

Innovationsreport: Kredit- und Versicherungsgewerbe

Im Kredit- und Versicherungsgewerbe ging im Jahr 2002 der Innovatorenanteil stark zurück. Auch der Anteil von Unternehmen mit Marktneuheiten hat sich weiter verringert. Die Innovationsaufwendungen sind 2002 gestiegen und sollen bis 2004 konstant bleiben. Das wichtigste Innovationshemmnis waren organisatorische Probleme.

Nachdem die Unternehmen der deutschen Wirtschaft im Jahr 2001 trotz anhaltender Wachstumsschwäche die Durchführung von Innovationsaktivitäten nicht zurückgefahren hatten, kam es nun im Jahr 2002 zu Einschnitten auch in diesem Bereich. Der Innovatorenanteil bei den unternehmensnahen Dienstleistern verringerte sich besonders stark, von 57 auf 50%. Dies liegt primär am Rückgang bei den sonstigen Dienstleistern (Reinigung, Sicherheitsdienste, Arbeitnehmerüberlassung, Entsorgung).

Die Innovationsaufwendungen erreichten 2002 jedoch erneut einen neuen Höchststand, da vor allem die industriellen Großunternehmen in Summe weiter kräftig in Innovationen investierten. Die Innovationsbudgets der unternehmensnahen Dienstleister waren im Jahr 2002 mit etwa 17 Mrd. € ebenfalls so hoch wie noch nie zuvor. Im Jahr 2003 sollen die Aufwendungen wieder leicht zurückgegangen sein (-2%). Bereits 2004 sollen sie dann aber wieder das Niveau von 2002 (17 Mrd. €) erreicht haben.

Im Kredit- und Versicherungsgewerbe ist von 2001 auf 2002 der Innovatorenanteil sehr stark zurückgegangen. Nachdem 2001 noch 65% der Unternehmen

Abbildung 1: Anteil der Innovatoren im Kredit- und Versicherungsgewerbe (1996 bis 2002)

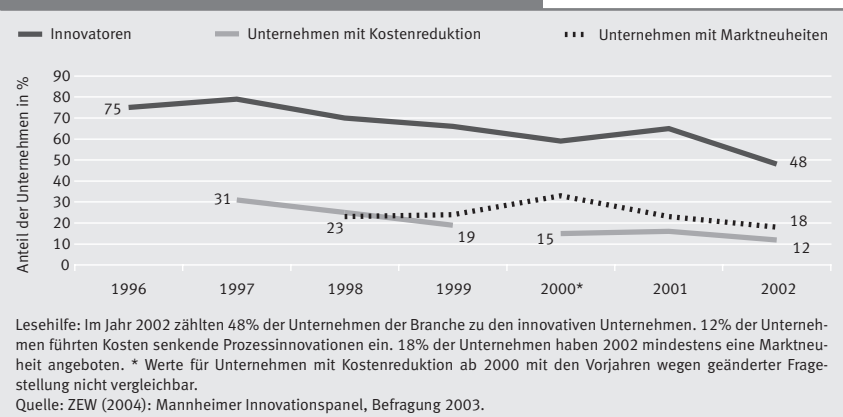
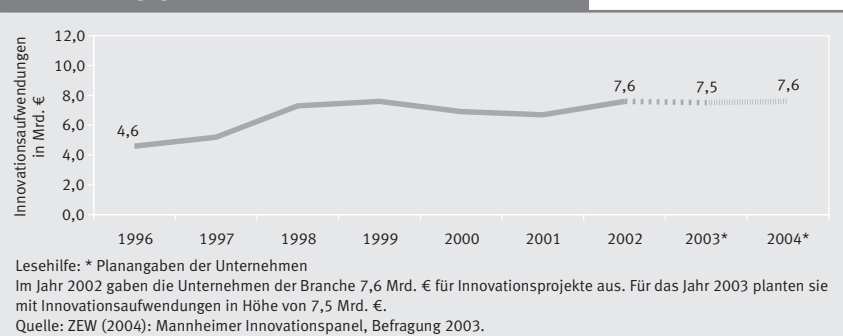


