

Innovationsreport: Beraterbranche

In der Branche Unternehmens-, Rechts- und Steuerberatung und Werbung ist im Jahr 2003 der Innovatorenanteil wieder leicht angestiegen. Besonders der Anteil der Unternehmen mit Kosten reduzierenden Innovationen ist gestiegen. Die Innovationsaufwendungen haben deutlich abgenommen und sollen auch 2004 und 2005 auf einem ähnlich niedrigen Niveau bleiben.

Nachdem der Innovatorenanteil im deutschen Dienstleistungsgewerbe in den Jahren 1999-2002 kontinuierlich gesunken war, stabilisierte sich der Anteil 2003 auf ca. 40%. Dabei verringerte sich der Produktinnovatorenanteil um 4 Prozentpunkte auf 23%, während der Prozessinnovatorenanteil um die gleiche Differenz auf 30% stieg. Aufgrund der weiterhin kritischen Wirtschaftslage setzen die Unternehmen auch im Jahr 2003 auf Rationalisierungsinnovationen, um ihre Wettbewerbsposition zu sichern. Dementsprechend stieg der Anteil der Unternehmen mit innovationsbedingten Kostenreduktionen im Dienstleistungsgewerbe von 7,9% im Jahr 2002 auf 14,1% im Jahr 2003 an.

Die Innovationsaufwendungen hingegen gingen im Dienstleistungsgewerbe 2003 um 1,5 Mrd. € zurück und summierten sich auf insgesamt auf 24,9 Mrd. Für den Rückgang der Innovationsausgaben maßgeblich verantwortlich sind dabei die Kredit- und Versicherungsbranche sowie der Großhandel. Für das Jahr 2004 rechneten die Dienstleistungsunternehmen zum Befragungszeitpunkt (Frühjahr 2004) allerdings wieder mit steigenden Innovationsausgaben. Für das Jahr 2005 dann wieder mit leicht sinkenden Innovationsausgaben. Auch der Innovatorenanteil in der Berater-

Abbildung 1: Anteil der Innovatoren in der Beraterbranche (1996 bis 2003)

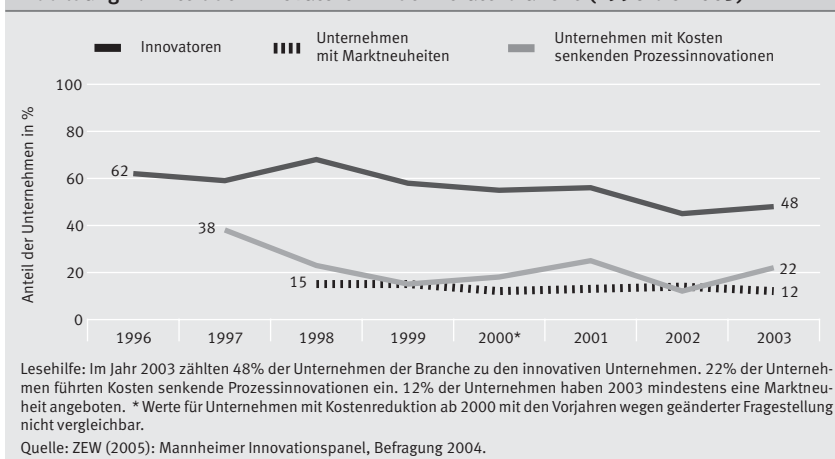
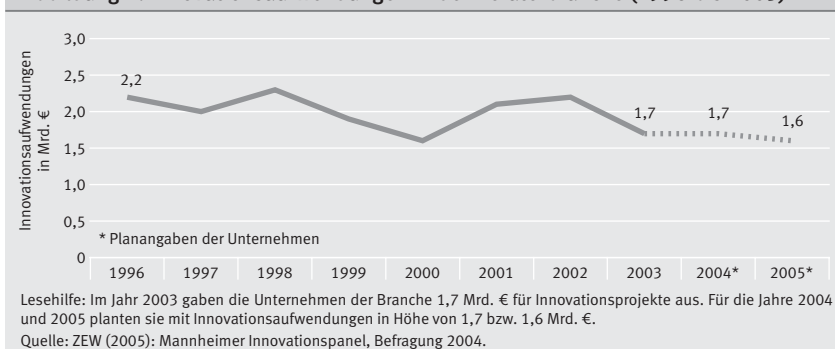


