

AUTOMONITOR 2024

Jahreserhebung zum Status der Thüringer Automobil-
und Zulieferindustrie zzgl. Ausblick

*Thuringias Automotive and Supplier Industry –
Annual report and outlook*



Kofinanziert von der
Europäischen Union

Freistaat
Thüringen



Ministerium
für Wirtschaft, Wissenschaft
und Digitale Gesellschaft

Eine Analyse des Thüringer ClusterManagement (ThCM) in der Landesentwicklungsgesellschaft Thüringen mbH (LEG Thüringen) im Auftrag des Thüringer Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitale Gesellschaft (TMWWDG)

Erhebungszeitraum: 3. Quartal 2023

Analysis by Thuringian ClusterManagement (ThCM) in the State Development Corporation of Thuringia (LEG Thüringen) commissioned by Thuringian Ministry for Economic Affairs, Science and Digital Society (TMWWDG)

Survey period: 3rd quarter 2023

Zielsetzung

AUTOMONITOR ist eine jährlich erscheinende Veröffentlichungsreihe zu den wichtigsten Branchendaten der Thüringer Automobil- und Zulieferindustrie. Grundlage bildet eine mittlere dreistellige Anzahl an Datensätzen aus jährlich wiederkehrenden Online-Befragungen. Befragt wurden Vertreter aus Thüringer Wirtschaftsunternehmen, die einen Standort im Freistaat haben und über einen Automotive-Anteil am Unternehmensumsatz verfügen. Das Ziel besteht darin, einerseits Thüringer Unternehmen aus der Automobil- und Zulieferbranche Referenzwerte für die eigene Unternehmensstrategie zu bieten, andererseits Thüringer Wirtschaftsförderern aktuelle und belastbare Daten als Entscheidungsgrundlage zur Verfügung zu stellen sowie darüber hinaus die interessierte Öffentlichkeit über den Status Quo dieser Thüringer Leitbranche zu informieren.¹

Wir freuen uns, Ihnen nachfolgend die Ergebnisse des **AUTOMONITORS 2024** präsentieren zu dürfen.

Objective

AUTOMONITOR is an annual report that provides key industry data on the automotive and supplier industry in Thuringia. This is based on a medium three-digit number of data records from annually recurring online surveys. It's conducted with representatives from Enterprises that are located in Thuringia and derive a segment of their revenues from activities within the automotive industry. The objective is twofold: firstly, to provide Thuringian enterprises within the automotive and supplier industry with reference values for their corporate strategy, and secondly, to provide Thuringian business developers with up-to-date and reliable information to support their decision-making processes. Additionally, it aims to keep the public informed about the status quo of this Thuringian leading industry.

We are pleased to present the results of the **AUTOMONITOR 2024** below.

Überblick



Mehr als 600 Thüringer Unternehmen mit Bezug zur Automobil- und Zulieferindustrie waren zur Teilnahme eingeladen, 7 % bzw. 50 Unternehmen sind unserer Einladung gefolgt. In diesen teilnehmenden Unternehmen sind 8.380 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte mit einem Durchschnittsalter von 45,2 Jahren tätig, die bei einem durchschnittlichen Automotive-Anteil von 62,5 Prozent im zurückliegenden Geschäftsjahr 1,7 Milliarden Euro Gesamtumsatz erwirtschaftet haben.

80 Prozent sind klein- und mittelständische Unternehmen, der Rest sind Großbetriebe mit mehr als 250 Beschäftigten. Damit

More than 600 Thuringian companies related to the automotive and supplier industry were invited to participate. 7 % or 50 companies accepted our invitation. These participating companies employ 8,380 people. Their average age is 45.2 years. With an average automotive share of 62.5 percent, they generated a total turnover of 1.7 billion euros in the past financial year.

80 percent are small and medium-sized companies, while the remaining 20 percent are large companies with over 250 employees. The composition of the participants in this year's survey closely resembles that of 2022 (75 % SMEs and 25 % large

¹ AUTOMONITOR ist keine Veröffentlichung des Branchennetzwerkes automotive thüringen e.V. (at). Sie adressiert einen breiteren Teilnehmerkreis als die Erhebungen des at, folgt einem anderen Erhebungsansatz und behandelt andere Themenschwerpunkte. Gleichwohl stehen wir im engen Austausch miteinander. Veröffentlichungen des at finden Sie unter <https://www.automotive-thueringen.de/publikationen>

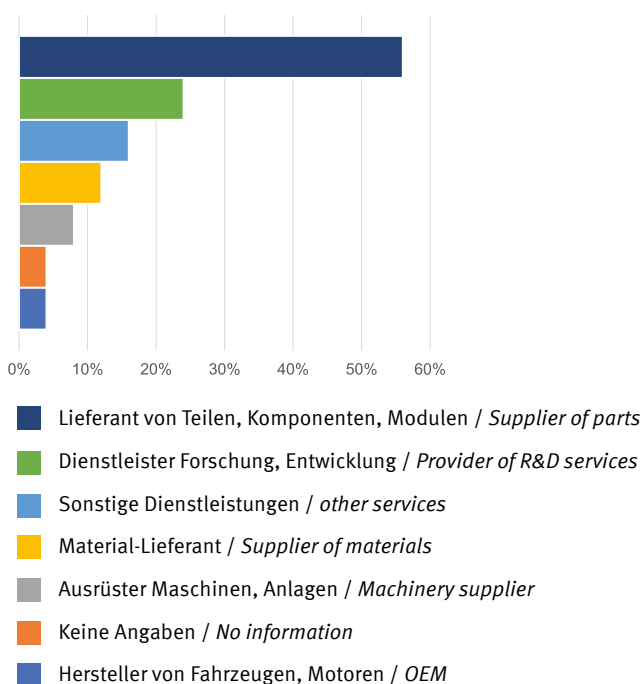
ist das Teilnehmerfeld der diesjährigen Befragung sehr ähnlich zusammengesetzt wie 2022 (damals 75 % KMU und 25 % Großbetriebe) und trägt der Kleinteiligkeit des Verarbeitenden Gewerbes Rechnung. Da auch die gleiche Auswahl an Unternehmen wie 2022 zur Teilnahme eingeladen worden ist, ist die Vergleichbarkeit der aktuellen Daten mit denen der Vorjahresuntersuchungen gewährleistet. Weitere Details zur Erhebungssystematik finden Sie am Ende dieses Dokumentes.

Um die Lage der Thüringer Unternehmen in bewegten Zeiten korrekt einschätzen zu können, sind die für Wirtschaftsförderung zuständigen Thüringer Akteure – Staatskanzlei, Ministerien, LEG, Aufbaubank – auf aktuelle und belastbare Branchendaten angewiesen. Aber auch für strategische Erwägungen innerhalb der Thüringer Automobil- und Zulieferunternehmen kann es hilfreich sein, die eigene Situation an einem Branchendurchschnitt reflektieren zu können. Dafür wurde das Vorhaben **AUTOMONITOR** ins Leben gerufen. **AUTOMONITOR** ist eine jährlich wiederkehrende Erhebung zur Situation der Thüringer Automobil- und Zulieferindustrie, die teilnehmenden Unternehmen einen Feedback-Kanal zu den Thüringer Wirtschaftsförderern bietet. Wir bedanken uns bei allen Teilnehmenden für die Mitarbeit und hoffen, die vorliegenden Analyseergebnisse enthalten einige für Sie neue, interessante Informationen.

Charakteristik der Thüringer Branche

Thüringen rangiert im Bundesvergleich sowohl bei der Absolutzahl der in der Automobilindustrie Beschäftigten (Platz 9) als auch bezogen auf den Anteil der Automobilbranche an der Gesamtbeschäftigung (Platz 8) im Mittelfeld aller Bundesländer.² Die **hohe wirtschaftspolitische und gesellschaftliche Bedeutung der Automobil- und Zulieferindustrie für Thüringen** ist durch ihre intensiven

Kategorie / Category



companies) and takes into account the small-scale nature of the manufacturing sector. Given that the same set of companies has been invited to participate as in 2022, the comparability of the current data with that of the previous year's survey is ensured. Further details regarding the methodology of the survey can be found at the end of this document.

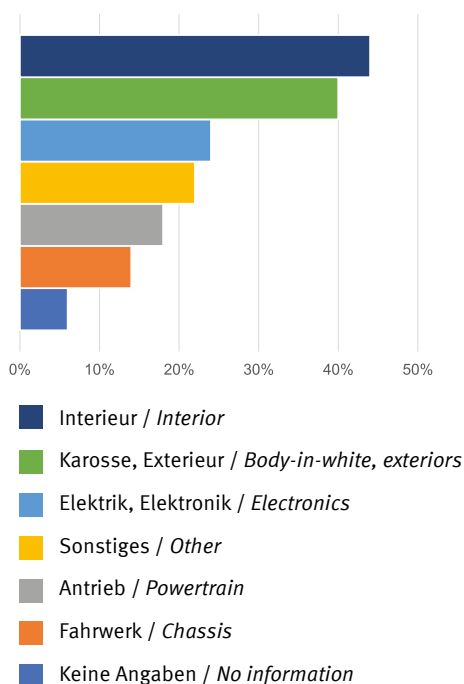
To accurately assess the situation of businesses in Thuringia during turbulent times, Thuringia's economic development agencies – including the state chancellery, ministries, development bank and LEG – depend on up-to-date and solid industry data.

It can also be beneficial to Thuringian automotive and supplier companies for their strategic planning, as it allows them to benchmark their position against the industry average. The **AUTOMONITOR** project was launched for this purpose. **AUTOMONITOR** represents an annual survey that assesses the current state of the automotive and supplier industries within the Thuringian region. It also provides participating companies with a feedback channel to Thuringia's business development agencies. We extend our gratitude to all participants for their cooperation and hope that the results of this analysis offer new and intriguing insights for you.

Key Features of the Thuringian Industry

Thuringia ranks in the middle among all federal states, both in terms of the absolute number of employees in the automotive industry (9th place) and the automotive industry's share of total employment (8th place). The **high economic and social importance of the automotive and supplier industry for Thuringia** can be explained by its close links with other sectors. Overall,

Technologiebereich / Field of Technology



² „Die Automobilindustrie in Deutschland – Umsatz- und Beschäftigungsentwicklung, wichtigste Exportmärkte“, EY, April 2023. → Eine umfangreiche Analyse zur deutschen Automobilindustrie mit Stand von 10/2021 liefert auch die viel beachtete Studie „Wirtschaftliche Bedeutung regionaler Automobilnetzwerke in Deutschland“ von IW Consult und Fraunhofer IAO (i.A. BMWi).

Verflechtungen mit anderen Branchen erklärbar. Insgesamt stehen in Thüringen mehr als **600 Unternehmen** in Kunden-Lieferanten-Beziehungen mit der „klassischen“ Automobil- und Zulieferindustrie oder sind selbst Bestandteil von dieser. In diesen Unternehmen arbeiten nahezu **80.000 Beschäftigte**, was ca. der Hälfte der Beschäftigtenzahl des Verarbeitenden Gewerbes und 10 Prozent der Gesamtbeschäftigtenzahl Thüringens entspricht.^{3,4}

Die Thüringer Automobilindustrie ist vor allem eine Zulieferindustrie. Mehr als die Hälfte aller analysierten Unternehmen (56 %) ordnen sich der Kategorie **Lieferant von Teilen/Komponenten/ Modulen** zu, während sich lediglich 4 Prozent der Kategorie **Herstellung von Motoren und/oder Fahrzeugen** zuordnen. Diese Verteilung deckt sich nahezu mit dem Ergebnis unserer Vorjahresuntersuchung. Die restlichen analysierten Unternehmen ordnen sich den Kategorien **FuE-Dienstleistungen** (24 %), **sonstige Dienstleistungen** (16 %), **Material-Lieferant** (12 %) sowie **Maschinen- und Anlagenausrüster** (8 %) zu.

