

ZEW Innovationen Branchenreport

Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung, Mannheim

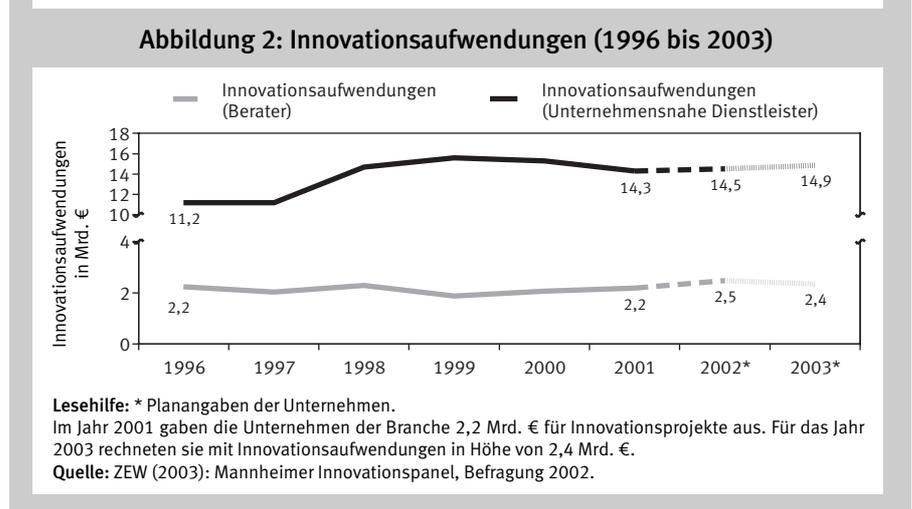
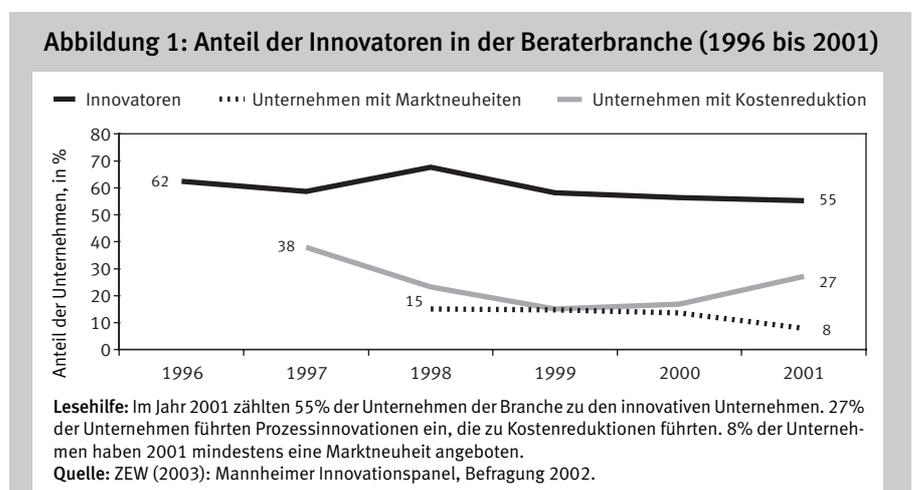
Jahrgang 10 · Nummer 19 · Mai 2003

Innovationsreport: Beratung

Der Innovatorenanteil in der Beraterbranche hat sich im Jahr 2001 kaum verändert. Es ist jedoch ein Wechsel in der Innovationsstrategie zu beobachten. Stark gestiegen ist der Anteil der Unternehmen mit Kosten reduzierenden Prozessinnovationen. Verringert hat sich dagegen der Anteil von Unternehmen mit Marktneuheiten. Die Innovationsbudgets sollen in Zukunft wieder ausgeweitet werden.

Die deutsche Wirtschaft hat trotz der seit Ende 2000 anhaltenden Wachstumsschwäche im Jahr 2001 ihre Innovationsaktivitäten nicht zurückgefahren. Auch im unternehmensnahen Dienstleistungssektor haben 2001 wieder 59% der Unternehmen Innovationen eingeführt. Zurückgegangen ist allerdings der Anteil der Unternehmen mit Marktneuheiten. In der schlechten konjunkturellen Lage, haben sich die unternehmensnahen Dienstleister wohl eher auf die Vermarktung als auf die Entwicklung von Innovationen konzentriert.

