

# Innovationen ZEW Branchenreport

Jahrg. 18 · Nr. 20 · Januar 2011

Ergebnisse der deutschen Innovationserhebung 2010

## Beratung und Werbung

Die wirtschaftliche Entwicklung der Beratungs- und Werbebranche war im Jahr 2009 uneinheitlich und durchwachsen. Die Umsätze sanken insgesamt um rund 6 %, wobei starke Einbußen bei den Unternehmensberatern und Werbeagenturen konstante Erlöse der Wirtschaft-, Rechts- und Steuerberater gegenüberstanden. Die Innovatorenquote - d.h. der Anteil der Unternehmen, die neue Produkte oder neue Prozesse eingeführt haben - folgte diesem Trend und verringerte sich 2009 auf 36 %. Die Innovationsausgaben stiegen dagegen dank höherer Innovationsbudgets der 2009 demgegenüber Wirtschaft-, Rechts- und Steuerberater leicht auf 0,88 Mrd. €

Der Umsatzanteil, der mit neuen Dienstleistungsangeboten erzielt wurde, machte 2009 nur 5,7 % aus und beträgt nur mehr die Hälfte im Vergleich zu 2007 (11,3 %). Mit Hilfe von Qualitätsverbesserungen konnte 2009 ein Umsatzanstieg von 2,8 % verzeichnet werden. Damit gleicht sich der Umsatzanstieg nach dem besonders erfolgreichen Jahr 2008 (3,2 %) wieder an das Niveau der Vorjahre an. Die Kosteneinsparungen durch Prozessinnovationen konnten gegenüber 2008 um 0,5 Prozentpunkte auf 1,9 % erhöht werden. Hatten 2008 vor allem die Unternehmensberater erfolgreich Rationalisierungsmaßnahmen eingeführt, steht 2009 die Werbebranche an erster Stelle. Mit

Forschung und Entwicklung (FuE) beschäftigten sich 2009 nur 6 % der Unternehmen. Auch der geringe Anteil, der auf kontinuierliche Aktivitäten setzt (2 %), zeigt, dass FuE für die Berater- und Werbebranche eine untergeordnete Rolle spielt.

Der Ausblick auf 2010 fällt insgesamt positiv aus: Der Anteil der innovativ tätigen Unternehmen dürfte zunehmen. Befassten sich 2009 nur 34 % der Unternehmen mit Innovationen, so soll dieser Anteil 2010 auf zumindest 38 % steigen. Für 2011 ist der Anteil der noch unsicheren Unternehmen mit 11 % sehr hoch. Die Innovationsbudgets sollen 2010/11 leicht erhöht werden und 2011 rund 1 Mrd. € erreichen.

**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:

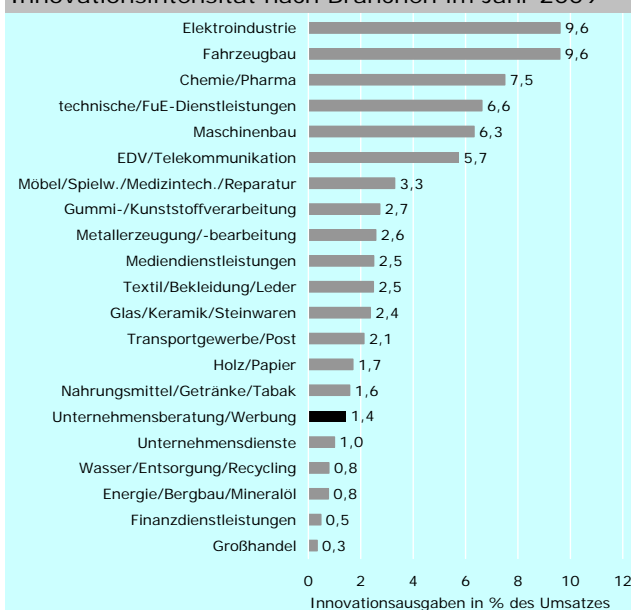
- Wirtschafts-, Steuer-, Rechtsberatung (WZ08 69): Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Buchführung, Rechtsberatung, Notariate.
- Unternehmensberatung (WZ08 70 ohne 70.1): Strategie-, Management-, Organisations-, Personal-, Innovations- und sonstige Unternehmensberatung, Public-Relations-Beratung.
- Werbung (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.

