TRAIBER.NRW
TRANSFORMATION DER AUTOMOTIVE INDUSTRIE IN DER BERGISCHEN REGION

FACTSHEET: INDIEN ALS STRATEGISCHER PARTNER FÜR DEUTSCHE AUTOMOBILZULIEFERER?

Der indische Markt besitzt ein großes Potenzial für die deutsche Automotive-Industrie: Eine wachsende Kaufkraft im bevölkerungsreichsten Land der Welt, eine entsprechend steigende Nachfrage nach Fahrzeugen, hohe staatliche Investitionen in Förderprogramme und Infrastrukturmaßnahmen, qualifizierte Fachkräfte bei einem vergleichsweise geringen Lohnniveau sowie ein Fokus auf E-Mobilitätslösungen sind Faktoren, die das Potenzial der indischen Automobilindustrie aufzeigen. Zugleich wird jedoch deutlich, dass die Anknüpfungspunkte für kleine und mittlere Zulieferer abseits des Hochtechnologiesektors äußerst gering ausfallen. Aggressive Expansionspläne und fehlende Möglichkeiten, lokal in Indien zu produzieren und vom Marktwachstum zu profitieren, verschärfen vielmehr die Konkurrenzsituation und erhöhen den Druck auf die AZI.

„Indien ist ein wichtiger zentraler Partner und ein bedeutender Zukunftsmarkt für die deutsche Automobilindustrie, sowohl im Hinblick auf Absatzmärkte als auch auf die Beschaffung von Zulieferprodukten und Dienstleistungen."
Hildegard Müller, VDA-Präsidentin

HINTERGRUND

Warum ist das Thema wichtig für die AZI?

Indiens langfristiges Wirtschaftswachstum gilt als einer der Motoren der globalen Wirtschaft.

Mit einer Bevölkerung von rund 1,4 Milliarden Menschen und einem durchschnittlichen Alter von knapp 29 Jahren ist Indien der bevölkerungsreichste Staat der Welt und verfügt über ein erhebliches demografisches Potenzial [1, 2]. Wirtschaftlich weist Indien seit mehr als einem Jahrzehnt ein reales BIP-Wachstum von durchschnittlich 6 - 7 % pro Jahr auf. Auch für die kommenden Jahre bis 2030 gehen Prognosen von ähnlich hohen Wachstumsraten aus [3].

Das stetige Wirtschaftswachstum begünstigt den Aufstieg einer breiten Mittelschicht. Während ihr Anteil im Jahr 2024 bei 32 % lag, wird bis 2030 erwartet, dass rund 50 % der Bevölkerung der mittleren Einkommensgruppe angehören werden [4]. Indiens Pro-Kopf-Einkommen wird langfristig voraussichtlich deutlich steigen, was sich bereits heute in einem spürbaren Wandel des Konsumverhaltens zeigt [5, 6]. Die wachsende Mittelschicht und höhere Einkommen führen zu einer steigenden Nachfrage nach hochwertigen Produkten, Markenartikeln und importierten Fahrzeugen. Schätzungen zufolge wird der Marktanteil von Premium- und Luxusprodukten in den kommenden Jahrzehnten weiter zunehmen, u. a. aufgrund eines wachsenden mittleren Einkommenssegments, das die Konsumtrends zunehmend prägt [7].

Dies hebt die Bedeutung Indiens als aufstrebender Produktionsstandort und wachsender Absatzmarkt hervor. 2024 war der indische PKW-Markt laut dem VDA mit 4,3 Mio. PKW der drittgrößte Einzelmarkt weltweit [8]. Angesichts des strukturellen Wandels in der globalen Automobilindustrie gewinnt Indien zunehmend an Bedeutung als strategischer Partner für europäische Unternehmen, insbesondere in der wettbewerbsintensiven Automobilbranche. Große Zulieferer (Tier 1) und Anbieter hochtechnologischer Lösungen können hier von wachsenden Absatzmöglichkeiten und der steigenden Nachfrage nach komplexen Komponenten profitieren, während kleinere und mittlere Zulieferer (Tier 2 und Tier 3), beispielsweise aus der Metallverarbeitung, primär mit zunehmendem Wettbewerb und Preisdruck konfrontiert werden. Somit bietet der indische Markt differenzierte Chancen: Für technologisch orientierte Zulieferer ergeben sich Wachstumspotenziale, während weniger spezialisierte Unternehmen Strategien entwickeln müssen, um die wachsende Konkurrenz zu bewältigen.

Die Entwicklung des indischen Automobilmarktes eröffnet der deutschen Automobilindustrie Wachstumsperspektiven.

Mit über 2,6 Millionen produzierten Fahrzeugen im Juli 2025 und einer weiterhin steigenden PKW-Nachfrage – insbesondere für SUVs – etabliert sich Indien als einer der wichtigsten Automobilmärkte weltweit [9, 10].

Die indische Regierung fördert dabei die Branche durch die Zulassung von bis zu 100 % ausländischer Direktinvestiti-

onen (FDI), gezielte Innovationsförderprogramme und einen klaren Fokus auf Elektromobilität, deren Marktanteil mittlerweile über 4 % der Neuzulassungen beträgt [11, 12].

