

# ZEW Branchenreport

Jahrg. 17 · Nr. 20 · Januar 2010

Ergebnisse der deutschen Innovationserhebung 2009

## Beratung und Werbung

Die wirtschaftliche Entwicklung der Beratungs- und Werbebranche im Jahr 2008 war eher uneinheitlich. Während die Beraterbranche zweistellige Umsatzsteigerungen verbuchen konnte, gingen die Umsätze der Werbebranche leicht zurück. Die Entwicklung der Innovationsaktivitäten war dem uneinheitlichen wirtschaftlichen Umfeld entsprechend gespalten. Die Innovatorenquote - das ist der Anteil der Unternehmen, die neue Produkte oder neue Prozesse eingeführt haben - ging leicht um etwa einen Prozentpunkt auf 39 % zurück. Für 2009 waren die Unternehmen der Beratungs- und Werbebranche im Hinblick auf ihre Innovationsbereitschaft wieder zuversichtlicher. Der

Anteil der innovativen Unternehmen dürfte 2009 auf über 40 % steigen, im Jahr 2010 allerdings wieder unter den Wert von 2008 sinken.

Die Innovationsaufwendungen gingen im Jahr 2008 auf 1,86 Mrd. € zurück (-0,15 Mrd. € gegenüber 2007) und sollen 2009 und 2010 auf diesem Niveau verbleiben. Mit einem Anteil der Innovationsausgaben am Umsatz von 1,3 % weist die Beratungs- und Werbebranche eine niedrige Innovationsintensität im Branchenvergleich auf.

Ebenfalls niedrig ist der Umsatzanteil neuer Produkte. Er betrug 2008 nur 10,7 %, nach noch 18,0 % in 2007. Dagegen konnte der Branchenumsatz aufgrund von Quali-

tätsverbesserungen um 3,0 % gesteigert werden, nach 2,2 % im Vorjahr. Die Kosteneinsparungen durch Prozessinnovationen blieben 2008 mit 2,6 % unter dem hohen Vorjahrsniveau. Dabei standen höher Kosteneinsparungen in der Teilbranche Unternehmensberatung sehr niedrigen Rationalisierungserfolgen in der Werbebranche gegenüber.

Der Anteil der Unternehmen in der Beratung und Werbung, die im Jahr 2008 Forschung und Entwicklung (FuE) betrieben, war mit 10 % zwar etwas höher als im Vorjahr, zeigt aber, dass FuE in der Branche nur eine geringe Rolle spielt. Nur 4 % der Unternehmen waren kontinuierlich in FuE tätig.

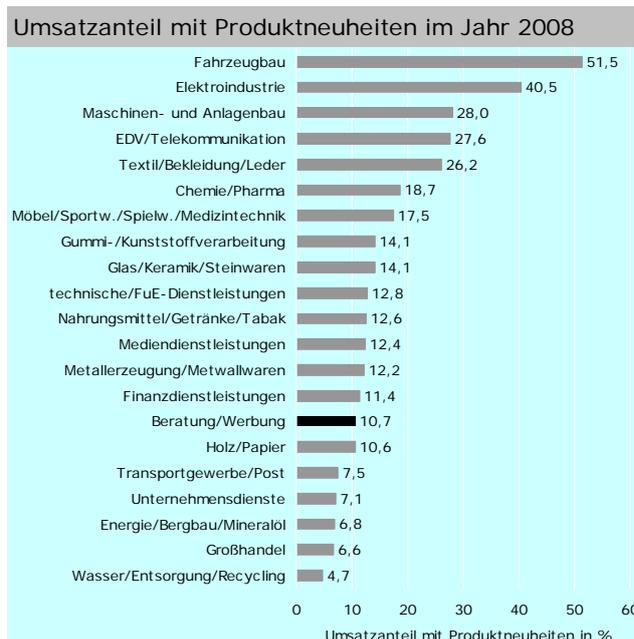
**ACHTUNG:** Mit dem Berichtsjahr 2008 wurde im internationalen System der Wirtschaftsstatistik eine neue Systematik der Wirtschaftszweige (WZ08) eingeführt. Dadurch ändert sich mitunter die Branchenzuordnung von Unternehmen. Dies betrifft in geringem Ausmaß auch die Beratung und Werbung. Im ZEW-Branchenreport Innovationen umfasst die Branche nunmehr folgende Aktivitätsbereiche:

- Wirtschafts-, Steuer-, Rechtsberatung (WZ08 69): Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Buchführung, Rechtsberatung, Notariate.
- Unternehmensberatung (WZ08 70 ohne 70.1): Strategie-, Management-, Organisations-, Personal-, Innovations- und sonstige Unternehmensberatung, Public-Relations-Beratung.
- Werbung (WZ08 73): Werbeagenturen, Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten und Werbeflächen, Markt- und Meinungsforschung.

