



BDI-Mittelstandspanel

Ergebnisse der Online-Mittelstandsbefragung
Herbst 2012

Untersuchung im Auftrag von:

Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. (BDI)
Breite Straße 29
10178 Berlin
www.bdi.eu

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Friedrichstraße 140
10117 Berlin
www.de.ey.com

IKB Deutsche Industriebank AG
Wilhelm-Bötzkens-Straße 1
40474 Düsseldorf
www.ikb.de

Wissenschaftliche Bearbeitung:

Institut für Mittelstandsforschung Bonn
Maximilianstraße 20
53111 Bonn

Projektdurchführung: Siegrun Brink, Marina Hoffmann, Frank Wallau

Technische Durchführung:

TNS Emnid
Stieghorster Straße 90
33605 Bielefeld

Projektdurchführung: Oliver Krieg, Jörg Erren

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.

Das Anliegen	3
1 Wirtschaftspolitische und konjunkturelle Lage	4
1.1 Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen	4
1.2 Aktuelle Konjunktur: Wirtschaftslage der deutschen Industrie noch positiv	5
2 Internationalisierung des industriellen Mittelstands	7
2.1 Strategische Schwerpunkte der Internationalisierung	7
2.2 Geographische Schwerpunkte der industriellen Auslandsaktivitäten	8
2.3 Hindernisse auf dem Weg ins Ausland	10
3 Forschung und Entwicklung/Innovation in der deutschen Industrie	12
3.1 Industrielle F&E-/Innovationsaktivitäten	12
3.2 F&E-/Innovationsaufwendungen und -umsatz	15
3.3 F&E-/Innovationshemmnisse und steuerliche Forschungsförderung	18
4 Die Industrie als Anbieter von produktbegleitenden (Dienst-)Leistungen	20
4.1 Formen der produktbegleitenden (Dienst-) Leistungen	20
4.2 Angebot von produktbegleitenden (Dienst-) Leistungen: Anforderungen und Beweggründe	21
Anhang	24

Das Anliegen

Die deutschen Industrieunternehmen agieren in einem Umfeld, das durch die Wachstumshemmnisse wichtiger Handelspartner und eine finanzpolitische Schieflage in einigen Ländern Europas geprägt ist. Angesichts der schwachen Konjunkturaussichten insbesondere in der Eurozone und der damit einhergehenden Abschwächung der Exportaussichten trüben sich die Konjunkturperspektiven für Deutschland ein. Die Entwicklung der deutschen Industrieunternehmen verlief vor diesem Hintergrund und im internationalen Vergleich jedoch außerordentlich positiv. Damit in diesem Umfeld auch weiterhin die richtigen Entscheidungen getroffen werden können, benötigt der industrielle Mittelstand hinreichende Unterstützung durch Politik, Verbände und Wissenschaft gleichermaßen. Nur mithilfe gesicherter Daten aus erster Hand können die Unternehmen und speziell der Mittelstand strategisch und politisch hinreichend bei der Erfüllung ihrer unternehmerischen Aufgaben unterstützt werden.

Im Auftrag des Bundesverbands der Deutschen Industrie e.V. (BDI), der Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft sowie der IKB Deutsche Industriebank AG hat das Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn unter Mitwirkung von TNS Emnid eine Online-Erhebung entwickelt. In der Öffentlichkeit als **BDI-Mittelstandspanel** bezeichnet, liefert die in halbjährlichem Turnus stattfindende Befragung deutscher Industrieunternehmen im nunmehr achten Jahr aktuelle Informationen über die speziell für den industriellen Mittelstand relevanten betriebswirtschaftlichen und wirtschaftspolitischen Fragestellungen. Hierzu gehört neben der Betrachtung wichtiger betrieblicher Kennzahlen die Analyse der Marktaktivitäten und -bedingungen sowie der Strategien zur Erfüllung der unternehmerischen Kernaufgaben. Darüber hinaus dient das BDI-Mittelstandspanel auch der Beurteilung des Zustands und der Entwicklung der ökonomisch-gesellschaftlichen Rahmenbedingungen. Das BDI-Mittelstandspanel bildet somit eine verlässliche empirische Basis, die Unternehmen und Umfeldakteuren Entscheidungshilfe bietet. Die Daten werden online unter www.bdi-panel.emnid.de erhoben; dort sind zudem die Ergebnisse aller bisherigen Erhebungswellen dokumentiert.

Im vorliegenden Bericht sind die Ergebnisse der sechzehnten Befragungswelle des BDI-Mittelstandspanels zusammengefasst. Schwerpunkte der Herbstbefragung 2012 bilden die Beurteilung der wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen und die Einschätzung der aktuellen und zukünftigen wirtschaftlichen Geschäftslage. Im Hinblick auf die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit der Industrie werden deren Internationalisierungsaktivitäten untersucht, und es wird beleuchtet, inwieweit die industriellen Unternehmen ihr Produktangebot um zusätzliche Dienstleistungen ergänzen. Einen weiteren Erhebungsschwerpunkt bilden die Innovationsaktivitäten des industriellen Mittelstands. Besonderes Augenmerk wird auf die Untersuchung des Forschungsinputs und -outputs, die Identifizierung von Innovationshemmnissen und die Wirkung steuerlicher Innovationsanreize gelegt.

Zwischen dem 4. September und dem 31. Oktober 2012 beteiligten sich 939 Unternehmen an der Erhebung. Allen Teilnehmern danken wir recht herzlich für ihre Unterstützung.

Die Ergebnisse der 16. Erhebungswelle

1 Wirtschaftspolitische und konjunkturelle Lage

Die konjunkturelle Entwicklung in Deutschland wird aktuell von der weiterhin bestehenden Staatsschuldenkrise und konjunkturellen sowie mancherorts strukturellen Wachstumshemmnissen geprägt. Das dämpft die Erwartungen des industriellen Mittelstands, der die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen zunehmend skeptischer beurteilt. Die aktuelle Herbstbefragung des BDI-Mittelstandspanels zeigt, dass die Bewältigung der Staatsschuldenkrise nicht nur das tagespolitische Geschehen, sondern zunehmend auch die wirtschaftliche Lage der Unternehmen beeinflusst. Zwar herrscht unter den deutschen Industrieunternehmen nach wie vor eine positive Grundstimmung, die Aussichten für die nächsten 6 bzw. 12 Monate trüben sich jedoch deutlich ein.

1.1 Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen

Nach Angaben der Industrieunternehmen stufen 38,1 % die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen derzeit als ‚gut‘ bis ‚sehr gut‘ ein. Im Vergleich zum Frühjahr 2012 ist dieser Anteilswert um rund 5 Prozentpunkte gesunken. Gleichzeitig ist der Anteil der Unternehmen, die mit den wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen nicht zufrieden sind, deutlich angestiegen. Waren im Frühjahr 2012 nur 7 % der Industrieunternehmen unzufrieden, so sind es aktuell bereits mehr als doppelt so viele (14,5 %). Entsprechend ergibt sich ein Beurteilungssaldo¹ von 23,6 Prozentpunkten. Im Vergleich zur Frühjahrsbefragung 2012 bedeutet dies eine Verschlechterung um 12,6 Punkte (vgl. Abbildung 1).

Abbildung 1
Einschätzung der wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen im Zeitverlauf



Angaben in Prozent | Werte hochgerechnet | Basis: n = 932

© IfM Bonn 2/2012

Eine differenzierte Betrachtung zeigt: Während über 42 % der rein binnenmarktorientierten Unternehmen die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen als ‚gut‘ bis ‚sehr gut‘ einstufen, sind es bei den exportierenden Un-

¹ Saldo aus positiven und negativen Einschätzung.

ternehmen lediglich rund 35 %. Es kann vermutet werden, das Letztere ihr Urteil aufgrund ihrer internationalen Verflechtung stärker von den europa- und währungspolitischen Unsicherheiten abhängig machen.