Mit Blick auf Technologiebereiche ordnen jeweils nahezu die Hälfte der Befragungsteilnehmer das eigene Unternehmen dem Technologiebereich **Interieur** (44 %) oder dem Technologiebereich **Exterieur/Karosserie** (40 %) zu. Dem dadurch drittstärksten Technologiebereich **Elektrik/Elektronik** ordnen sich 24 % der Teilnehmenden zu. Der Technologiebereich **Antrieb** wird von 18% der Teilnehmenden vertreten und der Technologiebereich **Fahrwerk** von 14 %. Aufgrund der traditionell breiten Produkt- und Kompetenzpalette der Thüringer Zulieferunternehmen wurde von der Möglichkeit, Mehrfachnennungen vorzunehmen, reichlich Gebrauch gemacht. So hat beispielsweise ein gutes Drittel all jener Teilnehmenden, die sich dem Bereich Interieur zugeordnet haben, sich ebenfalls dem Bereich Elektrik/Elektronik zugeordnet. Das kann als Indiz gedeutet werden für eine hohe **Integrationskompetenz** der betreffenden Unternehmen.⁵

*Thuringia is home to over **600 companies** that either have business dealings with the “traditional” automotive and supplier industry or are an integral part of this industry themselves. These companies collectively employ almost **80,000 individuals**, which equates to about half of the manufacturing workforce and 10 percent of the total number of employees in Thuringia.*

*The composition of the automotive industry in Thuringia is largely dominated by suppliers. Over half of the companies analyzed in the study (56 %) classify themselves as **suppliers of parts/components/modules**, while a mere 4 percent are involved in the **manufacturing of engines and/or vehicles**. This distribution closely aligns with the findings from our study conducted the previous year. The remaining companies fall into several other categories: **research and development services** (24 %), **other services** (16 %), **material supplier** (12 %), and **machinery and equipment supplier** (8 %).*

*In terms of technology areas, nearly half of the survey participants classify their companies under the **Interior technology area** (44 %) or the **Exterior/Body technology area** (40 %). **Electrics/electronics** emerged as the third most prominent sector, with 24 percent of respondents associating themselves with it. Meanwhile, **drive technology** was claimed by 18 percent, and **chassis technology** by 14 percent of survey takers. Thuringian suppliers are known for their wide-ranging product lines and expertise, which is why many respondents took advantage of the option to select multiple sectors. For example, a good third of those participants who assigned themselves to the interior area also assigned themselves to the electrics/electronics sector. This overlap suggests that these companies possess a considerable **capacity for integration** within their areas of expertise.*

Automotive-Anteil am Gesamtgeschäft

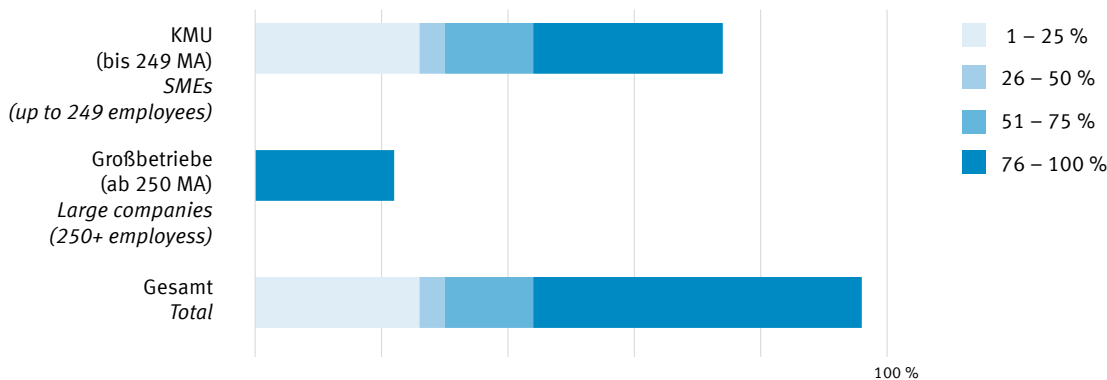
Der durchschnittliche **Automotive-Anteil am Gesamtumsatz der Teilnehmenden liegt bei 62,5 %**.

Automotive Sector’s Contribution to Overall Revenue

*The average automotive share of the participants’ total turnover is **62.5 %**.*

Automotive-Anteil nach Unternehmensgröße

automotive share of company turnover in dependence of company size



³ Automonitor 2023/ Fortschreibung Tiefenanalyse Automotive, Thüringer Clustermanagement (Herausgeber), 7/2023

⁴ Thüringer Landesamt für Statistik, Stichtag 31.3.2023

⁵ Weiterführende Informationen zu Kompetenzen im Bereich des Fahrzeug-Interieurs finden Sie in der Studie „Interieur der Zukunft“, Thüringer Clustermanagement (Herausgeber), 11/2019

Mehr als die Hälfte der Unternehmen (54 %) hat einen Automotive-Anteil über 75 Prozent. In der Gruppe der Großbetriebe ab 250 Beschäftigten hat keiner der Teilnehmenden einen Automotive-Anteil kleiner als 80 Prozent. 4 von 10 Unternehmen gehen davon aus, dass ihr Automotive-Anteil am Gesamtumsatz künftig sinken wird – demgegenüber erwarten nur 6 % eine Zunahme ihres Automotive-Anteils. Dazu passt, dass die Mehrzahl der Unternehmen (52 %) dem **Einstieg in bzw. Ausbau von neuen Geschäftsfeldern** eine zunehmende Bedeutung beimisst; 31 Prozent planen dies konkret für 2024. Den **Rückzug aus bestehenden Geschäftsfeldern** wiederum strebt 2024 jedes vierte Unternehmen an (23 %) – das ist ein annähernd doppelt so hoher Prozentsatz wie noch im Vorjahr (13 %). Dies geht mit einer weitgehend gleichbleibenden Erwartung für die Gesamtumsätze der Unternehmen in 2024 einher.

Die Mehrzahl der Unternehmen plant, innerhalb der nächsten 5 Jahre in neue Geschäftsfelder einzusteigen.

Diese Zahlen legen nahe, dass die Thüringer Zulieferer ihre **Abhängigkeit von der Automobilbranche reduzieren** und sich für die Zukunft breiter aufstellen möchten. Aus der letztjährigen Erhebung wissen wir, das beliebte Zielbranchen unter anderem der Medizin- und Pharmabereich, die Elektroniksparte oder andere Industrieanwendungen sind, vereinzelt aber auch weiße Ware, Bau oder Luftfahrt.

Umsatz

Die Umsätze der deutschen Automobilindustrie sind in den letzten beiden Jahren gestiegen und liegen inzwischen deutlich über dem Vor-Corona-Niveau. 2022 erreichten sowohl deutsche OEM (+28 % auf 408 Mrd. EUR) als auch Zulieferer (+6 % auf 84,2 Mrd. EUR) einen Rekordumsatz.²

Die von uns analysierten 50 Thüringer Unternehmen erwirtschafteten im zurückliegenden Jahr einen Umsatz von 1,7 Mrd. EUR. Mit Blick auf 2024 erwarten sie keine signifikante Veränderung: eine gleichbleibende Umsatzentwicklung erwarten 51 %, einen Rückgang erwarten 27 %, ein Wachstum erwarten 22 %.

Beschäftigte

Die Entwicklung der Beschäftigtenzahl der bundesdeutschen Automobil- und Zulieferindustrie läuft entkoppelt vom Umsatztrend und sinkt seit Jahren. „Sowohl bei Herstellern als auch bei Zulieferern war die **Beschäftigung in den Jahren seit 2018 tendenziell rückläufig** – bei den Zulieferern allerdings stärker als bei den Herstellern. Im Jahr 2022 sank die Zahl der Beschäftigten bei den Zulieferern auf den tiefsten Stand seit mindestens 17 Jahren.“⁵

*The majority of the surveyed firms (54 %) report that their operations in the automotive sector contribute to more than three quarters of their total revenue. In the group of large companies with 250 or more employees, none of the respondents reported an automotive revenue share less than 80 percent. 4 out of 10 companies assume that their automotive share of total revenue will fall in the future, while a mere 6 percent forecast an increase in this sector's share. In line with this, most companies (52 %) attach increasing importance to **entering or expanding new business areas**; 31 percent are specifically planning to do so in 2024. In turn, one in four companies (23 %) are aiming to **withdraw from existing business areas** in 2024 – almost twice as high a percentage as in the previous year (13 %). This corresponds to a largely consistent expectation for the companies' total turnover in 2024.*

*These figures suggest that Thuringia's suppliers want to **reduce their dependency on the automotive sector** and to diversify their business strategies for the future. From our survey last year, we know that popular target industries are the medical and pharmaceutical sectors, the electronics sector, and other industrial applications. Additionally, there is also sporadic engagement in areas such as white goods, construction, and aviation.*

Turnover

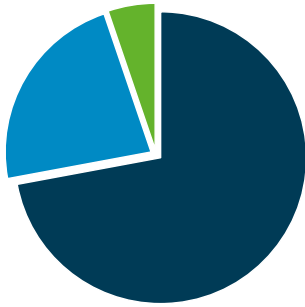
Turnover in the German automotive industry has risen in the past two years and is now well above pre-COVID levels. In 2022, both German OEMs (+28 % to €408 billion) and suppliers (+6% to €84.2 billion) achieved record-breaking revenues.

The 50 Thuringian companies we analyzed generated a total revenue of €1.7 billion in the past year. As they look ahead to 2024, their expectations for significant changes in revenue are low: 51 percent anticipate steady sales, 27 percent foresee a decrease, while 22 percent predict growth.

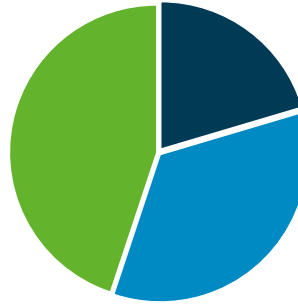
Employees

*The development of the number of employees in the German automotive and supplier industry is decoupled from the turnover trend and has been decreasing for years. **“Employment at both manufacturers and suppliers has been trending downwards since 2018** – with the downturn being more pronounced amongst suppliers than manufacturers. In 2022, the number of employees at suppliers reached the lowest level in at least 17*

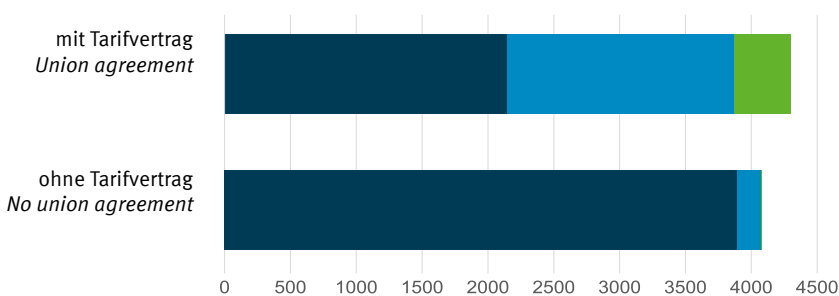
Mitarbeiterzahl nach Unternehmensgröße number of employees per company size



Unternehmenszahl pro Größenklasse number of companies per size category



Anzahl tarifgebundener Mitarbeiter nach Betriebsgröße number of employees with and without union agreement



- Großbetrieb (> 249 Mitarbeiter)
Large company (> 249 employees)
- Mittelständler (50 – 249 Mitarbeiter)
Mid-size company (50 – 249 employees)
- Kleinbetrieb (1 – 49 Mitarbeiter)
Small company (1 – 49 employees)

Die Gründe dafür sind mannigfaltig und reichen von der Transformation der Branche über den demografischen Wandel bis zum kontinuierlich wachsenden Automatisierungsgrad der Fertigung.

Wie eingangs erwähnt, arbeiten in den 50 analysierten Thüringer Unternehmen und Niederlassungen insgesamt 8.380 Beschäftigte. Die Gruppe der klein- und mittelständischen Betriebe mit maximal 250 Beschäftigten macht dabei 80 Prozent der beteiligten Unternehmen aus. Jedoch sind **69 % der Beschäftigten aller beteiligten Unternehmen in Großbetrieben** mit mehr als 250 Beschäftigten angestellt.

Unter diesen 8.380 Beschäftigten befinden sich 398 **Auszubildende** sowie 48 **Studierende**.

Die **Tarifbindungsquote** über die untersuchten Unternehmen liegt bei 15 Prozent und bewegt sich damit nahe dem Wert für die Tarifbindungsquote aller Betriebe in Thüringen (18 %)⁶. Betrachtet man jedoch die Tarifbindungsquoten für Klein- und Mittelständler auf der einen und Großbetriebe auf der anderen Seite, so offenbaren sich große Unterschiede. Von den beteiligten Großbetrieben ist gut die Hälfte (56 %) tarifgebunden, von den Klein- und Mittelständlern hingegen nur 5 Prozent. Insgesamt ist dadurch mit 4.075 Beschäftigten circa die Hälfte aller Mitarbeitenden in tarifgebundenen Unternehmen tätig.

Die Belegschaft in den analysierten Unternehmen ist **im Durchschnitt 45,2 Jahre alt**. Wengleich sich dieser Wert nicht signifikant vom Bundesdurchschnitt der Branche abhebt, verdeutlicht er doch eindrücklich die Auswirkungen des demografischen

years". The reasons for this decline are manifold, ranging from the transformation of the industry and demographic change to the continuously increasing degree of automated production.

As mentioned earlier, the 50 analyzed companies and branches in Thuringia employ a total of 8,380 individuals. The group of small and medium-sized companies with a maximum of 250 employees accounts for 80 percent of the companies involved. However, **69 percent of the employees of all participating companies are employed in large companies** with more than 250 employees.

These 8,380 employees include 398 **trainees** and 48 **students**.