Die Verwaltung von Unternehmen sowie Holdinggesellschaften sind nicht Teil der Branche Beratung/Werbung.

Die neue Brancheneinteilung wird zurück bis zum Berichtsjahr 2006 ausgewiesen. Zwischen 2005 und 2006 besteht ein Bruch in der Zeitreihe.

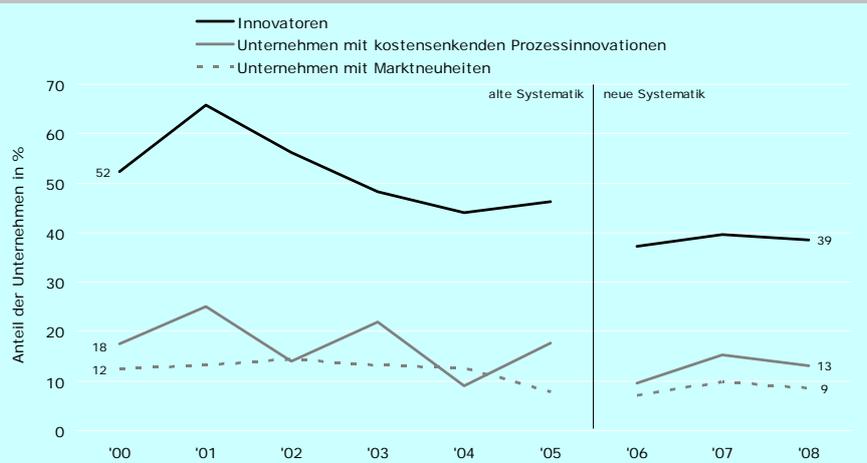
Der Bruch in der Zeitreihe wird außerdem dadurch verstärkt, dass gleichzeitig die statistischen Basiszahlen (Anzahl der Unternehmen und Beschäftigten, Umsatz) ab 2006 aus dem Unternehmensregister des Statistischen Bundesamts (und nicht mehr, wie zuvor, aus den Fachstatistiken) stammen. Dies betrifft insbesondere die Beratungs- und Werbebranche, da die Umsatz-, Beschäftigten- und Unternehmenszahlen laut Unternehmensregister deutlich von denen der zuvor den Hochrechnungen zugrunde gelegten Dienstleistungsstatistik abweichen.



Lesehilfe: Die Unternehmen der Beratungs- und Werbebranche gaben im Jahr 2008 1,3 % ihres Umsatzes für Innovationsprojekte aus. Quelle: ZEW/ISI (2010): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2009.

Lesehilfe: In der Beratungs- und Werbebranche wurden im Jahr 2008 10,7 % des Branchenumsatzes mit Produktneheiten (= Produkte, die jünger als 3 Jahre sind) generiert. Quelle: ZEW/ISI (2010): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2009.

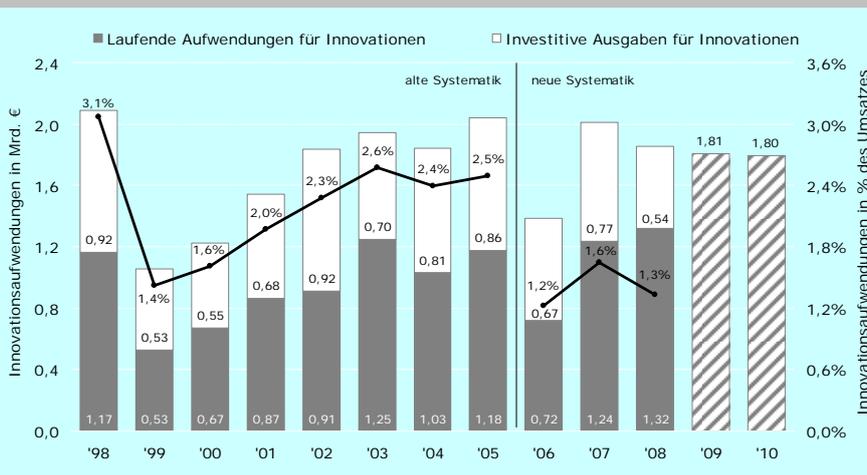
Anteil der Innovatoren in der Beratung und Werbung 2000 - 2008