Abbildung 2: Innovationsaufwendungen im Kredit- und Versicherungsgewerbe (1996 bis 2004)



in der Branche innovative Dienstleistungen und Verfahren eingeführt hatten, waren es 2002 nur noch 48%. Seit dem Höchststand des Innovatorenanteils im Jahr 1997 (79%) hat er sich damit, mit Ausnahme von 2001, stetig verringert. Insbesondere Prozessinnovationen wurden von weniger Unternehmen eingeführt (2001: 47%; 2002: 35%). Der Anteil von Unternehmen mit Kosten senkenden Prozessinnovationen ist aller-

dings nur von 16% auf 12% zurückgegangen. Ebenfalls geringer als noch im Jahr 2001 war in 2002 der Anteil von Unternehmen mit Marktneuheiten. Er fiel von 23% auf 18%. Die Innovationsaufwendungen der Branche stiegen von 6,7 auf 7,6 Mrd. € und sollen bis 2004 auf diesem Niveau bleiben. Diejenigen Unternehmen, die weiterhin innovativ waren, haben also ihr finanzielles Engagement ausgeweitet.

Prozessinnovationen häufig qualitätssteigernd

Im Kredit- und Versicherungsgewerbe haben 35% der Unternehmen Prozessinnovationen eingeführt. Diese Innovationen haben sich bei 72% der Prozessinnovatoren auf die Qualität der angebotenen Dienstleistungen ausgewirkt. Kosteneinsparungen durch den Einsatz von innovativen Verfahren im Unternehmen erzielten dagegen nur 35% der Prozessinnovatoren in der Branche. Bei 28% der Kredit- und Versicherungsunternehmen traten beide Auswirkungen auf. 21% der Prozessinnovatoren führten neue Prozesse und Verfahren ein, die weder zu Kosteneinsparungen noch zu Qualitätssteigerungen führten. Dies bedeutet jedoch nicht, dass die Prozessinnovationen dieser Unternehmen ohne Auswirkung geblieben sind. Prozessinnovationen können zum Beispiel auch darauf abzielen, die Flexibilität der Dienstleistungserbringung zu verbessern.

Produktinnovationen häufig Sortimentsneuheiten

Etwa eine Fünftel der Unternehmen im Kredit- und Versicherungsgewerbe (24%) hat im Jahr 2002 sog. „Sortimentsneuheiten“ eingeführt, d.h. innovative Produkte, für die es im eigenen Unternehmen keine Vorgängerprodukte gab. Marktneuheiten sind in der Branche seltener zu finden als Sortimentsneuheiten. Im Vergleich zu anderen Dienstleistungsbranchen ist der Anteil von Kredit- und Versicherungsunternehmen mit originären Produktinnovationen mit 18% aber relativ hoch. Nur in der EDV- und Telekommunikationsbranche (27%) und bei den technischen Dienstleistern (28%) ist der Anteil noch höher. Auch der Produktinnovatorenanteil ist vergleichsweise groß. Die sich schnell ändernden Kundenwünsche erfordern ein innovatives Dienstleistungsangebot, um Marktanteile ausweiten oder halten zu können.

Kunden sind die wichtigste Innovationsquelle

Die wichtigsten Impulse für Innovationen im Kredit- und Versicherungsgewerbe kamen im Jahr 2002 von den Kunden. 45% der Unternehmen gaben an, dass Sie innovative Dienstleistungen und Verfahren entwickelt haben, um auf Kundenwünsche einzugehen. Aber auch Wettbewerber waren für einen großen Teil der Kredit- und Versicherungsunternehmen (40%) eine wichtige Quelle für Innovationen. Die große Bedeutung von Gesetzen und Regulierungen ist auch mit den Vorbereitungen der Kreditinstitute für Basel II zu erklären. Nur für wenige Unternehmen war die Wissenschaft (Hochschulen; öffentlich finanzierte Forschungseinrichtungen) eine Innovationsquelle. Gerade einmal 1% der Kredit- und Versicherungsunternehmen haben Innovationen eingeführt, die erst aufgrund neuer Forschungsergebnisse ermöglicht wurden.