Für deutsche Hersteller ergeben sich daraus Möglichkeiten in den Bereichen wie emissionsarme Antriebstechnologien, Batterien und Ladeinfrastruktur sowie bei der Vermarktung hochwertiger Technologien, Komponenten, Bauteile, Kooperationen in Antriebssystemen und Digitalisierung und der Erschließung eines wachsenden Premiumsegments [10, 13].

Indien wird durch gezielte Investitionen und Technologietransfer zu einem Schlüsselmarkt für Elektromobilität.

Indien entwickelt sich zunehmend zu einem bedeutenden Produktionsstandort für Elektrofahrzeuge und zugehörige Komponenten. Durch den Ausbau der Fertigung von Batterien, E-Motoren und Leistungselektronik kann das Land nicht nur den heimischen Markt bedienen, sondern auch Exportmöglichkeiten für den internationalen Markt erschließen. Prognosen zufolge soll der Exportwert von Autozulieferteilen aus Indien bis 2026 auf rund 30 Mrd. US-Dollar ansteigen, wobei ein wachsender Anteil auf Komponenten für Elektromobilität entfällt [14].

Für die deutsche Automobilzulieferindustrie bedeutet dies eine zunehmende Integration Indiens in globale Lieferketten. Deutsche Hersteller und Zulieferer können von der verstärkten Produktion in Indien profitieren, indem sie Komponenten, technisches Know-how oder Endprodukte importieren oder gemeinsam produzieren. Gleichzeitig beeinflusst die zunehmende E-Mobilitätsproduktion Indiens den internationalen Wettbewerb: Niedrigere Produktionskosten und die wachsende technologische Kompetenz Indiens üben Druck auf Hersteller in Europa, Nordamerika und Japan aus, ihre eigenen Lieferketten und Exportstrategien anzupassen. Insgesamt zeigt sich, dass die Entwicklung der Elektromobilität in Indien nicht nur den lokalen Markt transformiert, sondern auch den globalen Handel mit E-Fahrzeugen und deren Komponenten maßgeblich beeinflusst. Deutsche Zulieferer können dadurch sowohl Chancen als auch Wettbewerbsvorteile realisieren, sofern sie frühzeitig strategische Partnerschaften aufbauen und Investitionen, beispielsweise in Produktionsstätten oder die Entwicklung und Einfuhr spezifischer Bauteile für den indischen Markt, tätigen. [15, 16].

Indische Zulieferer wie Motherson Sumi Systems internationalisieren zunehmend und werden dadurch zu direkten Konkurrenten deutscher AZI.

Ein zentrales Wettbewerbsrisiko für die deutsche AZI ergibt sich aus der zunehmenden Internationalisierung indischer Zulieferunternehmen. Besonders hervorzuheben ist Motherson Sumi Systems, einer der größten indischen Zulieferer, der in den vergangenen zwei Jahrzehnten durch zahlreiche Übernahmen europäischer und asiatischer Zulieferbetriebe eine globale Marktstellung aufgebaut hat [17].

Solche Akteure treten damit nicht nur als kostengünstige Produzenten im Heimatmarkt Indien auf, sondern entwickeln sich zu direkten Konkurrenten deutscher Mittelständler in deren traditionellen Kernmärkten. Diese Expansion verschärft den Wettbewerbsdruck insbesondere in margenstarken Segmenten wie Kabelbäumen, Interieur-Systemen oder Elektronikkomponenten, in denen indische Unternehmen durch Skaleneffekte und aggressive Wachstumsstrategien zunehmend Marktanteile gewinnen [18]. Für deutsche Zulieferer bedeutet dies, dass sie ihre Wettbewerbsfähigkeit nicht allein über Qualität, sondern zunehmend auch über Preis, Innovationsgeschwindigkeit und globale Präsenz sichern müssen, um der Internationalisierung indischer Wettbewerber standzuhalten [19].

Welche Handlungsfelder/ Themen sind von Bedeutung?

Globale Standortstrategien indischer Automobilzulieferer verändern die industriellen Strukturen in der Bergischen Region.

Beispiele wie die Präsenz von Bharat Forge und Mahindra & Mahindra (M&M) in der Bergischen Region verdeutlichen den strategischen Ansatz indischer Automobilzulieferer, über internationale Investitionen direkten Zugang zu europäischen Märkten und Know-how zu sichern.

Bharat Forge verfolgt dabei eine Doppelstrategie: Einerseits nutzt das Unternehmen seine Standorte in Ennepetal (Produktion) und Gevelsberg (Nachbearbeitung und Qualitätskontrolle), um die Wertschöpfungskette vor Ort in die europäische Automobilindustrie einzubinden [20]. Andererseits stärkt die Kapitalerhöhung von 39 Mio. € im Jahr 2024 die finanzielle Basis und signalisiert langfristige Standorttreue [21]. Diese Maßnahme ist Teil einer globalen Expansionsstrategie, die auf Technologie- und Leichtbaukompetenz setzt, um den Transformationsprozess hin zur Elektromobilität aktiv mitzugestalten [22].