Weitere Verschlechterung der Rahmenbedingungen in den nächsten Monaten erwartet

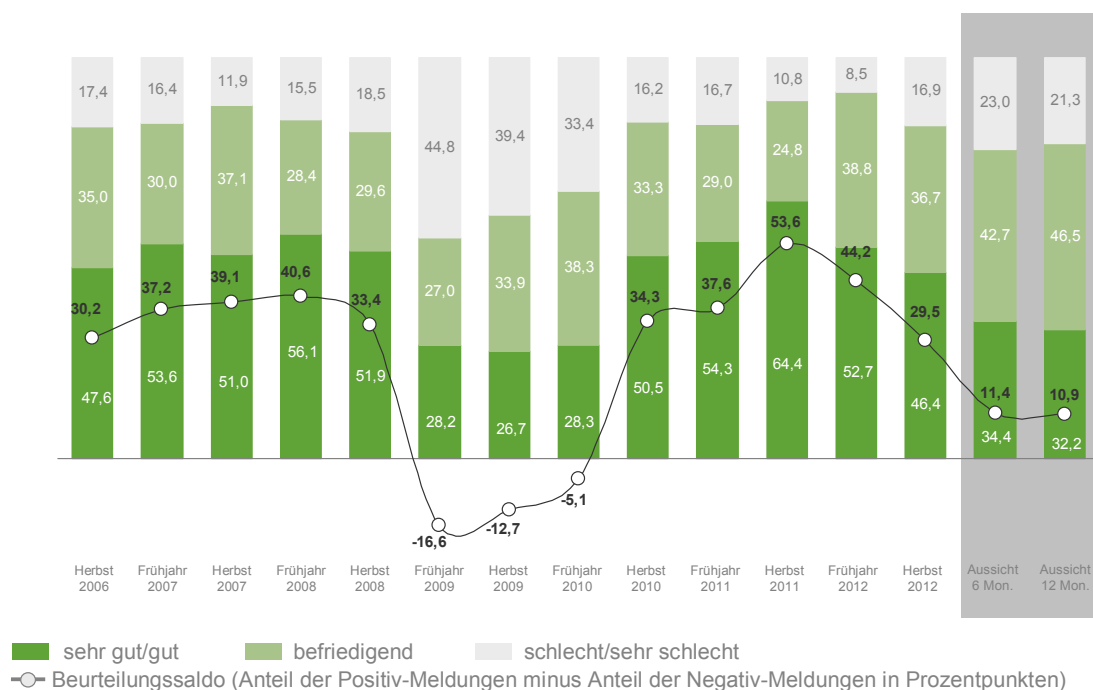
Für die kommenden zwölf Monate rechnen die Unternehmen mit einer weiteren Verschlechterung der wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen – insbesondere Unternehmen mit hoher Exportorientierung. Von positiven Rahmenbedingungen im nächsten Jahr geht noch jedes vierte Industrieunternehmen aus. Gleichzeitig steigt die Zahl der Negativ-Voten auf 28,9 %, so dass der Beurteilungssaldo mit -4,0 Prozentpunkte erstmals seit 2010 wieder negativ ist.

Die Beurteilung der Unternehmen spiegelt die bestehende Verunsicherung der deutschen Industrie in Bezug auf die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen wider: Die Staatsschulden- und Bankenkrise ist im Kern noch immer nicht gelöst und der Bund durch die Zustimmung zu den Rettungspakten gezwungen, milliardenschwere Haftungsrisiken einzugehen. Zudem stehen im kommenden Jahr Bundes- und Landtagswahlen an, was erfahrungsgemäß die politischen Handlungsspielräume wahlkampfbedingt begrenzt und oftmals wirtschaftspolitischen Stillstand bedeutet.

1.2 Aktuelle Konjunktur: Wirtschaftslage der deutschen Industrie noch positiv

Die deutschen Industrieunternehmen beurteilen im Herbst 2012 ihre aktuelle Lage überwiegend noch positiv: Knapp die Hälfte der Unternehmen (46,4 %) bewertet die eigene Lage als ‚sehr gut‘ bzw. ‚gut‘ (vgl. Abbildung 2).

Abbildung 2
Einschätzung der eigenen Wirtschaftslage im Zeitverlauf



Angaben in Prozent | Werte hochgerechnet | Basis: n = 932

© IfM Bonn 2/2012

Insbesondere den kleineren Unternehmen mit weniger als 100 Beschäftigten geht es überdurchschnittlich gut. Rund 16,9 % der Industrieunternehmen befinden sich nach eigenen Angaben in schlechter wirtschaftlicher Lage und damit doppelt so viele wie zu Anfang des Jahres.

War es der Bundesregierung nach Meinung der Unternehmen bis ins Frühjahr 2012 hinein gelungen, negative Folgen der Staatsschuldenkrise abzumildern, scheinen diese mittlerweile bei einigen Unternehmen immer mehr spürbar zu werden – vor allem in Unternehmen mit hoher Exportorientierung.

Im Vergleich zum Frühjahr 2012 sinkt der Beurteilungssaldo als Differenz aus positiven und negativen Einschätzungen insgesamt auf 29,5 Prozentpunkte. Damit liegt die Einschätzung der aktuellen Lage der Unternehmen unter den entsprechenden Erwartungen, die diese im Frühjahr 2012 äußerten. Die zum damaligen Zeitpunkt befürchtete konjunkturelle Abschwächung ist somit eingetreten. Fazit: Die wirtschaftliche Lage des industriellen Mittelstands ist insbesondere im internationalen Vergleich nach wie vor auf hohem Niveau. Gleichwohl ist ein Rückgang zu verzeichnen.

Geschäftsaussichten trüben sich ein

Auf Halbjahres- bzw. Jahressicht erwarten die Unternehmen, dass die konjunkturelle Eintrübung tiefere Spuren in ihren Auftragsbüchern hinterlässt. Der Anteil der Unternehmen, die in den nächsten sechs Monaten eine eher durchschnittliche bzw. schlechte Geschäftslage erwarten, steigt jeweils um 6 Prozentpunkte. Gleichzeitig sinkt der Anteil der Unternehmen mit guten Bewertungen. Nichtsdestotrotz bleibt mehr als ein Drittel aller Unternehmen für die nächsten sechs Monate mit Blick auf die eigenen Geschäftsaussichten optimistisch. In der Summe sinkt der Beurteilungssaldo auf Halbjahressicht auf 11,4 Prozentpunkte.

Die bereits in den vergangenen Befragungen festgestellte Verunsicherung besteht auch im Herbst 2012 fort und macht sich in der Prognose der Wirtschaftslage in den nächsten 12 Monaten bemerkbar: Ein Viertel der Unternehmen gibt keine Einschätzung zur Entwicklung der Geschäftslage auf Jahressicht ab. Diejenigen Unternehmen, die eine Prognose abgeben, rechnen in der Summe nur mit geringen Veränderungen im Vergleich zur Halbjahresprognose (Erwartungssaldo 10,9 Punkte). Bedingt durch die ungünstigeren Exportaussichten und deren Folgewirkungen, sind die industriellen Unternehmen mit hoher Exportorientierung² etwas pessimistischer in ihrer Einschätzung als die Unternehmen mit Fokussierung auf die Inlandsmärkte (siehe auch Kapitel 2.1). Sie erwarten mehrheitlich eine befriedigende Geschäftslage.

² Unternehmen mit hoher Exportorientierung verfügen über eine Exportquote von über 43,77 %.

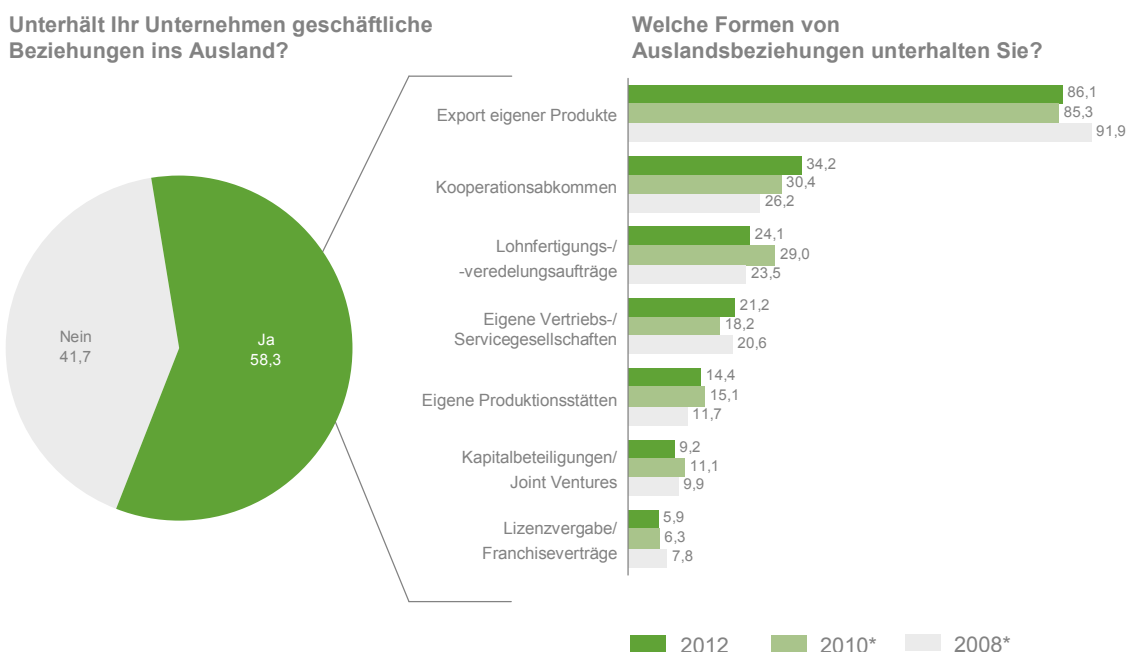
2 Internationalisierung des industriellen Mittelstands

Im Gegensatz zu den Industrienationen blieb das Wachstum der Industrieproduktion in den meisten Schwellenländern während der Finanzkrise stabil. Aktuell führen überschuldete Staatshaushalte zu Unsicherheit und einer zurückhaltenden Nachfrage aus den Euro- und anderen Industrieländern. Insgesamt bleibt das weltweite Wachstum, trotz nachlassender Prognosen, dynamisch, so dass auch das Welthandelsvolumen insgesamt – wenn auch langsamer – weiter wächst. Dies deutet auf eine weiter zunehmende internationale Arbeitsteilung hin. Für die deutschen Industrieunternehmen liegen die wichtigsten internationalen Absatzmärkte in Europa und den NAFTA-Staaten. Zukünftig gewinnen vor allem der brasilianische, chinesische und russische Markt an Bedeutung. Die vorherrschende Form der Internationalisierung bleibt dabei der Export.