The **rate of collective bargaining coverage** among the surveyed companies stands at 15 percent, which is close to the overall rate for all businesses in Thuringia (18 %). However, a look at the collective bargaining coverage rates for small and medium-sized companies on the one hand and large companies on the other reveals major differences. Of the large companies involved, a good half (56 %) are bound by collective agreements, while only 5 percent of small and medium-sized enterprises are. Overall, with 4,075 employees, around half of all employees work in companies covered by collective agreements.

Within the analyzed companies the **average age of the workforce is 45.2 years**. Although this figure does not differ significantly from the national industry's average, it vividly illustrates the effects of demographic change. In 2011, the average age in the German automotive industry was 40 years. At that time, experts had already predicted that the average age in the automotive in-

⁶ „Bezogen auf die Anzahl der Betriebe sind in Thüringen 18 Prozent an einen Tarifvertrag gebunden.“, Studie „Tarifverträge und Tariffucht in Thüringen“, Hans-Böckler-Stiftung, 9/2021 (Herausgeber)

Wandels. 2011 lag das Durchschnittsalter in der deutschen Automobilindustrie noch bei 40 Jahren. Experten prognostizierten damals bereits, dass das Durchschnittsalter in der Automobilindustrie bis zum Jahr 2021 auf über 44 Jahre steigen würde. Mehr als die Hälfte einer Belegschaft dürfte im Durchschnitt inzwischen älter als 45 Jahre sein. 2011 waren es noch 38 Prozent.⁷

Diejenigen Unternehmen, die den Fachkräftemangel am höchsten priorisieren, engagieren sich bereits überproportional stark in diesem Thema.

Selbstverständlich verschärft diese Entwicklung den Fachkräftemangel weiter, über den seit Längerem geklagt wird. Hartnäckig hält sich in diesem Zusammenhang das Vorurteil, dass das Klagen über den Fachkräftemangel seitens der Arbeitgeberseite mitunter einherginge mit einem vergleichsweise sparsamen **Einsatz unternehmerischer Maßnahmen zur Fachkräfteakquise und -sicherung**. Die vorliegenden Daten stützen diese These nicht. Von denjenigen Befragungsteilnehmern, die auf unsere Frage nach der Kernvoraussetzung für unternehmerischen Erfolg im Jahr 2040 das Thema Fachkräfte und Personal benannt haben, zeichnet sich der überwiegende Teil heute bereits aus durch ein im Vergleich zum Gesamtteilnehmerfeld überdurchschnittlich breites Portfolio an Maßnahmen zur Fachkräfteakquise und -sicherung.

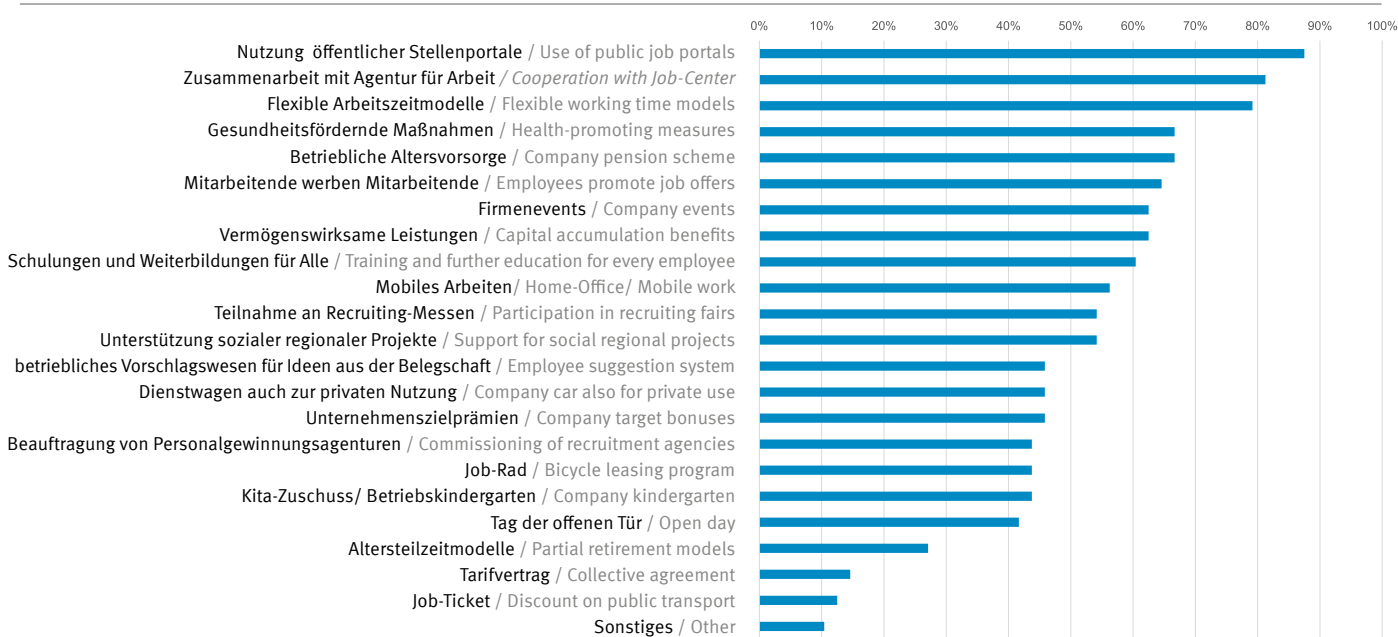
Die befragten Unternehmen erwarten mit Blick auf **2024 keine signifikante Veränderung der Beschäftigtenzahlen**: eine stagnierende Beschäftigtenzahl erwarten 56 %, einen Rückgang erwarten 23 %, einen Aufwuchs erwarten 19 %.

dustry would rise to over 44 years by 2021. Currently, more than half of the workforce is now likely to be older than 45 on average, a substantial rise from the 38 percent reported in 2011.

*Of course, this development further exacerbates the shortage of skilled workers, which has been the subject of complaints for some time. Persistent in this context is the prejudice that employers, who complain about the shortage of skilled workers, are simultaneously making only a spare use of corporate **measures for the recruitment and retention of skilled professionals**. The available data does not support this hypothesis. Among those surveyed who highlighted the importance of skilled labour as a key factor for entrepreneurial success in 2040, most stand out for their extensive and varied strategies to attract and retain talent.*

*The surveyed companies do **not expect any significant change in the number of employees in 2024**: A total of 56 percent predict a stable workforce size, while 23 percent foresee a decline, and 19 percent expect an increase.*

Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel / Measures against the shortage of skilled workers



⁷ <https://www.wiwo.de/erfolg/beruf/demografischer-wandel-autofirmen-bauen-produktion-altengerecht-um/6827948.html>, Abruf 16.11.2023

Internationalisierung

„Die Exporte von Fahrzeugen und Fahrzeugteilen [aus Deutschland] stiegen im Jahr 2022 um 16 Prozent und übertrafen damit auch deutlich das Vorkrisenniveau. Der bisherige Rekordwert, der im Jahr 2017 erreicht worden war, wurde um vier Prozent übertroffen.“ Die wichtigsten Exportmärkte deutscher Automobil- und Zulieferunternehmen sind dabei EU (29 %, Tendenz fallend), USA (14 %, Tendenz steigend) und China (12 %, Tendenz steigend).⁴

„Im Jahr 2022 wurden Waren im Gesamtwert von 17,8 Milliarden Euro aus Thüringen ausgeführt. Gegenüber dem Jahr 2021 erhöhte sich der Warenwert der Thüringer Exporte um 4,5 Prozent. Der Gesamtwert der im Jahr 2022 nach Thüringen eingeführten Waren betrug [...] 18,1 Milliarden Euro und entsprach einer Zunahme von 32,1 Prozent gegenüber dem Jahr 2021. Mit einem Anstieg von 2,4 Milliarden Euro (+93,8 Prozent) nahm insbesondere der Wert der aus der Volksrepublik China importierten Waren zu. Der extreme Anstieg der Importe führte erstmalig seit 1999 zu einem Außenhandelsdefizit in Thüringen. Die Entwicklungen resultieren insbesondere aus den stark gestiegenen Außenhandelspreisen.“

Aber: „Die Importe Thüringens gingen mengenmäßig im Jahr 2022 um 2,7 Prozent und die Exporte um 4,4 Prozent zurück.“⁸

Im April 2023 lag für den Bereich Bergbau und Verarbeitendes Gewerbe (WZ 2008; Unternehmen ab 50 Beschäftigten) in Thüringen die **Exportquote bei 35,4 Prozent** und damit 0,2 Prozentpunkte höher als im Vergleichszeitraum des Vorjahres sowie 1,0 Prozentpunkt über dem Vergleichszeitraum des Vor-Corona-Jahres 2019.⁹ Die Exportquote Thüringens liegt traditionell unterhalb des Bundesdurchschnittes, der im zurückliegenden Jahr 48,7 Prozent betrug, folgt dessen steigendem Verlauf jedoch seit 2010.

Produktion vor Ort in den Auslandsmärkten wird auch von jedem vierten der an unserer Befragung teilnehmenden Unternehmen (26 %) als ein an Bedeutung zunehmender Bestandteil der Unternehmensstrategie angesehen. Jedes dritte der befragten Unternehmen (32 %) erwartet außerdem einen Zuwachs des Auslandsanteils am Gesamtgeschäft.

Die Verschiebung der automobilen Absatzmärkte weg aus Deutschland und Europa hin in die stark wachsenden Märkte schreibt einen branchentypischen Trend der zurückliegenden 2 Jahrzehnte fort. Zunehmende Forderungen von Regierungen im jeweiligen Absatzmarkt nach Fertigung vor Ort („Local for local“) verstärken diesen Effekt.

Gleichzeitig ist aber insbesondere seit der Corona-Krise und der russischen Invasion in der Ukraine auch ein gegenläufiger Trend zu erkennen. Mitunter ist von einer „Kehrtwende in der Globalisierung“ die Rede. OEMs bestehen zum Teil auf Produktion in Europa, um unabhängiger zu sein von internationalen Zöllen und Sanktionen. Die Regionalisierung von Lieferketten soll zudem das Risiko von Produktionsausfällen als Folge von Lieferengpässen reduzieren helfen. Jede/r fünfte an unserer Befragung Teilnehmende (19 %) betrachtet die **Stärkung seines Deutschland-**

Internationalization

“In 2022, Germany experienced a significant surge in its automotive sector, with vehicle and vehicle part exports increasing by 16 percent. This rise not only surpassed pre-crisis levels but also exceeded the previous record set in 2017 by four percent.” The most important export markets for German automotive and supplier companies are the EU (29 %, with a downward trend), the United States (14%, with an upward trend) and China (12 %, with an upward trend).

“In 2022, the total value of goods exported from Thuringia was €17.8 billion, marking a 4.5 percent increase compared to the previous year. The total value of goods imported into Thuringia in 2022 amounted to €18.1 billion, representing an increase of 32.1 percent compared to 2021. Particularly noteworthy was the increase in the value of goods imported from the People’s Republic of China, which rose by €2.4 billion. This unprecedented growth in imports led to Thuringia experiencing its first foreign trade deficit since 1999, primarily driven by the sharp rise in foreign trade prices.” However, “in terms of volume, Thuringia’s imports fell by 2.7 percent and exports by 4.4 percent in 2022.”

*In April 2023, for the mining and manufacturing sector (WZ 2008; companies with 50 or more employees) in Thuringia **the export ratio was 35.4 percent**, marking an increase of 0.2 percentage points compared to the same period in the previous year, and it is 1.0 percentage point higher than the corresponding period in the pre-COVID year of 2019. Traditionally, the export rate of Thuringia has been below the national average, which stood at 48.7 percent last year, but has been on an upward trend since 2010.*

*One in four participating companies (26 %) views **local production in foreign markets** as an increasingly significant component of their business strategy. Additionally, one-third of the surveyed businesses (32 %) anticipate a growth in the proportion of their overall operations conducted internationally.*

The shift in automotive sales markets away from Germany and Europe towards rapidly growing economies continues a trend that has been typical for the industry over the past two decades. Increasing demands from governments in the respective target markets for local production (“local for local”) are reinforcing this effect.

*At the same time, however, a trend in the opposite direction can also be seen, particularly since the COVID-19 crisis and the Russian invasion in Ukraine. At times there is talk of a “turnaround in globalization”. Some OEMs insist on production in Europe to be less dependent on international tariffs and sanctions. Moreover, the regionalization of supply chains is also intended to mitigate the risk of production downtime caused by supply shortages. One in five survey participants (19 %) considers **strengthening their business in Germany** as an increasingly important aspect of their corporate strategy.*

Based on the data collected from our survey, it is not possible to make definitive statements regarding whether increased international engagement by companies in Thuringia would result in

⁸ Thüringer Landesamt für Statistik, Pressemitteilung vom 15.03.2023

⁹ Website des Thüringer Landesamtes für Statistik, „Monatsdaten nach Wirtschaftszweigen (WZ 2008) im Bergbau und Verarbeitenden Gewerbe (50 und mehr Beschäftigte) ab 2005 in Thüringen“, Abruf 30.11.2023

geschäfts als einen an Bedeutung zunehmenden Bestandteil der Unternehmensstrategie.