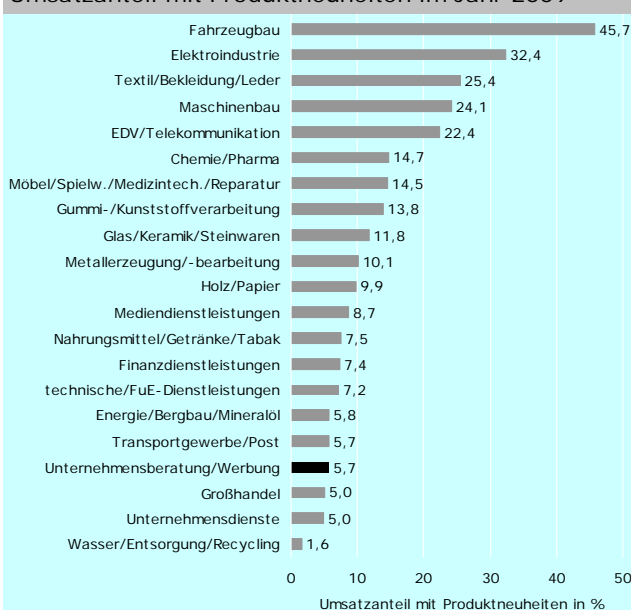
Die neue Brancheneinteilung wird zurück bis zum Berichtsjahr 2006 ausgewiesen. Zwischen 2005 und 2006 besteht ein Bruch in der Zeitreihe.

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.

Innovationsintensität nach Branchen im Jahr 2009



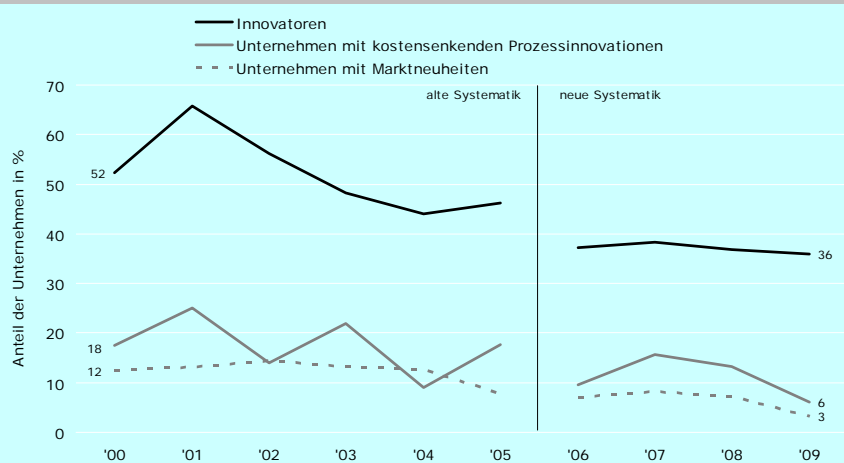
Umsatzanteil mit Produktneuheiten im Jahr 2009



Lesehilfe: Die Unternehmen der Beratungs- und Werbebranche gaben im Jahr 2009 1,4 % ihres Umsatzes für Innovationsprojekte aus. Quelle: ZEW/ISI (2011): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2010.

Lesehilfe: In der Beratungs- und Werbebranche wurden im Jahr 2009 5,7 % des Branchenumsatzes mit Produktneuheiten (= Produkte, die jünger als 3 Jahre sind) generiert. Quelle: ZEW/ISI (2011): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2010.