2.1 Strategische Schwerpunkte der Internationalisierung

Nach Befragungen im Jahr 2008 und 2010 standen in der aktuellen Herbstbefragung erneut die Internationalisierungsaktivitäten der deutschen Industrieunternehmen im Fokus: Fast sechs von zehn Unternehmen unterhalten geschäftliche Beziehungen ins Ausland. Der Anteil der Unternehmen, die im Ausland aktiv sind, steigt dabei stetig mit der Größe der Unternehmen an. In der Gruppe der Unternehmen mit mehr als 250 Beschäftigten sind es fast 90 %. Dies ist vor allem der hohen Wettbewerbsfähigkeit der Produkte und Dienstleistungen der deutschen Industrieunternehmen im internationalen Vergleich zu verdanken.

Abbildung 3
Formen der Geschäftsbeziehungen ins Ausland



*Angaben für die Jahre 2008 und 2010 in Prozent der zum jeweiligen Zeitpunkt im Ausland engagierten Unternehmen.
Angaben in Prozent | Werte hochgerechnet | Basis: n = 938

© IfM Bonn 2/2012

Export bleibt die dominierende Internationalisierungsform

Der Export der eigenen Produkte ist nach wie vor die mit Abstand am häufigsten verbreitete Strategie zur Erschließung von Auslandsmärkten. Dies konnte auch ein zwischenzeitlicher Rückgang der Zahl der exportierenden Unternehmen im Verlauf der Finanz- und Wirtschaftskrise nicht ändern. Derzeit exportieren 86,1 % der Unternehmen mit Geschäftsbeziehungen ins Ausland Waren dorthin (vgl. Abbildung 3). Bezogen auf alle deutschen Industrieunternehmen, ergibt sich daraus eine Exporteurquote von über 50 %.

Von der Krise unbeeinflusst blieb die Verbreitung von Kooperationsabkommen mit Unternehmen im Ausland (34,2 %). Auffällig ist, dass Kooperationen vergleichsweise häufig von kleinen und mittleren Unternehmen eingegangen werden und auch von denjenigen, die keinen direkten Warenexport betreiben. Dies könnte darauf hindeuten, dass eine derartige Zusammenarbeit ein Einstieg in weitere Formen der Internationalisierung ist.

Lohnfertigung im Ausland nach kurzfristigem Anstieg wieder rückläufig

Eine weitere Form der Geschäftstätigkeit im Ausland, die auch bei kleinen und mittleren Unternehmen verbreitet ist, ist die Vergabe von Lohnfertigungs- oder -veredelungsaufträgen. Insgesamt bindet ein gutes Viertel der Industrieunternehmen ausländische Unternehmen auf diese Weise in den Produktionsprozess ein. Im Jahr 2010, das durch den wirtschaftlichen Wiederaufschwung gekennzeichnet war, gingen rund 30 % der Unternehmen derartige Vertragsbeziehungen ein. Vermutlich wurden Teilprozesse der Produktion aufgrund von kurzfristigen Kapazitätsengpässen vorübergehend an ausländische Vertragspartner vergeben.

Aktuell greifen von den auslandsaktiven Industrieunternehmen besonders häufig die Konsumgüterproduzenten auf Lohnfertigung- und -veredelung im Ausland zurück. Gleichzeitig weist diese Untergruppe des Verarbeitenden Gewerbes seit dem Jahr 2008 einen Anstieg der Unternehmen mit eigenen Produktionsstätten im Ausland auf (um 5,3 Prozentpunkte auf 16,5 %). Diese Entwicklungen deuten auf einen hohen Preis- und Kostendruck in den Konsumgüterbranchen hin. Allerdings hat, wie etwa im Ernährungsgewerbe, die Errichtung eigener Fertigungen immer häufiger auch das Ziel, vor Ort lokale Märkte zu erschließen. Insgesamt haben aktuell 14,4 % der auslandsaktiven Industrieunternehmen Produktionsstätten im Ausland, wobei der Anteil seit dem Jahr 2010 nahezu konstant geblieben ist.

Industrieunternehmen weiten Vertrieb und Service im Ausland aus

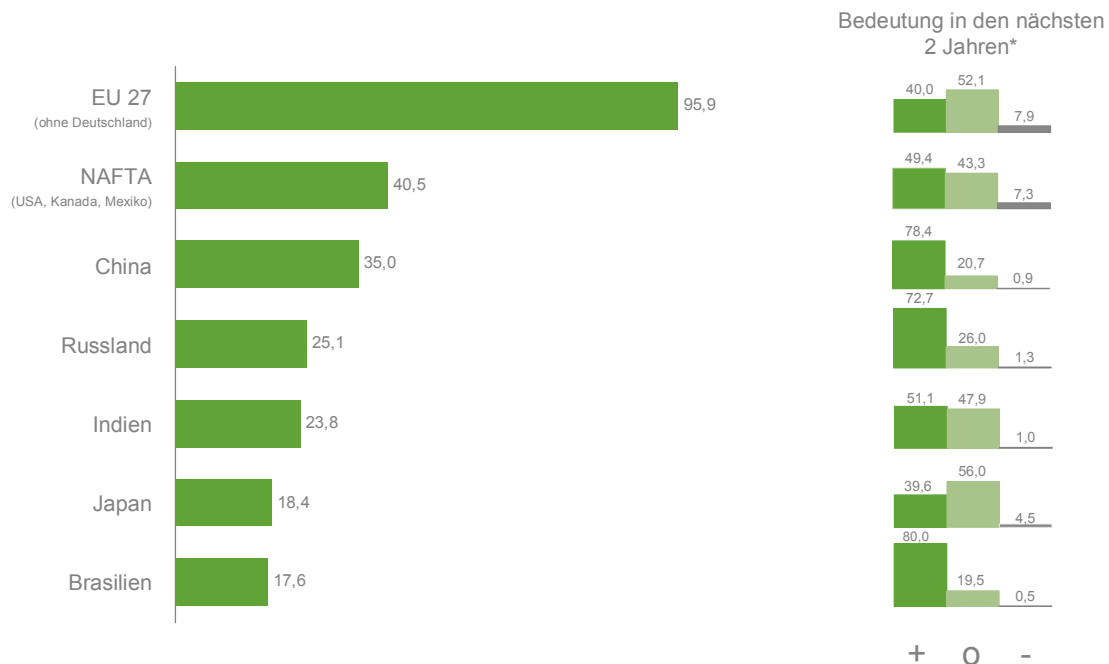
Nach einem Rückgang zwischen den Jahren 2008 und 2010 hat die Verbreitung eigener Vertriebs- und Servicestätten im Ausland in den letzten beiden Jahren wieder deutlich zugenommen: 21,2 % aller auslandsaktiven Industrieunternehmen verfügen über eigene Vertriebs- und Servicestätten. Die Ausweitung dieser Internationalisierungsform ist bei den Herstellern von Investitionsgütern, zu denen beispielsweise der Maschinen- und Fahrzeugbau zählt, besonders ausgeprägt (2008: 20,1 %; 2012: 27,3 %). In diesen Produktsegmenten kommt der Betreuung der ausländischen Kunden vor Ort eine besondere Bedeutung zu.

2.2 Geographische Schwerpunkte der industriellen Auslandsaktivitäten

Die Entscheidung, auf welchen internationalen Märkten ein Unternehmen aktiv wird bzw. bleibt, wird von zahlreichen Aspekten beeinflusst. Neben den aktuellen und zukünftigen Absatzchancen spielt die kulturelle, rechtliche und geographische Nähe oftmals eine große Rolle, insbesondere bei kleinen und mittleren Unternehmen. Fast alle im Ausland aktiven Industrieunternehmen (95,9 %) sind daher auf Absatzmärkten innerhalb der EU-27 aktiv (vgl. Abbildung 4, links). Nach wie vor ist auch die NAFTA-Region, zu der die USA, Kanada und Mexiko zählen, ein wichtiges Absatzgebiet für die international tätigen deutschen Industrieunternehmen.