Abbildung 3: Effekte von Prozessinnovationen im Kredit- und Versicherungsgewerbe (2002)

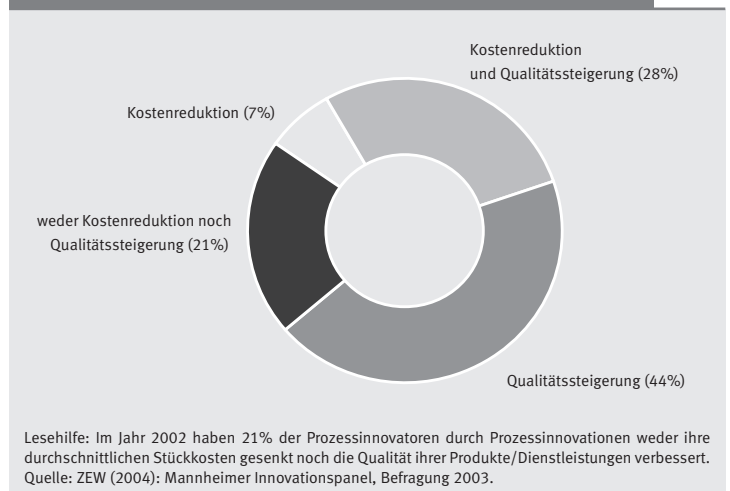


Abbildung 4: Arten von Produktinnovationen im Kredit- und Versicherungsgewerbe (2002)

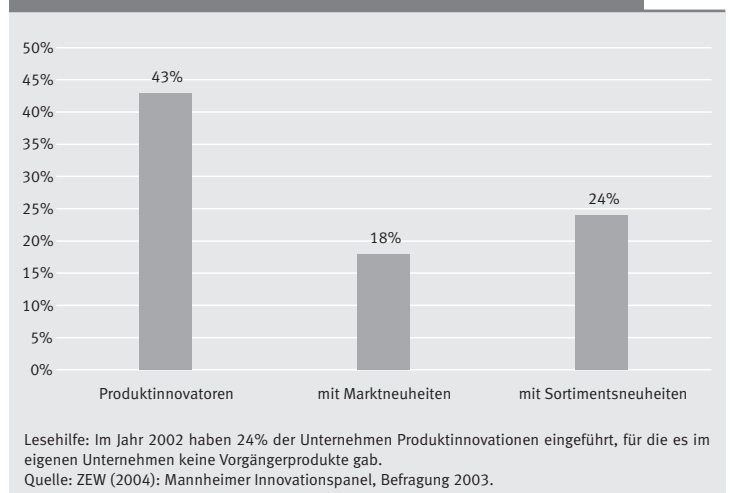
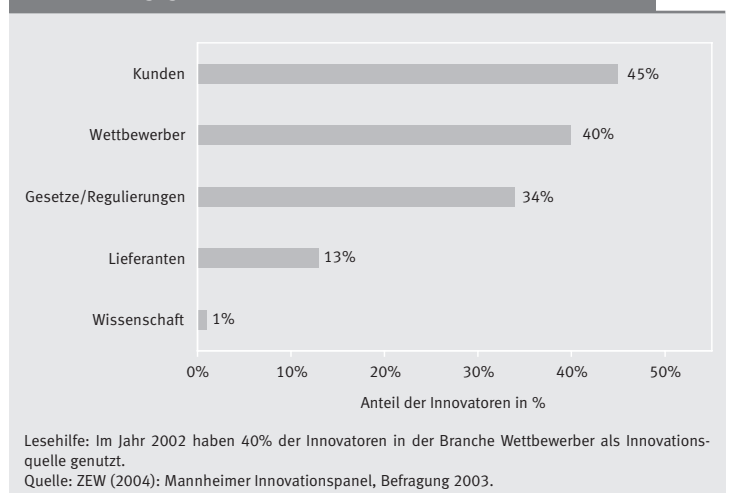


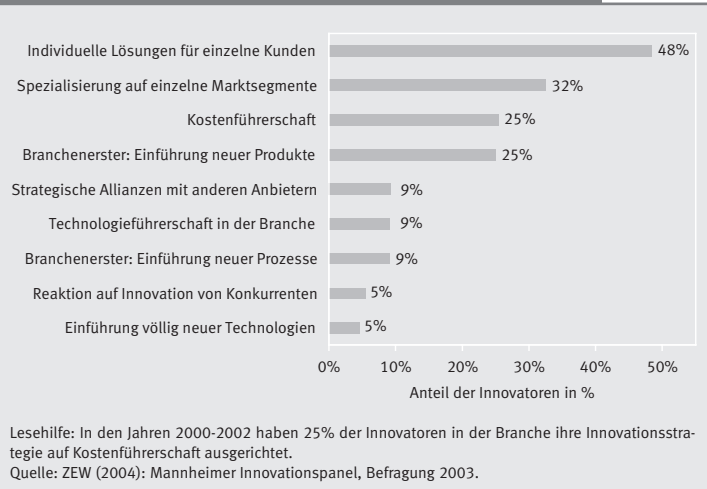
Abbildung 5: Nutzung von Innovationsquellen im Kredit- und Versicherungsgewerbe (2002)



