

# ZEW Innovationen Branchenreport

Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung, Mannheim

Jahrgang 9 · Nummer 16 · Oktober 2002

## Innovationsreport: Kredit- und Versicherungsgewerbe

Im Kredit- und Versicherungsgewerbe ist der Anteil der Unternehmen mit Innovationen erneut zurückgegangen. Marktneuheiten gewinnen dagegen an Bedeutung. Die Unternehmen der Branche kürzten 2000 ihre Innovationsaufwendungen besonders stark.

Bei den unternehmensnahen Dienstleistern hat sich im Jahr 2000 der Anteil der Unternehmen mit neuen oder merklich verbesserten Produkten und Fertigungsprozessen verringert. Nach 63% im Vorjahr waren im Jahr 2000 nur noch 60% der Unternehmen innovativ.

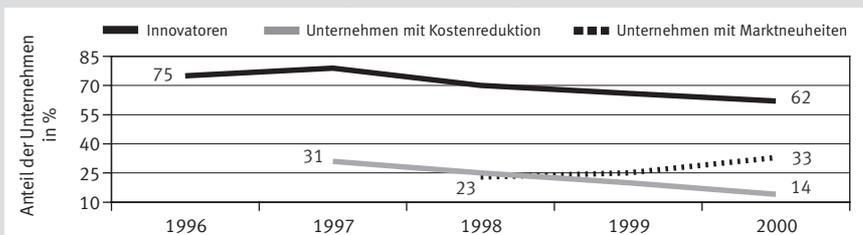
Die positive konjunkturelle Entwicklung hat offensichtlich nicht zu einer Ausweitung der Innovationsaktivitäten bei den deutschen unternehmensnahen Dienstleistern geführt. Im Gegenteil, die Unternehmen haben sich im wirtschaftlichen Aufschwung vermehrt auf die Märkte für herkömmliche Produkte und Dienstleistungen konzentriert. Der Fachkräftemangel ist dafür sicherlich auch ein Grund. Die unternehmensnahen Dienstleister sehen den Mangel an Fachpersonal als wichtigstes externes Innovationshindernis.

Im Kredit- und Versicherungsgewerbe haben erneut weniger Unternehmen neue oder merklich verbesserte Dienstleistungen oder Verfahren eingeführt. Nach 66% im Jahr 1999 waren 2000 noch 62% der Unternehmen Innovatoren. 1997, als der Innovatorenanteil zum letzten Mal anstieg, waren noch fast 80% der Unternehmen Innovatoren.

### Mehr Unternehmen mit Marktneuheiten

Von den unternehmensnahen Dienstleistern boten im Jahr 2000 rund 24% der Unternehmen ihren Kunden Marktneuheiten,

Abbildung 1: Anteil der Innovatoren im Kredit- und Versicherungsgewerbe (1996 bis 2000)



Lesehilfe: Im Jahr 2000 zählten 62% der Unternehmen der Branche zu den innovativen Unternehmen. 14% der Unternehmen führten kosten senkende Prozessinnovationen ein. 33% der Unternehmen haben 2000 mindestens eine Marktneuheit angeboten. Quelle: ZEW (2002): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2001.

ten, d.h. Produkte, die nicht nur für das Unternehmen sondern für den gesamten Markt neu waren, an. Damit hat sich der Anteil der Unternehmen mit Marktneuheiten um ganze 4 Prozentpunkte erhöht. Bemerkenswert ist, dass auch die ostdeutschen Unternehmen zunehmend mit originären Produktinnovationen am Markt vertreten sind. In den neuen Ländern stieg der Anteil der Unternehmen mit Marktneuheiten um über 6 Prozentpunkte auf 24,5% an. Er hat sich damit dem Anteil in Westdeutschland angeglichen. Die Unternehmen des Kredit- und Versicherungsgewerbes konzentrieren sich noch stärker auf die Entwicklung und die Einführung von Marktneuheiten als in den beiden Jahren vor 2000. Der Anteil der Unternehmen mit Marktneuheiten stieg um 8 Prozentpunkte auf 33% an. Damit spielen originäre Produktinnovationen in der Bran-

che eine wichtigere Rolle als bei den unternehmensnahen Dienstleistern insgesamt.

Besonders bei den Unternehmen mit 50 bis 99 Beschäftigten sind Marktneuheiten weit verbreitet. In dieser Größenklasse bietet mehr als die Hälfte der Unternehmen seinen Kunden Marktneuheiten an, von den Betrieben mit weniger als 50 Beschäftigten dagegen nur gut ein Viertel.