Lesehilfe: Im Jahr 2008 konnten 39 % der Unternehmen in der Beratungs- und Werbebranche erfolgreich neue Produkte oder Prozesse einführen. 13 % führten kostensenkende Prozessinnovationen ein, 9 % der Unternehmen haben 2008 mindestens eine Marktneuheit angeboten. Quelle: ZEW/ISI (2010): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2009.

- **Innovatoren** sind Unternehmen, die innerhalb eines zurückliegenden Dreijahreszeitraums zumindest ein Innovationsprojekt erfolgreich abgeschlossen haben, d.h. zumindest eine Produkt- oder Prozessinnovation eingeführt haben. Es kommt nicht darauf an, ob ein anderes Unternehmen diese Innovation bereits eingeführt hat.
- **Unternehmen mit Marktneuheiten** haben im zurückliegenden Dreijahreszeitraum zumindest ein neues oder merklich verbessertes Produkt als erster Anbieter auf dem für das Unternehmen relevanten Markt eingeführt. Der Indikator misst den Anteil der Unternehmen, die das Angebot einer Branche an originär neuen Produkten erweitern.
- **Unternehmen mit kostensenkenden Prozessinnovationen** haben im zurückliegenden Dreijahreszeitraum zumindest einen neuen oder merklich verbesserten Prozess eingeführt, der zu einer Senkung der durchschnittlichen Kosten je Stück oder Vorgang geführt hat. Der Indikator misst somit den Anteil der Unternehmen, die mit Hilfe von Innovationen ihre preisliche Wettbewerbsfähigkeit verbessern.

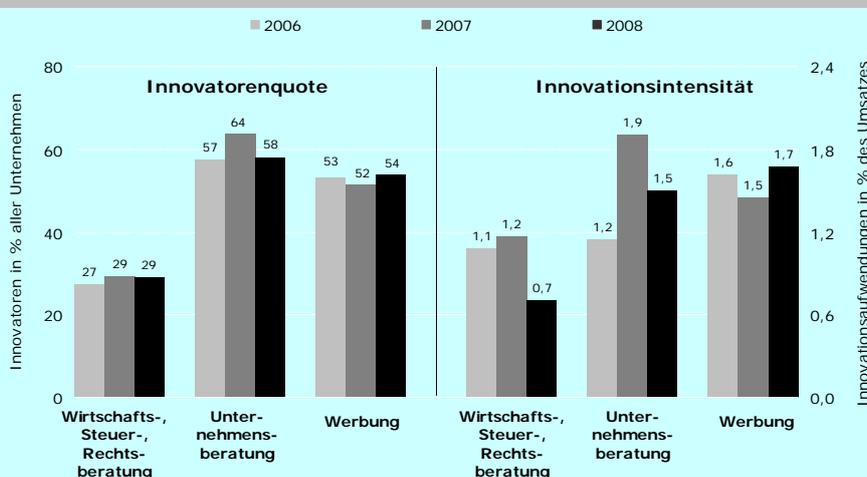
Innovationsaufwendungen in der Beratung und Werbung 1998 - 2010



Lesehilfe: Im Jahr 2008 entfielen von den insgesamt 1,86 Mrd. € Innovationsaufwendungen der Beratungs- und Werbebranche 1,32 Mrd. € auf laufende und 0,54 Mrd. € auf investive Innovationsaufwendungen. Die Innovationsintensität betrug 1,3 %. Quelle: ZEW/ISI (2010): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2009.