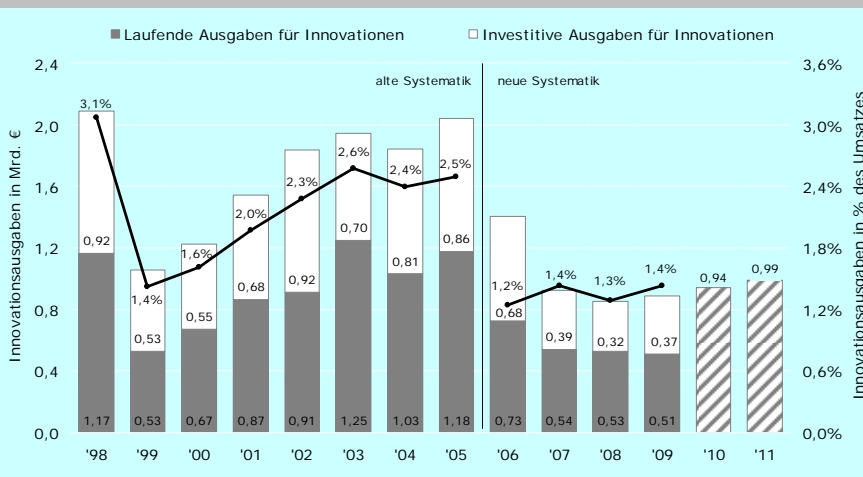
Anteil der Innovatoren in der Beratung und Werbung 2000 - 2009



Lesehilfe: Im Jahr 2009 konnten 36 % der Unternehmen in der Beratungs- und Werbebranche erfolgreich neue Produkte oder Prozesse einführen. 6 % führten kostensenkende Prozessinnovationen ein, 3 % der Unternehmen haben 2009 mindestens eine Marktneuheit angeboten. Quelle: ZEW/ISI (2011): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2010.

- **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.

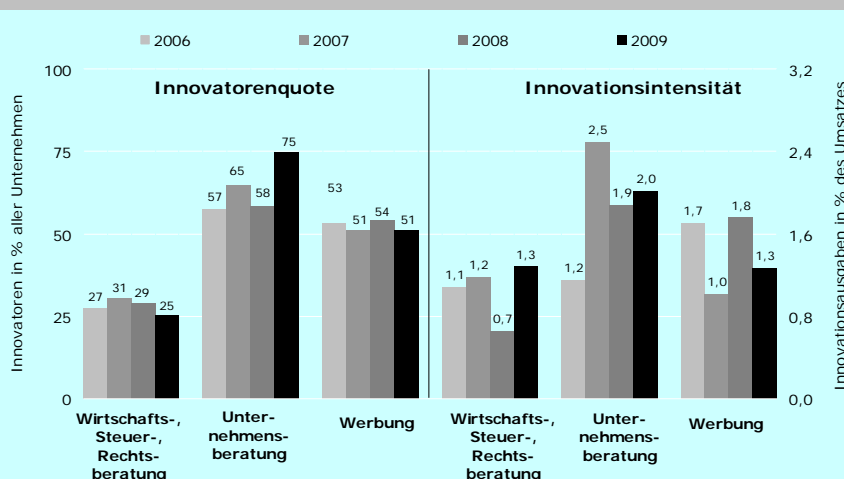
Innovationsausgaben in der Beratung und Werbung 1998 - 2011



Lesehilfe: Im Jahr 2009 entfielen von den insgesamt 0,88 Mrd. € Innovationsausgaben der Beratungs- und Werbebranche 0,51 Mrd. € auf laufende und 0,37 Mrd. € auf investive Innovationsausgaben. Die Innovationsintensität betrug 1,4 %. Quelle: ZEW/ISI (2011): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2010.

- **Innovationsausgaben** beziehen sich auf die Ausgaben 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 Innovationsausgaben** umfassen Personal- und Sachausgaben inkl. Dienstleistungsaufträge an Dritte, **investive Ausgaben für Innovationen** umfassen Investitionen in Maschinen, Fahrzeuge, Geräte, Gebäude, Software und gewerbliche Schutzrechte.
- Die **Innovationsintensität** misst die gesamten Innovationsausgaben der Unternehmen einer Branche in % des gesamten Branchenumsatzes (inkl. des Umsatzes nicht innovativ tätiger Unternehmen).
- **Planzahlen** für die Innovationsausgaben der Jahre 2010 und 2011 wurden im Frühjahr und Sommer 2010 erhoben.