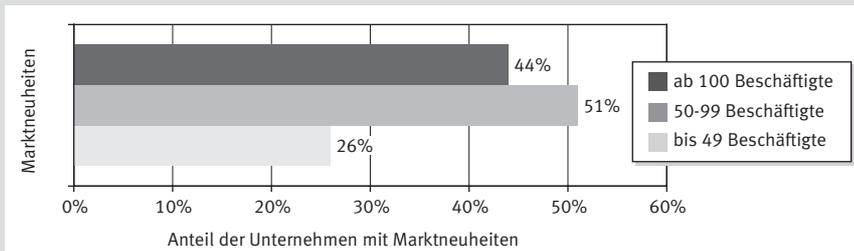
### Innovationsaufwendungen stark gesunken

Die Innovationsaufwendungen der unternehmensnahen Dienstleister sind im Jahr 2000 deutlich gestiegen. Sie erreichten mit 48,4 Mrd. € einen neuen Höchststand. Der beobachtete Anstieg ist allerdings allein auf die Ausgaben der EDV- und Telekommunikationsbranche für die UMTS-Lizenzen

#### Wichtiger Hinweis

Die ZEW-Innovationserhebungen des Jahres 2001 sind der deutsche Beitrag zu den europaweit harmonisierten dritten Community Innovation Surveys (CIS 3). Aufgrund der Vorgaben von Eurostat mussten einige Definitionen leicht verändert und Teile des Fragebogens umstrukturiert werden. Die Harmonisierung des Erhebungsinstrumentariums hat Umstellungen in den Branchenberichten erforderlich gemacht. Bei einigen Fragen kann ein verändertes Antwortverhalten der Unternehmen nicht ausgeschlossen werden. Aus Vorsicht werden daher für das aktuelle Jahr 2000 einige Indikatoren nicht ausgewiesen. Dies sind die Anteile von Unternehmen mit Produktinnovationen, und die Anteile von Unternehmen mit Prozessinnovationen. Die Definition der unternehmensnahen Dienstleister entspricht nicht mehr der der vorangegangenen Berichte. Für die neu definierten unternehmensnahen Dienstleister wurde eine konsistente Zeitreihe bis zum Jahr 1996 zurück berechnet.

**Abbildung 2: Unternehmen mit Marktneuheiten im Kredit- und Versicherungsgewerbe nach Größenklassen (2000)**



**Lesehilfe:** In der Branche haben 44% der großen Unternehmen Marktneuheiten eingeführt.  
**Quelle:** ZEW (2002): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2001.

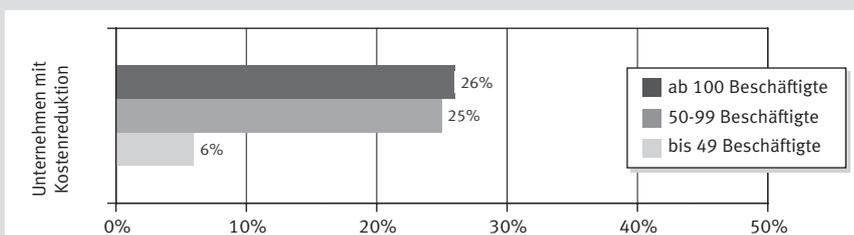
zurückzuführen. Bereinigt um die UMTS-Ausgaben sind die Innovationsaufwendungen erstmals seit 1996 zurückgegangen, von 15,8 Mrd. € auf 14,6 Mrd. €. Die UMTS Aufwendungen haben offensichtlich andere Innovationsaufwendungen verdrängt. Die Innovationsintensität, gemessen als Anteil der Innovationsaufwendungen am Umsatz, ist im Gegensatz zu den Innovationsaufwendungen leicht gestiegen. Nach 3,0% im Jahr 1999 gaben die Unternehmen 2000 3,1% ihres Umsatzes für Innovationsprojekte aus. Im Kredit- und Versicherungsgewerbe kürzten die Unternehmen ihre Innovationsbudgets um 1,9 Mrd. € oder 24%. Mit 5,8 Mrd. € gaben die Unternehmen wieder in etwa so viel für Innovationsprojekte aus wie 1997. Der Anstieg der letzten beiden Jahre war vor allem von der Euro-Umstellung und den Aufwendungen für die „Millennium“-Umstellung getrieben. Nach dem Wegfall dieser außergewöhnlichen Aktivitäten gingen die Aufwendungen offen-

sichtlich wieder auf ein für die Branche normales Niveau zurück.