- **Innovationsaufwendungen** beziehen sich auf die Aufwendungen für laufende, abgeschlossene und abgebrochene Projekte, die die Entwicklung und Einführung von Produkt- oder Prozessinnovationen zum Ziel haben. Dazu zählen interne und externe FuE sowie innovationsbezogene Ausgaben für Sachanlagen und immaterielle Wirtschaftsgüter, Weiterbildung, Marketing, Konzeption, Konstruktion, Design sowie Produktions- und Vertriebsvorbereitung.
- **Laufende Innovationsaufwendungen** umfassen Personal- und Sachaufwendungen inkl. Dienstleistungsaufträge an Dritte, **investive Ausgaben für Innovationen** umfassen Investitionen in Maschinen, Fahrzeuge, Geräte, Gebäude, Software und gewerbliche Schutzrechte.
- Die **Innovationsintensität** misst die gesamten Innovationsaufwendungen der Unternehmen einer Branche in % des gesamten Branchenumsatzes (inkl. des Umsatzes nicht innovativ tätiger Unternehmen).
- **Planzahlen** für die Innovationsaufwendungen der Jahre 2009 und 2010 wurden im Frühjahr und Sommer 2009 erhoben.

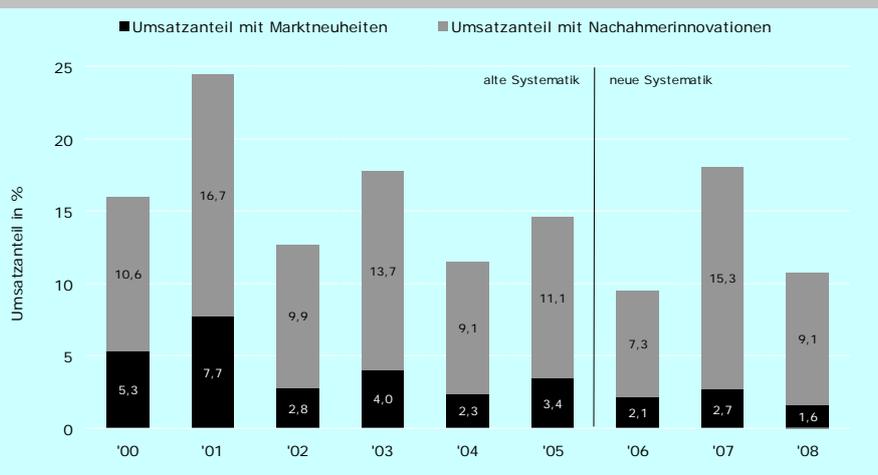
Innovatorenquote und Innovationsintensität nach Teilbranchen der Beratung und Werbung 2006 - 2008



Lesehilfe: In der Wirtschafts-/Steuer-/Rechtsberatung lag die Innovatorenquote 2008 bei 29 %, der Unternehmensberatung bei 58 % und der Werbung bei 54 %. Die Innovationsintensität betrug 2008 in der Wirtschafts-/Steuer-/Rechtsberatung 0,7 %, der Unternehmensberatung 1,5 % und der Werbung 1,7 %. Quelle: ZEW/ISI (2010): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2009.

- **Wirtschafts-, Steuer- und Rechtsberatung** (WZ08 69): Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Buchführung, Rechtsberatung, Notariate.
- **Unternehmensberatung** (WZ08 70 ohne 70.1): Strategie-, Management-, Organisations-, Personal-, Innovations- und sonstige Unternehmensberatung, Public-Relations-Beratung.
- **Werbung** (WZ08 73): Werbeagenturen, Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten und Werbeflächen, Markt- und Meinungsforschung.
- Die Verwaltung von Unternehmen sowie Holdinggesellschaften sind nicht Teil der Branche Beratung und Werbung.
- Die **Zuordnung der Unternehmen** zu einer Branche erfolgt auf Basis der umsatzstärksten Produktgruppe.

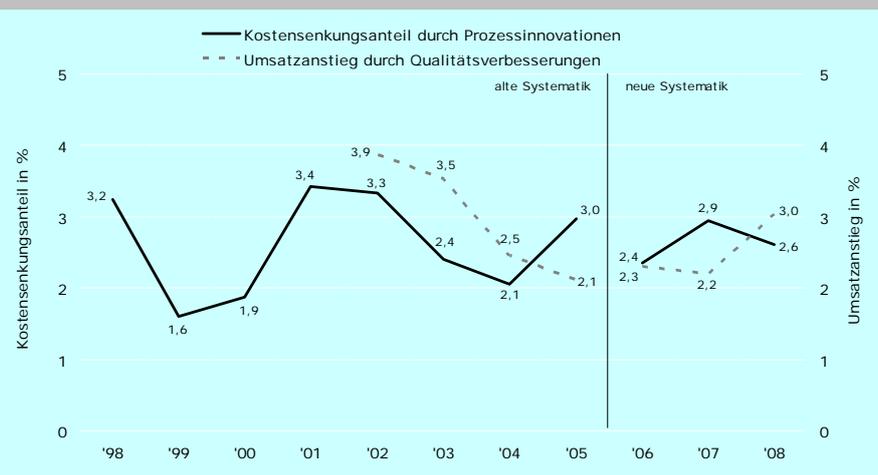
Umsatzanteil mit Produktneuheiten in der Beratung und Werbung 2000 - 2008