Ausrichtung der Innovationsaktivitäten auf individuelle Kundenwünsche

Die Kredit- und Versicherungsunternehmen haben ihre Innovationsstrategien in den Jahren 2000-2002 vor allem darauf ausgerichtet, individuelle Lösungen für ihre Kunden anbieten zu können. Fast die Hälfte der Innovatoren (48%) gab an, dass diese Ausrichtung für sie von großer Bedeutung war. Ebenfalls weit verbreitet war die Innovationsstrategie „Spezialisierung auf einzelne Marktsegmente“, die 32% der Innovatoren in der Branche als sehr bedeutend einstufen. Der hohe Kostendruck wirkte sich auch auf die Innovationsstrategien aus. Ein Viertel der Innovatoren strebte bei Innovationsaktivitäten die Kostenführerschaft an. Nur wenige Innovatoren richteten ihre Innovationsstrategien in hohem Maße darauf aus, völlig neue Technologien einzuführen.

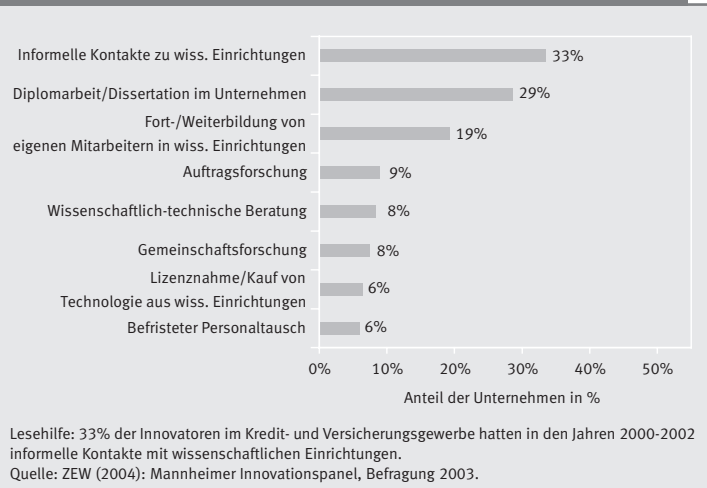
Abbildung 6: Innovationsstrategien mit hoher Bedeutung im Kredit- und Versicherungsgewerbe (2002)



Viele Unternehmen haben informelle Kontakte zur Wissenschaft

33% der Innovatoren im Kredit- und Versicherungsgewerbe unterhalten informelle Kontakte zu wissenschaftlichen Einrichtungen. Dies zeigt den Unterschied zwischen Innovations- und Informationsquelle auf. Informationen aus wissenschaftlichen Einrichtungen nutzten relativ viele Unternehmen, während nur wenige Innovationen erst durch neue Forschungsergebnisse möglich wurden (vgl. Abb. 5). Die innovativen Unternehmen hatten auch indirekt Kontakt zu den Hochschulen. 29% der Innovatoren vergaben Diplomarbeiten und Dissertationen, 19% nutzten die Fort- und Weiterbildungsangebote der wissenschaftlichen Einrichtungen für ihre Mitarbeiter. Seltener war die Lizenznahme oder der Kauf von Technologien aus wiss. Einrichtungen und der befristete Personalaustausch.