Die Bedeutung von EU und NAFTA als Absatzmärkte wird in den kommenden zwei Jahren nur leicht zunehmen: Während vier von zehn der auslandsaktiven Unternehmen eine Bedeutungszuwachs der Märkte in der EU erwartet, gehen die auslandsaktiven Unternehmen mehrheitlich davon aus, dass sich die Absatzmöglichkeiten auf diesen Märkten nicht weiter erhöhen werden (52,1 %). Etwa jedes zehnte Unternehmen bewertet die Bedeutung dieser Regionen als rückläufig (vgl. Abbildung 4, rechts). Für die NAFTA-Regionen sind die Erwartungen etwas optimistischer: Etwa die Hälfte der Unternehmen mit Auslandsengagement geht davon aus, dass die Bedeutung in den nächsten zwei Jahren wächst, während die andere Hälfte von einer stagnierenden bzw. rückläufigen Entwicklung ausgeht.

Abbildung 4
Internationale Märkte der auslandsaktiven Unternehmen



* Einschätzung der im jeweiligen Land aktiven Unternehmen: + wachsend, 0 stagnierend, - rückläufig
Angaben in Prozent | Werte hochgerechnet | Mehrfachnennungen | Basis: n = 542 (1.389 Antworten)

© IfM Bonn 2/2012

Der Bedeutungszuwachs dieser beiden Regionen fällt insgesamt geringer aus als der der anderen Regionen – mit Ausnahme von Japan. Dies dürfte zum einem an den konjunkturellen Unsicherheiten aufgrund der hohen Staatsverschuldung in beiden Regionen liegen. Zum anderen scheinen diese Märkte einen Sättigungsgrad erreicht zu haben und weisen daher nur noch begrenzt Wachstumspotenzial auf.

China, Russland und Brasilien gewinnen als Absatzmärkte stark an Bedeutung

Die deutschen Industrieunternehmen nutzen die Absatzchancen auf den Märkten der BRIC-Staaten in den letzten Jahren intensiv: Seit den Befragungen der Jahre 2005 und 2008 hat sich der Anteil der auslandsaktiven Unternehmen, die in China (35,0 %) und Indien (23,8 %) agieren, deutlich ausgeweitet. Der entsprechende Anteil für Russland (25,1 %) ist leicht rückläufig. Die Marktbearbeitung in Brasilien wurde erstmalig erfasst. Nach eigenen Angaben sind 17,6 % der auslandsaktiven Unternehmen hier aktiv. Damit nehmen fast genauso viele Unternehmen Marktchancen in Brasilien wahr wie im hochindustrialisierten Japan, wo 18,4 % der auslandsaktiven Unternehmen tätig sind. Auch für die nächsten beiden Jahre werden aus Japan nur geringe Wachstumsimpulse erwartet. Die Beurteilungen für Brasilien, Russland und China fallen deutlich optimistischer aus. Rund sieben bzw. acht von zehn international tätigen Unternehmen sehen hier weiteres Wachstumspotenzial für ihr internationales Engagement.

Kleine Unternehmen beschränken Engagement häufig auf die EU-27

Wie kaum anders zu erwarten, sind größere Unternehmen auf mehr ausländischen Märkten aktiv als kleinere: Während die international tätigen Unternehmen mit bis zu 19 Beschäftigten im Durchschnitt zwei der hier genannten Märkte bearbeiten, sind es in den Großunternehmen mit mehr als 500 Beschäftigten durchschnittlich vier. Mit Ausnahme der EU-Länder, in denen die auslandsaktiven Unternehmen aller Größenklassen gleichermaßen vertreten sind, steigt die Häufigkeit, mit der die Unternehmen in den übrigen erfassten Auslandsmärkten anzutreffen sind, mit der Unternehmensgröße stetig an. In China, Russland und den NAFTA-Staaten sind zwischen 60 und

70 % der Unternehmen mit mehr als 250 Beschäftigten aktiv. In Indien und Brasilien ist fast die Hälfte dieser Unternehmen tätig (47,7 %) und in Japan knapp vier von zehn Unternehmen der obersten Größenklasse.

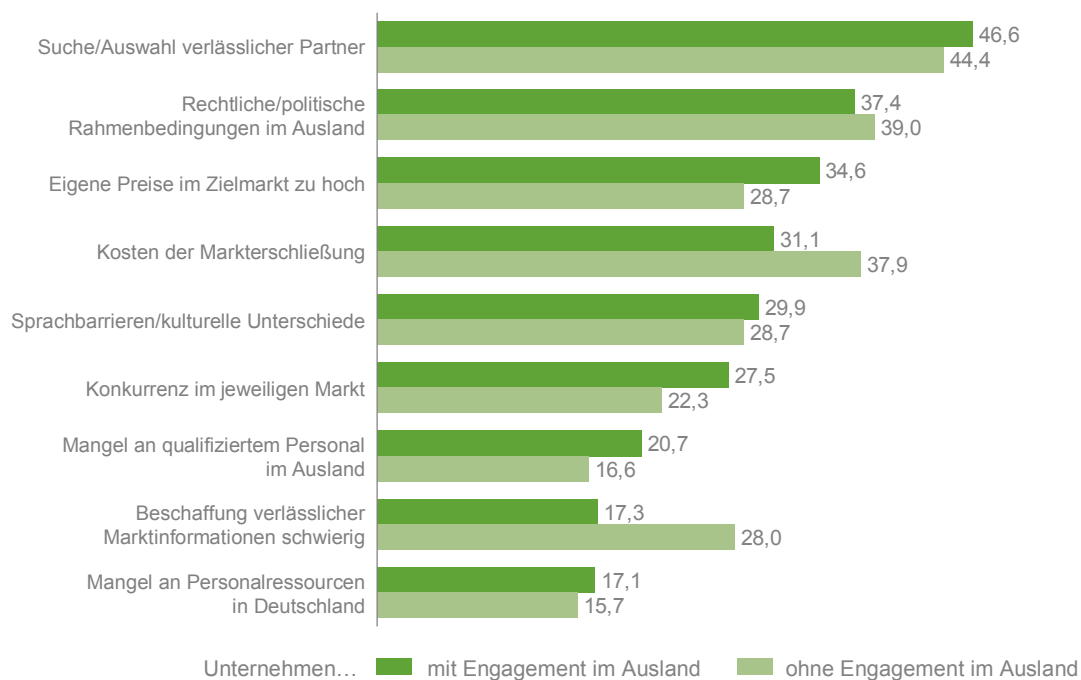
2.3 Hindernisse auf dem Weg ins Ausland

Der große Erfolg der deutschen Industrieunternehmen auf den ausländischen Märkten lässt oftmals den Ruf nach einer weitergehenden Internationalisierung laut werden. Dabei bedürfen eine erstmalige Bearbeitung ausländischer Märkte oder die Vertiefung bzw. Ausweitung bestehender Aktivitäten einer sorgfältigen Planung. Die aktuelle Herbstbefragung des BDI-Mittelstandspanels greift vor diesem Hintergrund mögliche Hemmnisse der Industrieunternehmen für ein Engagement im Ausland auf.

Suche nach verlässlichen Geschäftspartnern ist größtes Hemmnis

Unabhängig davon, ob ein Unternehmen bereits Erfahrungen im Ausland gesammelt hat oder nicht – die Suche nach verlässlichen Geschäftspartnern wird von den deutschen Industrieunternehmen am häufigsten als Hemmnis auf dem Weg ins Ausland genannt (vgl. Abbildung 5). Im Herbst 2010 wurden die Unternehmen, die noch nicht im Ausland aktiv waren, schon einmal zu dieser Thematik befragt, mit gleichem Ergebnis.

Abbildung 5
Hemmnisse für ein Engagement im Ausland



Angaben in Prozent | Werte hochgerechnet | Basis: n = 825

© IfM Bonn 2/2012

Defizite bei der Markterkundung lässt binnenorientierte Unternehmen zögern

Im Gegensatz zu den bereits im Ausland tätigen Unternehmen empfinden diejenigen, die aktuell noch nicht international vertreten sind, die rechtlichen und politischen Rahmenbedingungen im Ausland häufiger als Hemmnis (39,0 %). Gleiches gilt für Schwierigkeiten bei der Beschaffung verlässlicher Marktinformationen, die rund drei von zehn binnenorientierte Unternehmen zögern lassen. Die erstmalige Bearbeitung internationaler Märkte wird also zuvorderst von den dort herrschenden Bedingungen und einem empfundenen Informationsmangel gehemmt, sei er rechtlicher, politischer oder wirtschaftlicher Art.

Gleichzeitig erfordert die Beschaffung derartigen Know-hows Zeit und Ressourcen, die die Kosten der Markterschließung steigern. Es scheint daher eingängig, dass fast 40 % der Industrieunternehmen ohne Auslandsengagement einer Internationalisierung aufgrund des erwarteten finanziellen Aufwands zögerlich gegenüberstehen. Dass die Markterschließung im Ausland tatsächlich eine finanzielle Belastung darstellen kann, bestätigt die Einschätzung der auslandsaktiven Unternehmen: Gut drei von zehn dieser Unternehmen empfinden die Kosten der Markterschließung als beschränkenden Faktor.

