 Start-ups im Juli und August 2024

Quellen: Verband der Automobilindustrie, Institut der deutschen Wirtschaft
© 2025 IW Medien / iwd

iwd

Hoch im Kurs steht bei ihnen auch die Verbesserung der eigenen Reputation sowie der

Zugang zu neuen Märkten, finanziellen Mitteln und zum Know-how der Automobilfirmen.

So sehr sich etablierte Unternehmen und junge Firmen in ihren Zielen einer Zusammenarbeit unterscheiden, so einig sind sie sich beim Blick auf die Hemmnisse für derlei gemeinsame Projekte. Beide Seiten sehen in zu wenig Personal die größte Hürde für Kooperationen. Unter den Automobilunternehmen ist der Anteil derer, die dieses Problem sehen, im Vergleich zur Befragung 2023 noch einmal deutlich gestiegen. Beide Gruppen beurteilen außerdem zu wenig Zeit und finanzielle Engpässe als große Hemmnisse für eine übergreifende Zusammenarbeit.

Aber auch andere Themen wie Bürokratie, juristische Hürden, fehlende Informationsangebote und ein unklarer Mehrwert sind für die Unternehmen und Start-ups Gründe, unter Umständen auf Kooperationen zu verzichten.

Mit einer klugen Wirtschaftspolitik kann die Regierung diverse Hürden abbauen und die Zusammenarbeit über Firmengrenzen hinweg fördern. Veranstaltungen von Verbänden und KI-unterstützte Vernetzungsplattformen können zudem die Kontaktaufnahme erleichtern. Wichtig sind vor dem Hintergrund der Studienergebnisse auch Empfehlungen oder Leitfäden dazu, wie man Kooperationen erfolgreich gestaltet und durchführt.

Kernaussagen in Kürze:

- Für die etablierten Unternehmen der Automobilindustrie sind Innovationen das wichtigste Ziel einer Kooperation mit einem Start-up.
- Synergien zu erzeugen, steht für junge wachsende Unternehmen dagegen im Mittelpunkt der Kooperation mit den etablierten Firmen.
- Beide Seiten sehen in zu wenig Personal die größte Hürde für Kooperationen. Hinzu kommen Themen wie Finanzierung, Bürokratie und rechtliche Hürden.