Belastbare Aussagen darüber, ob oder welche Beschäftigungseffekte für Thüringen mit einem stärkeren Engagement hiesiger Unternehmen im Ausland einhergehen, lassen sich auf Basis unserer Befragungsergebnisse nicht ableiten. Zum einen muss eine Stärkung der Auslandsaktivitäten nicht zwangsläufig eine Reduktion des Deutschlandgeschäftes bedeuten – mehrere Befragungsteilnehmer messen sowohl dem Deutschland- als auch dem Auslandsgeschäft eine zunehmende Bedeutung bei. Zum anderen würde auch ein überproportional starker Ausbau des Auslandsgeschäftes bei gleichbleibendem oder moderat wachsendem Deutschlandgeschäft im Ergebnis zu einem höheren Auslandsanteil am Gesamtgeschäft führen.

employment effects, and if so, what those effects might be. On the one hand, strengthening foreign activities does not necessarily imply a reduction in domestic business operations; indeed, several respondents attribute increasing importance to both their German and international business. On the other hand, even an exceptionally high expansion of international business, with domestic business remaining stable or experiencing moderate growth, would ultimately increase the proportion of international business in the company's overall operations.

Regionalisierung vs. Internationalisierung / Regionalization vs. internationalization



Forschung, Entwicklung, Innovation

In der EU ist der Automobilsektor mit einem Anteil von 32,5 % an den gesamten FuE-Investitionen die wichtigste Säule der Unternehmens-FuE und maßgeblich für das FuE-Gesamtwachstum der EU (8,9 % im Vergleich zu -7,2 % im Jahr 2021). Der Automobilsektor ist der Sektor, in dem die EU-Unternehmen bei weitem am meisten in FuE investieren; auf ihn entfällt ein Drittel der gesamten FuE-Investitionen in der EU. Weltweit entfielen 2021 mehr als 40 % der gesamten FuE-Investitionen im Automobilsektor auf Unternehmen mit Sitz in der EU. Die Führungsrolle der EU spiegelt sich in wesentlich höheren FuE-Investitionen, größeren Umsätzen, höherer Rentabilität und mehr Beschäftigten wider als bei ihren Wettbewerbern.

In absoluten Zahlen investierten die Unternehmen der EU-Automobilindustrie im Jahr 2021 mehr als 60 Milliarden Euro in Forschung und Entwicklung (zum Vergleich: China 15 Milliarden Euro, USA 24 Milliarden Euro). Dies entspricht einem Anstieg der FuE-Ausgaben in der europäischen Automobilindustrie um 57 % im Vergleich zu 2012. Unter den 20 größten Automobilunternehmen mit den höchsten FuE-Ausgaben weltweit befinden sich neun aus der EU (5 OEM und 4 Tier-1). Dennoch sollte das enorme FuE-Wachstum der Unternehmen in der US-Automobilbranche (27,1 %) und der Unternehmen in der chinesischen Automobilindustrie (26,5 %) ebenfalls im Blick behalten werden.¹⁰

Research, Development and Innovation

In the EU, the automotive industry represents the cornerstone of corporate R&D, comprising 32.5 percent of the total R&D expenditure. This sector is pivotal in maintaining the overall growth rates in R&D expenditure, which have increased by 8.9 percent, in stark contrast to a 7.2 percent decline observed in 2021. Notably, the automotive industry is the sector where European companies allocate most of their R&D funds, amounting to one-third of the EU's collective R&D investment. On a global scale, companies based within the EU contributed to over 40 percent of the total R&D investment within this sector for the year 2021. The EU's dominance in this field is evidenced by significantly larger investments in R&D, higher sales figures, greater profitability, and a more substantial workforce compared to its international rivals.

In absolute terms, EU automotive industry companies invested more than €60 billion in research and development in 2021 (by comparison: China €15 billion, USA €24 billion). This represents a 57 percent increase in R&D expenditure in the European automotive industry compared to 2012. Among the top 20 automotive companies with the highest R&D expenditure worldwide, nine are from the EU (5 OEMs and 4 Tier-1). Nevertheless, the high R&D growth of firms in the US automotive sector (27.1 %) and in the Chinese automotive sector (26.5 %) should also be noted. „Enhanced research and development efforts lead to the creation

„Mehr Forschung und Entwicklung erzeugt technologisch innovative Produkte. Damit gelingt es Unternehmen, Wettbewerbsvorteile und Marktanteile zu erringen, was wiederum Wachstum und Beschäftigung schafft. [...] Gleichzeitig zeigt sich jedoch, dass weitere wachstumsträchtige Innovationsstrategien verfolgt werden können: **Auch Unternehmen, die Innovationsvorsprünge durch intelligente Produkt-Dienstleistungskombinationen oder innovative technisch-organisatorische Prozesse erreichen, sind ihren Konkurrenten im Beschäftigungswachstum überlegen.**“¹¹

Das gilt für die KMU-geprägte Thüringer Zulieferindustrie umso mehr. Prozess- und dienstleistungsorientierte Innovationsstrategien sind für Unternehmen der Thüringer Automobil- und Zulieferindustrie von großer Bedeutung, denn allein 40 Prozent der befragten Unternehmen ordnen sich (auch) dem Dienstleistungssektor zu. Auch deshalb haben wir nicht ausschließlich die FuE-Quote erhoben, sondern nach allen Ausgaben gefragt, die auf das Thema Innovation einzahlen.

Die von uns befragten Unternehmen investierten im zurückliegenden Geschäftsjahr 9,8 Prozent ihres Umsatzes in Forschung, Entwicklung und Innovation. Legt man diesen Prozentsatz um auf die oben erwähnten 1,7 Milliarden Euro Gesamtumsatz, so ergeben sich Ausgaben in Höhe von 166 Millionen Euro, die allein die von uns analysierten Unternehmen im zurückliegenden Geschäftsjahr im Rahmen ihrer Innovationsstrategien investiert haben dürften. Zum Vergleich: Dieser Betrag ist nicht allzu weit entfernt von der Höhe der Mittel, die Thüringen in der zurückliegenden Förderperiode 2014 – 2020 für Forschungs- und Technologieförderung insgesamt zur Verfügung standen (213 Millionen Euro).

Zur neuen Förderperiode haben die zur **Thüringer Forschungs- und Technologieförderung** bereitstehenden öffentlichen Mittel eine Verdreifachung erfahren (ca. 600 Millionen Euro bis 2027). Zudem wurden in Reaktion auf entsprechende Rückmeldungen aus der Thüringer Wirtschaft Antrags- und Bewilligungsprozesse verschlankt. Dies alles dient dem Ziel, Thüringer Unternehmen bei der Schaffung von Innovationen noch besser zu unterstützen. Wie unsere Umfrage belegt, ist dies auch geboten. Denn einerseits gehen die von uns analysierten Unternehmen für 2024 von **eher rückläufigen Aufwendungen für Forschung, Entwicklung und Innovation** aus (4 % planen eine Erhöhung, 65 % planen keine Änderung, 23 % planen eine Reduzierung). Andererseits sind **Bekanntheits- und Nutzungsgrad der verfügbaren Förderangebote ausbaubar**: Die Zahl derer, die entsprechende Programme noch nie genutzt haben, ist fünfmal so groß wie die Zahl der bisherigen Nutzer. Eine künftige Nutzung für unwahrscheinlich halten dreimal so viele Unternehmen, wie die Anzahl derer, die künftig wahrscheinlich auf eine derartige Landesförderung zugreifen möchten.

 www.wirtschaft.thueringen.de/innovationsfoerderung

In einem späteren Kapitel behandeln wir das Thema Wettbewerbsvorteile. In diesem Zusammenhang eine gute Nachricht: Ein Drittel der durch uns befragten Unternehmen sieht im Bereich Innovation einen eigenen Vorteil gegenüber dem Wettbewerb. Diese spezielle Gruppe von Unternehmen plant im Mittel

*of technologically advanced products. This enables companies to gain a competitive edge and market share, which in turn creates growth and employment. [...] However, it is clear that further innovation strategies with high growth potential can be pursued: **Companies gaining innovation advantages through smart product-service combinations or innovative technical-organizational processes surpass their competitors in terms of employment growth.***

This is all even more true for the SME-dominated Thuringian supplier industry. For companies in Thuringia's automotive and supply sectors, strategies that focus on process improvement and service innovation are incredibly significant. This is reflected by the fact that 40 percent of the surveyed companies consider themselves part of the service sector as well. That's one reason why we didn't limit our inquiry to research and development spending alone; instead, we asked about all expenses related to innovation efforts.

In the preceding fiscal year, the corporations under examination allocated 9.8 % of their annual revenue toward endeavors in research, development, and innovation. When applying this percentage to the previously mentioned total revenue of €1.7 billion, it amounts to an investment of 166 million euros by these companies in their innovation strategies during that year. To put this into perspective, this amount is not significantly different from the total funds available to Thuringia for research and technology funding in the previous 2014 – 2020 funding period (€213 million).

*In the new funding period, the **public funds allocated for research and technology funding in Thuringia have tripled** (approx. €600 million by 2027). Furthermore, following feedback from the local business community, the application and approval processes have been streamlined. All of this is aimed at providing Thuringian companies with even better support in creating innovations. As our survey shows, this is indeed necessary. On the one hand, it shows that for the year 2024, the analyzed companies are generally expecting a **decrease in their spending on research, development, and innovation** (4 % anticipate increasing their budget, 65 % foresee no change, and 23 % predict a cutback in spending). On the other hand, there is **room of improvement in both the awareness level and the usage of available funding programs**: the number of companies who have never utilized such programs is five times greater than that of those that have. Moreover, three times as many companies consider future use of state funding unlikely compared to those who are likely to seek such support in the future.*

In a later chapter, we will deal with the topic of competitive advantages. Here's some good news: One-third of the companies we surveyed believe that they have an edge over their competitors when it comes to innovation. This group of businesses doesn't intend to cut back on their spending for research, development, and innovation in 2024 (90 % plan to maintain their current level of investment in R&D and innovation, while 5 % anticipate an increase and another 5 % foresee a reduction).

¹⁰ „The 2022 EU Industrial R&D Investment Scoreboard“, European Commission, 12/2022

¹¹ „Innovation: Mehr als Forschung und Entwicklung“; Fraunhofer ISI, 05/2004

keine Reduktion ihrer Aufwände für Forschung, Entwicklung und Innovation in 2024 (90 % planen mit gleichbleibend hohen FuEul-Ausgaben, jeweils 5 % planen eine Erhöhung bzw. eine Reduzierung).

Überdurchschnittlich innovative Unternehmen sparen auch in Zeiten des Wandels nicht an ihren Entwicklungsbudgets.

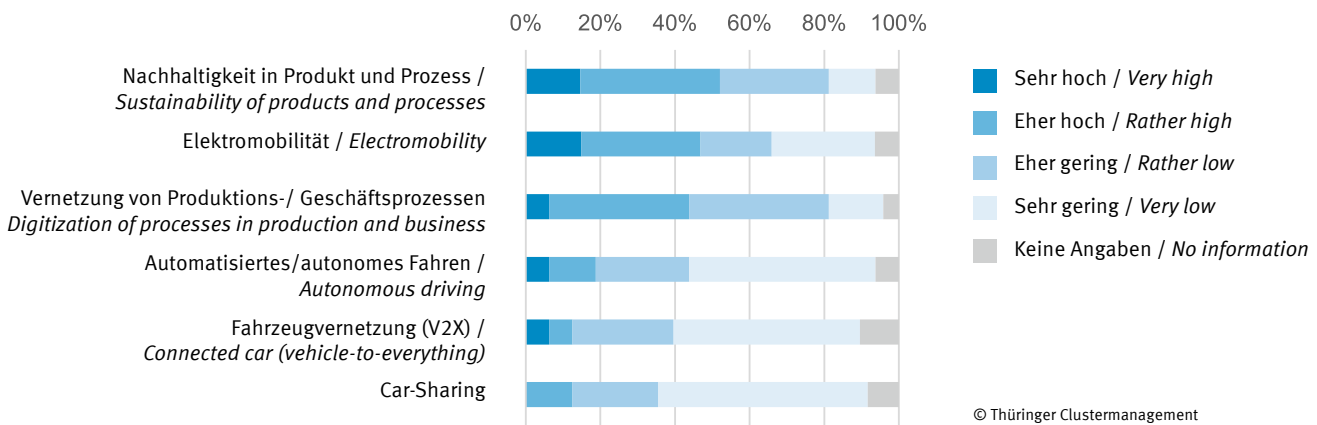
Technologische Megatrends

Der Begriff „Megatrend“ bezeichnet tiefgreifende Veränderungen, die zwar relativ langsam vor sich gehen, sich dafür aber über eine große Zeitspanne hinziehen. Jedes Unternehmen, das langfristig am Markt erfolgreich sein will, möchte Trends frühzeitig erkennen, um mit der eigenen Unternehmensstrategie bestmöglich darauf reagieren zu können. Im Automobilbereich ist die „CASE“ benannte Strategie von Daimler ein bekanntes Beispiel, da sie vier Megatrends in griffiger Kurzform zu veranschaulichen vermag: Connected, Autonomous, Shared, Electric.