Abbildung 2: Innovationsaufwendungen in der Beraterbranche (1996 bis 2005)



branche stieg im Jahr 2003 an, nachdem er 2002 deutlich gesunken war. 48% der Unternehmen in der Beraterbranche führten demnach 2003 innovative Produkte oder Dienstleistungen ein. Die Erhöhung des Innovatorenanteils ist vor allem darauf zurückzuführen, dass mehr Unternehmen als im Vorjahr Rationalisierungsinnovationen eingeführt haben. Der Anteil der Unternehmen mit solchen Kosten senkenden Innovationen erhöhte sich 2003 im Vergleich zum Vorjahr um 10 Prozentpunkte

auf 22%. Der Anteil der Unternehmen mit Marktneuheiten blieb 2003 im Vergleich zum Vorjahr hingegen mit 12% nahezu konstant (2002: 14%).

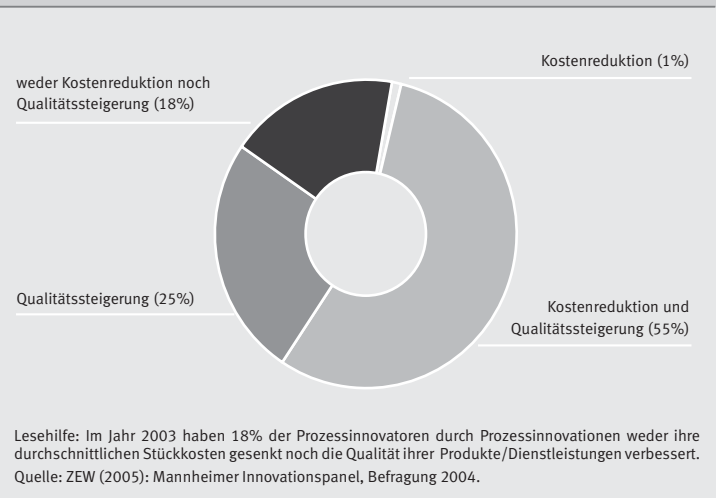
Die Innovationsausgaben in der Beraterbranche sind 2003 gegenüber dem Vorjahr stark zurückgegangen: Die Unternehmen gaben 2003 insgesamt 1,7 Mrd. € für innovative Zwecke aus, während es im 2002 noch 2,2 Mrd. € waren. Die befragten Unternehmen rechnen auch in Zukunft mit ähnlich niedrigen Ausgaben.

Prozessinnovationen erhöhen die Qualität

In der Beraterbranche haben im Jahr 2003 38% der Unternehmen Prozessinnovationen eingeführt. Der Großteil dieser Innovationen hat sich positiv auf die Qualität der angebotenen Produkte und Dienstleistungen ausgewirkt. Bei 80% der Prozessinnovatoren in der Branche stieg 2004 die Qualität durch den Einsatz innovativer Verfahren. Aber auch die Kosteneinsparungseffekte gewinnen zunehmend an Bedeutung: 56% der Prozessinnovationen führten zu einer Kostenreduktion bei den angebotenen Produkten beziehungsweise Dienstleistungen.

18% der Prozessinnovatoren führten neue Prozesse und Verfahren ein, die weder zu Kostenersparnissen noch zu Qualitätssteigerungen führten. Solche Innovationen können zum Beispiel dazu dienen, die Flexibilität der Dienstleistungserbringung zu verbessern.

Abbildung 3: Effekte von Prozessinnovationen in der Beraterbranche (2003)