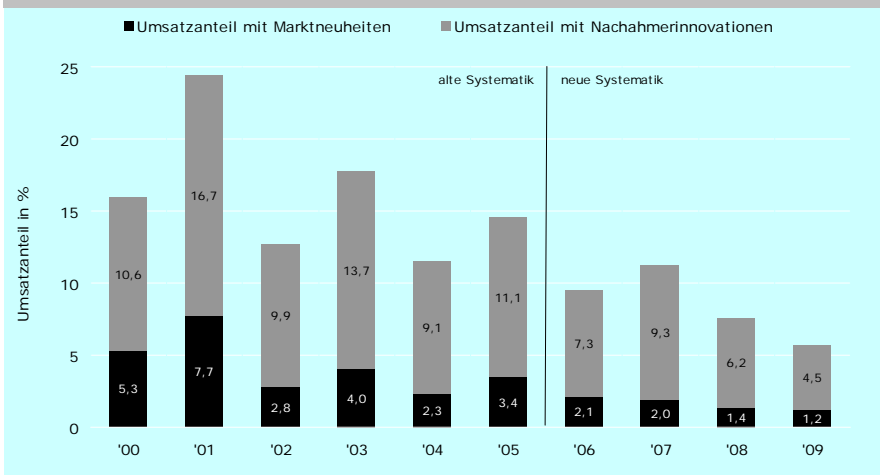
Innovatorenquote und Innovationsintensität nach Teilbranchen der Beratung und Werbung 2006 - 2009



Lesehilfe: In der Wirtschafts-/Steuer-/Rechtsberatung lag die Innovatorenquote 2009 bei 25 %, der Unternehmensberatung bei 75 % und der Werbung bei 51 %. Die Innovationsintensität betrug 2009 in der Wirtschafts-/Steuer-/Rechtsberatung 1,3 %, der Unternehmensberatung 2,0 % und der Werbung 1,3 %. Quelle: ZEW/ISI (2011): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2010.

- **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.

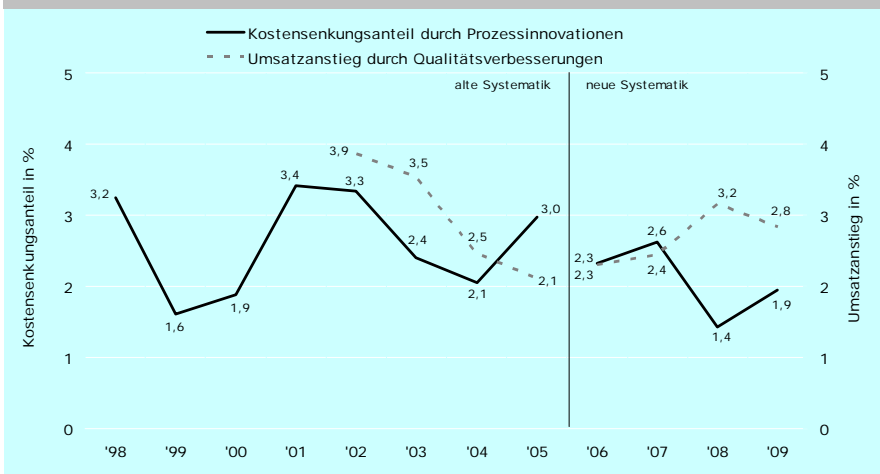
Umsatzanteil mit Produktneuheiten in der Beratung und Werbung 2000 - 2009



Lesehilfe: Im Jahr 2009 lag der Umsatzanteil, den die Unternehmen der Beratungs- und Werbebranche mit Marktneuheiten erwirtschafteten, bei 1,2 %. 4,5 % des Branchenumsatzes waren Nachahmerinnovationen. Produktneuheiten machten 2009 somit 5,7 % des Umsatzes aus. Quelle: ZEW/ISI (2011): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2010.

- 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 2009: 2007-2009) eingeführt wurden.
- Die Umsatzanteile von Marktneuheiten und Nachahmerinnovationen ergeben zusammen den **Umsatzanteil mit Produktneuheiten**.