Auslandsaktive Unternehmen werden durch marktliche Risiken limitiert

Die übrigen erfassten Hemmnisse der Internationalisierung werden – vermutlich auch aufgrund ihres Informationsvorsprungs – häufiger von bereits im Ausland aktiven Unternehmen genannt. Mit Ausnahme der rechtlichen und politischen Rahmenbedingungen handelt es sich hierbei um Risiken der spezifischen Produkt- und Arbeitsmärkte. Rund ein Drittel der Unternehmen mit Engagement im Ausland sieht die Durchsetzung der eigenen Preise vor Ort als limitierenden Faktor. Drei von zehn auslandsaktiven Unternehmen empfinden sprachliche und kulturelle Unterschiede als ebenso hinderlich wie die Konkurrenz auf den internationalen Märkten.

Ein Mangel an qualifiziertem Personal im In- und Ausland stellt nur für zwei von zehn der auslandsaktiven Unternehmen ein Problem dar. Bei den inaktiven Unternehmen spricht dieser Aspekt noch seltener gegen eine Ausweitung der Geschäftstätigkeit auf internationales Terrain.

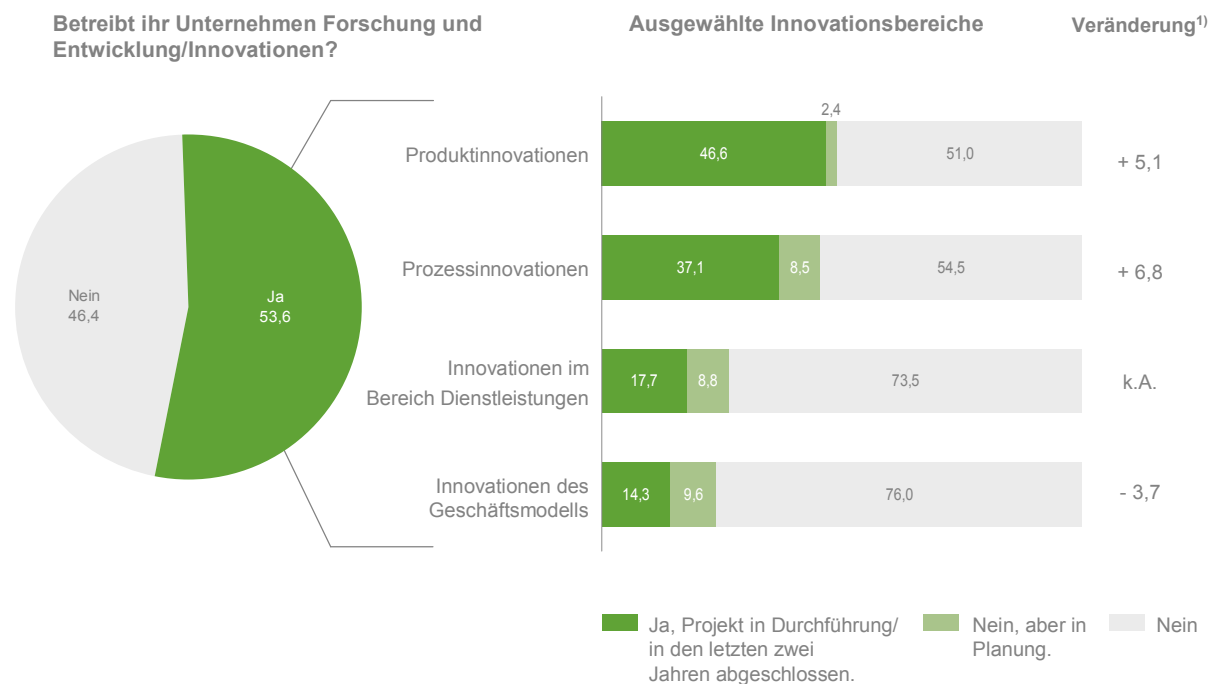
3 Forschung und Entwicklung/Innovation in der deutschen Industrie

Die Bedeutung der Innovationsfähigkeit nimmt einzel- wie volkswirtschaftlich, national wie international stetig zu. Die Entwicklung und Markteinführung von innovativen Produkten und Dienstleistungen sind wichtige Voraussetzungen für die wirtschaftlich erfolgreiche Entwicklung von Unternehmen. Gleichzeitig leisten die unternehmerischen Forschungs-/Innovationsaktivitäten einen wichtigen Beitrag zur Wertschöpfung eines Landes. Daher ist der Ruf nach innovationsfreundlichen Rahmenbedingungen in der politischen Diskussion auf nationaler und internationaler Ebene immer wieder zu hören. Erfreulich ist, dass heute deutlich mehr Unternehmen an der Entwicklung neuer Lösungen und der Verbesserung von Produkten, Prozessen und ganzen Geschäftsmodellen arbeiten als im Jahr 2010. Dazu investierten sie im vergangenen Jahr 4,5 % ihres Umsatzes und erwirtschafteten mit ihren jüngsten Innovationen einen Umsatzanteil von 12,4 %.

3.1 Industrielle F&E-/Innovationsaktivitäten

Bereits in der Frühjahrsbefragung 2010 widmete sich das BDI-Mittelstandspanel den F&E- bzw. Innovationsaktivitäten des industriellen Mittelstands in Deutschland. Trotz der konjunkturellen Verwerfungen der Vorjahre war damals fast die Hälfte der deutschen Industrieunternehmen im Bereich Forschung und Entwicklung/Innovationen aktiv. Die Ergebnisse der aktuellen Befragung zeigen, dass der industrielle Mittelstand seine Aktivitäten ausgeweitet hat: 53,6 % der mittelständischen Industrieunternehmen geben an, derzeit ein F&E-Projekt durchzuführen oder in den letzten zwei Jahren abgeschlossen zu haben (vgl. Abbildung 6). Im Vergleich zum Jahr 2010 bedeutet dies eine Erhöhung des Anteils innovativer Unternehmen um 4,1 Prozentpunkte. Auch in Zukunft will die deutsche Industrie verstärkt in Forschung und Entwicklung investieren. Insgesamt planen mehr als drei von zehn Unternehmen eine Erhöhung ihrer F&E-Ausgaben und rund sechs von zehn Unternehmen wollen diese stabil halten.

Abbildung 6
F&E-/Innovationsaktivitäten in ausgewählten Innovationsbereichen



¹⁾ Im Vergleich zur Frühjahrsbefragung 2010 in Bezug auf die Innovationsbereiche | Angabe in Prozentpunkten
Angaben in Prozent | Werte hochgerechnet | Basis: n = 939

Industrieller Mittelstand bleibt Produktinnovator

Die Forschungs- und Innovationsaktivitäten können entweder auf die Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen, die Einführung neuer Organisations- und Produktionsprozesse oder auf die Überarbeitung des Geschäftsmodells abzielen. Eine genauere Betrachtung der verschiedenen Innovationsbereiche zeigt, dass die Stärke der deutschen Industrie in der Entwicklung neuer oder deutlich verbesserter Produkte liegt: 46,6 % der innovationsaktiven Unternehmen berichtet über derartige Anstrengungen (vgl. Abbildung 6). Im Vergleich zur Frühjahrsbefragung 2010 ergibt sich eine Anteilssteigerung um 5,1 Prozentpunkte. Auch der Anteil der Unternehmen, die Organisations- und Produktionsprozesse weiterentwickelt haben oder dies gerade tun – sei es um Kosten zu sparen oder die Produktionsabläufe zu optimieren – ist gestiegen. Rund vier von zehn Unternehmen haben Projekte zur Verbesserung von Herstellungsverfahren angestoßen bzw. abgeschlossen.

Im Bereich der Dienstleistungen führen hingegen deutlich weniger Unternehmen Innovationsprojekte durch. In der aktuellen Befragung haben 17,7 % der mittelständischen Industrieunternehmen angegeben, neue oder verbesserte Dienstleistungen zu entwickeln bzw. entwickelt zu haben.³ Der Grund für die im Vergleich geringere Verbreitung der Dienstleistungsinnovationen liegt darin, dass Dienstleistungen in der Industrie zumeist als Zusatzleistung angeboten werden, um das Kerngeschäft zu ergänzen oder auf eine breitere Basis zu stellen.

Auch radikale Neuerungen, wie sie mit einer Veränderung des Geschäftsmodells verbunden sind, erfolgen erwartungsgemäß vergleichsweise selten. Speziell die Neuausrichtung des Geschäftsmodells ist nicht nur mit Wachstumschancen, sondern auch mit besonderer Unsicherheit und hohem Risiko verbunden. Hielten bereits im Frühjahr 2010 sieben von zehn Unternehmen an ihrem Geschäftsmodell fest, sehen aktuell noch mehr Unternehmen (76,0 %) keine Notwendigkeit, dieses in Frage zu stellen.

