

## Beratung und Werbung

Die Beratungs- und Werbebranche stand 2012 vor wirtschaftlichen Herausforderungen, die auch für das kommende Jahr anzuhalten scheinen. Ein Spiegelbild dieser Lage zeigt sich in den Innovationsindikatoren. Die Innovationsausgaben erhöhten sich im Jahr 2012 nur geringfügig um 0,05 Mrd. € auf 0,81 Mrd. €. Während die Innovationsintensität innerhalb der Unternehmensberatung von 2,5 % auf 1,8 % absank, verzeichneten die übrigen Segmente kleine Zuwächse. Die Innovatorenquote – d.h. der Anteil der Unternehmen, die neue Produkte oder neue Prozesse eingeführt haben – stagnierte auf dem Vorjahreswert von 33 %.

Die Erfolgsindikatoren von Prozessinnovationen sind zum Teil stark abgesunken. Der Umsatzanstieg durch Qualitätsverbesserungen ging von 3,3 % auf 2,1 % zurück. Der Kostensenkungsanteil durch Prozessinnovationen verringerte sich um 2,2 Prozentpunkte auf nur noch 0,8 %. Die stabilen Zahlen der Vorjahre bei den mit neuen Dienstleistungsangeboten generierten Umsatzanteilen konnten 2012 nicht gehalten werden. Der Umsatzanteil neuer Produkte fiel von 8,6 % auf 7,2 %, was primär an niedrigeren Umsätzen mit Nachahmerinnovationen liegt. Der Anteil der Unternehmen, die eigene Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten

aufweisen, blieb 2012 stabil. 13 % der Unternehmen betrieben FuE, darunter 5 % kontinuierlich.

Der Ausblick auf 2013 und 2014 fällt pessimistisch aus: Die Innovationsausgaben sollen 2013 auf 0,77 Mrd. € und 2014 weiter auf 0,73 Mrd. € verringert werden. Der Anteil innovativ tätiger Unternehmen dürfte 2013 bestenfalls konstant bleiben und wird 2014 mit hoher Wahrscheinlichkeit zurückgehen. In beiden Jahren planen deutlich weniger Unternehmen die Einführung von neuen Dienstleistungsprodukten, während die Prozessinnovationsaktivitäten verstärkt werden sollen.

**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-Berichtenreport Innovationen umfasst die Branche nunmehr folgende Aktivitätsbereiche:

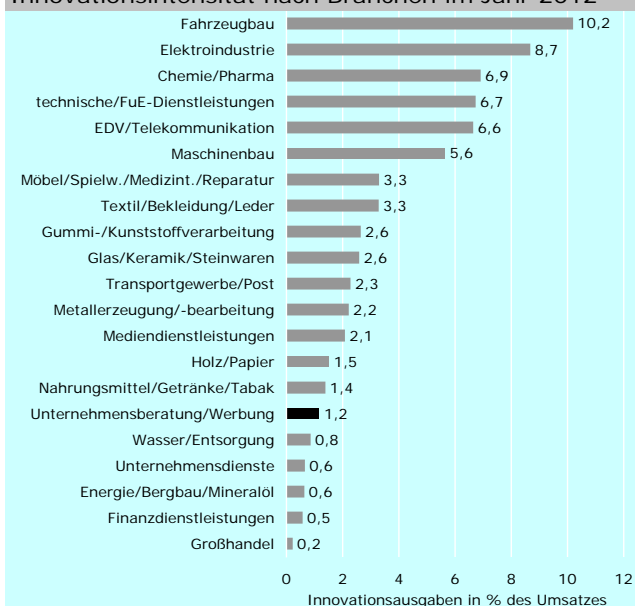
- Wirtschafts-, Steuer-, Rechtsberatung (WZ08 69): Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Buchführung, Rechtsberatung, Notariate.
- Unternehmensberatung (WZ08 70.2): Strategie-, Management-, Organisations-, Personal-, Innovations- und sonstige Unternehmensberatung, Public-Relations-Beratung.
- Werbung (WZ08 73): Werbeagenturen, Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten und Werbeflächen, Markt- und Meinungsforschung.