Auch in der Beraterbranche haben wieder in etwa so viele Unternehmen Innovationen eingeführt wie 2000 und auch wie in 1999. Der Innovatorenanteil hat sich leicht von 56% auf jetzt 55% verringert. Stark gestiegen ist der Anteil der Unternehmen mit Kosten senkenden Prozessinnovationen, von 17% auf 27%. Wesentlich geringer als 2000 ist dagegen der Anteil der Unternehmen mit Marktneuheiten. Nachdem in den letzten Jahren jeweils etwa 15% der Unternehmen marktneue Dienstleistungen eingeführt hatten, waren es 2001 nur noch 8%. Dies ist bereits ein erster Hinweis auf die auch für 2002 zu erwartende Innovationsschwäche der Branche. So teilte der Bundesverband



deutscher Unternehmensberater (BDU) Anfang 2002 mit, dass in der Branche eine Reihe von Innovationsprojekten verschoben bzw. ganz gestrichen wurden.

Bei den Innovationsaufwendungen ist davon allerdings noch nichts zu sehen. Die Berater gaben mit 2,2 Mrd. € etwa 100 Mio. € mehr für Innovationsprojekte aus als im

Jahr davor. Und trotz der Konjunkturfurche 2002 planten die Unternehmen mit steigenden Innovationsbudgets. Sind die Erwartungen eingetroffen, haben die Berater 2002 etwa 2,5 Mrd. € ausgegeben. Für das aktuelle Jahr 2003 rechneten sie mit einem Rückgang der Innovationsaufwendungen auf 2,4 Mrd. €.

Innovationsintensität bleibt stabil

Im Gegensatz zu vielen anderen Branchen zeichnet sich die Beraterbranche durch ein relativ stabiles Innovationsverhalten aus. Seit Beginn der Innovationserhebungen hat die Branche jährlich etwa 2 Mrd. € für Innovationsaktivitäten aufgewendet. So lag auch im Jahr 2001 dieser Wert mit 2,2 Mrd. € im langjährigen Mittel. Die Aufwendungen setzten sich je zur Hälfte zusammen aus 1,1 Mrd. € laufenden und 1,1 Mrd. € investiven Aufwendungen.

Auch der Anteil der Innovationsaufwendungen am Umsatz ist relativ stabil. Allerdings lag er im Jahr 1996 mit 2,5% noch um 0,5 Prozentpunkte höher als 2001. Der absolute Anstieg in den letzten Jahren lässt erwarten, dass die Unternehmen sich auch in Zukunft finanziell in Innovationsprojekten engagieren werden, und dies trotz der zu erwartenden schlechteren Branchenkonjunktur.

Kostenreduktionsanteil stark angestiegen

Nachdem sich der Kostenreduktionsanteil in der Beraterbranche Ende der 90er Jahre stetig verringert hat, ist er nun erstmalig gestiegen. 2001 konnten die Unternehmen ihre Kosten um knapp 4% verringern, indem sie neue Prozesse und Verfahren einführten. Allerdings bleibt die Branche auch mit einem Kostenreduktionsanteil von 3,8% noch hinter dem Durchschnitt der unternehmensnahen Dienstleister zurück. Diese konnten ihre Kosten um 4,6% verringern.

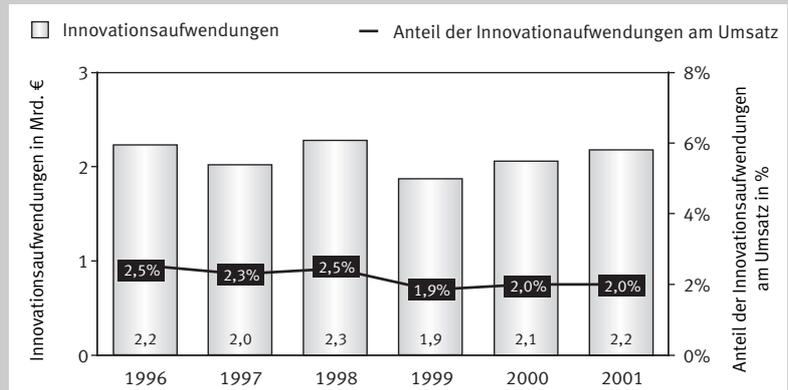
Für die Umsätze der Innovatoren in der Beraterbranche haben Marktneuheiten im Jahr 2001 in etwa die gleiche Bedeutung wie 2000. Der Umsatzanteil von marktneuen Dienstleistungen verringerte sich nur um 0,2 Prozentpunkte auf 8,1% und dies trotz des gesunkenen Anteils von Unternehmen mit Marktneuheiten insgesamt.