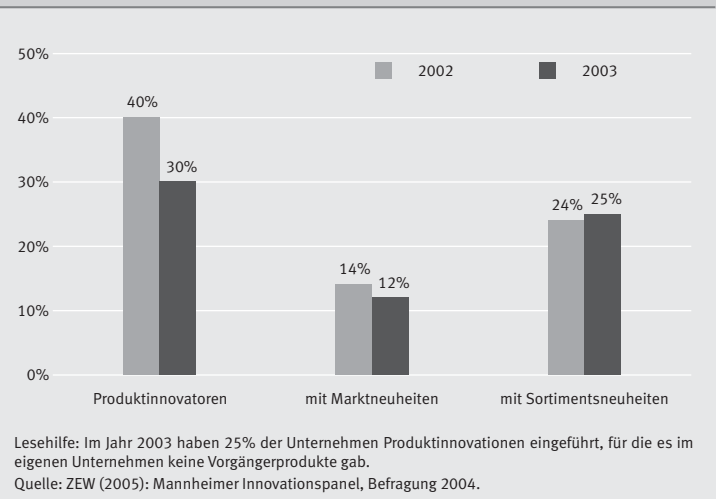


Produktinnovationen häufig Sortimentsneuheiten

Im Vergleich zum Vorjahr hat die Anzahl der Produktinnovatoren im Beratungsgewerbe deutlich abgenommen. Während im Jahr 2002 noch 40% der Beratungsunternehmen Produktinnovationen aufwiesen, waren es 2003 nur noch 30%. Die Anzahl der Unternehmen mit Marktneuheiten ist 2003 im Vergleich zum Vorjahr ebenfalls gesunken. Allerdings ist diese Abnahme mit 2 Prozentpunkten geringerals beim Produktinnovatorenanteil generell.

Nahezu konstant geblieben ist hingegen die Anzahl der Unternehmen mit Sortimentsneuheiten. Ein Viertel der Unternehmen im Beratungsgewerbe führten neue Produkte bzw. Dienstleistungen ein, für die es im eigenen Unternehmen keine Vorgängerprodukte gab. Im Dienstleistungsgewerbe dienen Sortimentsneuheiten meist dazu, neue Kundengruppen zu erschließen.

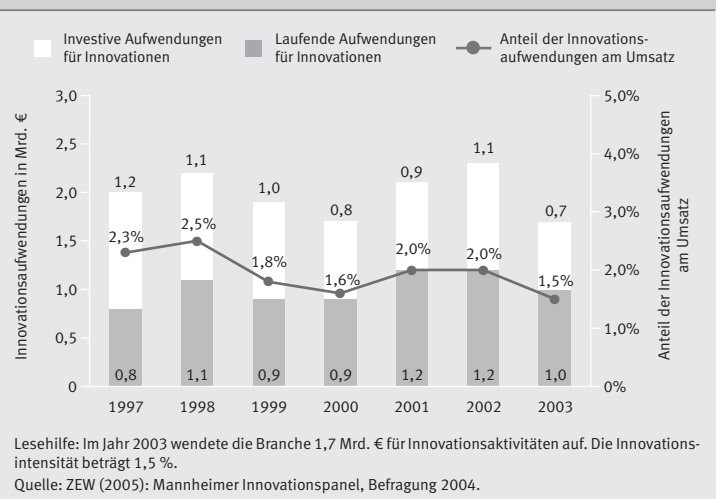
Abbildung 4: Arten von Produktinnovationen in der Beraterbranche (2002 und 2003)



Innovationsintensität geht deutlich zurück

Die Beratungsunternehmen haben im Jahr 2003 etwa 1,7 Mrd. € für Innovationsaktivitäten ausgegeben. Das sind ca. 500 Mio. € weniger, als im Vorjahr. Lediglich 2000 waren die Innovationsaufwendungen im Beratungsgewerbe geringer. Besonders die investiven Innovationsaufwendungen sind zurückgegangen: Sie sanken 2003 im Vergleich zum Vorjahr um ca. 400 Mio. €. Der Grund für die Reduktion der Innovationsaufwendungen im Beratungsgewerbe ist in der schwachen Konjunktur zu sehen: Die industriellen Unternehmen haben 2003 verstärkt auf eine Reduktion ihrer Kosten gesetzt, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Die Kostenreduktion betraf auch die Unternehmensberatungen, die ihrerseits stagnierende Umsätze mit einer Reduktion der Innovationsausgaben abgingen. Dadurch sank auch die Innovationsintensität 2003 um 0,5 Prozentpunkte auf 1,5%.