Unternehmen der unteren Größenklassen weiten F&E-/Innovationsaktivitäten aus

Größere und exportorientierte Unternehmen unterliegen üblicherweise einem stärkeren Innovationsdruck, um auf den nationalen wie internationalen Märkten konkurrenzfähig zu bleiben. Aus diesem Grund steigt der Anteil forschender und innovierender Unternehmen gewöhnlich mit der Unternehmensgröße bzw. der Exportorientierung an. Dies zeigt sich auch für die Unternehmen der deutschen Industrie: Während in den unteren Größenklassen (weniger als 100 Mitarbeiter) der Anteil der Unternehmen mit laufenden bzw. in den letzten zwei Jahren abgeschlossenen F&E-Projekten unter 70 % liegt, steigt der entsprechende Anteil in den übrigen Größenklassen auf über 90 % (vgl. Abbildung 7).

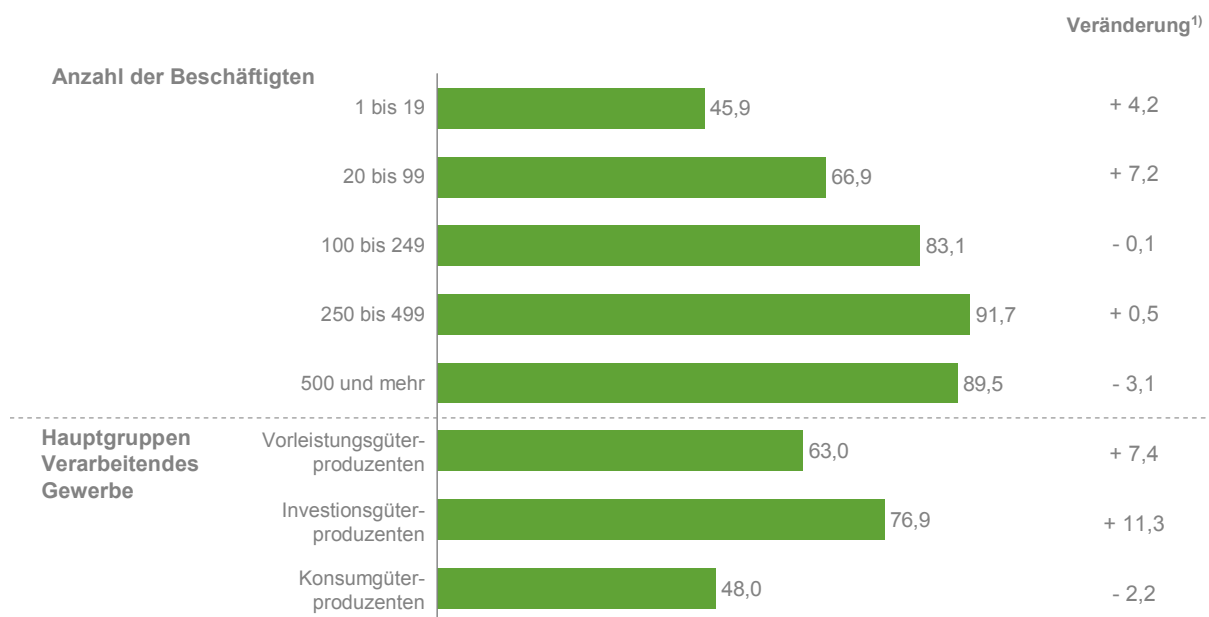
Im Vergleich zur Frühjahrsbefragung 2010 gab es insbesondere in den unteren Größenklassen eine Erhöhung des Anteils innovativer Unternehmen: Bei den Unternehmen mit weniger als 100 Beschäftigten steigt der entsprechende Anteil um 4,2 bzw. 7,2 Prozentpunkte. Dies ist insbesondere vor dem Hintergrund erfreulich, dass die Innovationsneigung in diesen Größenklassen weniger stark ausgeprägt ist. Diese Unternehmen können den Innovationsvorsprung der größeren Unternehmen daher etwas verkleinern.

Investitionsgüterindustrie: Mehr als drei Viertel der Unternehmen mit F&E/Innovationen

Im Verarbeitenden Gewerbe ist der größte Anteil innovativer Unternehmen unter den Herstellern von Investitionsgütern zu finden: 76,9 % der Unternehmen betreiben hier Forschung und Entwicklung und/oder tätigen Innovationen. Wenig überraschend, zählen doch Maschinen- und Fahrzeugbau oder Elektrotechnik als forschungsintensive Branchen zu dieser Hauptgruppe des Verarbeitenden Gewerbes. Unter den Herstellern von Vorleistungs- bzw. Konsumgütern ist der Anteil forschungs-/innovationsaktiver Unternehmen hingegen deutlich geringer (63,0 % bzw. 48,0 %; vgl. Abbildung 7).

³ Vergleichswerte zur Frühjahrsbefragung 2010 liegen nicht vor, da dieser Innovationsbereich erstmalig abgefragt wurde.

Abbildung 7
F&E-/Innovationsaktive Unternehmen der deutschen Industrie



1) Im Vergleich zur Frühjahrsbefragung 2010 | Angabe in Prozentpunkten
Angaben in Prozent | Werte hochgerechnet | Basis: n = 643

© IfM Bonn 2/2012

Im Vergleich zum Jahr 2010 ist sich die Zahl der Unternehmen mit F&E-/Innovationsaktivitäten unter den Investitionsgüterproduzenten deutlicher gestiegen als bei den Unternehmen des übrigen Verarbeitenden Gewebes. Damals gaben rund zwei Drittel der Hersteller von Investitionsgütern an, Projekte im Bereich Forschung und Entwicklung/Innovation durchzuführen oder gerade abgeschlossen zu haben – 11,3 % weniger als in der aktuellen Befragung. Die Produktion von Investitionsgütern war besonders stark von der weltweiten Rezession 2008/2009 betroffen. Entsprechend wurden die Aktivitäten im Bereich Forschung und Entwicklung in den Krisenjahren zurückgefahren. Zwischenzeitlich wurden die für diesen Bereich bereitgestellten finanziellen und personellen Ressourcen wieder ausgeweitet.

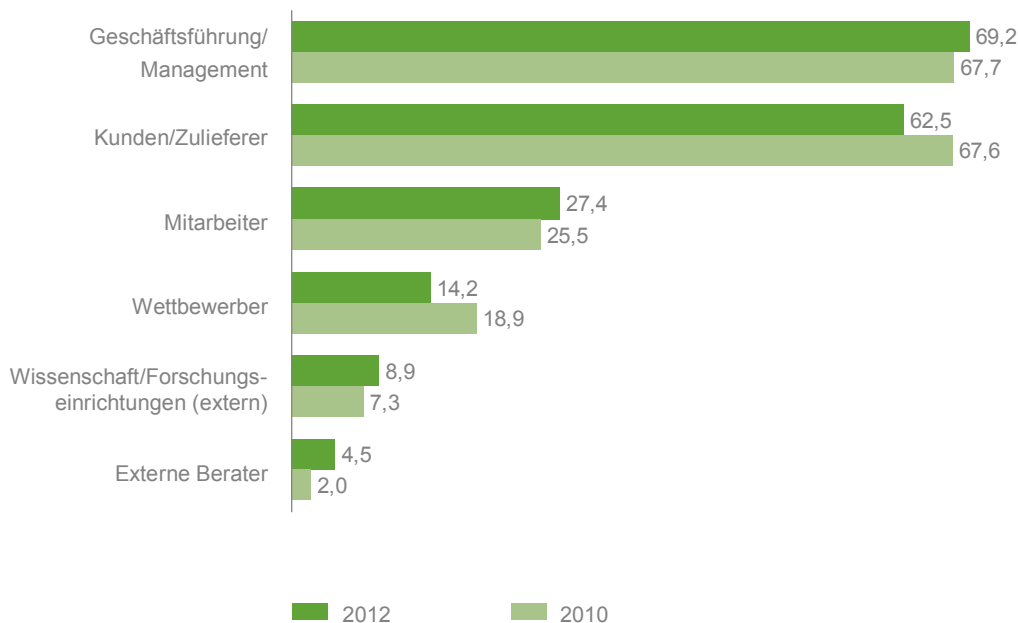
Unternehmen nutzen interne Potenziale und direktes Umfeld als Innovationsquelle

Unabhängig von Größe und Exportorientierung der Unternehmen stammen die wichtigsten Forschungs- und Innovationsimpulse aus den Unternehmen selbst. Gefragt nach den wichtigsten Ideengebern, nennen sieben von zehn Unternehmen die eigene Geschäftsführung (vgl. Abbildung 8). Im Vergleich zur Frühjahrsbefragung 2010 ist die Bedeutung dieser Personengruppe für neue Impulse leicht gestiegen. Die Geschäftsführung bzw. das Management ist insbesondere dann als Ideengeber gefragt, wenn ein neues Geschäftsmodell entwickelt wird. Innovationen in diesem Bereich bedeuten üblicherweise radikale Neuerungen und weitreichende Veränderungen im innovierenden Unternehmen, die – nach Einschätzung der Unternehmen – überdurchschnittlich häufig eine Initiierung aus der höchsten Führungsebene erfordern.

