

# ZEW Innovationen Branchenreport

Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung, Mannheim

Jahrgang 8 · Nummer 16 · Mai 2001

## Innovationsreport: Kredit- und Versicherungsgewerbe

Die Innovationsaktivitäten der deutschen Banken und Versicherungen haben sich 1999 gegenüber dem Vorjahr kaum verändert. Kosteneinsparungen haben als Motiv für Prozessinnovationen allerdings eine deutlich nachlassende Bedeutung in der Branche.

Innovative Produkte und Verfahren haben 1999 bei den unternehmensnahen Dienstleistern insgesamt wieder an Bedeutung gewonnen. 64% der Unternehmen dieses Wirtschaftssektors haben 1999 Innovationen eingeführt. Mit dieser Zunahme um vier Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr ist der bisherige Spitzenwert von 1997 nochmals übertroffen worden. Insbesondere die Einführung von Prozessinnovationen ist wichtiger geworden. Die Zahl der unternehmensna-

hen Dienstleistungsunternehmen mit neuen oder merklich verbesserten Verfahren zur Erbringung von Dienstleistungen ist um ein Zehntel angewachsen, so dass 1999 fast jeder zweite unternehmensnahe Dienstleister ein Prozessinnovator war. In geringerem Maße ist der Anteil von Unternehmen mit innovativen Dienstleistungsangeboten um drei Prozentpunkte auf 62% gestiegen.

Im Kredit- und Versicherungsgewerbe ist die Zahl innovativer Unternehmen 1999 deutlich gesunken. Weil zugleich auch die Zahl der Unternehmen der Branche insgesamt zurückging, fiel der Innovatorenanteil nur um einen Prozentpunkt auf 68%. Der Anteil der Banken und Versicherungen, die neue oder merklich verbesserte Dienstleistungen (Produktinno-

Der Wirtschaftszweig **Kredit- und Versicherungsgewerbe** umfasst die in den NACE-Klassifikationen 65 bis 67 genannten Teilbranchen. Hierzu gehören z.B. Zentralbanken, Kreditinstitute, Finanzinstitutionen, Versicherungen, Pensionskassen, Effektenvermittlung und -verwaltung. Die Branche gehört zu den unternehmensnahen Dienstleistungen. Diese umfassen zusätzlich EDV und Telekommunikationsdienstleister, Technische Dienstleistungen sowie Beratungsdienstleistungen einschließlich Werbung.

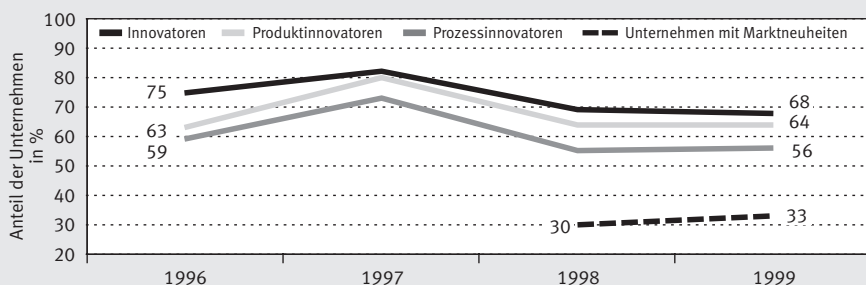
novationen) angeboten haben, blieb gegenüber dem Vorjahr unverändert bei 64%. Die Wahrscheinlichkeit einer Produktinnovation steigt dabei mit der Unternehmensgröße. 77% der Großunternehmen mit mehr als 100 Beschäftigten, aber nur 58% der kleinen Banken und Versicherungen mit weniger als 50 Mitarbeitern haben innovative Produkte angeboten.

Der Anteil von Unternehmen mit Prozessinnovationen hat sich im Kredit- und Versicherungsgewerbe kaum verändert. 56% der Unternehmen haben 1999 neue Verfahren eingeführt, ein Prozentpunkt mehr als im Vorjahr.