Die Verwaltung von Unternehmen sowie Holdinggesellschaften sind ab 2006 nicht mehr Teil der Branche Beratung/Werbung.

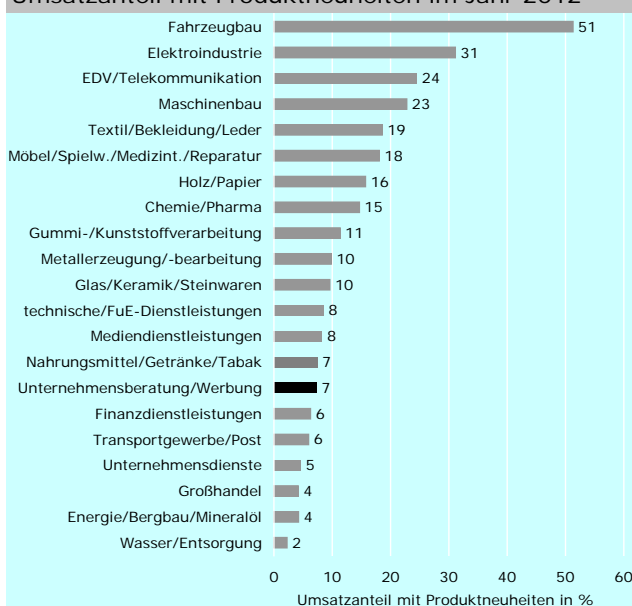
Die neue Brancheneinteilung wird zurück bis zum Berichtsjahr 2006 ausgewiesen. Zwischen 2005 und 2006 besteht ein Bruch in der Zeitreihe. Dieser betrifft insbesondere die Höhe der Innovationsausgaben, die nach neuer Brancheneinteilung deutlich niedriger liegt als nach alter Brancheneinteilung.