Mahindra & Mahindra (M&M) verfolgt über die Tochter Mahindra Forgings Global Ltd. einen akquisitionsgetriebenen Ansatz. Der Erwerb von 90,47 % der Schöneweiss & Co. GmbH sichert unmittelbaren Zugang zu einem etablierten Kundenstamm europäischer OEM wie DaimlerChrysler, MAN, Scania und Volkswagen. Die Produktionsstandorte Hagen und Gevelsberg werden dadurch integraler Bestandteil des globalen Fertigungsnetzwerks und ermöglichen M&M, die Rolle als international anerkannter Zulieferer aufzubauen. [23]

Indische Unternehmen setzen somit nicht primär auf kostengünstige Produktion für den Export, sondern auch auf lokale Verankerung in Hochtechnologieregionen. Dies entspricht einem Paradigmenwechsel: Statt reiner Standortverlagerung in Niedriglohnländern findet eine strategische Integration in bestehende Innovations- und Produktions-

cluster statt. Für die Region bedeutet dies eine Stabilisierung industrieller Strukturen, während die deutsche AZI selbst von technologischem Wissenstransfer, Reputation und Marktzugang profitieren. Die Nähe zu einem global führenden Hersteller wie Bharat Forge ermöglicht Kooperationen in Forschung, Leichtbau und Qualitätsstandards und dient zugleich als Brücke zum wachsenden indischen Markt [20, 24]. Zwar begrenzen die starke Marktposition von Bharat Forge in Indien und die Dominanz lokaler Anbieter wie Sona Comstar und Varroc den direkten Marktzugang. Insgesamt eröffnen aber die Standorte jedoch Chancen für deutsche Zulieferer, etwa durch die Fähigkeit, hochentwickelte und schwer imitierbare technologische Lösungen zu entwickeln oder Produktionsengpässe abzufangen. Die aggressive Expansionspolitik indischer Unternehmen birgt damit zwar das Potenzial für Technologiepartnerschaften, Netzwerkbildung oder strategische Allianzen, stellt für einen Großteil der AZI jedoch eine verschärfte Konkurrenzsituation dar.

Die deutsche Automobilindustrie nutzt Indien als strategischen Standort für F&E und globale Kompetenzzentren.

Indien hat sich in den vergangenen Jahren zu einem strategisch bedeutenden Standort für Forschung und Entwicklung sowie globale Kompetenzzentren der deutschen Automobilindustrie entwickelt. So sind deutsche Automobilhersteller und -zulieferer mit über 1.400 Standorten und Produktionsstätten in Indien vertreten [25].

Zugleich stammen fast die Hälfte der mehr als 60 Automotive Global Capability Centers (GCCs) in Indien von deutschen und amerikanischen Unternehmen, vor allem in den Regionen Pune, Bengaluru und Chennai [26]. In den GCCs werden strategische Funktionen wie F&E oder Technologieanpassung gebündelt, wodurch das lokale Know-how effizient genutzt wird. Die Gründe für die Attraktivität von Indien als Forschungsstandort liegen u. a. in einer großen Anzahl hochqualifizierter Ingenieur:innen bei vergleichsweise niedrigen Arbeitskosten und einem innovationsfreundlichen Umfeld [27].

Ein Beispiel für die Standortvorteile ist Mercedes-Benz: Das 1996 gegründete Forschungs- und Entwicklungszentrum Mercedes-Benz Research and Development India (MBRDI) mit Hauptsitz in Bengaluru und einem weiteren Standort in Pune ist mittlerweile das größte R&D-Zentrum des Konzerns außerhalb Deutschlands. Laut Unternehmensangaben beschäftigt es über 9.000 Mitarbeiter:innen. Am Standort werden unter anderem Software-, IT- und Engineering-Dienstleistungen für Produktentwicklung, Digitalisierung und vernetzte Mobilitätslösungen erbracht [28]. BMW stärkt zudem seine Präsenz über den Produktionsstandort Chennai hinaus, indem es mit indischen Partnern wie Tata Technologies Joint Ventures im Bereich Software- und Elektronikentwicklung eingeht [29, 30].

Darüber hinaus unterhalten auch deutsche Zulieferer wie Bosch, Continental oder ZF umfassende Forschungs- und Entwicklungszentren in Indien. So kann allein der Campus von Continental's Technical Center India rund 6.500 Mitarbeiter:innen fassen [31]. Die hohen Investitionen deutscher OEMs und Zulieferer verdeutlichen, dass Indien zunehmend als global integrierter Innovationshub fungiert, der einen wesentlichen Beitrag zur weltweiten Wettbewerbsfähigkeit ihrer Mutterkonzerne leistet. Für die deutschen AZI sind damit einerseits Potenziale im Hinblick auf die Sicherung der Produktvolumen verbunden, andererseits entsteht die Gefahr, dass lediglich indische AZI davon profitieren.

Wachstumspotenziale im indischen SUV- und Premiumsegment eröffnen strategische Chancen für die deutsche AZI.

Obwohl der indische Automobilmarkt insgesamt stark preissensitiv ist und Kleinwagen sowie kostengünstige Elektrofahrzeuge gegenwärtig noch dominieren, zeigt das SUV- und Premiumsegment seit mehreren Jahren ein deutliches Wachstum, während die Nachfrage nach kostengünstigen Einstiegsmodellen sinkt. SUV machten im Jahr 2024 bereits rund 56 % des Gesamtmarktes aus und haben sich damit als dominierendes Fahrzeugsegment etabliert [32]. Bis 2030 wird ein Anstieg des Marktanteils auf rund 60 % prognostiziert, da SUV aufgrund ihrer Robustheit, erhöhten Bodenfreiheit und Geräumigkeit besonders für die indischen Straßenverhältnisse und Familien attraktiv sind [33]. Parallel dazu wächst das Premiumsegment deutlich, da die steigende Kaufkraft der Mittelschicht und das wachsende Bewusstsein für Komfort und Status mit einer stärkeren Nachfrage nach Premium-SUVs einhergehen [34]. Luxusautomarken wie Audi, BMW, Mercedes-Benz und Jaguar Land Rover erweitern ihre Produktportfolios speziell in Indien, um von dieser Entwicklung zu profitieren [35].