Lesehilfe: Im Jahr 2008 lag der Umsatzanteil, den die Unternehmen der Beratungs- und Werbebranche mit Marktneuheiten erwirtschafteten, bei 1,6 %. 9,1 % des Branchenumsatzes waren Nachahmerinnovationen. Produktneuheiten machten 2008 somit 10,7 % des Umsatzes aus. Quelle: ZEW/ISI (2010): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2009.

- Der **Umsatzanteil mit Marktneuheiten** bzw. mit **Nachahmerinnovationen** misst den Umsatz, der von den Unternehmen einer Branche mit den entsprechenden Innovationen erzielt wurde, in Prozent des gesamten Branchenumsatzes (inkl. des Umsatzes nicht innovativ tätiger Unternehmen).
- Marktneuheiten** sind neue Produkte, die ein Unternehmen als erster Anbieter auf dem für das Unternehmen relevanten Markt eingeführt hat.
- Nachahmerinnovationen** sind neue Produkte eines Unternehmens, die zum Einführungszeitpunkt schon von anderen Unternehmen in gleicher oder sehr ähnlicher Form angeboten wurden.
- Der Umsatz mit Marktneuheiten bzw. Nachahmerinnovationen bezieht sich auf entsprechende Innovationen, die im **zurückliegenden Dreijahreszeitraum** (für 2008: 2006-2008) eingeführt wurden.
- Die Umsatzanteile von Marktneuheiten und Nachahmerinnovationen ergeben zusammen den **Umsatzanteil mit Produktneuheiten**.

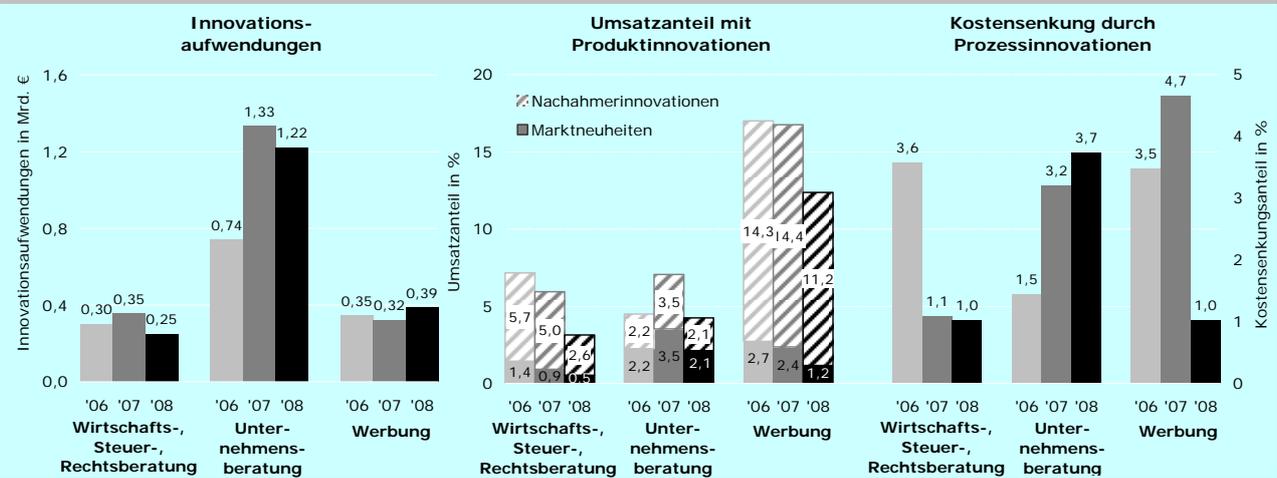
Erfolgsindikatoren von Prozessinnovationen in der Beratung und Werbung 1998 - 2008



Lesehilfe: Durch Prozessinnovationen verringerten die Unternehmen der Beratungs- und Werbebranche ihre durchschnittlichen Stückkosten im Jahr 2008 um 2,6 %. Qualitätsverbesserungen führten 2008 zu einem Umsatzanstieg von 3,0 %. Quelle: ZEW/ISI (2010): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2009.