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 2012

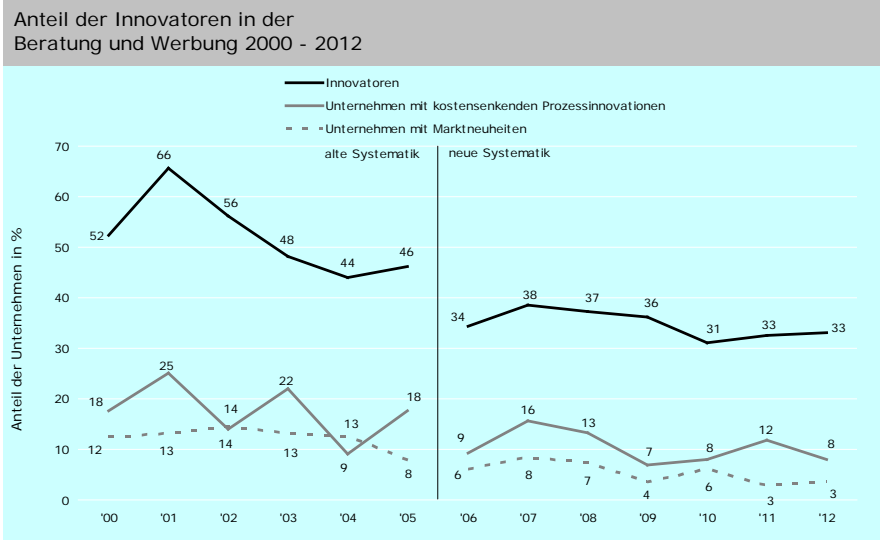


Umsatzanteil mit Produktneuheiten im Jahr 2012



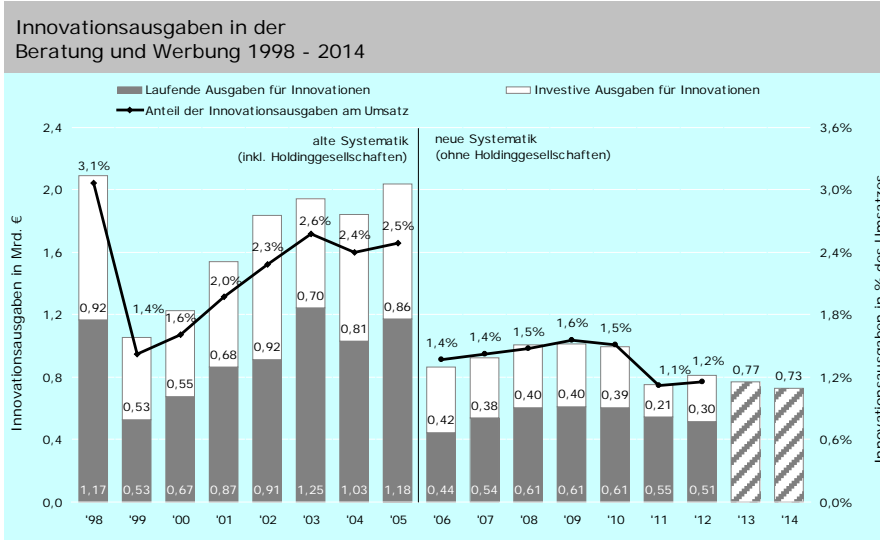
Lesehilfe: Die Unternehmen der Beratungs- und Werbebranche gaben im Jahr 2012 1,2 % ihres Umsatzes für Innovationsprojekte aus. Quelle: ZEW/ISI (2014): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2013.

Lesehilfe: In der Beratungs- und Werbebranche wurden im Jahr 2012 7 % des Branchenumsatzes mit Produktneuheiten (= Produkte, die jünger als 3 Jahre sind) generiert. Quelle: ZEW/ISI (2014): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2013.



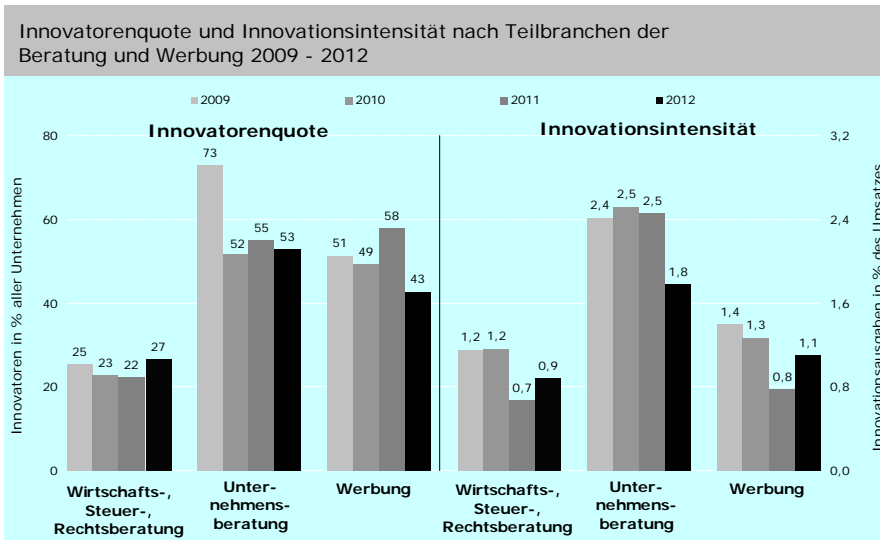
Lesehilfe: Im Jahr 2012 konnten 33 % der Unternehmen in der Beratungs- und Werbebranche erfolgreich neue Produkte oder Prozesse einführen. 8 % führten kostensenkende Prozessinnovationen ein, 3 % der Unternehmen haben 2012 mindestens eine Marktneuheit angeboten. Quelle: ZEW/ISI (2014): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2013.

- **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.



Lesehilfe: Im Jahr 2012 entfielen von den insgesamt (gerundet) 0,81 Mrd. € Innovationsausgaben der Beratungs- und Werbebranche 0,51 Mrd. € auf laufende und 0,30 Mrd. € auf investive Innovationsausgaben. Die Innovationsintensität betrug 1,2 %. Quelle: ZEW/ISI (2014): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2013.