Technological Megatrends

The term “megatrend” refers to profound changes that happen gradually but extend over a long period of time. Every company aiming for long-term success seeks to identify trends at an early stage to align their business strategies accordingly. In the automotive industry, Daimler’s strategy known as “CASE” is a well-known example. It encapsulates four megatrends in a succinct way: Connected, Autonomous, Shared, and Electric.

Einfluss ausgewählter Megatrends / Influence of selected megatrends



Wir wollten in Erfahrung bringen, von welchen Megatrends speziell die Thüringer Automobil- und Zulieferindustrie besonders stark betroffen ist und haben deshalb 6 der bedeutendsten Branchentrends zur Auswahl gestellt: „Automatisiertes/ autonomes Fahren“, „Car-Sharing“, „Elektromobilität“, „Fahrzeugvernetzung (V2X)“, „Vernetzung von Produktions-/ Geschäftsprozessen“ sowie „Nachhaltigkeit in Produktion und Prozess“. Jeder dieser Megatrends sollte bezüglich seines Einflusses auf das eigene Unternehmen bewertet werden („Sehr hoch“, „eher hoch“, „eher gering“, „sehr gering“).

We aimed to ascertain which megatrends are particularly impacting the automotive and supplier industry in Thuringia, so we presented a list of six significant industry trends for consideration: “Automated/autonomous driving”, “Car sharing”, “Electromobility”, “Vehicle networking (V2X)”, “Networking of production/business processes” and “Sustainability in production and processes”. Each of these megatrends was to be assessed in terms of its influence on the respective company (“very high”, “rather high”, “rather low”, “very low”).

Elektromobilität und Nachhaltigkeit sind die Megatrends, die sich am stärksten auf Thüringer Unternehmen auswirken.

Die meisten Nennungen in der Kategorie „sehr hoch“ erhält von den 6 zur Auswahl stehenden Antwortmöglichkeiten der Megatrend **„Nachhaltigkeit in Produktion und Prozess“**. Fasst man die Kategorien „sehr hoch“ und „eher hoch“ zusammen, schiebt sich der Megatrend **„Elektromobilität“** auf Platz 1 (51 %), knapp gefolgt von „Nachhaltigkeit in Produktion und Prozess“ (49 %) sowie **„Vernetzung von Produktions-/ Geschäftsprozessen“** (48 %). Beide Trends – Nachhaltigkeit und Elektromobilität – hatten bereits in unserer letztjährigen Umfrage das Feld der einflussreichsten Megatrends angeführt.

Zur Wahrheit gehört jedoch auch, dass gleichzeitig 41 Prozent der Teilnehmenden den Einfluss des Megatrends „Elektromobilität“ auf den eigenen Standort als „eher gering“ oder „sehr gering“ beurteilen.

Dieses Verteilungsbild der Antworten dürfte im breiten Portfolio der Thüringer Automobil- und Zulieferindustrie begründet liegen. Für einen Hersteller von Interieur-Komponenten oder Karosseriebauteilen hat die im Fahrzeug eingesetzte Antriebstechnologie vermutlich eine niedrigere Priorität als für Unternehmen aus dem Bereich Antriebsstrang, die sehr direkt vom Wandel hin zum batterieelektrischen Antrieb betroffen sind.

Der Megatrend, dessen Bedeutung mit 79 Prozent der Stimmen am meisten als „eher gering“ oder „sehr gering“ bewertet wird, ist **„Car-Sharing“**. Kein einziger Befragungsteilnehmer misst diesem Trend eine sehr hohe Bedeutung bei und nur 12 Prozent eine eher hohe Bedeutung, wohingegen ihm 57 Prozent eine sehr geringe Bedeutung attestieren. Das spiegelt auch die Situation in der gesamtdeutschen Automobilindustrie wider, wo sich zuletzt zahlreiche OEMs aus diesem Thema zurückgezogen haben und das Feld nun weitgehend Akteuren aus anderen Branchen überlassen. Daimler versteht unter dem S in CASE inzwischen „Services“.

*Among the six options, the megatrend **“Sustainability in production and processes”** received the most mentions as being of “very high” importance. When combining the categories “very high” and “fairly high”, the **“Electromobility”** megatrend takes the lead (51 %), closely followed by “Sustainability in production and processes” (49 %) and **“Networking of production/business processes”** (48 %). Both trends – sustainability and electromobility – had already topped the list of the most influential megatrends in our last year’s survey.*

However, it is also true that 41 % of respondents view the impact of the “Electromobility” megatrend on their own location as “rather low” or “very low”.

The distribution pattern of the responses can likely be attributed to the wide range of companies within Thuringia’s automotive and supplier industry. For a manufacturer of interior components or body parts, the drive technology used in the vehicle presumably may be of lesser importance compared to companies specializing in powertrain systems, which are directly affected by the shift towards battery-electric drives.

*The megatrend whose importance is rated as “rather low” or “very low” (79 % of votes) is **“Car sharing”**. Not a single respondent attributed a very high importance to this trend, and merely 12 % considered it to have a rather high importance. Conversely, 57 % attributed a very low importance to it. This also reflects the situation in the overall German automotive industry, where numerous OEMs have recently withdrawn from this topic, leaving the field largely to players from other industries. Daimler now has redefined the S in CASE as “services”.*

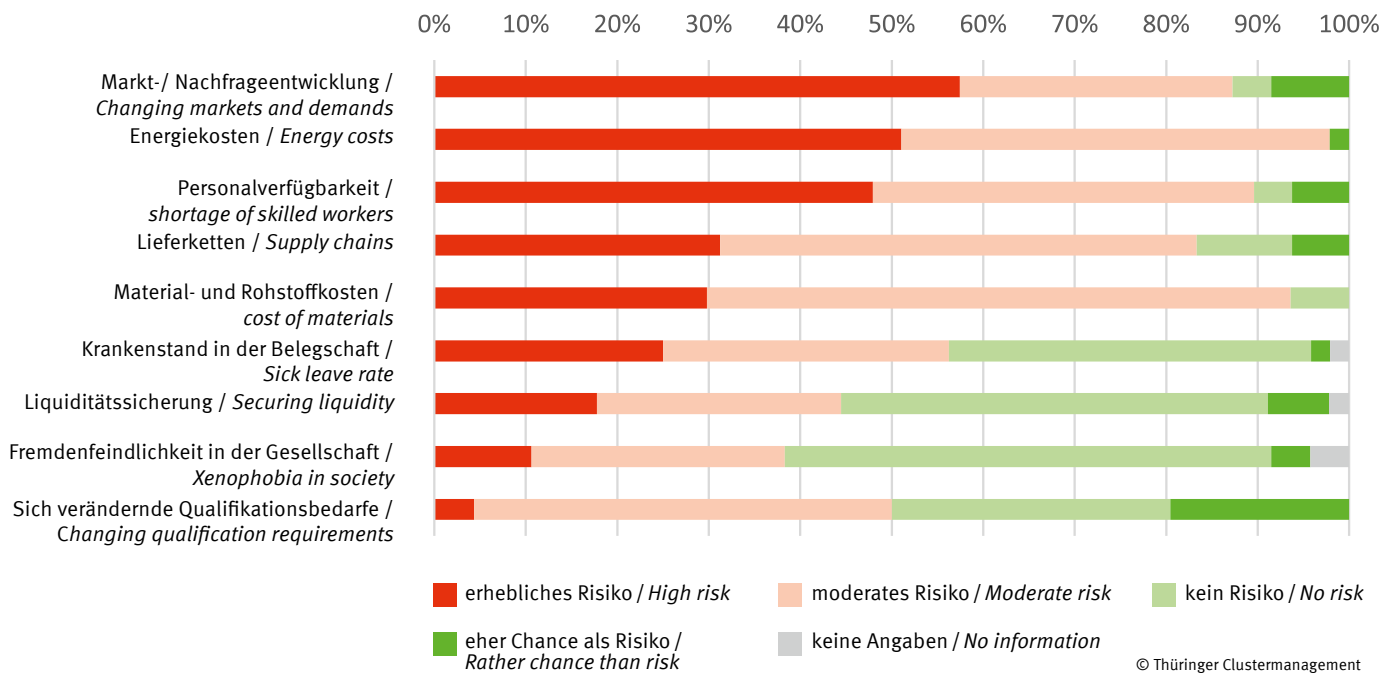
Top-Risiken

Neben technologischen Megatrends wirken auch gesellschaftliche Trends, Kriege und Handelskonflikte auf unternehmerischen Erfolg. Aus diesem Grund haben wir die größten Risiken für die Thüringer Automobil- und Zulieferwirtschaft analysiert, ehe wir im nächsten Kapitel die Wettbewerbsvorteile thematisieren, mit denen hiesige Unternehmen Risiken begegnen. Wir haben 9 Risiken zur Auswahl gestellt und wollten wissen, wie die Teilnehmenden jedes dieser Risiken beurteilen: erhebliches Risiko, moderates Risiko, kein Risiko, eher Chance als Risiko.

Top Risks

In addition to technological megatrends, societal trends, conflicts, and trade disputes also significantly impact business success. For this reason, we have examined the primary risks for the Thuringian automotive and supplier industry, before discussing the competitive advantages that local companies use to mitigate these risks in the next chapter. We presented a list of 9 risks and asked participants to evaluate each one: whether it constitutes a significant risk, a moderate risk, no risk, or more of an opportunity than a risk.

Top-Risiken für den Standort / Top risks for the business



Das **Top-Risiko**, welches von den meisten Teilnehmenden als erheblich für den eigenen Standort bezeichnet wurde, ist das Thema „**Markt-/ Nachfrageentwicklung**“ (54 %) – noch vor „Energiekosten“ (48 %) und „Personalverfügbarkeit“ (46 %). Im vergangenen Jahr hatten die Themen Energie-, Rohstoff- und Materialpreise das Feld der erheblichen Top-Risiken noch klar dominiert, während die Markt-/ Nachfrageentwicklung im hinteren Drittel aller Nennungen bei den erheblichen Standortrisiken rangierte.

Dieses Bild verschiebt sich, wenn man die Nennungen „erhebliches“ und „moderates“ Risiko zusammenfasst. Tut man dies, belegt das Thema der **Energiekosten** den ersten Platz. 92 Prozent aller Teilnehmenden benennen Energiekosten als erhebliches oder als moderates Risiko. **Rohstoff-/Materialkosten** belegen Platz 2 (90 %) und **Personalverfügbarkeit** Platz 3 (86 %) – eine Reihenfolge, die sich mit den Ergebnissen der Vorjahresbefragung deckt.

The **top risk**, which most participants described as significant for their location, is “**market/demand development**” (54 %) – ahead of “energy costs” (48 %) and “staff availability” (46 %). Last year, the primary risks were dominated by the prices of energy, raw materials, and other materials. At that time, market/demand trends were not seen as a major issue and were ranked in the bottom third of significant location risks.

When we combine the mentions of “significant” and “moderate” risk, the picture changes. By doing so, energy costs emerge as the top concern. A total of 92 percent of respondents identify **energy costs** as either a significant or a moderate risk. Coming in second are **raw material/material costs** with 90 percent, and in third place is the **staff availability** (86 percent). This ranking aligns with the results from last year’s survey.

“**Securing liquidity**”, is generally not perceived as a primary concern among risks. Similarly the majority of companies does not perceive “**employees’ sickness rates**” as a top location risk. The percentage of companies that rate “employees’ sickness rates”

Die Markt-/ Nachfrageentwicklung verdrängt als Top-Risiko erstmals die Themen Energiekosten sowie Fachkräftemangel.

„Liquiditätssicherung“ wird mehrheitlich nicht als Top-Risiko angesehen. Auch beim Thema „Krankenstand in der Belegschaft“ ist die Gruppe derer, die das Thema nicht als Top-Risiko für den eigenen Standort bewerten, am größten. Der Prozentsatz der Unternehmen, die das Thema „Krankenstand in der Belegschaft“ als erhebliches Top-Risiko bewerten, ist in der Gruppe der tarifgebundenen Unternehmen annähernd gleich groß wie in der Gruppe der nicht tarifgebundenen Unternehmen.