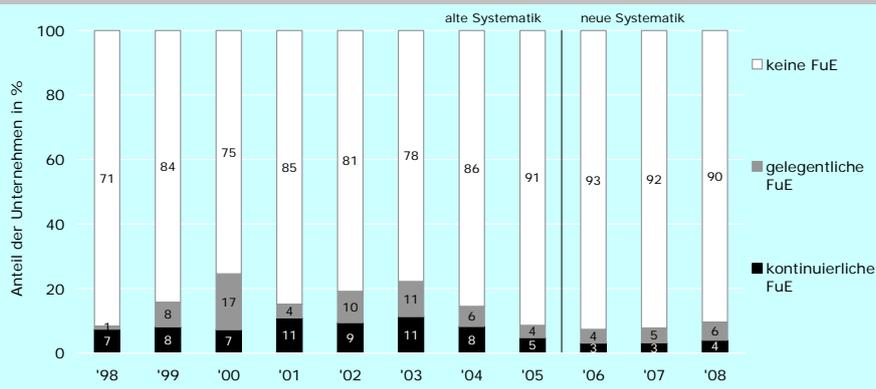
- Der **Kostensenkungsanteil durch Prozessinnovationen** bezieht sich auf die Kosten je Stück bzw. Vorgang des betreffenden Jahres, die durch Prozessinnovationen eingespart werden konnten, die im zurückliegenden Dreijahreszeitraum eingeführt worden waren. Der Indikator drückt den Umfang der innovationsbedingten Kostensenkungen in einer Branche an den Gesamtkosten aller Unternehmen der Branche aus.
- Der **Umsatzanstieg durch Qualitätsverbesserungen** misst die Umsatzausweitung im Vergleich zum Vorjahresumsatz, die auf Qualitätsverbesserungen zurückgeführt werden kann, die mit Hilfe von im zurückliegenden Dreijahreszeitraum eingeführten Prozessinnovationen erreicht wurden. Der durch Qualitätsverbesserungen erzielte zusätzliche Umsatz wird dabei in Bezug zum Gesamtumsatz aller Unternehmen der Branche gesetzt. Der Indikator gibt somit das nominelle Umsatzwachstum in einer Branche an, das auf Qualitätsverbesserungen zurückgeht. Der Indikator wird erst seit 2002 erhoben.

Innovationsaufwendungen und Innovationserfolg nach Teilbranchen der Beratung und Werbung 2006 - 2008



Lesehilfe: Die Innovationsaufwendungen der Wirtschafts-/Steuer-/Rechtsberatung beliefen sich 2008 auf 0,25 Mrd. €, in der Unternehmensberatung auf 1,22 Mrd. € und in der Werbung auf 0,39 Mrd. €. In der Wirtschafts-/Steuer-/Rechtsberatung lag der Umsatzanteil mit Marktneuheiten 2008 bei 0,5 %, in der Unternehmensberatung bei 2,1 % und in der Werbung bei 1,2 %. Quelle: ZEW/ISI (2010): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2009.

**Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten in der Beratung und Werbung 1998 - 2008**



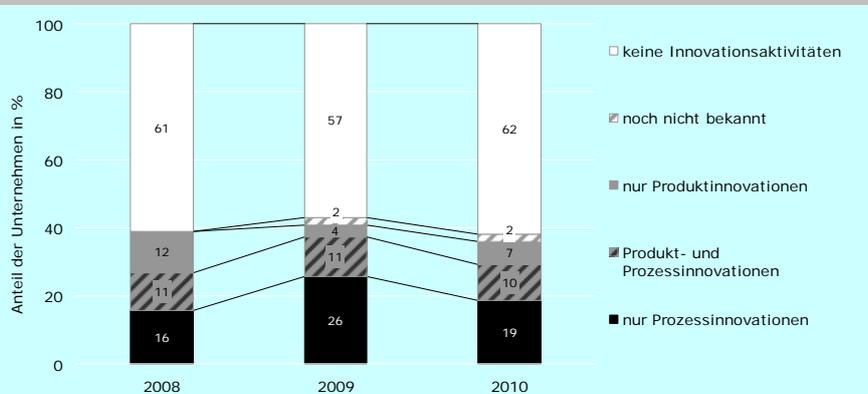
Lesehilfe: 90 % der Unternehmen in der Beratungs- und Werbebranche führten 2008 keine FuE-Aktivitäten durch, 4 % betrieben FuE kontinuierlich. Quelle: ZEW/ISI (2010): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2009.