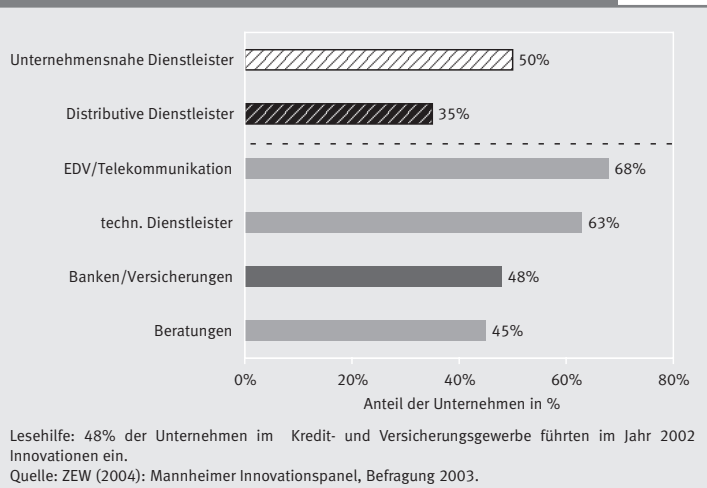
Abbildung 7: Bedeutung der Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Einrichtungen im Kredit- und Versicherungsgewerbe (2002)



Beim Innovatorenanteil nur noch Dritter

Das Kredit- und Versicherungsgewerbe erreichte im Jahr 2002 mit einem Innovatorenanteil von 48% nur noch den dritten Platz unter den unternehmensnahen Dienstleistern. Im Jahr 2001 war die Branche noch gleich auf mit den technischen Dienstleistern, 2002 liegen die Finanzdienstleister knapp vor den Beratungsunternehmen, von denen 45% innovative Dienstleistungen oder Prozesse einführen. Nach dem Rückgang des Anteils von Unternehmen mit Innovationen im Kredit- und Versicherungsgewerbe, liegt die Branche nun auch unter dem Durchschnitt der unternehmensnahen Dienstleister insgesamt. Von den Unternehmen, die überwiegend Dienstleistungen für Unternehmen erbringen, haben 50% Innovationen eingeführt. Für die distributiven Dienstleister ergibt sich ein Anteil von 35%.

Abbildung 8: Innovatorenanteil in ausgewählten Branchen des unternehmensnahen Dienstleistungssektors (2002)



ORGANISATORISCHE PROBLEME BEHINDERN DIE INNOVATIONSAKTIVITÄTEN

Das wichtigste Hindernis für die Innovationsaktivitäten der Kredit- und Versicherungsunternehmen waren im Jahr 2002 die organisatorischen Probleme im Unternehmen selbst. Dieses Innovationshemmnis war bei 15% der Unternehmen relevant, d.h. Innovationsprojekte wurden abgebrochen oder gar nicht erst begonnen bzw. die Projektlaufzeit verlängerte sich deutlich, weil organisatorische Probleme auftraten.

Ein Grund für das verstärkte Auftreten bzw. die zunehmende Wahrnehmung dieses Hemmnisses könnte die Fusionswelle im Finanzsektor sein, die von Umstrukturierungen begleitet war. Gesetze und andere rechtliche Regelungen sind einerseits eine wichtige Innovationsquelle (Abb. 5), andererseits behindern sie aber auch die Innovationsaktivitäten der Kredit- und Versicherungsunternehmen. Bei 10% der Unternehmen in der Branche wurden die Innovationsaktivitäten dadurch Gesetze und andere rechtliche Regelungen be- und verhindert. Immerhin 8% führten den Fachkräftemangel als Innovationshemmnis an. In anderen Branchen, zum Beispiel bei den EDV- und Telekommunikationsdienstleis-

stern, war dieses Hemmnis jedoch wesentlich wichtiger (24%). Der Mangel an Finanzierungsquellen spielte beim Finanzsektor nur eine untergeordnete Rolle, für viele andere Branchen stellte er dagegen eines der wichtigsten Innovationshemmnisse dar. Bei den unternehmensnahen Dienstleistern zum Beispiel, haben 23% der Unternehmen angegeben, aufgrund von fehlenden Finanzierungsquellen in ihren Innovationsanstrengungen behindert worden zu sein. Die hohe Bedeutung der Kunden als Innovationsquelle und die Ausrichtung der Innovationsstrategie auf die Erstellung individueller Lösungen für einzelne Kundenwünsche führten dazu, dass die Kredit- und Versicherungsunternehmen kaum durch fehlende Marktinformationen bei ihren Innovationsaktivitäten behindert wurden. Nur bei knapp 2% der Unternehmen trat dieses Innovationshemmnis auf, bei den unternehmensnahen Dienstleistern insgesamt bei etwa 6%. Mangelnde Kundenakzeptanz führten ebenfalls nur 2% der Unternehmen im Kredit- und Versicherungsgewerbe als Innovationshemmnis auf (unternehmensnahe Dienstleister: 11%).