Erstmals wurden die Teilnehmenden nach Ihrer Einschätzung gefragt, wie Sie das Thema „Fremdenfeindlichkeit in der Gesellschaft“ mit Blick auf die Top-Risiken für Ihren Unternehmensstandort beurteilen. 50 % von ihnen sehen in diesem Zusammenhang kein Risiko, ein moderates Risiko sehen 26 %, und 10% aller Teilnehmenden bewerten Fremdenfeindlichkeit in der Gesellschaft als erhebliches Risiko für die Entwicklung Ihres Standortes. Damit beurteilen mehr Teilnehmende das Thema „Fremdenfeindlichkeit in der Gesellschaft“ als erhebliches Top-Standortrisiko, als Teilnehmende das Thema „sich verändernder Qualifizierungsbedarfe“ (4 %) als erhebliches Top-Standortrisiko bewerten.

Die niedrige Bewertung des Risikos „sich verändernder Qualifizierungsbedarfe“ kennen wir bereits aus der letztjährigen Umfrage. Die Gründe dafür lassen sich auf Basis unserer Analyse nicht abschließend klären. Fakt ist, dass die Eintrittswahrscheinlichkeit dieses Risikos angesichts mannigfaltiger Veränderungen in der Automobilindustrie nahe 100 Prozent liegt. Gleichzeitig wird dieser Trends mutmaßlich erst etwas später in den Chefetagen akut spürbar werden als beispielsweise die aktuellen Energiekosten. Sich verändernde Qualifikationsbedarfe dürften sich zuallererst und in besonderem Maße in den Forschungs- und Entwicklungsabteilungen bemerkbar machen, die sich üblicherweise in den Konzernzentralen befinden.¹²

Wettbewerbsvorteile

Die Thüringer Automobilindustrie ist vielfältig, KMU-geprägt und wird von Zulieferern dominiert. Insofern scheiden Finanzkraft und Marktmacht als Wettbewerbsvorteile weitgehend aus. Deshalb wollten wir wissen, mit welchen Faktoren Thüringer Unternehmen gegenüber ihren Wettbewerbern punkten. Wieder haben wir Antwortmöglichkeiten vorgegeben, diesmal 9 an der Zahl. Mehrfachnennungen waren möglich.

Den größten Zuspruch erhält „Technologiekompetenz“, die von 83 Prozent aller Teilnehmenden als Wettbewerbsvorteil des eigenen Unternehmens angesehen wird. Wenngleich dieses positive

as a significant top risk is almost the same in the group of companies covered by collective agreements as in the group of companies not covered by collective agreements.

For the first time, participants were asked to assess how they perceive “societal xenophobia” in terms of top risks for their business location. 50 percent of them see no risk in this context, 26 percent perceive it as a moderate risk and 10 percent rate societal xenophobia as a significant risk for the development of their location. This means that more participants rate “societal xenophobia” as a significant top risk than “changing qualification requirements” (4 %) as a significant top location risk.

We are already familiar with the low rating for the risk of “changing qualification requirements” from last year’s survey. The reasons for this aren’t totally clear from our analysis. However, it’s a fact that the likelihood of this risk happening is close to 100 percent, given the many changes happening in the automotive industry. At the same time, this trend will presumably only become acutely noticeable in the boardrooms somewhat later than other immediate concerns, such as the energy costs. The impact of changing qualification requirements is expected to be most noticeable in the research and development departments, typically located in corporate headquarters.

Competitive Advantages

The Thuringian automotive industry is characterized by its diversity and SMEs with a significant presence of suppliers. As a result, financial power and market power are largely irrelevant as competitive advantages. Therefore, we were curious to find out which factors allow Thuringian companies to stand out against their competitors. To get answers, we provided a list of nine possible factors for respondents to choose from, allowing for multiple selections.

“Technology expertise” receives the most support, being seen as a competitive edge by 83 percent of all participants. Although

¹² Weiterführende Informationen zum Thema finden Sie in der Studie „Kompetenzentwicklung ZUKUNFT AUTOMOBIL in Thüringen“, ThAFF Thüringen (Herausgeber), 05/2022

Ergebnis nicht überrascht angesichts der Tatsache, dass der weit überwiegende Teil der automobilen Wertschöpfung seit Jahren nicht von OEMs, sondern von Zulieferern erbracht wird, ist es dennoch ein Anlass für Zuversicht in bewegten Zeiten.

Annähernd drei Viertel (73 %) sehen die „**Qualifikation ihrer Mitarbeitenden**“ als einen Erfolgsfaktor gegenüber der Konkurrenz. Dieses Ergebnis bietet einen zusätzlichen Erkläransatz zu dem im vorangegangenen Kapitel thematisierten scheinbaren Widerspruch zwischen der hohen Bedeutung sich verändernder Qualifikationsbedarfe und der Gelassenheit, mit der weite Teile der Branche diesem Thema begegnen: Möglicherweise herrscht die Überzeugung vor, dieser Herausforderung gemeinsam mit der eigenen Belegschaft gewachsen zu sein und dies insofern nicht als Standortrisiko betrachten zu müssen.

Auf Platz 3 folgen „**Reputation, Kundennähe, Service-Orientierung**“. Diese Faktoren empfinden mehr als die Hälfte (54 %) als eigenen Wettbewerbsvorteil.

Die weit überwiegende Mehrzahl der Unternehmen strebt eine Qualitätsführerschaft an.

Blickt man ans andere Ende der Ergebnisskala, scheint sich eine Erkenntnis bestätigen zu lassen: Die Zeiten, in denen sich Thüringer (und deutsche) Automobilzulieferer am Markt als Kostenführer positioniert haben/ positionieren konnten, scheinen größtenteils vorbei. Die entsprechende Antwortmöglichkeit erhielt mit Abstand die wenigsten Stimmen (8 %). Automobilzuliefererunternehmen, die heute aus Deutschland heraus erfolgreich eine **Kostenführerschaft** innehaben, sind oftmals gekennzeichnet von einem hohen Automatisierungsgrad, eigenen Prozessinnovationen und/oder herausragender Prozess-Exzellenz.

Eine andere Vermutung hingegen lässt sich anhand unserer Analyse unterfüttern: Die Richtung, in die sich der Markt bewegt, wird eher nicht aus Thüringen heraus gesteuert. Denn während

this positive outcome is not surprising considering that for years, most of the automotive industry’s value creation has come from suppliers rather than OEMs, it still gives reason for optimism during turbulent times.

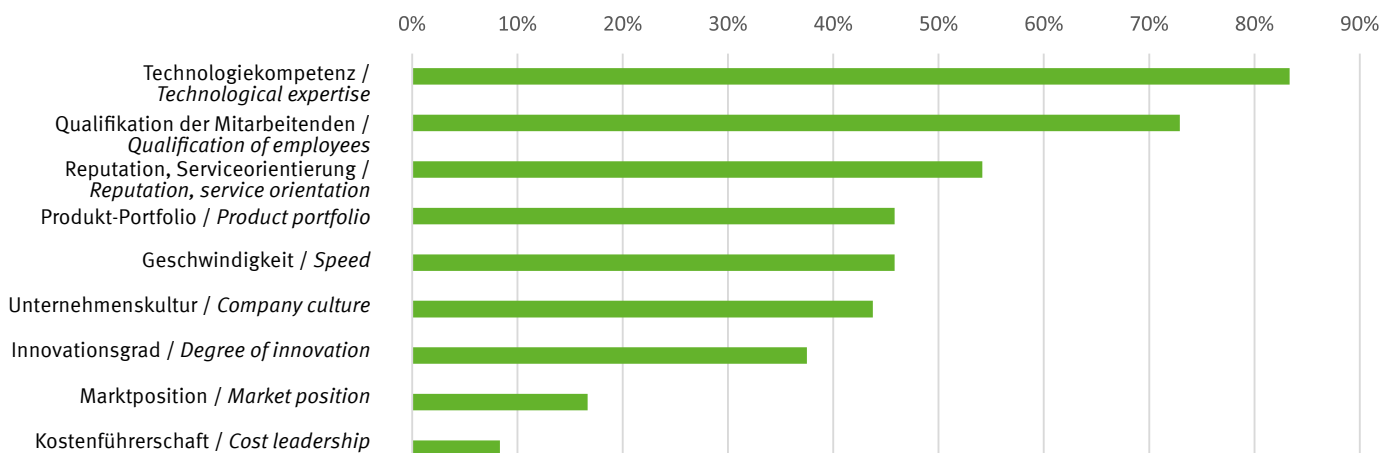
*Approximately 73 percent of respondents view the “**qualification of their employees**” as a competitive advantage. This result offers an additional explanation for the apparent contradiction discussed in the previous chapter between the great importance of changing qualification requirements and the calmness with which large parts of the industry approach this topic: Perhaps there is a prevailing belief that they can face this challenge together with their own workforce and therefore do not need to view this as a location risk.*

*“**Reputation, customer proximity, service orientation**” follow in third place. More than half (54 %) see these factors as their own competitive advantage.*

*Looking at the other end of the results scale, one finding seems to be confirmed: The times when Thuringian (and German) automotive suppliers positioned themselves / were able to position themselves in the market as cost leaders seem to be largely over. The corresponding reply option received by far the fewest votes (8 %). Automotive suppliers that successfully attained **cost leadership** from Germany today are often characterized by a high degree of automation, their own process innovations and/or outstanding process excellence.*

*Our analysis supports a different hypothesis: the direction of market trends is likely not being dictated by companies in Thuringia. It’s important to note that while most businesses (54 %) cite market development as the top risk at their location — surpassing even energy and material costs — only about one-third as many (17 %) feel they have a competitive edge in their **market position**. This should in no way diminish the performance of these Thuringian companies. Last year, the “**Hidden Champions – Thuringia’s global market and technology leaders**” initiative identified around 100 Thuringian companies that are leaders in their field of business – many of them from the automotive supply industry.*

Wettbewerbsvorteile / USP



von den meisten Unternehmen (54 %) als Top-Risiko für ihren Standort die Marktentwicklung benannt wird – zur Erinnerung: noch vor Energie- und Materialkosten –, sehen sich nur knapp ein Drittel so viele (17 %) hinsichtlich der eigenen **Marktposition** tatsächlich auch im Vorteil gegenüber dem Wettbewerb. Das soll die Leistung dieser Thüringer Unternehmen keinesfalls schmälern. Die Initiative „Hidden Champions - Thüringer Weltmarkt und Technologieführer“ hat im zurückliegenden Jahr ca. 100 Thüringer Unternehmen identifiziert, die führend in ihrem Geschäftsfeld sind – viele davon aus der Automobilzulieferindustrie.

Erfreulich: Ein gutes Drittel (38 %) aller teilnehmenden Unternehmen behauptet sich auch durch den eigenen **Innovationsgrad** am Markt.

*Encouragingly, a good third (38 %) of all participating companies are asserting themselves in the market through their own **degree of innovation**.*

Ausblick 2024 ff.

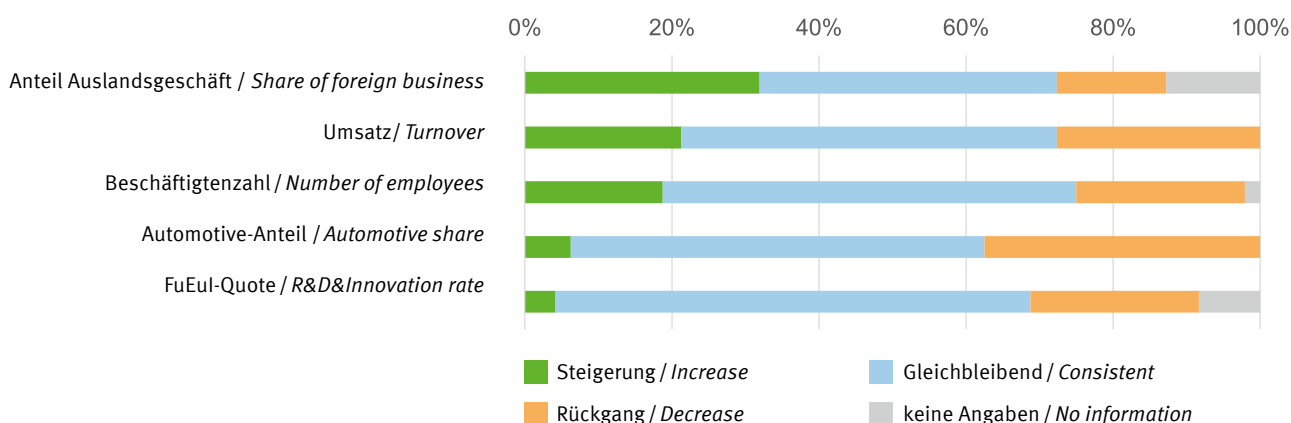
Der zeitgleiche Wandel von Geschäftsfeldern, Schwerpunktmärkten und Kompetenzprofilen hält den Transformationsdruck auch künftig hoch.