Rückgang bei Marktneuheiten betrifft alle Größenklassen

Vom Rückgang beim Anteil der Unternehmen mit Marktneuheiten waren beide Größenklassen gleichermaßen betroffen. Sowohl bei den Beratungsunternehmen mit mehr als 50 Beschäftigten als auch bei den kleinen Beratern verringerte sich der Anteil. Von den kleinen Unternehmen hatten 2000 noch 14% marktneue Dienstleistungen eingeführt, 2001 nur noch 7%. Bei den großen Unternehmen sank der Anteil um 9 Prozentpunkte von 35% auf 24%.

Die Beratungsunternehmen mit mehr als 50 Beschäftigten haben einen größeren Anteil ihres Umsatzes mit Marktneuheiten erwirtschaftet als die kleineren. In der oberen Größenklasse stammten 9,6% des Umsatzes aus dem Verkauf von originären Dienstleistungsinnovationen, bei den kleineren Beratern nur 3,7%.

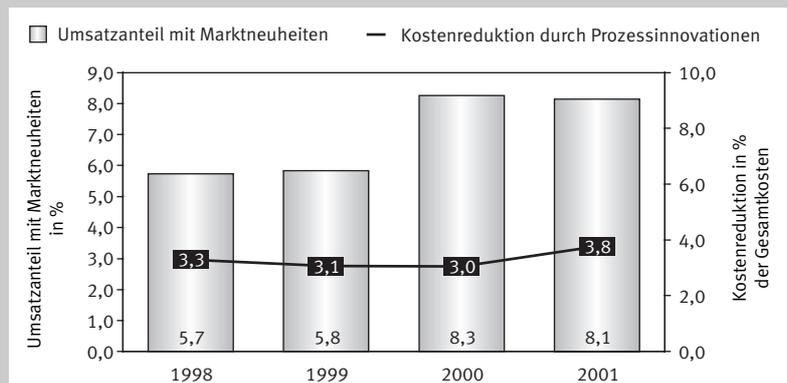
Abbildung 3: Innovationsaufwendungen und -intensität in der Beraterbranche (1996 bis 2001)



Lesehilfe: Im Jahr 2001 haben die Unternehmen der Branche 2,2 Mrd. € für Innovationsprojekte ausgegeben. Dies entspricht einem Anteil am Umsatz der Branche von 2,0%.

Quelle: ZEW (2003): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2002.

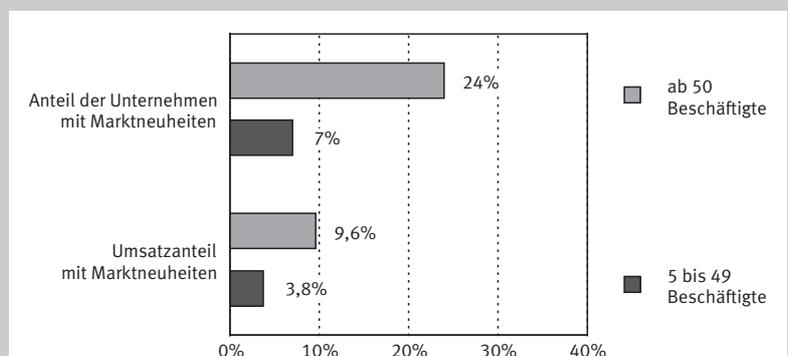
Abbildung 4: Umsatzanteile mit Marktneuheiten und Kostenreduktion in der Beraterbranche (1998 bis 2001)



Lesehilfe: Im Jahr 2001 liegt der Umsatzanteil, den die Unternehmen der Branche mit Marktneuheiten erwirtschafteten, bei 8,1%. Durch Prozessinnovationen sparten die Unternehmen 3,8% ihrer Kosten ein.

Quelle: ZEW (2003): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2002.

Abbildung 5: Unternehmen mit Marktneuheiten und Umsatzanteile mit Marktneuheiten in der Beraterbranche nach Größenklassen (2001)



Lesehilfe: In der Branche haben 24% der großen Unternehmen Marktneuheiten eingeführt und mit diesen 9,6% ihres Umsatzes erwirtschaftet.