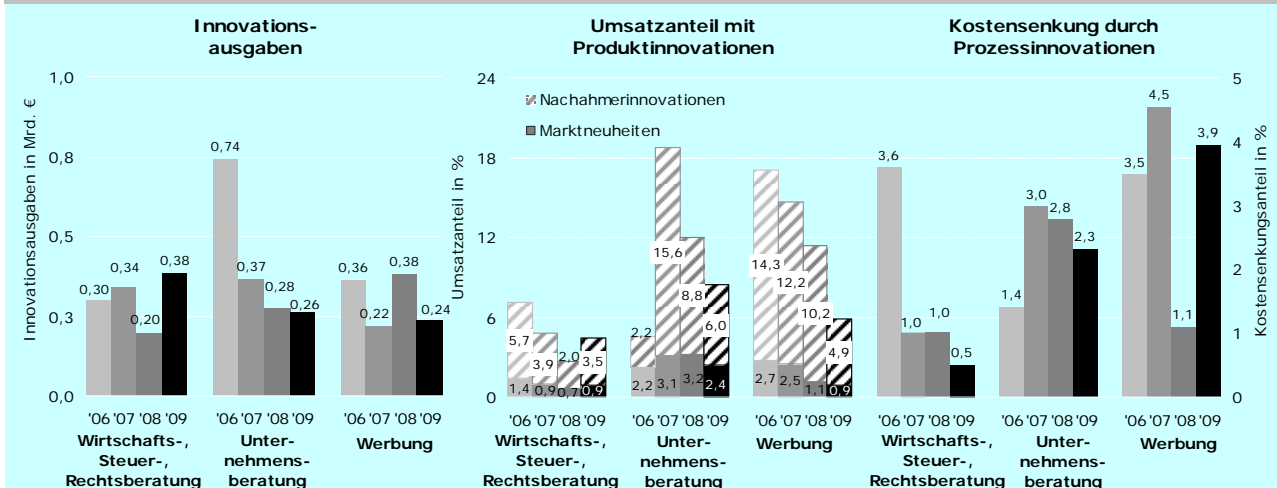
Erfolgsindikatoren von Prozessinnovationen in der Beratung und Werbung 1998 - 2009



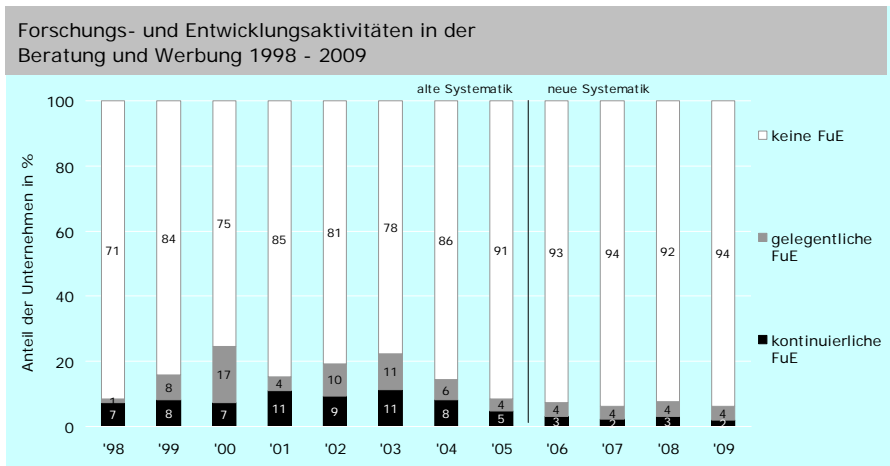
Lesehilfe: Durch Prozessinnovationen verringerten die Unternehmen der Beratungs- und Werbebranche ihre durchschnittlichen Stückkosten im Jahr 2009 um 1,9 %. Qualitätsverbesserungen führten 2009 zu einem Umsatzanstieg von 2,8 %. Quelle: ZEW/ISI (2011): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2010.

- 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.