Elektro-SUV gewinnen dabei ebenfalls stark an Bedeutung. Die indische Regierung strebt an, bis 2030 bis zu 30 % der Neuzulassungen durch Elektrofahrzeuge zu erreichen, was auch den Ausbau von Elektro-SUV-Angeboten großer Hersteller wie Volkswagen und Hyundai fördert [34]. Volkswagen plant etwa ein kostengünstiges E-SUV für den indischen Markt, das auch für den Export in andere Regionen vorgesehen ist [37].

Für die deutsche AZI ergeben sich daraus vielfältige Potenziale: Zum einen durch die steigende Nachfrage nach hochwertigen Komponenten für SUV und Premiumfahrzeuge, insbesondere bei Leichtbau-, Elektronik- und Antriebssystemen. Zum anderen bieten sich Chancen in der Zusammenarbeit mit lokalen Herstellern zur Entwicklung von technologieadäquaten Lösungen für den indischen Markt [33, 38].

Indiens Importabhängigkeit bei Karosserien bietet deutschen Zulieferern, trotz starker lokaler Konkurrenz, eine strategische Markteintrittschance.

In der Zulieferindustrie dominieren große indische Unternehmen wie Bharat Forge, Sona Comstar und Varroc zentrale Komponentenbereiche wie E-Achsen, Getriebe und Elektromotoren, wodurch der Zugang für internationale Anbieter erschwert wird [39 - 41].

Trotz des kontinuierlichen Umsatzwachstums heimischer Zulieferer ist Indien weiterhin auf Importe angewiesen, um die steigende Nachfrage zu decken. So sank zwar der Importbedarf bei Motoren zwischen Januar und November 2024 aufgrund wachsender Eigenproduktion um rund 14 %, während gleichzeitig aber der Bedarf an importierten Karosserien um etwa 4 % stieg [42].

Diese Importabhängigkeit wird durch die begrenzte lokale Fertigungskapazität in Bereichen wie Roh(bau)karosserie (Body-in-White, BIW) verstärkt. Laut einem Bericht des NITI Aayog ist Indien in diesen Segmenten auf Importe angewiesen, da die heimische Fertigungskapazität begrenzt ist [43]. Dieser Bereich eröffnet deutschen Zulieferern Möglichkeiten, insbesondere für hochwertige, technologisch anspruchsvolle Karosserieteile, die in Indien nur schwer lokal produziert werden können. Durch strategische Kooperationen mit etablierten indischen Zulieferern, gezielten Wissenstransfer und die Anpassung an lokale Fertigungsstandards können deutsche Unternehmen ihre Wettbewerbsposition stärken. Auch die zunehmende Elektrifizierung und Digitalisierung der indischen Automobilproduktion bietet Chancen für deutsche Anbieter von innovativen Leichtbau- und Elektroniklösungen, um sich nachhaltig im Markt zu etablieren [44].

Der indische Markt bietet zwar Wachstumspotenzial, ist für kleinere Zulieferer aber schwer zugänglich.

Die deutsche Automobilzulieferindustrie verfügt über erhebliche Potenziale, um sich erfolgreich im indischen Markt zu positionieren. Trotz bestehender Herausforderungen eröffnen sich durch gezielte Anpassungen, strategische Partnerschaften und Investitionen in Forschung und Entwicklung vielversprechende Chancen.

Der indische Markt zeigt dabei zwei gegenläufige Entwicklungen: Einerseits wächst der Anteil kostenintensiver SUVs, was auf eine zunehmende Kaufkraft und ein wachsendes Premiumsegment hinweist. Andererseits besteht weiterhin eine hohe Nachfrage nach kostengünstigen Fahrzeugen, insbesondere im Kleinwagen- und Elektrofahrzeugsegment, auch wenn diese Nachfrage langfristig leicht rückläufig ist. Für deutsche Zulieferer bedeutet dies, dass sie ihre Marktstrategie differenzieren können: Im SUV- und Premiumsegment können sie ihre Stärken in Qualität, Technologie und Sicherheit ausspielen, um von der wachsenden Nachfrage zu profitieren. Im Kleinwagen- und EV-Segment eröffnen sich Chancen durch die Entwicklung kosteneffizienter Komponenten, die auf erschwingliche Fahrzeuge zugeschnitten sind. Hier muss jedoch kritisch evaluiert werden, ob ein später Einstieg noch sinnvoll ist oder ob die Marktanteile bereits weitgehend von lokalen Anbietern besetzt sind. [45] Volkswagen hat beispielsweise das Potenzial des indischen Marktes für kleine Elektrofahrzeuge erkannt und arbeitet mit Partnern zusammen, um entsprechende Modelle erfolgreich einzuführen [46].

Geopolitische Spannungen mit Staaten wie China und den USA machen Indien als Produktionsstandort für Exportfahrzeuge zunehmend attraktiv, um Risiken wie mögliche Strafzölle zu umgehen und von Vorteilen wie einer hohen Anzahl qualifizierter Fachkräfte und einem geringeren Lohnniveau zu profitieren. Deutsche Unternehmen wie Mercedes-Benz identifizieren Indien entsprechend als Prioritätsmarkt und planen Investitionen in lokale Produktionskapazitäten [47].