Quelle: ZEW (2003): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2002.

Kleine Unternehmen rationalisieren häufiger

In der Beraterbranche konnten vor allem die kleinen Unternehmen mit weniger als 50 Mitarbeitern Kosten mit Prozessinnovationen einsparen. In dieser Größenklasse haben 28% der Unternehmen erfolgreich Rationalisierungsinnovationen eingeführt. Bei den größeren Beratungsunternehmen lag der Anteil nur bei 16%. 2000 war die Situation noch genau umgekehrt. Damals hatten 27% der großen und nur 17% der kleinen Beratungsunternehmen Rationalisierungsinnovationen eingeführt.

Der Kostenreduktionsanteil ist aber nach wie vor bei den großen Beratern höher als bei den kleinen. Die Durchschnittskosten der Unternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten sanken in Folge von erfolgreich abgeschlossenen Innovationsaktivitäten um etwa 2%, die der größeren Unternehmen um mehr als 4,3%.

Beim Innovatorenanteil abgeschlagen auf Platz vier

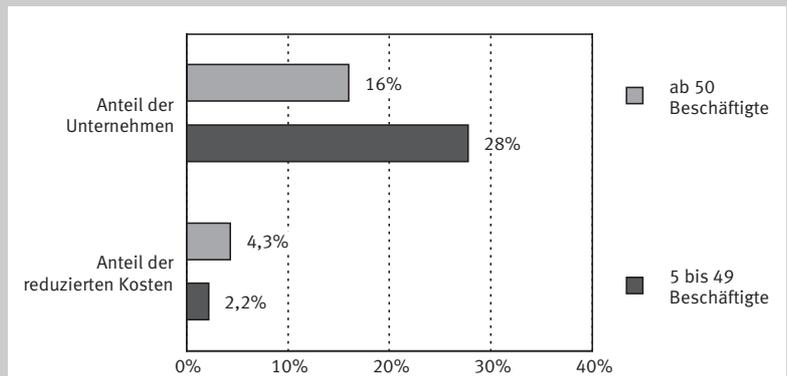
Obwohl mehr als jeder zweite Unternehmensberater innovierte, liegt der Innovatorenanteil unter dem Wert anderer Branchen des unternehmensnahen Dienstleistungssektors. Mit einem Wert von 55% beim Anteil von Unternehmen mit Produkt- oder Prozessinnovationen liegt man deutlich hinter den anderen drei Branchen, die alle einen Innovatorenanteil von mehr als 65% vorweisen können. Für die unternehmensnahen Dienstleister insgesamt ergibt sich ein Wert von 59%. Im Vergleich zu den distributiven Dienstleistern ist der Anteil aber immer noch sehr hoch.

Bei den Dienstleistern, die vor allem distributive Aufgaben erfüllen (Einzel- und Großhandel, Verkehr und Vermietung), haben nur 40% der Unternehmen Innovationen eingeführt.

Auch bei der Innovationsintensität nur auf dem letzten Platz

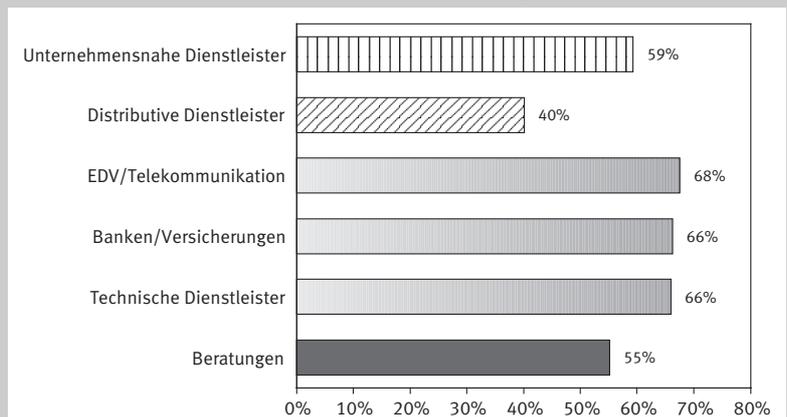
Die Beratungsbranche rangiert nicht nur beim Innovatorenanteil, sondern auch beim Anteil der Innovationsaufwendungen am Umsatz auf dem letzten Platz innerhalb der unternehmensnahen Dienstleistungen. Mit einer Innovationsintensität von 2% liegt die Branche mit deutlichem Abstand hinter den EDV- und Telekommunikationsdienstleistern. Deren Innovationsaufwendungen summierten sich 2001 auf 4,4% des Umsatzes. Zu beachten ist allerdings, dass die Innovationen, die Beratungsunternehmen hervorbringen, sich doch deutlich von den Innovationen der eher technisch orientierten Dienstleister unterscheiden. So sind die neuartigen Produkte der technischen Dienstleister und der EDV- und Telekommunikationsunternehmen zum Beispiel häufig stärker FuE-basiert als die der Beraterbranche.