Die **Geschäftserwartungen** für das Jahr 2024 fallen durchwachsen aus. Wie oben bereits ausführlicher dargelegt, wird eine Erhöhung des Anteils des **Auslandsgeschäfts** am Gesamtumsatz erwartet, während man bei **Umsatz** und **Beschäftigtenzahl** mit keinen signifikanten Veränderungen rechnet. Eher eine Reduzierung wird hinsichtlich des Umsatzanteils erwartet, der in **Forschung, Entwicklung und Innovation** re-investiert wird. Davon unbenommen planen 53 Prozent der Teilnehmenden für das neue Jahr die **Einführung neuer Produkte** – im Vorjahr waren es 57 Prozent. Hinsichtlich der **Automotive-Anteile** am Gesamtumsatz rechnen die Unternehmen mit einer tendenziell rückläufigen Entwicklung.

Outlook 2024 ff

***Business expectations** for 2024 are mixed. As detailed above, an increase in the share of **foreign business** in total **turnover** is expected, while no significant changes are anticipated in turnover and the **number of employees**. Rather, a reduction is expected in the percentage of turnover reinvested into **research, development, and innovation**. Nevertheless, 53 percent of the participants are planning to **launch new products** in the upcoming year, a slight decrease from last year's 57 percent. Regarding the **automotive sector's share** of total sales, firms anticipate a generally declining trend.*

Geschäftserwartung 2024 / Business expectation 2024

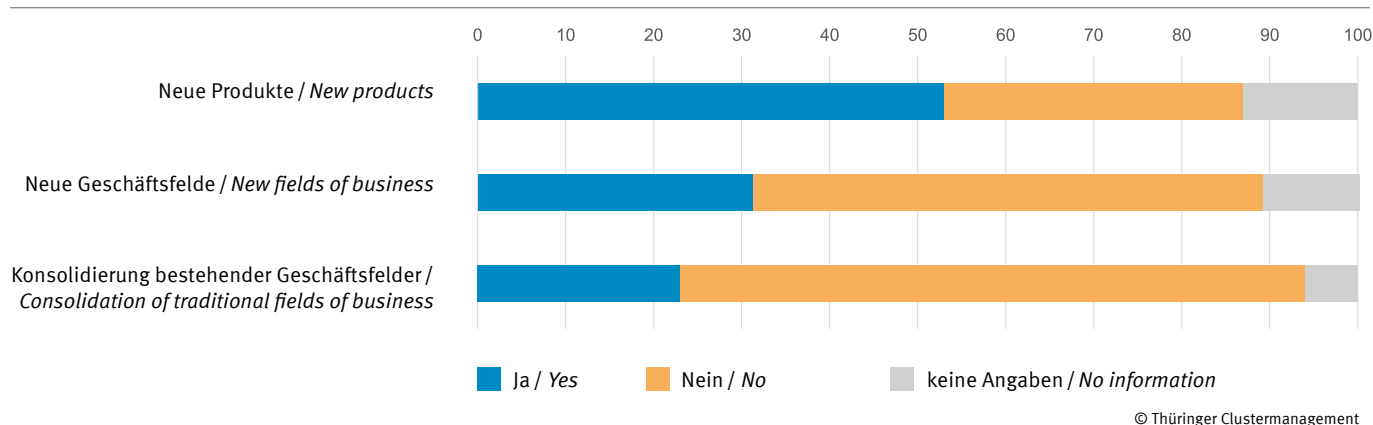


© Thüringer Clustermanagement

Die **Transformation der Branche** wird weiterhin ihre Spuren hinterlassen. So beträgt der Prozentsatz derer, die im neuen Jahr ein oder mehrere bestehende **Geschäftsfelder konsolidieren** oder aufgeben möchten, 23 Prozent. Gleichzeitig planen 31 Prozent der Teilnehmenden die **Erschließung neuer Geschäftsfelder**, was 14 Prozent weniger sind als im Vorjahr. Aus diesem Umstand ein negatives Fazit zu ziehen, wäre jedoch unseriös. Schließlich kann jedes neue Geschäftsfeld nur einmal erschlossen werden.

The transformation of the industry will continue to leave its mark. The percentage of those planning to consolidate or discontinue one or more existing business areas in the new year is 23 percent. At the same time, 31 percent of participants are planning to explore new business areas, which is 14 percent less than the previous year. However, it would be dubious to draw a negative conclusion from this fact. After all, each new business area can only be pioneered once.

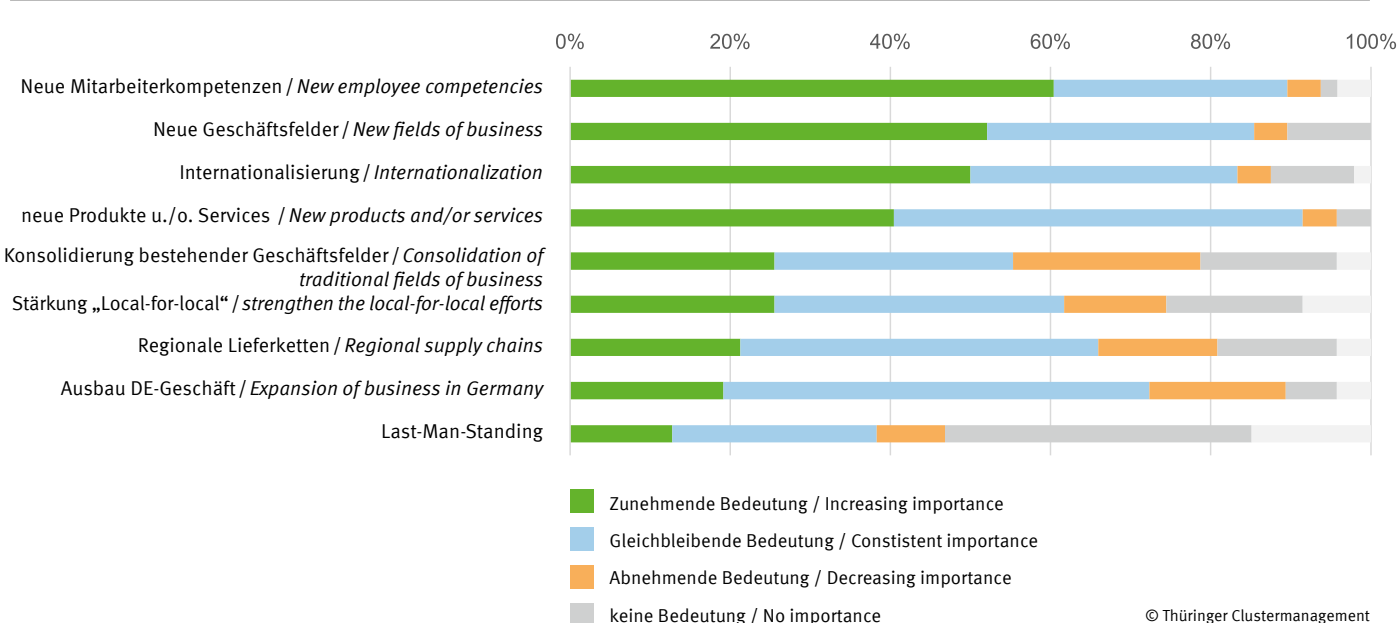
Für 2024 planen wir... / We plan for 2024...



Dass der Erschließung neuer Geschäftsfelder in den kommenden 5 Jahren sogar noch eine zunehmende Bedeutung für das eigene Unternehmen zukommen wird, glaubt die Hälfte aller Teilnehmenden. Ebenso viele setzen in ihrer **5-Jahres-Strategie** verstärkt auf Internationalisierung. Noch mehr (60 %) gehen davon aus, dass neue Mitarbeiterkompetenzen bedeutender werden. Und 13 Prozent der Antwortenden messen einer Last-Man-Standing-Strategie eine wachsende Bedeutung für das eigene Unternehmen bei, wenn sie auf die nächsten 5 Jahre vorausschauen.

In the forthcoming five-year period, half of the survey participants anticipate that exploring new business areas will become increasingly significant for their companies. Similarly, many are placing a stronger emphasis on expanding internationally over the next five years. Even more (60 %) believe that new employee skills will become more significant. And 13 percent of respondents think that adopting a 'last man standing' strategy will gain importance for their company's future within the same timeframe.

5-Jahres-Strategie / 5 year strategy



Prognose 2040

Wir haben die Befragungsteilnehmenden auch um einen Blick in die fernere Zukunft gebeten. Für das Jahr 2040 wollten wir zwei Dinge wissen: Wie werden sich die weltweiten PKW-Verkaufszahlen auf die einzelnen Antriebstechnologien verteilen und was wird zu dieser Zeit der entscheidende Faktor für unternehmerischen Erfolg in der Automobil- und Zulieferindustrie sein.

Auf die offene Frage, was voraussichtlich der allerwichtigste Erfolgsfaktor im Jahr 2040 für die Thüringer Unternehmen sein wird, ergibt sich wie für Antworten via Freitextfeld erwartbar ein sehr heterogenes Bild. Das Antwortspektrum für den voraussichtlich erfolgsentscheidendsten Faktor 2040 reicht von „Know-how in Europa halten“ über „Lösung von Umweltproblemen“ bis hin zu „modernes Krankensystem“. Durch Clustern der Antworten lassen sich einige Gewichtungen erkennen. So behandeln 31 Prozent aller Antworten das Thema **Personal und Fachkräfte**, wodurch dies das am häufigsten benannte ist. Auf dem zweiten Platz rangiert mit 14 Prozent aller Nennungen für den allerwichtigsten Erfolgsfaktor im Jahr 2040 das Thema **Innovation**. Platz 3 teilen sich die Wünsche nach **politischer Stabilität** und nach handhabbaren **Kosten** mit jeweils 8 Prozent aller Rückmeldungen.

Natürlich ist die Frage nach der Verteilung der Antriebstechnologien 2040 aus heutiger Sicht nicht seriös zu beantworten. Wer hätte im Jahr 2012 ernsthaft erwartet, dass sich die Anzahl der weltweit verkauften Elektrofahrzeuge binnen 10-Jahres-Frist vereinhundertsiebenunddreißigfachen würde?¹¹ Heute werden Verbrennertechnologien optimiert, der batterieelektrische Antrieb gewinnt weiter an Auftrieb und laut einigen Experten steht der Wasserstoffantrieb im PKW-Segment unmittelbar vor dem Durchbruch – diesmal nun aber wirklich! Trotz aller Unwägbarkeiten gibt es ein Werkzeug, das sich bei Schätzfragen in der Vergangenheit als erstaunlich zuverlässig erwiesen hat: die Intelligenz der Massen, auch Schwarmintelligenz genannt. Wie also lautet die Prognose unserer Branchenexperten?

Laut der Einschätzung der Befragungsteilnehmenden wird im weltweiten PKW-Segment der verbrennungsmotorische Antrieb bis zum Jahr 2040 mehr als die Hälfte seines heutigen Marktanteils einbüßen. Er käme demzufolge dann noch auf einen Marktanteil von 39,7 Prozent. Damit würden Verbrenner-PKW 2040 zwar noch immer das Feld der weltweiten Neuwagenverkäufe anführen – allerdings nur noch mit sehr knappem Vorsprung vor den rein batterieelektrisch betriebenen Fahrzeugen (37,9 %). Dem sich aktuell noch im homöopathischen Bereich bewegenden Segment der auf Wasserstoffbasis angetriebenen Fahrzeuge prognostizieren die Teilnehmenden für 2040 einen Marktanteil im PKW-Segment von 10,9 Prozent. Und dem oft als Übergangstechnologie bezeichneten Plug-in-Hybrid-Antrieb wird mit 8,7 Prozent sogar eine nahezu Verdreifachung seines heutigen Marktanteils zugetraut.

Laut dieser Prognose würden im Jahr 2040 also etwa die Hälfte aller weltweit verkauften PKW-Neuwagen lokal emissionsfrei fahren. Aktuell machen Neuzulassungen ca. 6 Prozent des PKW-Gesamtbestandes aus.

Prognosis 2040

We requested that survey participants extend their projections to the more distant future, specifically the year 2040. Our inquiry focused on two primary aspects: First, how will global car sales be divided among the individual drive technologies? And second, what will be the decisive factor for entrepreneurial success in the automotive and supplier industry at that time?