Innovationsausgaben und Innovationserfolg nach Teilbranchen der Beratung und Werbung 2006 - 2009

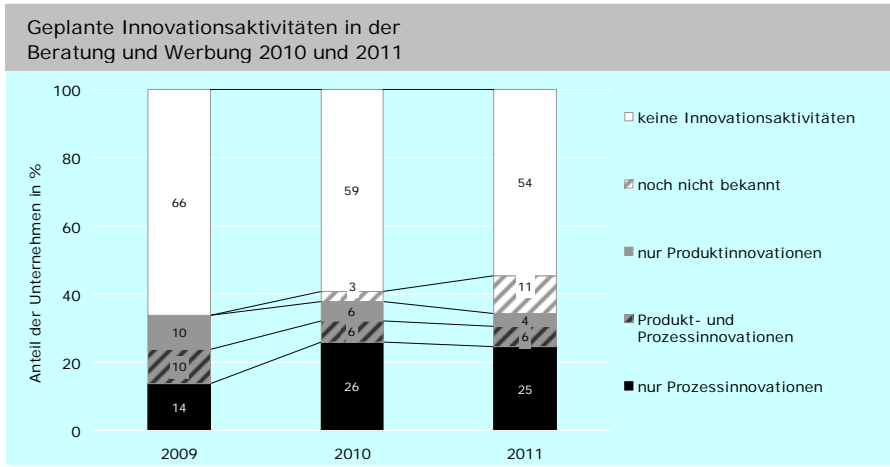


Lesehilfe: Die Innovationsausgaben der Wirtschafts-/Steuer-/Rechtsberatung beliefen sich 2009 auf 0,38 Mrd. € in der Unternehmensberatung auf 0,26 Mrd. € und in der Werbung auf 0,24 Mrd. €. In der Wirtschafts-/Steuer-/Rechtsberatung lag der Umsatzanteil mit Marktneuheiten 2009 bei 0,9 %, in der Unternehmensberatung bei 2,4 % und in der Werbung bei 0,9 %. Quelle: ZEW/ISI (2011): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2010.



Lesehilfe: 94 % der Unternehmen in der Beratungs- und Werbebranche führten 2009 keine FuE-Aktivitäten durch, 2 % betrieben FuE kontinuierlich. Quelle: ZEW/ISI (2011): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2010.

- **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.



Lesehilfe: 66 % der Unternehmen in der Beratungs- und Werbebranche waren 2009 nicht innovativ tätig. Im Frühjahr/Sommer 2010 planten 59 % der Unternehmen, im Jahr 2010 keine Innovationsaktivitäten durchzuführen, 3 % waren noch unsicher. 6 % wollten ausschließlich Produktinnovationen, 26 % ausschließlich Prozessinnovationen und 6 % sowohl Produkt- als auch Prozessinnovationen vorantreiben. Quelle: ZEW/ISI (2011): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2010.

- **Innovationsaktivitäten** stellen alle mit finanziellen Ausgaben verbundenen Aktivitäten dar, die auf Produkt- oder Prozessinnovationen abzielen.
- Die für 2010 und 2011 **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 2010 und 2011 basieren auf **Planangaben und Erwartungen** der Unternehmen und sind stark von den im Befragungszeitraum - März bis August 2010 - verfügbaren Informationen über die die wahrscheinliche wirtschaftliche Entwicklung in der 2. Jahreshälfte 2010 und im Jahr 2011 beeinflusst. Im Frühjahrsgutachten 2010 gingen die Wirtschaftsforschungsinstitute von einem BIP-Anstieg von 1,5 % für 2010 und von 1,4 % für 2011 aus.