Die indische Regierung unterstützt die Automobilindustrie aktiv durch Programme wie „Make in India“ und Produktionsverknüpfungsanreize (PLI), die deutschen Zulieferer zur Investition in lokale Fertigung ermutigen [48, 49].

Gegenwärtig bestehen noch infrastrukturelle Herausforderungen, die das Wachstum des lokalen indischen Automobilmarktes bremsen, insbesondere in den Bereichen Logistik und Ladeinfrastruktur. Durch umfangreiche Investitionen der indischen Regierung wird der Ausbau jedoch bereits aktiv vorangetrieben. Für deutsche Zulieferer eröffnet sich dadurch die Möglichkeit, innovative Lösungen für die Elektromobilität anzubieten und sich aktiv an der Gestaltung der zukünftigen Infrastruktur zu beteiligen [50, 51].

Indien bietet zudem ein kostengünstiges Umfeld für Forschung und Entwicklung. Standorte wie Pune und Bengaluru sind bedeutende Zentren für Automobil-F&E, in denen deutsche Unternehmen wertvolle Marktkenntnisse gewinnen und ihre Produkte an lokale Anforderungen anpassen können [52].

Insgesamt zeigt sich das enorme Potenzial des indischen Marktes für die deutsche Automotive-Industrie, das durch steigende Kaufkraft, staatliche Investitionen, qualifizierte Fachkräfte und den Fokus auf E-Mobilität angetrieben wird. Gleichzeitig sind die Chancen für kleine und mittlere Zulieferer außerhalb des Hochtechnologiesektors gering. Aggressive Expansionsstrategien und fehlende lokale Produktionsmöglichkeiten erhöhen zudem den Wettbewerbsdruck auf die AZI. Es ist daher von zentraler Bedeutung, den indischen Markt und potenzielle Wettbewerber aufmerksam zu beobachten, auf Entwicklungen zu reagieren und mögliche Kooperationschancen zu nutzen. Ein aktiver Eintritt für die AZI auf den indischen Markt erweist sich dagegen gegenwärtig als schwer zu realisieren und sollte lediglich mithilfe der direkten Kunden thematisiert werden.

ZUSAMMENFASSUNG UND HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Der indische Markt gilt als hochdynamisch, wachstumsstark und kompetitiv. Im Vergleich zu internationalen Märkten wie China, die gegenwärtig die Diskussion um Expansionsmöglichkeiten dominieren, bietet dieser, sowohl hinsichtlich der Zahl der Marktteilnehmer als auch in Bezug auf die Marktdurchdringung, noch mehr Handlungsspielraum für ausländische Unternehmen der AZI. Die indische Regierung fördert gezielt den Ausbau der Elektromobilität, verfolgt dabei allerdings vorrangig den Aufbau lokaler Wertschöpfungsketten, wodurch sich die Potentiale für internationale AZI reduzieren. Zugleich dringen indische AZI auf den europäischen Markt vor und erweisen sich dabei zunehmend als starke Wettbewerber. Für deutsche Automobilzulieferer ergeben sich daraus sowohl Herausforderungen wie ein wachsender Konkurrenzdruck, aufgrund des starken Marktwachstums jedoch auch Chancen hinsichtlich lokaler Kooperationen und Abnehmer sowie Absatzpotenziale im indischen Markt.

Handlungsempfehlungen für die AZI:

Nur wer sich frühzeitig mit dem Wandel auseinandersetzt, wird langfristig wettbewerbsfähig bleiben – sowohl in Indien als auch im globalen Automobilumfeld. Es wird zunehmend wichtiger, dass deutsche Automobilzulieferer, insbesondere in den Bereichen wie Elektromobilität, Leichtbau und Roh(bau)karosserie, Indien als Schlüsselmarkt für zukünftige Expansionen und technologische Weiterentwicklungen in die Unternehmensstrategie einbeziehen. Dabei liefern folgende Handlungsfelder Ansatzpunkte für strategische Entscheidungen:

- Entwicklung und Angebot marktgerechter und differenzierter Verfahrenstechniken, die preislich und funktional auf die Bedürfnisse des indischen Marktes abgestimmt sind, um die Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen und neue Absatzpotenziale erschließen zu können.
    - Leitfragen:
        - Welche Verfahrenstechniken sind erforderlich, um die unterschiedlichen Marktsegmente in Indien optimal zu bedienen?
        - Welche Innovationen verschaffen nachhaltige Wettbewerbsvorteile?
- Nutzung staatlicher Förderungen und regulatorische Compliance (z. B.: Teilnahme an „Make in India“ und PLI-Anreizen, Einhaltung von Emissions-, Sicherheits- und Importvorgaben, Nutzung nationaler und regionaler Förderprogramme) um Investitionskosten zu senken und rechtliche Risiken zu minimieren.
    - Leitfragen:
        - Welche Förderprogramme bieten den größten Nutzen für den Markteintritt und die Expansion?
        - Wie kann die Einhaltung regulatorischer Vorgaben langfristig gesichert werden?
        - Welche Anreize lassen sich gezielt nutzen, um Investitionen zu optimieren?
- Aufbau von lokaler Fertigung mit Fokus auf Effizienz und Export, um Produktions- und Logistikkosten zu senken, Lieferzeiten zu verkürzen und die Vorteile des indischen Standortes zu nutzen.
    - Leitfragen:
        - Welche Standorte bieten effiziente Infrastruktur und guten Zugang zu Märkten?
        - Wie können Produktionsprozesse und Lieferketten leistungsstark und kosteneffizient gestaltet werden?
        - Welche Produktionsstandorte eignen sich strategisch für den Export und die lokale Versorgung?
- Ausbau von F&E für Elektromobilität (z. B.: lokale R&D-Zentren, Kooperation mit Start-ups und Universitäten), um Technologien schneller zu entwickeln, lokale Anforderungen zu erfüllen und aktiv an der wachsenden Wertschöpfungskette für E-Fahrzeuge teilzuhaben.
    - Leitfragen:
        - In welchen Bereichen der Elektromobilität sollten gezielt F&E-Kapazitäten aufgebaut werden?
        - Welche Standorte bieten die besten Voraussetzungen für innovative R&D-Zentren?
        - Wie lassen sich Kooperationen mit lokalen Start-ups und Forschungseinrichtungen gestalten?

Folgende Handlungsfelder sind auch für kleinere Zulieferer (Tier 3) relevant:

- Aufbau strategischer Partnerschaften mit indischen OEMs und Zulieferern, um den Marktzugang, lokale Fertigungs- und Beschaffungskompetenz sowie Skaleneffekte zu sichern.
  - Leitfragen:
    - Welche Partner bieten den größten strategischen Mehrwert in Bezug auf Marktkenntnis und Produktionskapazitäten?
    - Wie können nachhaltige und vertrauensvolle Kooperationen aufgebaut werden?
    - Welche indischen Standorte eignen sich als Hub für Produktion und Export?
- Kontinuierliche Markt- und Wettbewerbsbeobachtung (z. B. Analyse lokaler und internationaler Zuliefereraktivitäten, regulatorischen Änderungen) um Chancen, Risiken und Verschiebungen in der Wertschöpfungskette frühzeitig zu erkennen und darauf reagieren zu können.
  - Leitfragen:
    - Welche Markttrends und Wettbewerbsaktivitäten sind besonders relevant?
    - Wie können schnelle Produktanpassungen an Marktveränderungen umgesetzt werden?
    - Welche Kooperationsmöglichkeiten erleichtern den Marktzugang und erhöhen den strategischen Mehrwert?

QUELLEN:

[1] United Nations Department of Economic and Social Affairs (UN DESA). (11. Juli, 2024). Die 20 Länder mit der größten Einwohnerzahl im Jahr 2025 (in Millionen Einwohner) [Graph]. In Statista. Zugriff am 11. September 2025, von https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1722/umfrage/bevoelkerungsreichste-laender-der-welt/

[2] United Nations Department of Economic and Social Affairs (UN DESA) (Population Division). (11. Juli, 2024). Indien: Durchschnittsalter der Bevölkerung von 1950 bis 2023 und Prognosen bis 2050 (Altersmedian in Jahren) [Graph]. In Statista. Zugriff am 11. September 2025, von https://de.statista.com/statistik/daten/studie/200678/umfrage/durchschnittsalter-der-bevoelkerung-in-indien/

[3] IMF. (22. April, 2025). Indien: Bruttoinlandsprodukt (BIP) in jeweiligen Preisen von 1980 bis 2024 und Prognosen bis 2030 (in Milliarden US-Dollar) [Graph]. In Statista. Zugriff am 11. September 2025, von https://de.statista.com/statistik/daten/studie/19369/umfrage/bruttoinlandsprodukt-in-indien/

[4] Außenwirtschaftscenter New Delhi. (2025). Indien Wirtschaftsbericht. Zugriff am 11.September, von https://www.wko.at/oe/aussenwirtschaft/indien-wirtschaftsbericht.pdf

[5] World Bank. 2024. Becoming a High-Income Economy in a Generation. Zugriff am 12. September 2025. https://thedocs.worldbank.org/en/doc/400139d320ead96a0ec624d3608d9b56-0310012025/original/India-Country-Economic-Memorandum-2024-0227c.pdf

[6] NITI Aayog. 2023. Vision 2047: India as a Developed Economy. Zugriff am 12. September 2025. https://www.niti.gov.in/sites/default/files/2023-08/Vision-2047.pdf

[7] PHD Chamber of Commerce and Industry. 2024. "India's Emerging Middle Class and Consumer Trends." Zugriff am 12. September 2025. https://www.phdcci.in/india-middle-class-consumer-trends

[8] VDA. "Entwicklungen den Pkw-Märkte in Asien: Pkw-Märkte in Asien". Automobil-Insight 2024. Verband der Automobilindustrie (VDA). Zugriff am 24. September 2025. https://www.vda.de/de/themen/Automobil-Insight-2024/Asien-Pkw-Markt-2024

[9] Trading Economics. 2025. "India Passenger Vehicle Production." Zugriff am 12. September 2025. https://tradingeconomics.com/india/total-vehicle-sales

[10] Germany Trade & Invest (GTAI). 2025. "Indiens Automobilindustrie wächst weiter." Zugriff am 12. September 2025. https://www.gtai.de/de/trade/indien/branchen/indiens-automobilindustrie-waechst-weiter-1017782