### Anteil von Unternehmen mit Marktneuheiten steigt

Von den Produktinnovationen stellt nur ein Teil auch eine Marktneuheit dar. Bei den unternehmensnahen Dienstleistern insgesamt ist das Angebot solcher originär neuen Dienstleistungen von zunehmender Bedeutung. Der Anteil von Unternehmen, die mindestens eine

**Anteil der Innovatoren im Kredit- und Versicherungsgewerbe (1996 bis 1999)**



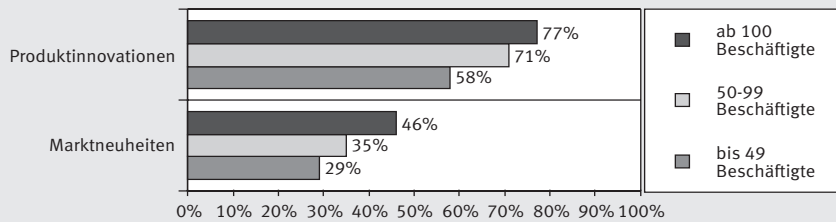
**Lesehilfe:** Im Jahr 1999 zählten 68% der Unternehmen der Branche zu den innovativen Unternehmen. 64% der Unternehmen führten Produkt- und 56% Prozessinnovationen ein. 33% der Unternehmen haben 1999 mindestens eine Marktneuheit angeboten.

**Anmerkung:** Marktneuheiten erstmals 1998 erhoben.

**Quelle:** ZEW (2001): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2000.

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. Die Angaben werden hochgerechnet auf die (für 1999 vorläufige) Grundgesamtheit in Deutschland.

## Anteil der Innovatoren im Kredit- und Versicherungsgewerbe 1999 nach Größenklassen



**Lesehilfe:** In der Größenklasse der Unternehmen mit mehr als 100 Beschäftigten haben 77% der Unternehmen der Branche mindestens eine Produktinnovation angeboten.

**Quelle:** ZEW (2001): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2000.

**Innovatoren** sind Unternehmen, die innerhalb eines zurückliegenden 3-Jahreszeitraums zumindest ein Innovationsprojekt erfolgreich abgeschlossen, d.h. zumindest eine Innovation eingeführt haben. Es ist unerheblich, ob bereits ein anderes Unternehmen diese Innovation eingeführt hat. Wesentlich ist allein die Beurteilung aus Sicht des Unternehmens. **Innovationen** können sowohl Produkt- als auch Prozessinnovationen sein. **Produktinnovationen** sind neue oder merklich verbesserte Dienstleistungen, die ein Unternehmen auf den Markt gebracht hat. Produktinnovationen sind Marktneuheiten, wenn das betreffende Unternehmen zugleich der erste Anbieter der neuen Dienstleistung auf dem Markt ist. **Prozessinnovationen** sind neue oder merklich verbesserte Verfahren zur Erbringung von Dienstleistungen, die im Unternehmen eingeführt werden. Organisatorische Veränderungen gelten nur dann als Innovation, wenn sie mit einer Produkt- oder Prozessinnovation in direkter Verbindung stehen.

**Innovationsaufwendungen** beziehen sich auf Aufwendungen für laufende, abgeschlossene und abgebrochene Projekte innerhalb eines Jahres. Sie umfassen **laufende Aufwendungen** (Personal- und Materialaufwendungen etc.) und **Ausgaben für Investitionen**. Zu den Innovationsaufwendungen gehören Aufwendungen für Forschung und experimentelle Entwicklung (FuE), Maschinen und Sachmittel, externes Wissen, Produktgestaltung und andere Produktionsvorbereitungen, Mitarbeiterschulungen und Weiterbildungen sowie Markttests und Markteinführung, sofern diese Aufwendungen mit einem Innovationsprojekt in Verbindung stehen.

Marktneuheit eingeführt haben, hat sich 1999 gegenüber dem Vorjahr um fast 15 Prozentpunkte auf 37% stark erhöht.

Im Kredit- und Versicherungsgewerbe hat sich der Anteil der Unternehmen mit Marktneuheiten nur leicht erhöht. Ein Drit-

tel der Banken und Versicherungen hat 1999 eine Marktneuheit angeboten, drei Prozentpunkte mehr als im Vorjahr. Damit liegt dieser Anteil in der Branche unter dem Durchschnittswert der unternehmensnahen Dienstleistern insgesamt. Das Angebot von Marktneuheiten ist bei den großen Banken und Versicherungsunternehmen am weitesten verbreitet. Hier lag der Anteil der Anbieter von Marktneuheiten bei 46%. Dagegen führten nur 29% der kleinen Unternehmen Marktneuheiten in ihrer Produktpalette.