■ **Forschung und experimentelle Entwicklung (FuE)** ist die systematische schöpferische Arbeit zur Erweiterung des vorhandenen Wissens und die Nutzung des so gewonnenen Wissens zur Entwicklung neuer Anwendungen wie z.B. neuer oder merklich verbesserter Produkte bzw. Dienstleistungen oder Prozesse bzw. Verfahren.

■ **Kontinuierliche FuE** bezeichnet FuE-Aktivitäten von Unternehmen, die dauerhaft durchgeführt werden. Typischerweise sind einzelne Mitarbeiter überwiegend oder ausschließlich mit FuE-Aktivitäten betraut, in vielen Unternehmen geht eine kontinuierliche FuE-Tätigkeit mit dem Vorhandensein einer eigenen FuE-Abteilung oder eigener FuE-Infrastruktur (Labors etc.) einher.

■ **Gelegentliche FuE** bezeichnet FuE-Aktivitäten von Unternehmen, die anlassbezogen aufgenommen werden, z.B. um ein bestimmtes technisches Problem im Rahmen eines Innovationsprojektes zu lösen.

**Geplante Innovationsaktivitäten in der Beratung und Werbung 2009 und 2010**



Lesehilfe: 61 % der Unternehmen in der Beratungs- und Werbebranche waren 2008 nicht innovativ tätig. Im Frühjahr/Sommer 2009 planten 57 % der Unternehmen, im Jahr 2009 keine Innovationsaktivitäten durchzuführen, 2 % waren noch unsicher. 4 % wollten ausschließlich Produktinnovationen, 26 % ausschließlich Prozessinnovationen und 11 % sowohl Produkt- als auch Prozessinnovationen vorantreiben. Quelle: ZEW/ISI (2010): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2009.

■ **Innovationsaktivitäten** stellen alle mit finanziellen Aufwendungen verbundenen Aktivitäten dar, die auf Produkt- oder Prozessinnovationen abzielen.

■ Die für 2009 und 2010 **geplanten Innovationsaktivitäten** werden getrennt nach den beiden Innovationstypen erfasst. Unternehmen, die zum Befragungszeitpunkt noch nicht angeben konnten, ob sie Innovationsaktivitäten in diesen Jahren durchführen werden bzw. ob diese auf Produkt- oder Prozessinnovationen abzielen, sind unter „noch nicht bekannt“ zusammengefasst.

■ Die Werte für 2009 und 2010 basieren auf **Planangaben und Erwartungen** der Unternehmen und sind stark von den im Befragungszeitraum - März bis August 2009 - verfügbaren Informationen über die künftige wirtschaftliche Entwicklung beeinflusst. Die Wirtschaftsforschungsinstitute gingen in ihrem Frühjahrsgutachten 2009 von einem Rückgang des BIP in Deutschland im Jahr 2009 von 6,0 % und in 2010 von 0,5 % aus.