### Weniger Unternehmen mit Kostenreduktionen

Der Erfolg von Prozessinnovationen ist schwierig zu messen, da der Erneuerung des Produktionsapparats unterschiedliche Motive zu Grunde liegen können. Werden Prozessinnovationen aus Rationalisierungsgründen eingeführt, kann der Anteil der eingesparten Material- und Personalkosten an den gesamten Kosten als Indikator für die Effizienz der Rationalisierungsmaßnahmen dienen. Im Jahr 2000 versuchten wieder mehr unternehmensnahe Dienstleister durch neue Verfahren Kosten einzusparen. Nach 16,7% im Jahr zuvor reduzierten 2000 17,4% der Unternehmen durch neue Prozesse ihre Kosten. In den neuen Bundesländern sank der Anteil allerdings. Die auch in der konjunkturellen

**Abbildung 3: Unternehmen mit Kostenreduktion im Kredit- und Versicherungsgewerbe nach Größenklassen (2000)**



**Lesehilfe:** In der Branche haben 26% der großen Unternehmen kostenreduzierende Prozessinnovationen eingeführt.  
**Quelle:** ZEW (2002): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2001.

Das Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), Mannheim, untersucht seit 1993 im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (bmb+f) in Zusammenarbeit mit infas, 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 das Jahr 2000 vorläufige) Grundgesamtheit in Deutschland.

### Definitionen und Abgrenzungen

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, Beratungsdienstleistungen einschließlich Werbung sowie sonstige eher unternehmensnahe Dienstleistungen.

**Innovatoren** sind Unternehmen, die innerhalb eines zurückliegenden Dreijahreszeitraums zumindest ein Innovationsprojekt erfolgreich abgeschlossen, d.h. zumindest eine Innovation eingeführt haben, d.h. zumindest eine Innovation eingeführt haben. Es kommt nicht darauf an, ob ein anderes Unternehmen die Innovation bereits eingeführt hat. Wesentlich ist nur 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. **Prozessinnovationen** sind neue oder merklich verbesserte Fertigungs- und Verfahren zur Erbringung von Dienstleistungen, die im Unternehmen eingeführt werden. Neue Prozesse bzw. Verfahren, die an andere Unternehmen verkauft werden, sind Produktinnovationen.

Die zu Grunde gelegten Definitionen und Abgrenzungen entsprechen denen von Eurostat und der OECD, die im so genannten Oslo-Manual festgelegt sind.

**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**. Dazu gehören Aufwendungen für unternehmensinterne Forschung und experimentelle Entwicklung (FuE), Maschinen und Sachmittel, für anderes externes Wissen (z.B. Software, Patente und Lizenzen) und für Mitarbeiterschulungen und Weiterbildung. Darüber hinaus auch Aufwendungen für Produktgestaltung, Dienstleistungskonzeption und andere Vorbereitungen für Produktion und Vertrieb.

**Kosten senkende Prozessinnovationen** beziehen sich auf Prozessinnovationen, die zu einer Senkung der durchschnittlichen Kosten geführt haben. Kostensenkungsanteile beziehen sich auf Kosten des vorangegangenen Jahres, die durch Kosten senkende Innovationen eines Drei-Jahreszeitraums gesenkt wurden.

Erholungsphase deutlich geringere Kapazitätsauslastung in Ostdeutschland verringert die Anreize für die Unternehmen, in effizienzsteigernde Maßnahmen zu investieren. Der Kostenreduktionsanteil ist bei den unternehmensnahen Dienstleistern im Jahr 2000 um 0,6 Prozentpunkte gestiegen, von 4,2% auf 4,8%.

Im Kredit- und Versicherungsgewerbe verliert das Rationalisierungsmotiv weiter an Bedeutung. Nur noch 14% der Unternehmen reduzierten durch neue Verfahren ihre Kosten, 1999 lag der Anteil noch sechs Prozentpunkte höher. Jeweils um die 25% der großen und mittleren Unternehmen erzielte Kosteneinsparungen mit Rationalisierungsinnovationen. Von den kleinen Unternehmen der Branche dagegen reduzierten nur etwa 6% ihre Kosten durch Prozessinnovationen.

**ZEW**

Zentrum für Europäische  
Wirtschaftsforschung GmbH

IMPRESSUM

**ZEW Branchenreport Innovationen** – erscheint jährlich

**Herausgeber:** Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW) Mannheim

L 7, 1 · 68161 Mannheim · Postfach 10 34 43 · 68034 Mannheim · Tel. 0621/1235-01 · Fax 1235-224 · Internet: www.zew.de

Präsident: Prof. Dr. Wolfgang Franz

**Redaktion:** Tobias Schmidt, Telefon 0621/1235-235, Telefax 0621/1235-170, E-Mail schmidt@zew.de

**Projektteam:** Günther Ebling, Sandra Gottschalk, Dr. Norbert Janz (Leitung), Bettina Peters, Tobias Schmidt

**Nachdruck und sonstige Verbreitung:** mit Quellenangabe und Zusendung eines Belegexemplares

**Druck:** Offset-Friedrich, Ubstadt-Weiher