### Innovationsaufwendungen in der Branche stagnieren

Die Innovationsaufwendungen der unternehmensnahen Dienstleister insgesamt sind 1999 um gut 4% auf 31 Mrd. DM angestiegen. Der Anteil der investiven Ausgaben an den gesamten Innovationsaufwendungen hat zugleich um rund zwei Prozentpunkte auf 53% zugenommen.

Der Anstieg der Aufwendungen ist einerseits auf die gute konjunkturelle Lage zurückzuführen. Andererseits ist die kontinuierliche Weiterentwicklung der angebotenen Dienstleistungen bei den unternehmensnahen Dienstleistern, die von der New Economy in besonderer Weise geprägt sind, von herausragender Bedeutung. So sind die Innovationsaufwendungen der unternehmensnahen Dienstleister im vierten Jahr in Folge stärker als deren Umsatz gewachsen.

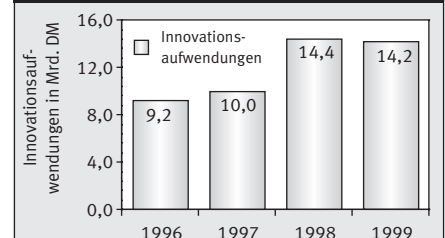
Im Kredit- und Versicherungsgewerbe sind die Innovationsaufwendungen 1999 gegenüber dem Vorjahr weitgehend unverändert geblieben. Die deut-

lichen Banken und Versicherungen haben 14,2 Mrd. DM für Innovationsprojekte aufgewendet, rund 200 Mio. DM weniger als 1998. Bemerkenswert ist, dass trotz der Verringerung der Innovationsbudgets die investiven Innovationsausgaben um knapp 3% angestiegen sind. Sie hatten 1999 einen Anteil von 57% an den Aufwendungen für Innovationsprojekte insgesamt. Zudem wollten die Banken und Versicherungen ihre Innovationsbudgets im Jahr 2000 um mehr als 7% auf 15,3 Mrd. ausweiten.

### Rationalisierungsmotiv verliert an Bedeutung

Der Einführung von Prozessinnovationen können unterschiedliche Motive zu Grunde liegen, z.B. Kosteneinsparungen oder die Erbringung neuer Dienstleistungen. Das Rationalisierungsmotiv hat bei den unternehmensnahen Dienstleistern

### Innovationsaufwendungen im Kredit- und Versicherungsgewerbe (1996 bis 1999)



**Lesehilfe:** Im Jahr 1999 betragen die Innovationsaufwendungen in der Branche 14,2 Mrd. DM.

**Quelle:** ZEW (2001): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2000.

einen abnehmenden Stellenwert. Während 1998 noch die Hälfte der Prozessinnovatoren unter den unternehmensnahen Dienstleistern Kosteneinsparungen erzielte, war es 1999 nur noch ein Drittel. Das entspricht knapp 18% der unternehmensnahen Dienstleister insgesamt.

Im Kredit- und Versicherungsgewerbe hat das Rationalisierungsmotiv bei Prozessinnovationen besonders stark an Bedeutung verloren. 37% der Unternehmen der Branche realisierten 1999 im Zuge der Erneuerung der Prozesse Kosteneinsparungen. In den beiden Vorjahren waren es noch 48% der Unternehmen.

# ZEW

Zentrum für Europäische  
Wirtschaftsforschung GmbH

IMPRESSUM

**ZEW Branchenreport 2001** – Herausgeber: Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH

L7,1, D-68161 Mannheim; Postanschrift: Postfach 103443, D-68034 Mannheim

Redaktion: Thomas Hempell, Telefon 0621 / 1235-233, Fax 0621/1235-170, E-Mail: hempell@zew.de

Projektteam: Günther Ebling, Sandra Gottschalk, Thomas Hempell, Dr. Norbert Janz (Leitung), Bettina Peters

Nachdruck und sonstige Verbreitung mit Quellenangabe; Zusendung eines Belegexemplares erbeten.