Abbildung 6: Unternehmen mit Kostenreduktion und eingesparten Kosten in der Beraterbranche nach Größenklassen (2001)



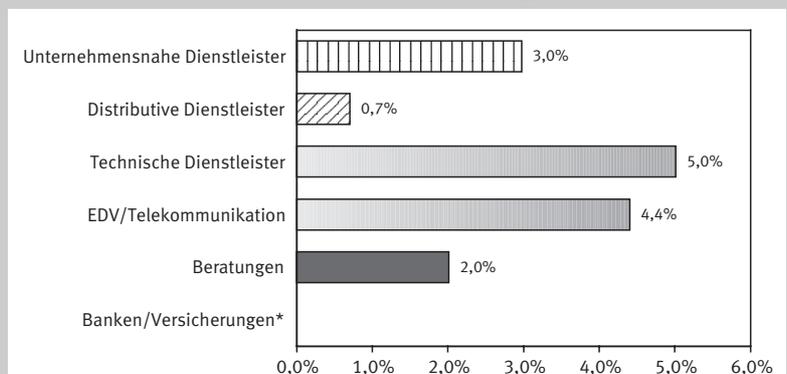
Lesehilfe: 16% der Unternehmen mit 50 und mehr Beschäftigten der Branche führten Kosten reduzierende Prozessinnovationen durch. Dadurch verminderten sich die durchschnittlichen Kosten in dieser Größenklasse um 4,3%.
Quelle: ZEW (2003): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2002.

Abbildung 7: Innovatorenanteil in ausgewählten Branchen des unternehmensnahen Dienstleistungssektors (2001)



Lesehilfe: 68% der EDV- und Telekommunikationsdienstleister führten im Jahr 2001 Innovationen ein.
Quelle: ZEW (2003): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2002.

Abbildung 8: Innovationsintensität in ausgewählten Branchen des unternehmensnahen Dienstleistungssektors (2001)



Lesehilfe: * Für Banken liegen keine Umsatzzahlen vor, daher ist auch die Innovationsintensität nicht definiert. Die technischen Dienstleister wendeten im Jahr 2001 5,0% ihres Umsatzes für Innovationsprojekte auf.
Quelle: ZEW (2003): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2002.

Wachstum trotz geringer Innovationsaktivität

Das Innovationsbenchmarking liefert Anhaltspunkte für erfolgreiches Innovationsverhalten in der Branche. Als Referenzgruppe wurden die (hochgerechnet) 25% wachstumsstärksten Unternehmen in der Branche ausgewählt. Für die Bestimmung der wachstumsstärksten Unternehmen, war das Umsatzwachstum von 2000 auf 2001 relevant.

Die Benchmark-Größen umfassen in diesem Jahr die Innovationsaufwendungen pro Umsatz (Innovationsinput), den Umsatzanteil mit Marktneuheiten und die prozentuale Kostenreduktion durch Prozessinnovationen (Innovationsergebnis). Die Umsatz- und Kostenreduktionsanteile stellen das Ergebnis von Innovationen der zurückliegenden drei Jahre dar.