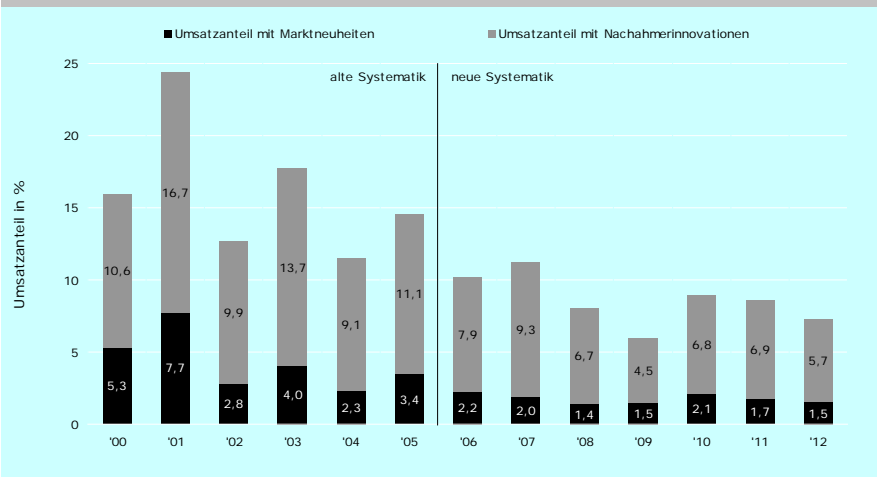
- **Innovationsausgaben** beziehen sich auf die Ausgaben für laufende, abgeschlossene und abgebrochene Projekte, die die Entwicklung und Einführung von Produkt- oder Prozessinnovationen zum Ziel haben. Dazu zählen interne und externe FuE sowie innovationsbezogene Ausgaben für Sachanlagen und immaterielle 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 2013 und 2014 wurden im Frühjahr und Sommer 2013 erhoben.



Lesehilfe: In der Wirtschafts-/Steuer-/Rechtsberatung lag die Innovatorenquote 2012 bei 27 %, der Unternehmensberatung bei 53 % und der Werbung bei 43 %. Die Innovationsintensität betrug 2012 in der Wirtschafts-/Steuer-/Rechtsberatung 0,9 %, der Unternehmensberatung 1,8 % und der Werbung 1,1 %. Quelle: ZEW/ISI (2014): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2013.

- **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.

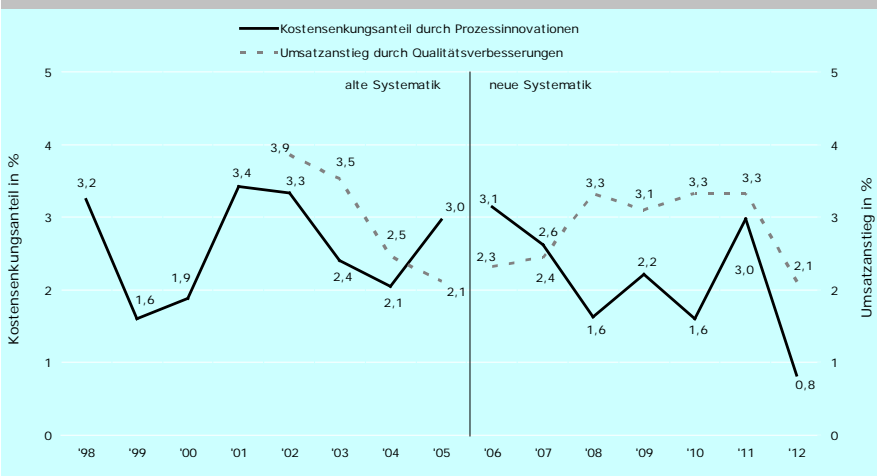
Umsatzanteil mit Produktneuheiten in der Beratung und Werbung 2000 - 2012



Lesehilfe: Im Jahr 2012 lag der Umsatzanteil, den die Unternehmen der Beratungs- und Werbebranche mit Marktneuheiten erwirtschafteten, bei 1,5 %. 5,7 % des Branchenumsatzes waren Nachahmerinnovationen. Produktneuheiten machten 2012 somit 7,2 % des Umsatzes aus. Quelle: ZEW/ISI (2014): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2013.

- 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 2012: 2010-2012) eingeführt wurden.
- Die Umsatzanteile von Marktneuheiten und Nachahmerinnovationen ergeben zusammen den **Umsatzanteil mit Produktneuheiten**.