Auf Ideen aus dem Kunden- und Lieferantenkreis greifen mehr als sechs von zehn der mittelständischen Industrieunternehmen zurück, insbesondere wenn es um die Neuentwicklung und die Verbesserung von Produktionsprozessen geht. Mit einem Minus von 5,1 Prozentpunkten hat die Bedeutung der Zusammenarbeit entlang der Lieferkette im Vergleich zum Jahr 2010 jedoch abgenommen. Überdurchschnittlich häufig entwickeln Unternehmen der forschungsintensiven Investitionsgüterindustrie neue Ideen im kreativen Zusammenspiel mit Kunden und Lieferanten. Die Produkte, die dieser Wirtschaftszweig des Verarbeitenden Gewebes herstellt, erfordern eine enge

Zusammenarbeit mit diesen Personengruppen, da häufig individuelle, auf den Kunden abgestimmte Lösungen gefragt sind.

Abbildung 8
Impulsgeber für forschende bzw. innovierende Unternehmen



Angaben in Prozent | Werte hochgerechnet | Mehrfachnennungen | Basis: n = 504 (940 Antworten)

© IfM Bonn 2/2012

Innovationsimpulse aus der Wissenschaft nutzen nur wenige Unternehmen

Die eigenen Mitarbeiter spielen für 27,4 % der forschenden Unternehmen eine entscheidende Rolle bei der Ideensuche – überdurchschnittlich häufig für Unternehmen der oberen Größenklassen (mehr als 100 Mitarbeiter). Nach eigenen Angaben orientieren sich 14,2 % der mittelständischen Industrieunternehmen bei der Suche nach neuen Ideen an der Konkurrenz. Nur wenige Unternehmen versuchen also, Ideen von Wettbewerbern zu nutzen, um über Nachahmungsinnovationen ihre Wettbewerbschancen zu verbessern. Ebenfalls eine untergeordnete Rolle als Impulsgeber für Forschung und Entwicklung/Innovationen spielen die Wissenschaft, externe Forschungseinrichtungen und Berater. Weniger als eins von zehn Unternehmen nutzt das Know-how von Universitäten und Forschungseinrichtungen, um neue Produkte, Prozesse oder Geschäftsmodelle zu entwickeln. Insbesondere in den forschungsintensiven Industriezweigen dürften Kooperationen zwischen Wissenschaft und Praxis noch ungenutzte Möglichkeiten auf der Suche nach neuen Ideen, aber auch hinsichtlich der Vermarktung von Forschungsergebnissen aus dem Hochschulsektor bieten.

3.2 F&E-/Innovationsaufwendungen und -umsatz

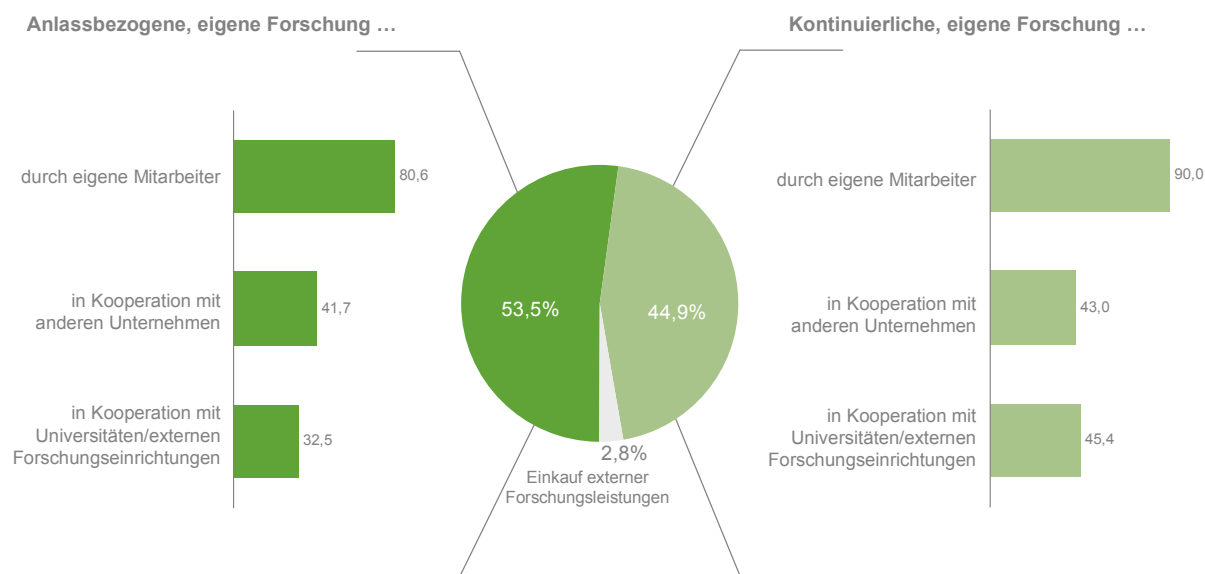
Die Möglichkeit, Forschung und Entwicklung zu betreiben und Innovationen hervorzubringen, wird von vielfältigen unternehmensexternen und -internen Faktoren beeinflusst. Dabei geben die Art und Weise, wie ein Unternehmen seine F&E-/Innovationsaktivitäten gestaltet, Aufschluss über die Professionalität des Innovationsmanagement und somit auch über dessen Stellenwert. In der Herbstbefragung 2012 wurden die deutschen Industrieunternehmen gefragt, mit welcher Regelmäßigkeit sie Forschung betreiben, welchen Anteil ihres Umsatzes sie in F&E/Innovationen investieren und wie hoch der Umsatzanteil neu entwickelter Produkte und Dienstleistungen am Gesamtumsatz ausfällt.

Mehrheit des industriellen Mittelstands führt F&E-Vorhaben anlassbezogen durch

Die Befragungsergebnisse zeigen, dass die innovationsaktiven mittelständischen Industrieunternehmen mehrheitlich gelegentlich und anlassbezogen F&E betreiben (52,3 %). Kontinuierlich forschen und entwickeln 44,9 % der Unternehmen. Der Einkauf externer Forschungsleistungen spielt für die deutschen Industrieunternehmen so gut wie keine Rolle (2,8 %).

Dabei gilt: Mit Unternehmensgröße bzw. Exportorientierung steigt der Anteil der Unternehmen, die von kontinuierlichen F&E-Anstrengungen berichten (von 40,0 % auf 81,2 % bzw. 23,5 % auf 63,3 %). Dies lässt sich darauf zurückführen, dass mit der Größe und der internationalen Ausrichtung eines Unternehmens nicht nur der Innovationsdruck steigt. Die Unternehmen verfügen auch zunehmend über finanzielle und personelle Möglichkeiten, eine eigene organisatorische Einheit für F&E aufzubauen oder spezielles F&E-Personal einzusetzen. Den höchsten Anteil von Unternehmen mit einer kontinuierlichen Forschung weist die forschungsintensive Investitionsgüterindustrie auf (52,8 %). Die Hersteller von Vorleistungs- und Konsumgütern bedienen sich hingegen zumeist der anlassbezogenen Neuentwicklung von Produkten und setzen deutlich seltener auf eine kontinuierliche F&E-Tätigkeit (43,8 % bzw. 40,3 %). Diese Ergebnisse sind ein Hinweis darauf, welche unterschiedliche Bedeutung F&E bzw. Innovationen als Wettbewerbsfaktor für Unternehmen der verschiedenen industriellen Sektoren haben.

Abbildung 9
Ausgestaltung der F&E-Aktivitäten in der deutschen Industrie



Angaben in Prozent | Werte hochgerechnet | Basis: n = 446

© IfM Bonn 2/2012

Rund 45 % der Unternehmen mit kontinuierlicher Innovationstätigkeit kooperieren mit Wissenschaftlern

Unabhängig davon, ob ein Unternehmen kontinuierlich oder nur gelegentlich Innovationen entwickelt, werden in mehr als 80 % der mittelständischen Industrieunternehmen die F&E-/Innovationsaktivitäten durch eigene Mitarbeiter betrieben. Eine externe Kooperation zur Bündelung von Know-how bei der Entwicklung neuer Lösungen – sei es mit anderen Unternehmen oder Universitäten/externen Forschungseinrichtungen – wird von 42,3 % bzw. 38,5 % der F&E-/innovationsaktiven Unternehmen eingegangen.

Bei der Zusammenarbeit mit einer Universität oder Forschungseinrichtung zeigen sich interessante Unterschiede: Unter den kontinuierlich forschenden Unternehmen berichten mehr als 45 % über eine derartige Forschungs-

operation, bei den gelegentlich bzw. anlassbezogen forschenden Unternehmen ist es immerhin fast jedes dritte (vgl. Abbildung 9).

