

# 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

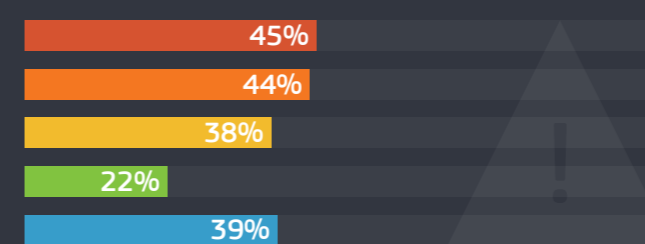


Deutsche Befragte zeigen sich besorgt darüber, dass Wettbewerber neue Technologien auf den Markt bringen. Unternehmen befürchten dadurch, dass Konkurrenten Zugang zu neuem Fachwissen und Innovationen in der Fertigung erhalten.

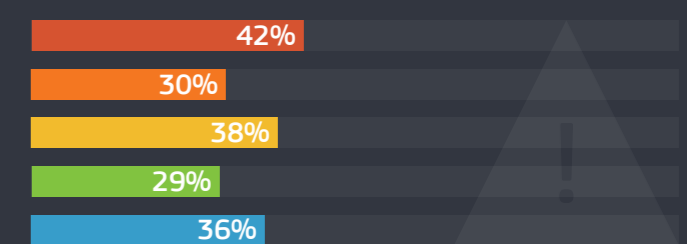
Frage: Auf welchen Themengebieten befürchten Sie, dass Ihre Mitbewerber Vorteile gegenüber Ihrem Unternehmen haben?

■ Großbritannien 
 ■ Italien 
 ■ Deutschland 
 ■ Frankreich 
 ■ Gesamt

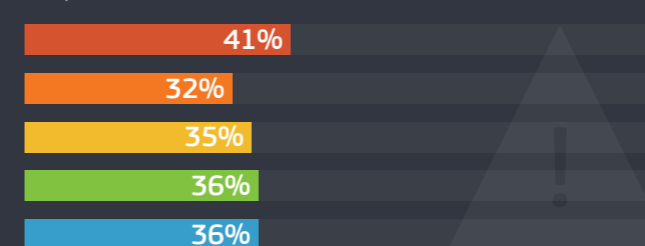
## Fähigkeit, schneller auf Kundenwünsche zu reagieren



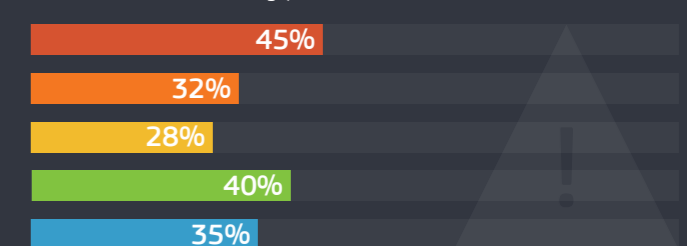
## Wegweisender Einsatz neuer Technologien



## Kompetenz und neue Ideen aus einer anderen Branche



## Innovationen im Herstellungsprozess

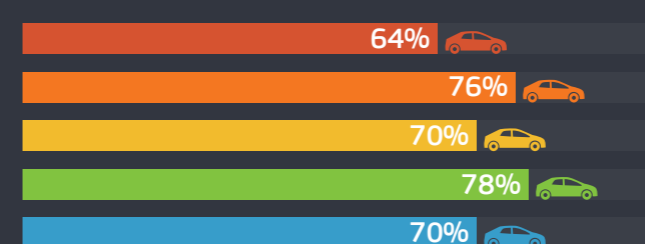


Deutschland setzt sich verstärkt für den Einsatz von autonomen Fahrzeugen ein. Die Befragten aus Frankreich sind überzeugt, dass sie bei der Entwicklung neuer Produkte führend sind, während Befragte aus Italien und Großbritannien weniger davon überzeugt sind.

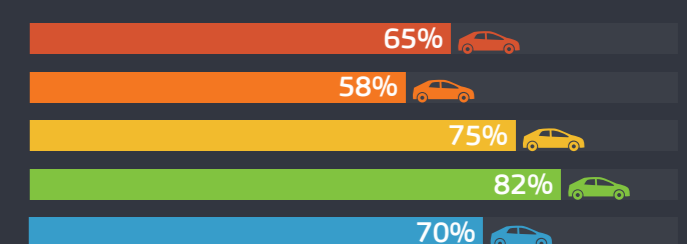
Frage: Wenden Sie Zeit und Ressourcen für folgende Bereiche auf?

■ Großbritannien 
 ■ Italien 
 ■ Deutschland 
 ■ Frankreich 
 ■ Gesamt

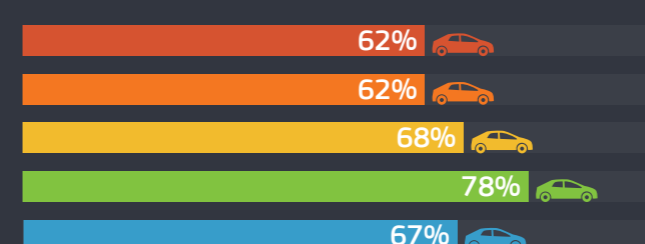
## Wegweisende neue Ansätze zur Kraftstoffeffizienz



## Modernisierung des gesamten Produktionsprozesses



## Einsatz neuer Geschäftsmodelle



## Entwicklung von autonomen Fahrzeugen oder Teile dafür