**Datentabelle**

	Innovatorenquote (in %)				Anteil Unternehmen mit Marktneuheiten (in %)				Ant. Unt. M. kostensenkend. Proz.innov. (in %)				Innovationsausgaben (in Mrd. €)				Innovationsintensität (in %)			
	'06	'07	'08	'09	'06	'07	'08	'09	'06	'07	'08	'09	'06	'07	'08	'09	'06	'07	'08	'09
Wirtschafts-/Steuer-/Rechtsberatung (WZ08 69)	27	31	29	25	1	2	1	2	9	14	14	2	0,30	0,34	0,20	0,38	1,1	1,2	0,7	1,3
Unternehmensberatung (WZ08 70 o. 70.1)	57	65	58	75	17	32	23	7	13	8	10	25	0,74	0,37	0,28	0,26	1,2	2,5	1,9	2,0
Werbung (WZ08 73)	53	51	54	51	22	16	22	7	9	30	11	10	0,36	0,22	0,38	0,24	1,7	1,0	1,8	1,3
<b>Beratung und Werbung (WZ08 69-70, 73 o. 70.1)</b>	<b>37</b>	<b>38</b>	<b>37</b>	<b>36</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>10</b>	<b>16</b>	<b>13</b>	<b>6</b>	<b>1,40</b>	<b>0,93</b>	<b>0,85</b>	<b>0,89</b>	<b>1,2</b>	<b>1,4</b>	<b>1,3</b>	<b>1,4</b>
	Umsatzanteil mit Marktneuheiten (in %)				Umsatzanteil mit Nachahmerinnovationen (in %)				Umsatzanteil mit Sortimentsneuheiten (in %)				Kostensenkungsanteil durch Prozessinnovationen (in %)				Umsatzanstieg durch Qualitätsverbesserungen (in %)			
	'06	'07	'08	'09	'06	'07	'08	'09	'06	'07	'08	'09	'06	'07	'08	'09	'06	'07	'08	'09
Wirtschafts-/Steuer-/Rechtsberatung (WZ08 69)	1,4	0,9	0,7	0,9	4,3	3,9	2,0	3,5	1,7	1,0	0,7	1,7	3,6	1,0	1,0	0,5	1,5	1,9	2,6	1,4
Unternehmensberatung (WZ08 70 o. 70.1)	2,2	3,1	3,2	2,4	7,2	15,6	8,8	6,0	2,8	2,4	3,6	4,0	1,4	3,0	2,8	2,3	2,4	1,9	3,1	4,6
Werbung (WZ08 73)	2,7	2,5	1,1	0,9	11,6	12,2	10,2	4,9	3,1	2,4	2,2	2,5	3,5	4,5	1,1	3,9	3,1	3,5	4,0	3,8
<b>Beratung und Werbung (WZ08 69-70, 73 o. 70.1)</b>	<b>2,1</b>	<b>2,0</b>	<b>1,4</b>	<b>1,2</b>	<b>7,3</b>	<b>9,3</b>	<b>6,2</b>	<b>4,5</b>	<b>2,6</b>	<b>1,8</b>	<b>1,8</b>	<b>2,4</b>	<b>2,3</b>	<b>2,6</b>	<b>1,4</b>	<b>1,9</b>	<b>2,3</b>	<b>2,4</b>	<b>3,2</b>	<b>2,8</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 Innovationsausgaben (in Mrd. €)			
	'06	'07	'08	'09	'06	'07	'08	'09	'08	'09	'10*	'11*	'08	'09	'10*	'11*	'08	'09	'10*	'11*
Wirtschafts-/Steuer-/Rechtsberatung (WZ08 69)	0	0	1	1	1	2	1	0	35	27	33	30	0	0	0	7	0,20	0,38	0,35	0,34
Unternehmensberatung (WZ08 70 o. 70.1)	7	6	10	5	8	7	13	15	52	50	53	52	0	0	1	14	0,28	0,26	0,36	0,40
Werbung (WZ08 73)	11	10	9	5	13	12	14	11	41	52	44	39	0	0	18	29	0,38	0,24	0,23	0,25
<b>Beratung und Werbung (WZ08 69-70, 73 o. 70.1)</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>38</b>	<b>34</b>	<b>38</b>	<b>34</b>	<b>1,0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>11</b>	<b>0,85</b>	<b>0,89</b>	<b>0,94</b>	<b>0,99</b>

\* Planzahlen vom Frühjahr/Sommer 2010. Werte für 2008 und 2009 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 über 12.100 Unternehmen beteiligt (= 61 % des Stichprobenumfangs).



Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH

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, 2011

Weitere Informationen: www.zew.de/innovation