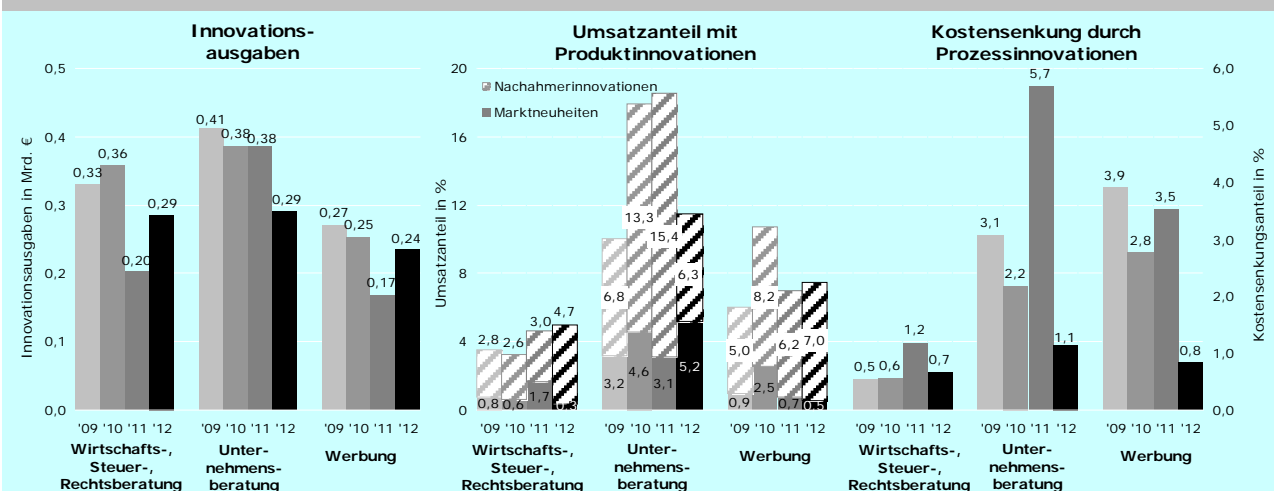
Erfolgsindikatoren von Prozessinnovationen in der Beratung und Werbung 1998 - 2012



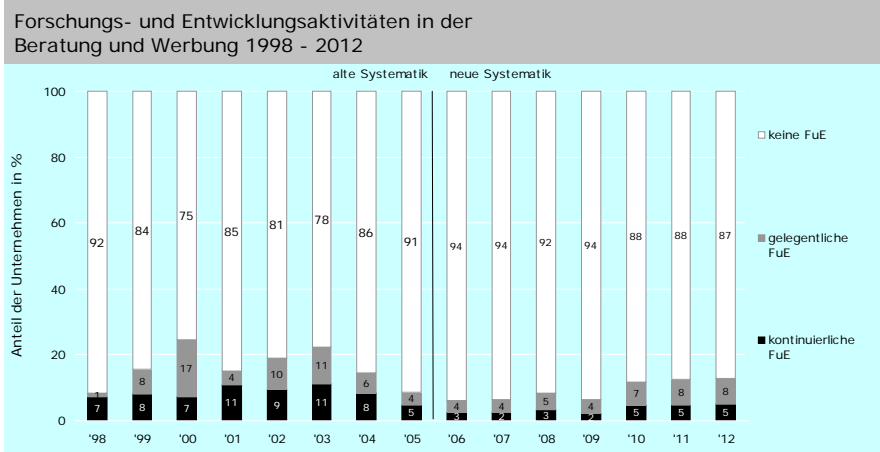
Lesehilfe: Durch Prozessinnovationen verringerten die Unternehmen der Beratungs- und Werbebranche ihre durchschnittlichen Stückkosten im Jahr 2012 um 0,8 %. Qualitätsverbesserungen führten 2012 zu einem Umsatzanstieg von 2,1 %. Quelle: ZEW/ISI (2014): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2013.

