

Zeit des Umbruchs – Länder weisen wesentliche Unterschiede auf

Befragte aus Italien und Frankreich sehen zuversichtlich in die Zukunft, Befragte aus Großbritannien und Deutschland sind zurückhaltender bei Themen wie Wettbewerbsfähigkeit und der Fähigkeit auf Kundenanforderungen reagieren zu können.

Frage: Wie schätzen Sie Ihre Zukunftsperspektiven bezüglich folgender Punkte in den kommenden 12 Monaten ein?

■ Großbritannien
 ■ Italien
 ■ Deutschland
 ■ Frankreich
 ■ Gesamt

Fähigkeit, auf veränderte Kundenwünsche einzugehen



Fähigkeit, mit neuen Marktteilnehmern zu konkurrieren



Wachstumsperspektiven Ihres Unternehmens

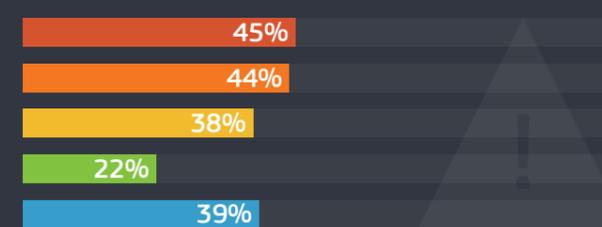


Deutsche Befragte zeigen sich besorgt darüber, dass Wettbewerber neue Technologien auf den Markt bringen. Unternehmen befürchten dadurch, dass Konkurrenten Zugang zu neuem Fachwissen und Innovationen in der Fertigung erhalten.

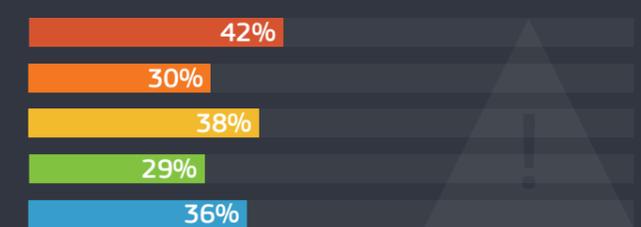
Frage: Auf welchen Themengebieten befürchten Sie, dass Ihre Mitbewerber Vorteile gegenüber Ihrem Unternehmen haben?

■ Großbritannien
 ■ Italien
 ■ Deutschland
 ■ Frankreich
 ■ Gesamt

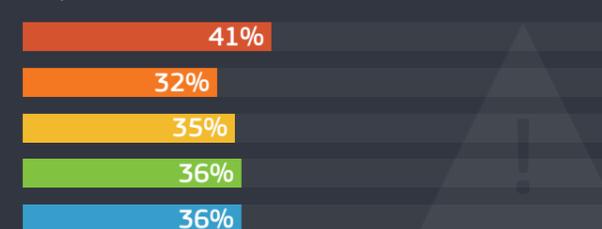
Fähigkeit, schneller auf Kundenwünsche zu reagieren



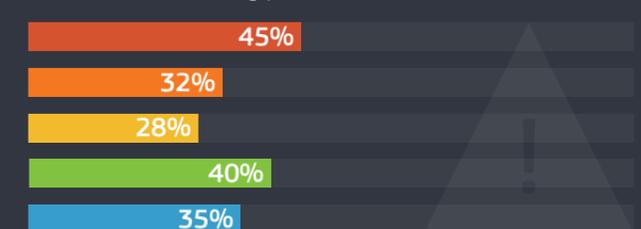
Wegweisender Einsatz neuer Technologien



Kompetenz und neue Ideen aus einer anderen Branche



Innovationen im Herstellungsprozess

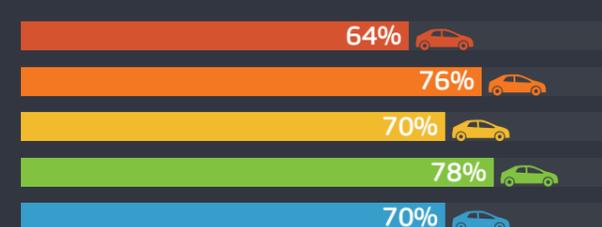


Deutschland setzt sich verstärkt für den Einsatz von autonomen Fahrzeugen ein. Die Befragten aus Frankreich sind überzeugt, dass sie bei der Entwicklung neuer Produkte führend sind, während Befragte aus Italien und Großbritannien weniger davon überzeugt sind.

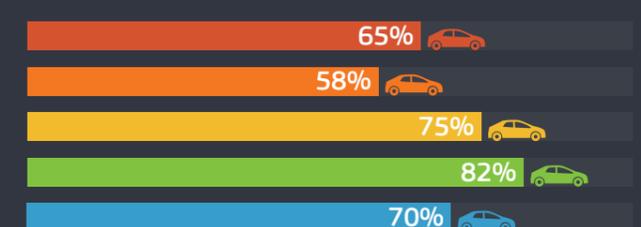
Frage: Wenden Sie Zeit und Ressourcen für folgende Bereiche auf?

■ Großbritannien
 ■ Italien
 ■ Deutschland
 ■ Frankreich
 ■ Gesamt

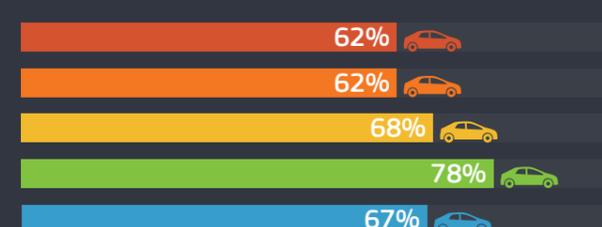
Wegweisende neue Ansätze zur Kraftstoffeffizienz



Modernisierung des gesamten Produktionsprozesses



Einsatz neuer Geschäftsmodelle



Entwicklung von autonomen Fahrzeugen oder Teile dafür