Abbildung 5: Innovationsaufwendungen in der Beraterbranche (1997 bis 2003)



Kostenreduktionsanteil gesunken

In der Beratungsbranche haben im Jahr 2003 zwar mehr Unternehmen Rationalisierungsinnovationen eingeführt als noch 2002, der Kostenreduktionsanteil ist allerdings gesunken. Rund 4,9% der Gesamtkosten konnten die Unternehmen in der Beraterbranche 2003 durch innovative Verfahren einsparen, 2002 waren es noch 6,7% gewesen. Es scheint, als ob die Rationalisierungsinnovationen keinen unmittelbaren Erfolg zeigen, sondern eher mittel- bis langfristig zur Kostenreduktion beitragen werden. Der Umsatzanteil mit Marktneuheiten ist 2003 im Vergleich zum Vorjahr konstant geblieben. 4,7% des Umsatzes wurde im Jahr 2003 mit Marktneuheiten erzielt. Die, aufgrund der konjunkturellen Situation, anhaltend geringe Nachfrage nach innovativen Dienstleistungen führte weiterhin dazu, dass die Beratungsfirmen mit Marktneuheiten geringere Preise erzielen konnten.

Beim Innovatorenanteil im Mittelfeld

Die Beraterbranche liegt im Jahr 2003 mit einem Innovatorenanteil von 48% auf dem fünften Platz bei den Dienstleistungsbranchen. Damit ist die Beraterbranche im Vergleich zum Vorjahr um einen Platz zurückgefallen. Der Abstand zu der Branche mit dem höchsten Innovatorenanteil, der EDV- und Telekommunikationsbranche, ist mit 22 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr konstant geblieben (2003: 23 Prozentpunkte). Auch der Abstand zu der Branche mit dem niedrigsten Innovatorenanteil, dem Verkehr- und Postdienstleistungsgewerbe hat sich mit 17 Prozentpunkten nur marginal gegenüber dem Vorjahr verändert (2002: 15 Prozentpunkte). Es zeigt sich, dass Dienstleistungsbranchen, die unternehmensnahe Produkte und Dienstleistungen anbieten, einen tendenziell höheren Innovatorenanteil aufweisen, als die distributiven Dienstleistungsbranchen.

Bei der Innovationsintensität auf dem fünften Platz

Die Innovationsintensität in der Beratungsbranche hat im Jahr 2003 um ca. 0,7 Prozentpunkte abgenommen. Damit ist die Beraterbranche im Vergleich zu anderen Dienstleistungsbranchen vom dritten Platz 2002 auf den fünften Platz zurückgefallen. Der Abstand auf den Dienstleistungssektor mit der höchsten Innovationsintensität, den technischen und FuE-Dienstleistern, hat sich von 4,2 Prozentpunkten im Jahr 2002 auf 6 Prozentpunkte im Jahr 2003 vergrößert. Vor dem Beratungsgewerbe liegen nun die Verkehrs- und Postdienstleister sowie die Medienbranche. Das Schlusslicht des Rankings bilden der Einzel- und der Großhandel. Allerdings sind die Handelsbranchen nur bedingt mit anderen Branchen zu vergleichen, da die Wertschöpfungsanteile gemessen am Umsatz deutlich geringer als in anderen Dienstleistungsbranchen sind.

Abbildung 6: Umsatzanteile mit Marktneuheiten und Kostenreduktion in der Beraterbranche (1998 bis 2003)



Abbildung 7: Innovatorenanteil in ausgewählten Branchen des Dienstleistungssektors (2003)

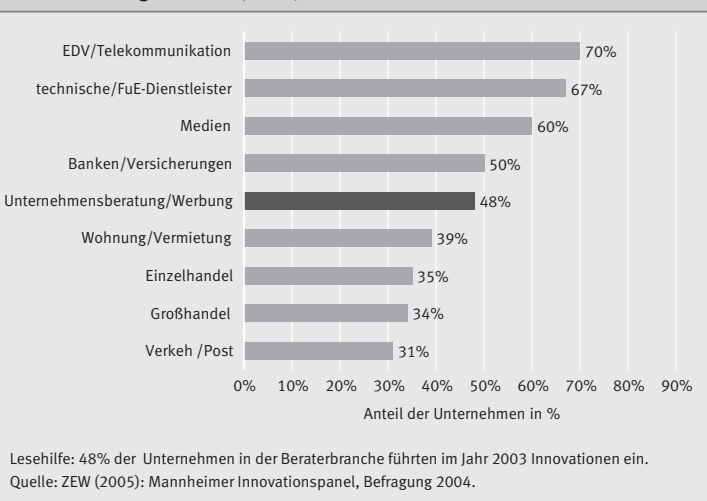
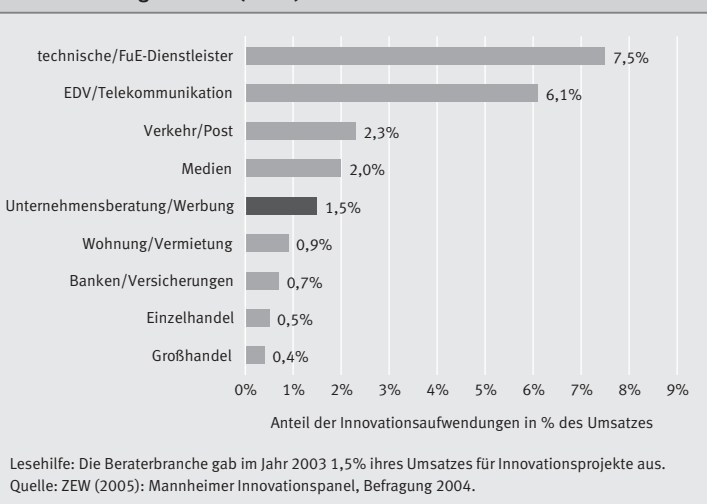