Für das Umsatzwachstum der Beraterbranche waren Innovationsaktivitäten im Jahr 2001 nur von untergeordneter Bedeutung. Die stark gewachsenen Unternehmen der Branche haben nur 1% ihres Umsatzes

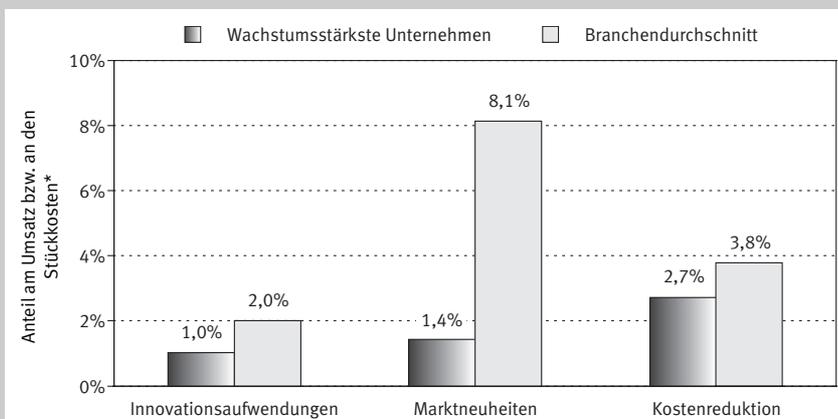
für innovative Vorhaben verwendet, die Branche im Schnitt stellte dagegen 2% ihres Umsatzes zur Verfügung.

Der Beitrag von Marktneuheiten zum Umsatz ist bei den dynamischeren Unternehmen sehr gering. Nur 1,4% des Umsatzes erzielten die stark gewachsenen Unternehmen durch den Verkauf von marktneuen Dienstleistungen, im Branchenschnitt sind es dagegen über 8%.

Auch bei den Kosteneinsparungen waren die weniger stark gewachsenen Beratungsunternehmen erfolgreicher. Sie reduzierten ihre Kosten um 3,8%, die dynamischeren Unternehmen dagegen nur um 2,7%.

Die Unternehmen, die im Jahr 2001 besonders stark auf Innovationen gesetzt haben, konnten dies noch nicht in überdurchschnittliches Wachstum umsetzen. Wahrscheinlich ist, dass die Wachstumseffekte von den Beratungsunternehmen erst mit einer Zeitverzögerung realisiert werden.

Abbildung 9: Benchmarking für Innovationsinput und -ergebnis in der Beraterbranche (2001)



Lesehilfe: Die wachstumsstärksten Unternehmen der Branche erzielten 1,4% ihres Umsatzes mit Marktneuheiten, während der Umsatzanteil mit Marktneuheiten im Branchendurchschnitt bei 8,1% lag. Das Wachstum bezieht sich auf die Veränderung des Umsatzes zwischen 2000 und 2001.

* Innovationsaufwendungen bzw. Marktneuheiten gemessen als Anteile am Umsatz; Kostenreduktion gemessen als Anteil an den Kosten.

Quelle: ZEW (2003): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2002.

Definitionen und Abgrenzungen

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.

Innovatoren sind Unternehmen, die innerhalb eines zurückliegenden Dreijahreszeitraums zumindest ein Innovationsprojekt erfolgreich abgeschlossen, 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 Produkte bzw. Dienstleistungen, die ein Unternehmen auf den Markt gebracht hat. **Prozessinnovationen** sind neue oder merklich verbesserte Fertigungs- und Verfahrenstechniken bzw. 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.

Umsatzanteile mit Produktinnovationen beziehen sich auf den Umsatz des betreffenden Jahres, der mit neuen oder merklich verbesserten Produkten eines zurückliegenden Dreijahreszeitraums erzielt worden ist. **Umsatzanteile mit Marktneuheiten** beziehen sich auf den Umsatz des betreffenden Jahres mit Marktneuheiten der jeweils letzten drei Jahre.

Auf Grund der Vorgaben von Eurostat, im Rahmen der Harmonisierung der Community Innovation Surveys (CIS 3), wurden Fragen zu Produktinnovationen umgestellt, sodass die Angaben für das Jahr 2000 und 2001 nicht mehr mit den Vorjahren vergleichbar sind. Dies betrifft in erster Linie Ergebnisse für die Dienstleistungsunternehmen, aber auch einzelne Branchen des verarbeitenden Gewerbes.

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

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 4.000 - 5.000 Unternehmen gibt jährlich zu seinen Innovationsaktivitäten und -strategien Auskunft. Die Angaben werden hochgerechnet auf die (für das Jahr 2000 vorläufige) Grundgesamtheit in Deutschland.

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: Dr. Christian Rammer, Günther Ebling, Sandra Gottschalk, Dr. Norbert Janz (Leitung bis September 2002), Bettina Peters, Tobias Schmidt

Nachdruck und sonstige Verbreitung: mit Quellenangabe und Zusendung eines Belegexemplares