[11]: IndiaConnected. 2025. "The Automotive Industry in India." Zugriff am 12. September 2025. https://www.indiaconnected.co.uk/industries/automotive-industry-india/

[12] Statista. 2025. "Electric Vehicle Market Share in India." Zugriff am 12. September 2025. https://www.statista.com/chart/31486/electric-vehicle-sales-in-india-by-year-and-type/

[13] Automotive Messe Frankfurt. 2024. "Automobilindustrie in Indien: Chancen für deutsche Unternehmen." Zugriff am 12. September 2025. https://www.automotive-messe-frankfurt.de/de/automobilindustrie-in-indien-chancen-fuer-deutsche-unternehmen

[14] IBEF (Indian Brand Equity Foundation). 2025. „Indian Auto Components Industry Analysis". Zugriff am 12. September 2025. https://www.ibef.org/industry/auto-components-presentation

[15] Indian Brand Equity Foundation (IBEF). 2025. „India's Automobile Industry: Growth & Trends." Zuletzt aktualisiert am 11. September 2025. Zugriff am 12. September 2025. https://www.ibef.org/industry/india-automobiles

[16] Indian Brand Equity Foundation (IBEF). 2025. „Indian Auto Components Industry Analysis." Zugriff am 12. September 2025. https://www.ibef.org/industry/auto-components-presentation
[17] PwC. (2024/2025). Automobilzuliefer-Studie 2024/2025. Strategy& Deutschland. Verfügbar unter https://www.strategyand.pwc.com/de/de/branchen/automobil/automobilzulieferer-2024.html und https://www.strategyand.pwc.com/de/de/branchen/automobil/automobilzulieferer.html
[18] KPMG. (2022). Global Automotive Executive Survey 2022. KPMG International
[19] PwC. (2024/2025). Automobilzuliefer-Studie 2024/2025. Strategy& Deutschland. Verfügbar unter https://www.strategyand.pwc.com/de/de/branchen/automobil/automobilzulieferer-2024.html und https://www.strategyand.pwc.com/de/de/branchen/automobil/automobilzulieferer.html
[20] Bharat Forge Europe. 2024. "Bharat Forge CDP – Standorte in Europa." Zugriff am 12. September 2025. https://bharatforge.eu/unternehmen/bharat-forge-cdp/?lang=en
[21] The Machinist. 2024. Bharat Forge to Invest €39 Million in European Subsidiary. Zugriff am 12. September 2025. https://themachinemaker.com/news/bharat-forge-to-invest-%E2%82%B9345-crore-in-european-subsidiary
[22] Bajaj Broking. 2025. "Bharat Forge Invests ₹105 Crore in KPTL for E-Mobility Expansion." 26. Mai 2025. Zugriff am 12. September 2025. https://www.bajajbroking.in/blog/bharat-forge-invests-rs105-crore-in-kptl-for-e-mobility-expansion
[23] Mahindra & Mahindra Ltd. 2008. "Mahindra Consolidates European Presence—Acquires Leading Forging Company Schoneweiss." Zugriff am 12. September 2025. https://www.mahindra.com/news-room/press-release/en/mahindra-consolidates-european-presence-acquires-leading-forging-company-schoneweiss
[24] Germany Trade & Invest (GTAI). 2025. "Automotive Industry in Germany." Zugriff am 12. September 2025. https://www.gtai.de/en/invest/industries/mobility/automotive-industry/automotive-industry-2800.
[25] Verband der Automobilindustrie (VDA), Cluster International Association Partnerships India & Africa, abgerufen am 12. September 2025, https://www.vda.de/en/topics/economic-policy/foreign-trade/cluster-international-association-partnerships
[26] addressadvisor. (2024). The Role of German GCCs in Powering India's Automotive Revolution. Zugriff am 11. September 2025, von https://addressadvisors.com/blog/the-role-of-german-gccs-in-powering-indias-automotive-revolution
[27] Inductus. 2025. „From Stuttgart to Bengaluru: How German Auto Majors Are Powering EV GCCs." Zugriff am 12. September 2025. https://inductusgcc.com/from-stuttgart-to-bengaluru-how-german-auto-majors-are-powering-ev-gccs/
[28] Mercedes-Benz Group. 2025. Mercedes-Benz Research and Development India Private Limited, Bangalore. Zugriff am 12. September 2025. https://group.mercedes-benz.com/karriere/ueber-uns/standorte/standort-detailseite-18185.html
[29] Reuters. (2024, April 2). India's Tata Technologies, BMW Group form JV. Zugriff am 24. September 2025. https://www.reuters.com/markets/deals/indias-tata-technologies-bmw-group-form-jv-2024-04-02/
[30] Motoroids. (2023, März 12). BMW India's localisation components at Chennai plant increase to 50%. Zugriff am 23. September 2025. https://www.motoroids.com/news/bmw-indias-localisation-components-chennai-plant-increases-50/
[31] Continental. (2022). Continental Inaugurates new State-of-the-art Campus for its Technical Center in Bengaluru, Press Release 23 November 2022. Zugriff am 11. September 2025, von https://www.continental.com/en/press/press-releases/20221123-automotive-india/#:~:text=The%20campus%20can%20accommodate%20over%206%2C500%20employees.,five%20Automotive%20business%20areas:%20*%20Autonomous%20Mobility
[32] Financial Times, „Indian Carmakers Count on SUV Sales to Ride Out Slowdown", Financial Times, 12. März 2025, https://www.ft.com/content/f02f7de2-7574-4c0f-870a-126c114d5500
[33] MarketsandMarkets, „SUV Market in India – Growth, Trends, and Forecast (2025–2030)", veröffentlicht am 1. Februar 2025, https://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/india-suv-market-2025-2030
[34] Statista, „Prognose des Marktanteils von Premium-SUVs in Indien bis 2030", veröffentlicht am 15. Januar 2025, https://www.statista.com/statistics/india-premium-suv-market-share-forecast-2030
[35] Mordor Intelligence, „Luxury Car Market in India – Growth, Trends, and Forecast (2025–2030)", veröffentlicht am 10. März 2025, https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/india-luxury-car-market.
[36] Germany Trade & Invest (GTAI), „E-Mobility | Branche kompakt | Indien | Kfz-Industrie", veröffentlicht am 5. Mai 2024, https://www.gtai.de/de/trade/indien/branchen/e-mobility-950034.
[37] Aditi Shah und Nandan Mandayam, „VW Group's India Unit Eyes Entry-Level Electric SUV," Reuters, 1. Februar 2024, https://www.reuters.com/business/autos-transportation/volkswagen-working-entry-level-ev-india-executive-2024-02-01/.
[38] Germany Trade & Invest (GTAI), „Automotive Industry in India – Market Opportunities for German Suppliers," veröffentlicht 2025, https://www.gtai.de/en/trade/india/industries/automotive
[39] Reuters. 2024. „Indian Auto Parts Supplier Sona Comstar Looks East for Growth." 12. Dezember 2024. https://www.reuters.com/markets/companies/SONB.NS.
[40] Sona Comstar. 2024. Annual Report 2023–24. Neu-Delhi: Sona BLW Precision Forgings Ltd. https://sonacomstar.com/annual-report-23-24/index.html
[41] Varroc Engineering Ltd. 2023. Annual Report 2022–23. Aurangabad: Varroc. https://www.varroc.com/upload/financial_results/17501395081972476703.pdf
[42] Germany Trade & Invest „Indien: Kfz-Teileimporte Motoren sinken, Karosserien steigen." Branchenmeldung, 2025. https://www.gtai.de/de/trade/indien/branchen/branchenstruktur-1074922.
[43] NITI Aayog. 2025. Automotive Industry: Powering India's Participation in Global Value Chains. New Delhi: Government of India. https://www.niti.gov.in/sites/default/files/2025-06/Automotive%20Industry%20Powering%20India%E2%80%99s%20participation%20in%20GVC_Non%20Confidential.pdf.