- 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 2009 - 2012

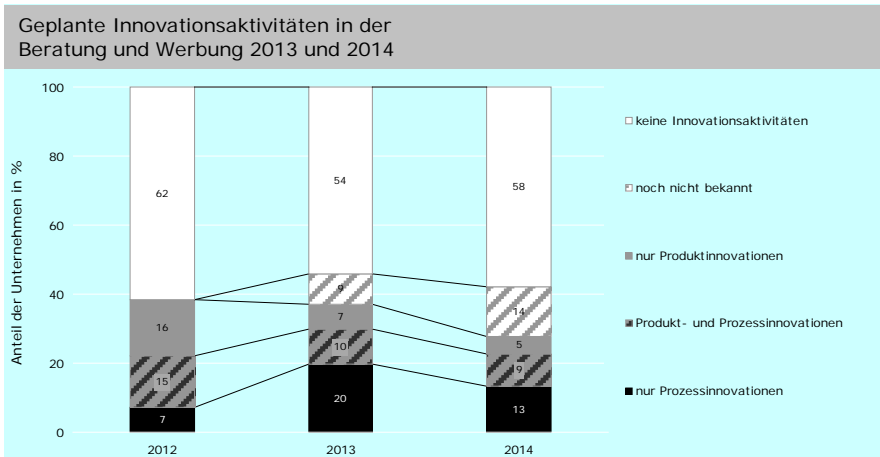


Lesehilfe: Die Innovationsausgaben der Wirtschafts-/Steuer-/Rechtsberatung sowie der Unternehmensberatung beliefen sich 2012 jeweils auf 0,29 Mrd. € in der Werbung betragen sie 0,24 Mrd. € In der Wirtschafts-/Steuer-/Rechtsberatung lag der Umsatzanteil mit Marktneuheiten 2012 bei 0,3 %, in der Unternehmensberatung bei 5,2 % und in der Werbung bei 0,5 %. Quelle: ZEW/ISI (2014): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2013.



Lesehilfe: 87 % der Unternehmen in der Beratungs- und Werbebranche führten 2012 keine FuE-Aktivitäten durch, 5 % betrieben FuE kontinuierlich. Quelle: ZEW/ISI (2014): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2013.

- **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: 62 % der Unternehmen in der Beratungs- und Werbebranche waren 2012 nicht innovativ tätig. Im Frühjahr/Sommer 2013 planten 54 % der Unternehmen, im Jahr 2013 keine Innovationsaktivitäten durchzuführen, 9 % waren noch unsicher. 7 % wollten ausschließlich Produktinnovationen, 20 % ausschließlich Prozessinnovationen und 10 % sowohl Produkt- als auch Prozessinnovationen vorantreiben. Quelle: ZEW/ISI (2014): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2013.

- **Innovationsaktivitäten** stellen alle mit finanziellen Ausgaben verbundenen Aktivitäten dar, die auf Produkt- oder Prozessinnovationen abzielen.
- Die für 2013 und 2014 **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 2013 und 2014 basieren auf **Planangaben und Erwartungen** der Unternehmen und sind stark von den im Befragungszeitraum - März bis Juli 2013 - verfügbaren Informationen über die die wahrscheinliche wirtschaftliche Entwicklung in der 2. Jahreshälfte 2013 und im Jahr 2014 beeinflusst. Im Frühjahrsgutachten 2013 gingen die Wirtschaftsforschungsinstitute von einem realen BIP-Wachstum von 0,8 % für 2013 und von 1,9 % für 2014 aus.