**Datentabelle**

	Innovatorenquote (in %)			Anteil Unternehmen mit Marktneuheiten (in %)			Ant. Unt. m. kostensenkend. Proz.innov. (in %)			Innovationsaufwendungen (in Mrd. €)			Innovationsintensität (in %)		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Wirtschafts-/Steuer-/Rechtsberatung (WZ08 69)	27	29	29	1	2	1	9	14	14	0,30	0,35	0,25	1,1	1,2	0,7
Unternehmensberatung (WZ08 70 o. 70.1)	57	64	58	16	31	25	12	11	12	0,67	1,33	1,22	1,1	1,9	1,5
Werbung (WZ08 73)	53	52	54	22	16	21	9	30	12	0,35	0,32	0,39	1,6	1,5	1,7
<b>Beratung und Werbung (WZ08 69-70, 73 o. 70.1)</b>	<b>37</b>	<b>40</b>	<b>39</b>	<b>7</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>15</b>	<b>13</b>	<b>1,32</b>	<b>2,01</b>	<b>1,86</b>	<b>1,2</b>	<b>1,6</b>	<b>1,3</b>
	Umsatzanteil mit Marktneuheiten (in %)			Umsatzanteil mit Nachahrerinnovationen (in %)			Umsatzanteil mit Sortimentsneuheiten (in %)			Kostensenkungsanteil d. Prozessinnovationen (in %)			Umsatzanstieg d. Qualitätsverbesserer (in %)		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Wirtschafts-/Steuer-/Rechtsberatung (WZ08 69)	1,4	0,9	0,5	4,3	4,1	2,1	1,7	1,0	0,6	3,6	1,1	1,0	1,5	1,8	2,6
Unternehmensberatung (WZ08 70 o. 70.1)	2,0	3,5	2,1	6,0	21,3	11,9	2,5	3,8	5,4	1,5	3,2	3,7	2,4	2,0	3,0
Werbung (WZ08 73)	2,7	2,4	1,2	11,5	12,0	10,0	3,1	2,3	1,9	3,5	4,7	1,0	3,1	3,3	3,9
<b>Beratung und Werbung (WZ08 69-70, 73 o. 70.1)</b>	<b>2,0</b>	<b>2,7</b>	<b>1,6</b>	<b>6,6</b>	<b>15,3</b>	<b>9,1</b>	<b>2,4</b>	<b>2,8</b>	<b>3,6</b>	<b>2,4</b>	<b>2,9</b>	<b>2,6</b>	<b>2,3</b>	<b>2,2</b>	<b>3,0</b>
	Anteil Unternehmen mit kontinuierlicher FuE (in %)			Anteil Unternehmen mit gelegentlicher FuE (in %)			Anteil Unternehmen mit fest geplanten Innovationsaktivitäten (in %)			Anteil Unternehmen mit noch unsicheren Innovationsaktivitäten (in %)			Geplante Innovationsaufwendungen (in Mrd. €)		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2008	2009*	2010*	2008	2009*	2010*	2008	2009*	2010*
Wirtschafts-/Steuer-/Rechtsberatung (WZ08 69)	0	0	1	1	2	1	34	32	27	0	1	1	0,25	0,21	0,20
Unternehmensberatung (WZ08 70 o. 70.1)	6	9	15	8	9	12	52	59	57	0	5	5	1,22	1,27	1,27
Werbung (WZ08 73)	11	10	3	13	12	20	42	53	46	0	1	1	0,39	0,33	0,32
<b>Beratung und Werbung (WZ08 69-70, 73 o. 70.1)</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>39</b>	<b>41</b>	<b>36</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1,86</b>	<b>1,81</b>	<b>1,80</b>

\* Planzahlen vom Frühjahr/Sommer 2009. Werte für 2007 und 2008 sind vorläufig.

**Deutsche Innovationserhebung**

Die deutsche Innovationserhebung wird im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) vom Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW, Mannheim) seit 1993 in Zusammenarbeit mit infas (Institut für angewandte Sozialwissenschaft) sowie dem Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung (ISI) durchgeführt. Die Erhebung zielt auf alle Unternehmen in Deutschland mit mindestens 5 Beschäftigten und einem wirtschaftlichen Schwerpunkt in einer der auf S. 1 angeführten Branchengruppen ab. Die Definitionen und Messkonzepte entsprechen den internationalen Standards von OECD und Eurostat. Die Innovationserhebung ist alle zwei Jahre Teil der von Eurostat koordinierten Europaweiten Innovationserhebung (Community Innovation Survey - CIS). Alle Werte sind hochgerechnet auf die Grundgesamtheit der Unternehmen ab 5 Beschäftigte in Deutschland. An der Innovationserhebung 2009 haben sich 12.486 Unternehmen beteiligt (= 42 % des Stichprobenumfangs).



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, www.zew.eu  
Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Wolfgang Franz (Präsident) · Thomas Kohl (Kaufmännischer Direktor)

Redaktion: Dr. Torben Schubert, Telefon 0721 6809 357, Telefax 0721 6809 260, E-Mail: t.schubert@isi.fraunhofer.de  
Dr. Christian Rammer, Telefon 0621/1235-184, Telefax 0621/1235-170, E-Mail: rammer@zew.de

Nachdruck und sonstige Verbreitung (auch auszugsweise): mit Quellenangabe und Zusendung eines Belegexemplars

© Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW), Mannheim, 2010

Weitere Informationen: www.zew.de/innovation