Abbildung 8: Innovationsintensität in ausgewählten Branchen des Dienstleistungssektors (2003)

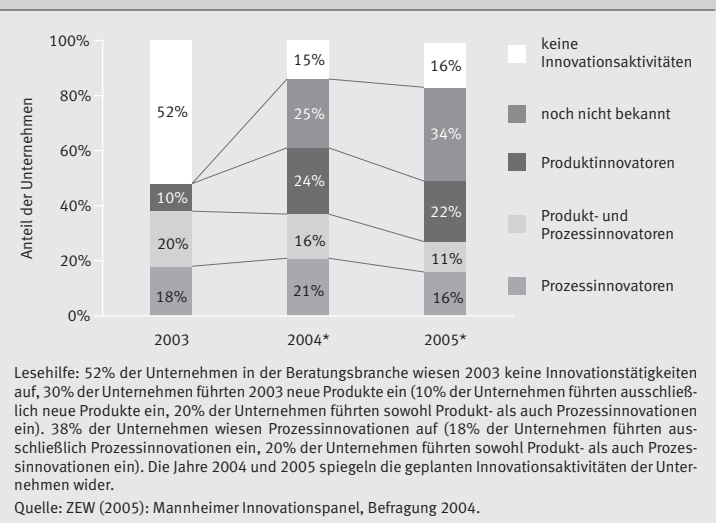


Erhöhung des Produktinnovatorenanteils angestrebt

61% der Unternehmen in der Beraterbranche gaben zum Befragungszeitpunkt (Frühjahr 2004) an, dass sie im Jahr 2004 in jedem Fall Innovationsaktivitäten durchführen werden.

Damit würde der Anteil der innovativen Unternehmen im Jahr 2004 deutlich über dem Innovatorenanteil im Jahr 2003 liegen (48%). Der Innovatorenanteil könnte 2004 sogar noch höher ausfallen, da 25% der Unternehmen noch unentschieden waren, ob sie innovieren werden. Besonders deutlich fällt die geplante Erhöhung der Innovationsaktivitäten im Bereich der Produktinnovationen aus: 40% der Unternehmen planen im Jahr 2004 mit neuartigen Produkten (2003: 30%). Auch für das Jahr 2005 gaben bereits 49% der Unternehmen an, dass sie sicher innovieren werden, 34% der Beratungsunternehmen waren zum Befragungszeitpunkt noch unentschieden.

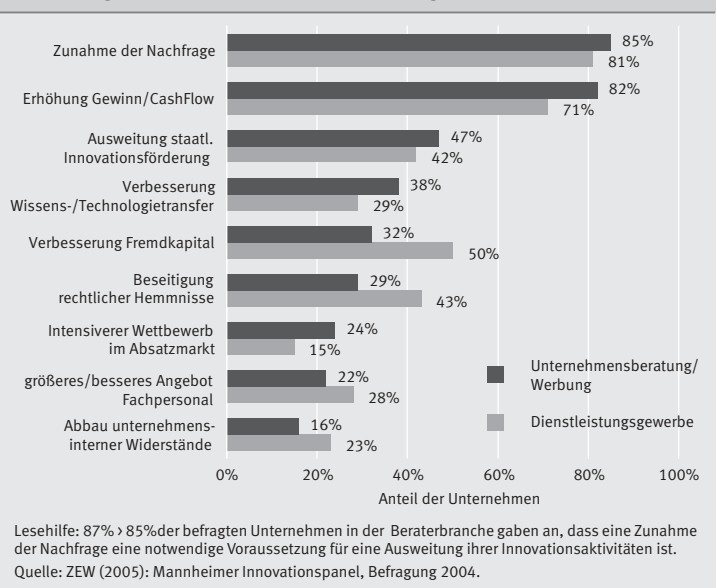
Abbildung 9: Geplante Innovationsaktivitäten (2003-2005)