**Datentabelle**

	Innovatorenquote (in %)				Anteil Unternehmen mit Marktneuheiten (in %)				Anteil Untern. mit kostensenkenden Prozessinnovationen (in %)				Innovationsausgaben (in Mrd. €)				Innovationsintensität (in %)			
	'09	'10	'11	'12	'09	'10	'11	'12	'09	'10	'11	'12	'09	'10	'11	'12	'09	'10	'11	'12
Wirtschafts-/Steuer-/Rechtsberatung (WZ08 69)	25	23	22	27	2	1	1	0	2	5	10	7	0,33	0,36	0,20	0,29	1,2	1,2	0,7	0,9
Unternehmensberatung (WZ08 70.2)	73	52	55	53	7	23	9	19	25	16	18	14	0,41	0,38	0,39	0,29	2,4	2,5	2,5	1,8
Werbung (WZ08 73)	51	49	58	43	7	11	5	3	11	15	13	6	0,27	0,25	0,17	0,24	1,4	1,3	0,8	1,1
<b>Beratung und Werbung (WZ08 69, 70.2, 73)</b>	<b>36</b>	<b>31</b>	<b>33</b>	<b>33</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>1,01</b>	<b>1,00</b>	<b>0,76</b>	<b>0,81</b>	<b>1,6</b>	<b>1,5</b>	<b>1,1</b>	<b>1,2</b>
	Umsatzanteil mit Marktneuheiten (in %)				Umsatzanteil mit Nachahmerinnovation, (in %)				Umsatzanteil mit Sortimentsneuheiten (in %)				Kostensenkungsanteil d. Prozessinnovat. (in %)				Umsatzanstieg d. Qualitätsverbesserer (in %)			
	'09	'10	'11	'12	'09	'10	'11	'12	'09	'10	'11	'12	'09	'10	'11	'12	'09	'10	'11	'12
Wirtschafts-/Steuer-/Rechtsberatung (WZ08 69)	0,8	0,6	1,7	0,3	2,8	2,6	3,0	4,7	1,5	0,5	2,3	1,2	0,5	0,6	1,2	0,7	1,4	2,6	2,8	1,9
Unternehmensberatung (WZ08 70.2)	3,2	4,6	3,1	5,2	6,8	13,3	15,4	6,3	5,3	4,6	6,0	5,2	3,1	2,2	5,7	1,1	5,1	3,5	4,7	3,3
Werbung (WZ08 73)	0,9	2,5	0,7	0,5	5,0	8,2	6,2	7,0	2,5	2,0	2,5	1,2	3,9	2,8	3,5	0,8	3,8	4,4	3,0	1,5
<b>Beratung und Werbung (WZ08 69, 70.2, 73)</b>	<b>1,5</b>	<b>2,1</b>	<b>1,7</b>	<b>1,5</b>	<b>4,5</b>	<b>6,8</b>	<b>6,9</b>	<b>5,7</b>	<b>2,8</b>	<b>1,9</b>	<b>3,2</b>	<b>2,1</b>	<b>2,2</b>	<b>1,6</b>	<b>3,0</b>	<b>0,8</b>	<b>3,1</b>	<b>3,3</b>	<b>3,3</b>	<b>2,1</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. €)			
	'09	'10	'11	'12	'09	'10	'11	'12	'11	'12	'13*	'14*	'11	'12	'13*	'14*	'11	'12	'13*	'14*
Wirtschafts-/Steuer-/Rechtsberatung (WZ08 69)	1	1	1	1	0	2	2	2	26	34	30	24	0	0	6	8	0,20	0,29	0,24	0,24
Unternehmensberatung (WZ08 70.2)	5	15	11	17	15	12	25	30	59	61	62	49	0	0	21	32	0,39	0,29	0,28	0,26
Werbung (WZ08 73)	5	12	13	8	10	25	15	12	54	38	46	26	0	0	8	25	0,17	0,24	0,25	0,23
<b>Beratung und Werbung (WZ08 69, 70.2, 73)</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>35</b>	<b>38</b>	<b>37</b>	<b>28</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>14</b>	<b>0,76</b>	<b>0,81</b>	<b>0,77</b>	<b>0,73</b>

\* Planzahlen vom Frühjahr/Sommer 2013. Werte für 2012 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 Europäischen Innovationserhebung (Community Innovation Survey - CIS). Alle Werte sind hochgerechnet auf die Grundgesamtheit der Unternehmen ab 5 Beschäftigte in Deutschland. An der Innovationserhebung 2013 haben sich über 16.100 Unternehmen beteiligt (= 53 % des Stichprobenumfangs), darunter 723 aus der Beratung und Werbung.



ZEW Branchenreport Innovationen – erscheint jährlich

Herausgeber: Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW) Mannheim · L 7, 1 · 68161 Mannheim

Postanschrift: Postfach 103443 · 68034 Mannheim · Internet: www.zew.de, www.zew.eu

Prof. Dr. Clemens Fuest (Präsident) · Thomas Kohl (Kaufmännischer Direktor)

Redaktion: Prof. 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, 2014

Weitere Informationen: www.zew.de/innovation