Definitionen und Abgrenzungen

Der Wirtschaftszweig **Kredit- und Versicherungsgewerbe** umfasst die in den NACE-Klassifikationen 65 bis 67 genannten Teilbranchen. Hierzu gehören z.B. 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. 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.

Marktsneuheiten sind neue oder merklich verbesserte Produkte bzw. Dienstleistungen, die ein Unternehmen als erster Anbieter auf dem Markt eingeführt hat. Der relevante Markt ist aus Sicht der Unternehmen definiert.

Sortimentsneuheiten sind neue oder merklich verbesserte Produkte bzw. Dienstleistungen, die keine Vorgängerprodukte bzw. -dienstleistungen im Unternehmen haben. Durch Angebotsneuheiten weiten Unternehmen ihre Angebotspalette aus und bedienen Kundenbedürfnisse, die bislang durch die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens nicht abgedeckt wurden. Angebotsneuheiten wurden erstmals 2002 erfasst.

Kosten senkende Prozessinnovationen beziehen sich auf Prozessinnovationen, die zu einer Senkung der durchschnittlichen Kosten geführt haben.

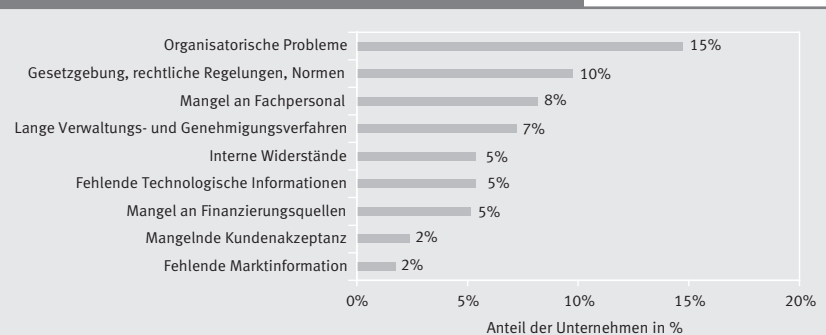
Qualitätssteigernde Prozessinnovationen sind Prozessinnovationen, die im Ergebnis die Produkt- bzw. Dienstleistungsqualität erhöhen. Sie gehen häufig mit Produktinnovationen einher. Qualitätsverbesserungen durch Prozessinnovationen wurden erstmals 2002 erfasst.

Umsatzanteile mit Marktsneuheiten beziehen sich auf den Umsatz des betreffenden Jahres mit Marktsneuheiten der jeweils letzten drei Jahre.

Kostensenkungsanteile beziehen sich auf Kosten des vorangegangenen Jahres, die durch Kosten senkende Innovationen eines Dreijahreszeitraums gesenkt wurden.

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, 2001 und 2002 nicht mehr mit den Vorjahren vergleichbar sind. Dies betrifft in erster Linie Ergebnisse für die Dienstleistungsunternehmen, aber auch einzelne Branchen des verarbeitenden Gewerbes.

Abbildung 9: Innovationshemmnisse bei Unternehmen im Kredit- und Versicherungsgewerbe (2002)



Lesehilfe: Bei 15% der Unternehmen der Branche wurden die Innovationsaktivitäten durch organisatorische Probleme behindert.
Quelle: ZEW (2004): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2003.

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 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. 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 2002 vorläufige) Grundgesamtheit in Deutschland. Die Werte für 2001 und 2002 sind vorläufig.



Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH

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: Tobias Schmidt, Telefon 0621/1235-235, Telefax 0621/1235-170, E-Mail: schmidt@zew.de
Projektteam: Dr. Christian Rammer, Thorsten Doherr, Bettina Peters, Tobias Schmidt
Nachdruck und sonstige Verbreitung (auch auszugsweise): mit Quellenangabe und Zusendung eines Belegexemplars
 © Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW), Mannheim, 2004
 Weitere Informationen: www.zew.de/innovation

IMPRESSUM