Gewinnsteigerungen wichtig für die Ausweitung von Innovationsaktivitäten

Aufgrund der anhaltenden Wachstumsschwäche in Deutschland und in der EU und der unsicheren wirtschaftlichen Lage sehen die Unternehmen im Dienstleistungsgewerbe die Stimulation der Nachfrage sowie die Erhöhung des Gewinns/Cash Flows als wichtigste Voraussetzungen für eine Ausweitung ihrer Innovationsaktivitäten. 85% der Unternehmen sehen einen Anstieg der Nachfrage als Voraussetzung für eine Ausweitung ihrer Innovationsaktivitäten an. Durch eine Zunahme der Nachfrage oder durch eine Erhöhung des Cashflows würden sich die Margen der Beratungsunternehmen erhöhen, was zur Folge hätte, dass wieder mehr Geld in Innovationsaktivitäten investiert werden könnte. Ebenfalls deutlich mehr Unternehmen als im Durchschnitt des Dienstleistungsgewerbes sehen eine Ausweitung der staatlichen Innovationsförderung und einen intensiveren Wettbewerb als eine notwendige Voraussetzung für mehr Innovationen an.

Abbildung 10: Kriterien für eine Ausweitung der Innovationsaktivitäten



Der Wirtschaftszweig Beratung umfasst die in den NACE-Klassifikationen 74.1 und 74.4 genannten Teilbranchen. Hierzu gehören u.a. Rechts-, Steuer- und Unternehmensberater und Werbung. Die Branche gehört zu den unternehmensnahen Dienstleistungen. Diese umfassen zusätzlich das Bank- und Versicherungswesen, EDV und Telekommunikation, Technische Dienstleistungen und sonstige eher unternehmensnahen Dienstleistungen.

Definitionen und Abgrenzungen der Innovationsvariablen sowie weitere Zahlen zu Ihrer Branche finden Sie unter: www.zew.de/branchen

Das Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), Mannheim, untersucht seit 1993 im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (bmb+f) in Zusammenarbeit mit ifas, Institut für angewandte Sozialwissenschaft Bonn, das Innovationsverhalten der deutschen Wirtschaft. Ein repräsentativer Querschnitt von rund 4.500 Unternehmen gibt jährlich zu seinen Innovationsaktivitäten und -strategien Auskunft. Zusätzlich werden rund 4.000 Unternehmen in einer Non-Response Analyse zu ihren Innovationsaktivitäten befragt, um für mögliche Verzerrungen im Teilnahmeverhalten zwischen innovierenden und nicht-innovierenden Unternehmen zu kontrollieren. Die Angaben werden hochgerechnet auf die (für das Jahr 2003 vorläufige) Grundgesamtheit in Deutschland. Die Werte für 2002 und 2003 sind vorläufig.



Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH

IMPRESSUM

ZEW Branchenreport Innovationen, erscheint jährlich.

Herausgeber: Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW) Mannheim, L 7, 1 · 68161 Mannheim · Postanschrift: Postfach 10 34 43 · 68034 Mannheim · Internet: www.zew.de
Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Wolfgang Franz (Präsident)

Redaktion: Heide Löhlein, Telefon 0621/1235-179, Telefax 0621/1235-170, E-Mail: loehlein@zew.de

Projektteam: Dr. Christian Rammer, Birgit Aschhoff, Thorsten Doherr, Sandra Gottschalk, Heide Löhlein, Bettina Peters, Tobias Schmidt

Nachdruck und sonstige Verbreitung (auch auszugsweise): mit Quellenangabe und Zusendung eines Belegexemplars
© Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW), Mannheim, 2005
Weitere Informationen: www.zew.de/innovation