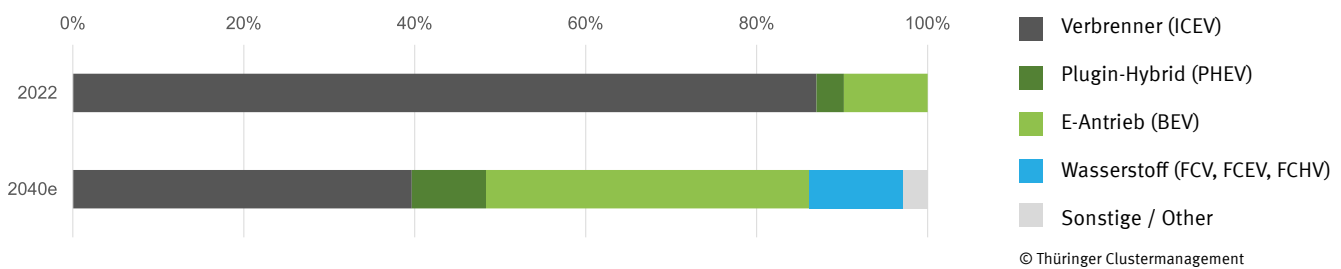
*In response to the open question regarding the most critical success factor for Thuringian businesses in the year 2040, a very heterogeneous picture emerges, as it is typical for answers via free text fields. Predictions for the key factor driving success in 2040 ranged from “keeping know-how in Europe” to „solving environmental problems“, to „modern healthcare system“. By grouping the responses, some patterns emerged. For example, 31 percent of all responses addressed the topic of **personnel and skilled workers**, making it the most frequently mentioned. In second place, with 14 percent of all responses, is the topic of **innovation** as the most important success factor in 2040. Third place is shared by the desire for **political stability** and manageable **costs**, each with 8 percent of all responses.*

From our current perspective, it's not really feasible to accurately predict the distribution of propulsion technologies by the year 2040. Who back in 2012 would have seriously thought that electric vehicle sales would skyrocket by 137 times over a mere decade? Today, combustion technologies are being optimized, the adoption of battery electric drives is accelerating, and, according to some experts, hydrogen drives are on the verge of a breakthrough in the passenger car segment – and they mean it this time! Despite all the uncertainties, in the past there is one tool that has proven to be surprisingly reliable when it comes to making estimates: the intelligence of the masses, also known as swarm intelligence. So, what do our industry experts predict for the future?

According to the survey participants, internal combustion engines will lose more than half of their current market share in the global passenger car segment by 2040. As a result, it would still have a market share of 39.7 percent. This means that combustion cars would still lead the field of global new car sales in 2040 – but only by a very narrow margin – over purely battery-electric vehicles (37.9 %). The participants forecast a market share of 10.9 percent in the passenger car segment in 2040 for the hydrogen-powered vehicle segment, which is currently still in the homeopathic range. And the plug-in hybrid drive, often referred to as a transitional technology, is expected to almost triple its current market share to 8.7 percent.

According to this forecast, by the year 2040, approximately half of all new passenger vehicles sold globally are expected to operate without local emissions. Currently, new vehicle registrations constitute about 6 percent of the total number of cars.

Prognose: Antriebsmix 2022 vs. 2040 bei PKW-Neuwagen weltweit Prognosis: power technology for new cars worldwide 2022 vs. 2040



Frage- und Auswertesystematik

Mit der Reihe **AUTOMONITOR Thüringen** als Baustein der Thüringer Innovationsstrategie wollen Wirtschaftsministerium und Thüringer Clustermanagement detaillierte Einblicke in die Verfasstheit und die Zukunftschancen der Thüringer Automotive-Industrie gewinnen, um die wirtschaftspolitischen Strategien und Unterstützungsangebote zu optimieren. Die erste Erhebung erfolgte 2017 unter dem Titel „Tiefenanalyse“ und lieferte einen wichtigen Input zur 2018 entwickelten und vorgestellten „Automotive Agenda Thüringen“ – einem zu diesem Zeitpunkt bundesweit einzigartigen Strategieprozess, der bei der jüngsten Bewältigung der vielfältigen Herausforderungen vor allem seit 2020 bereits erfolgreich zum Tragen kam. Mit der Konzeption des jährlich wiederkehrenden datenbasierten Branchenmonitorings im Rahmen des **AUTOMONITORS Thüringen** wird die systematische Zustands- und Chancenanalyse der Branche fortgesetzt; auch die Ergebnisse der aktuellen Umfrage werden entsprechend in Maßnahmen fließen zur Stärkung des Wirtschaftszweiges.

Auch bei der diesjährigen Erhebung waren Mehrfachnennungen bei ausgewählten Fragen möglich, sodass die Addition der Prozentwerte einzelner Antwortmöglichkeiten bei derartigen Fragen zu einer Summe oberhalb von 100 Prozent führen kann, ohne einen inhaltlichen Widerspruch darzustellen.

Um ein vorzeitiges Abbrechen der Befragung zu vermeiden, bestand für die Teilnehmenden die Antwortmöglichkeit „Dazu möchte ich keine Angabe machen“ sowie die Option, einzelne Fragen unbeantwortet zu überspringen. Die Anzahl der Teilnehmenden, die geantwortet haben, kann aus diesem Grund von Frage zu Frage leicht variieren. Durch diese Maßnahme ist es gelungen, eine Abbruchquote von null Prozent zu erzielen.

Die durchschnittliche Bearbeitungsdauer für unseren Fragebogen betrug 18 Minuten und lag damit höher als von uns beabsichtigt. Wir werden dies bei der nächsten Erhebungswelle berücksichtigen und für das kommende Jahr Umfang sowie Komplexität unseres Fragebogens reduzieren. Ziel ist es, dass die Umfrage durch die Teilnehmenden innerhalb von 12 Minuten vollständig beantwortet werden kann.

Da mehr als 600 Thüringer Automobil- und Zulieferunternehmen zur Teilnahme eingeladen waren, von denen 50 unserer Einladung gefolgt sind, ergibt sich eine Teilnehmerquote von

Question and evaluation system

*With the **AUTOMONITOR Thuringia** series as a component of the Thuringian innovation strategy, the Ministry of Economic Affairs and the Thuringian ClusterManagement aim to gain detailed insights into the constitution and future opportunities of the Thuringian automotive industry in order to optimize economic policy strategies and support services. The first survey was carried out in 2017 under the title “Tiefenanalyse” (In-depth analysis) and provided important input for the “Automotive Agenda Thuringia” developed and presented in 2018 – a strategy process that was unique in Germany at the time and has already been successfully applied in the recent management of the many challenges, especially since 2020. The systematic analysis of the state and opportunities of the industry is being continued with the concept of the annual data-based industry monitoring as part of **AUTOMONITOR Thuringia**; the results of the current survey will also be incorporated into measures to strengthen the industry.*

Also at this year’s survey multiple answers were possible for certain questions, allowing the sum of percentages for individual answer options to exceed 100 percent without indicating a contradiction.

To avoid premature termination of the survey, participants had the option to choose “I prefer not to provide this information” and to skip individual questions without answering them. For this reason, the number of participants who responded may vary slightly from question to question. This measure made it possible to achieve a dropout rate of zero percent.

The average time taken to complete our questionnaire was 18 minutes, exceeding our intended duration. In future surveys, we will consider reducing the length and complexity of our questionnaire with the aim of enabling participants to complete it within 12 minutes.

As more than 600 Thuringian automotive and supplier companies were invited to participate, with 50 responding to our invitation, the participation rate stands at approximately 7 percent. Although this is not an uncommon figure for online surveys, we naturally aspire to achieve the highest possible participation. However, we do not plan on increasing the number of recipients for our annual surveys as there are natural limits set by state and industry dimensions. Exceeding these would dilute the results,

ungefähr 7 Prozent. Obgleich dies kein unüblicher Wert ist für Online-Umfragen, wünschen wir uns natürlich eine größtmögliche Teilnehmerzahl. Die Anzahl der Adressaten für unsere jährlichen Erhebungswellen werden wir nicht erhöhen, da uns durch Landes- und Branchendimensionen natürliche Grenzen gesetzt sind. Deren Überschreitung brächte eine Ergebnisverwässerung mit sich, die wir nicht in Kauf nehmen möchten. Falls Sie die Analyseergebnisse interessant fanden, empfehlen Sie die Teilnahme am **AUTOMONITOR Thüringen** gern innerhalb der Thüringer Automobil- und Zulieferindustrie weiter.

Die nächste Umfrage findet im Herbst 2024 statt und wird nach dem Jahreswechsel als AUTOMONITOR Thüringen 2025 veröffentlicht werden.

Unser Dank gilt dem automotive thüringen e.V. für die Unterstützung bei der Bewerbung des diesjährigen **AUTOMONITORS Thüringen**.

Über das Thüringer ClusterManagement (ThCM)

Als Thüringer Clustermanagement (ThCM) unterstützen wir Unternehmen sowie Forschungs- und Wissenschaftseinrichtungen in Thüringen und bringen gemeinsam Innovationen voran.

Unsere Spezialisierungsfeldmanager arbeiten eng mit Akteuren aus Wirtschaft, Wissenschaft und Intermediären zusammen, um die Entwicklung der 5 Thüringer Spezialisierungsfelder voranzubringen. Unser Ziel ist es, tragfähige Verbindungen zwischen vielfältigen Disziplinen und Akteuren zu knüpfen, die gemeinsam die Innovationskraft in Thüringen ausbauen und stärken.

Cluster, Netzwerke und Innovationszentren unterstützen wir bei deren Profilierung. Auch bei der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen, Workshops und Messen sind wir aktiv. Außerdem informieren über aktuelle Förderprogramme der Region, des Bundes und der EU. Thüringenspezifisch analysieren wir Branchentrends und stellen die gewonnenen Erkenntnisse kostenfrei zur Verfügung. Strategisch wichtige Forschungs- und Entwicklungskonsortien begleiten wir von der Idee bis zum geförderten Projekt, indem wir Partner zusammenführen und bei der Projektinitiierung, -moderation und -koordination mit anpacken.

*which we are keen to prevent. If you found the analysis results interesting, please feel free to recommend participation in the **AUTOMONITOR Thüringen** to others within the Thuringian automotive and supplier industry.*

The next survey will take place in fall 2024 and will be published as AUTOMONITOR Thüringen 2025 after the turn of the year.

*We would like to thank automotive thuringen e.V. for its support in promoting this year's **AUTOMONITOR Thüringen**.*

About the Thuringian ClusterManagement (ThCM)

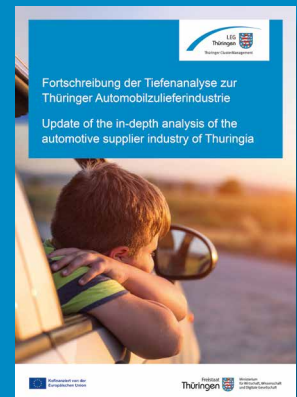
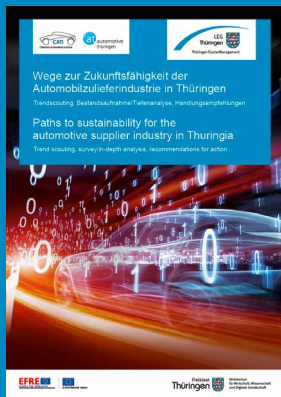
As the Thuringian Cluster Management (ThCM), we are dedicated to supporting businesses, research, and academic institutions in Thuringia, working collaboratively to drive innovation forward.

Our specialized field managers work closely with stakeholders from industry, academia, and intermediary organizations to advance the development of Thuringia's five specialized fields. Our aim is to create strong and sustainable connections across a variety of disciplines and players, enhancing and reinforcing Thuringia's capacity for innovation.

We support the profiling of clusters, networks and innovation centers. Additionally, we actively organize and manage events, workshops, and trade fairs. We also provide information on current funding programs at regional, national, and EU levels. We analyze industry trends specific to Thuringia and make the findings available free of charge. For strategically important research and development consortia, we offer comprehensive support from concept to funded project by bringing partners together and assisting with project initiation, facilitation, and coordination.

Weitere ThCM-Veröffentlichungen zu Zukunftsthemen der Thüringer Automobil- und Zulieferindustrie finden Sie zum kostenlosen Download auf unserer Webseite.

Futher publications on future topics of the Thuringan automotive and supplier industry can be downloaded free of charge from our website.



www.cluster-thueringen.de

Verfasser / *author*

Landesentwicklungsgesellschaft Thüringen mbH
(LEG Thüringen)
Thüringer ClusterManagement
Mainzerhofstraße 12
99084 Erfurt

Ansprechpartner / *contact*

Peer Fidelak
Projektleiter Mobilität, Automotive, Logistik
Tel.: 0361 5603-435
Mail: peer.fidelak@cluster-thueringen.de

Titelfoto: © Westend61 GmbH / Alamy Stock
Photo

Die Vervielfältigung oder Verbreitung der Inhalte für gewerbliche und nicht-gewerbliche Zwecke ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Herausgebers möglich. Die Veröffentlichung von Ergebnissen mit Quellenangabe ist erlaubt.

Duplication or dissemination of content for commercial or non-commercial purposes is only permitted with the express agreement of the publisher. The publication of results is permitted provided the source is identified.