[44] GTAI (Germany Trade & Invest). 2025b. Branche kompakt: Kfz-Industrie Indien. Bonn: GTAI. https://www.gtai.de/de/trade/indien-wirtschaft/kfz-industrie

[45] Society of Indian Automobile Manufacturers (SIAM). (2025). Annual Report 2023-24. Zugriff am 11. September 2025, von https://www.siam.in/uploads/filemanager/SIAMAnnualReport2023-24.pdf

[46] Times of India. (2023, März 15). India has potential for small e-cars. https://timesofindia.indiatimes.com/business/india-business/india-has-potential-for-small-e-cars/articleshow/123752698.cms

[47] Economic Times. (2023, Oktober 31). Mercedes-Benz calls India a priority market, vows to keep investing despite impending EU-India FTA. https://m.economictimes.com/industry/auto/cars-uvs/mercedes-benz-calls-india-a-priority-market-vows-to-keep-investing-despite-impending-eu-india-fta/articleshow/123786659.cms

[48] IBEF. (2022). Auto components industry in India. India Brand Equity Foundation. https://www.ibef.org/industry/autocomponents-india

[49] VDA. (2022). India: Strong partner, big potential. Verband der Automobilindustrie. https://www.vda.de/en/news/articles/india-strong-partner-big-potential

[50] McKinsey & Company. (2023). India's auto supply chain revolution: Embracing localization. https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/indias-auto-supply-chain-revolution-embracing-localization

[51] Dreberis. (2020). FACT SHEET: Geschäftsanbahnung Indien - Geschäftsanbahnungsreise für Unternehmen im Bereich Fahrzeugindustrie mit den Schwerpunkten Kfz-Komponenten, Elektromobilität und Automatisierung. Zugriff am 11 September 2025, von https://www.drebe-ris.com/sites/default/files/aktualnosci/fact_sheet_indien_fahrzeugindustrie.pdf

[52] Tecnova Global. (2022). Unlocking the Indian market for German businesses! https://www.tecnovaglobal.com/blog/unlocking-the-indian-market-for-german-businesses

HERAUSGEBER

TRAIBER.NRW

GESCHÄFTSSTELLE TRAIBER.NRW

c/o Bergische Universität Wuppertal
TMDT - Institute for Technologies and Management
of Digital Transformation

Lise-Meitner-Str. 27, 42119 Wuppertal
Telefon: 0202 439 1164
E-Mail: koordination@traiber.nrw
www.traiber.nrw

INHALTLICHE VERANTWORTUNG

KATHARINA ERWIG
DANIEL MILLER
DR. PHILLIP NGUYEN
Bergische Universität Wuppertal
TMDT - Institute for Technologies and Management
of Digital Transformation