Innovierende Unternehmen investieren 4,5% des Umsatzes in F&E/Innovationen

In der Herbstbefragung 2012 gaben die deutschen Industrieunternehmen erstmalig Auskunft über das finanzielle Volumen ihrer F&E-/Innovationsanstrengungen. Gefragt nach dem prozentualen Umsatzanteil, den sie für Forschung und Entwicklung/Innovationen aufwenden, antworteten die in diesem Bereich aktiven Unternehmen, dass sie 4,5 % ihres Umsatzes investieren. Bezogen auf die gesamte Industrie – unabhängig von F&E-/Innovationsaktivitäten – belaufen sich die Investitionen auf 3,8 % des Gesamtumsatzes (vgl. Abbildung 10).

Abbildung 10
Innovationsaufwand und -umsatz

	<i>F&E-/Innovationsaufwand (in % des Gesamtumsatzes)</i>	<i>F&E-/Innovationsumsatz (in % des Gesamtumsatzes)</i>
Industrieunternehmen insgesamt ¹⁾	3,8	9,8
F&E-aktive Industrieunternehmen ²⁾	4,5	12,4
1 bis 249 Beschäftigte	4,0	12,2
250 und mehr Beschäftigte	4,7	12,5
Vorleistungsgüterproduzenten	4,5	9,8
Investitionsgüterproduzenten	5,4	16,2
Konsumgüterproduzenten	3,7	12,0

¹⁾ Werte hochgerechnet | Basis: n = 694

²⁾ Werte hochgerechnet | Basis: n = 687

© IfM Bonn 2/2012

Werden die Absolutwerte der F&E- bzw. Innovationsaufwendungen in den Blick genommen, bestätigt sich, dass in der deutschen Industrie Forschung und Entwicklung vor allem von Unternehmen der oberen Größenklassen (mehr als 250 Beschäftigte) betrieben wird. Hier findet sich nicht nur der größte Anteil F&E-aktiver Unternehmen, auch mehr als 70 % des Innovationsaufwands entfallen auf Unternehmen dieser Größenklasse. Insgesamt geben die F&E- und innovationsaktiven Unternehmen mit mehr als 250 Beschäftigten 4,7 % ihrer Umsätze für ihre Innovationsaktivitäten aus. Ein Vergleich zwischen den verschiedenen Hauptgruppen des Verarbeitenden Gewerbes bestätigt die hohe Forschungsintensität der Investitionsgüterindustrie. Unternehmen dieser Branchen investieren im Durchschnitt 5,4 % ihres Umsatzes in F&E/Innovationen, während es bei den Konsumgüterproduzenten nur 3,7 % sind.

Innovierende Unternehmen erwirtschaften 12,4 % des Umsatzes mit neuen Produkten

Um einen Anhaltspunkt für den Forschungserfolg der mittelständischen Industrieunternehmen zu haben, wurden die Unternehmen in der aktuellen Erhebung nach dem Umsatzanteil gefragt, den sie im Jahr 2011 mit neuen oder merklich verbesserten Produkten realisiert haben. Die Angaben beziehen sich nur auf Produkte, die in den letzten zwei Jahren auf den Markt gebracht wurden. Die Ergebnisse zeigen, dass insgesamt 9,8 % der Umsätze aller In-

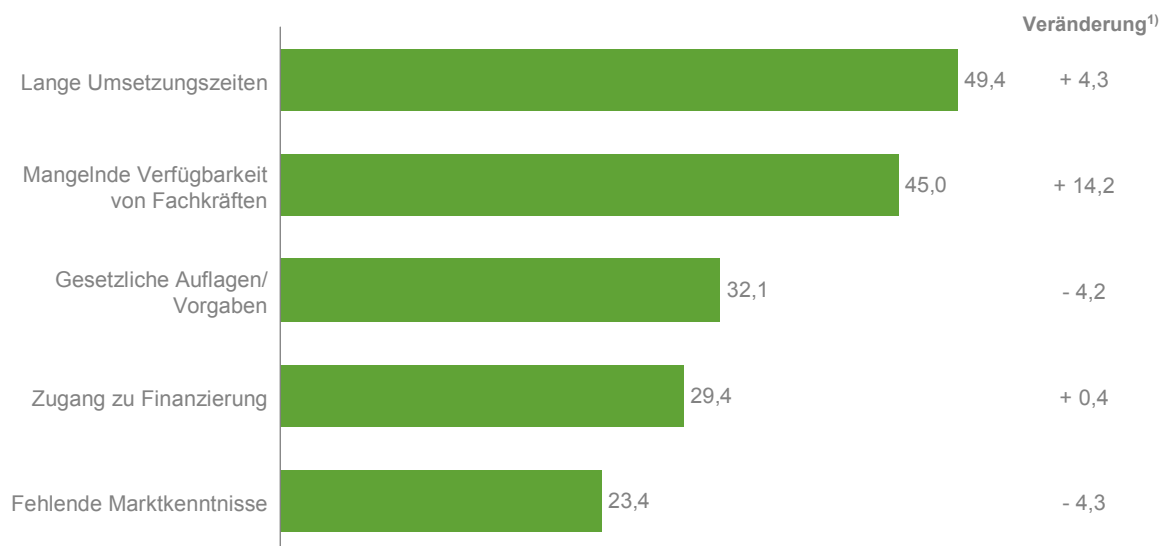
dustrieunternehmen aus der Vermarktung von neuen oder merklich verbesserten Produkten stammen. Werden nur die Unternehmen mit F&E-/Innovationsaktivitäten betrachtet, beläuft sich der Umsatzanteil auf 12,4 %. Bei kleineren Unternehmen (weniger als 250 Beschäftigte) wirken sich die Markteinführung eines neuen Produktes bzw. dessen Umsätze aufgrund der kleineren n Produktpalette stärker auf den Gesamtumsatz aus: Insgesamt investierten die Unternehmen dieser Größenklasse einen geringeren Anteil der Umsätze in Forschung und Entwicklung, konnten aber im Jahr 2011 einen fast genauso hohen Umsatzanteil mit Produktneuentwicklungen oder -verbesserungen erzielen wie Unternehmen der oberen Größenklassen (vgl. Abbildung 10).

Eine Differenzierung innerhalb des Verarbeitenden Gewerbes zeigt außerdem, dass die forschungsintensive Investitionsgüterindustrie den mit Abstand höchsten Umsatzanteil mit Innovationen erwirtschaftet (16,2 %). Betrachtet man das Verhältnis von Innovationsinput und -output, stechen die Hersteller von Konsumgütern besonders heraus, obwohl ihre Forschungsintensität eher gering ist: Sie investierten im vergangenen Jahr 3,7 % ihrer Umsätze in Forschung und Entwicklung und erwirtschafteten einen Umsatzanteil von 12,0 % mit neuen oder verbesserten Produkten. Für ihre Innovationen sind Kreativität und Marktgespür oft entscheidender als ausgabenintensive F&E-Programme.

3.3 F&E-/Innovationshemmnisse und steuerliche Forschungsförderung

Unabhängig von den eingesetzten Ressourcen können Innovationsprojekte immer wieder scheitern. Wie auch in der Frühjahrsbefragung 2011 wurden die Unternehmen der deutschen Industrie daher danach gefragt, welche Faktoren sie als hemmend für ihre F&E-/Innovationsaktivitäten empfinden.

Abbildung 11
F&E- bzw. Innovationshemmnisse in der deutschen Industrie



1) Im Vergleich zur Frühjahrsbefragung 2010 | Angabe in Prozentpunkten
Angaben in Prozent | Werte hochgerechnet | Mehrfachnennungen | Basis: n = 783 (1.404)

Zu lange Umsetzungszeiten hemmen F&E-/Innovationsaktivitäten

Das Votum der mittelständischen Industrieunternehmen ist eindeutig: Wie auch im Jahr 2011 werden lange Umsetzungszeiten von Neuentwicklungen als Innovationshemmnis Nr. 1 eingestuft. Die Hälfte aller Unternehmen beklagt, dass die Umsetzung von F&E-Projekten insgesamt zu lange dauert (vgl. Abbildung 11). Im Innovations-

wettbewerb ist der Faktor Zeit von entscheidender Bedeutung für den Innovationserfolg. Verlieren Unternehmen zu viel Zeit, müssen sie möglicherweise der Konkurrenz den Vortritt lassen, und es gehen ihnen Pioniergewinne verloren.

Verfügbarkeit von Fachkräften wird zunehmend ein Hemmschuh für F&E/Innovationen

Für 45,0 % der mittelständischen Industrieunternehmen ist die mangelnde Verfügbarkeit von Fachkräften problematisch und damit das zweithäufigste Innovationshemmnis. Gegenüber der Frühjahrsbefragung 2011 hat dieses Hemmnis deutlich an Bedeutung gewonnen. Die Mitarbeiter eines Unternehmens sind nicht nur wichtige Impulsgeber für neue Ideen, sondern werden auch für die Umsetzung der Neuentwicklung benötigt. Insbesondere in der industriellen Fertigung wird die Innovationskraft eines Unternehmens in hohem Maße vom vorhandenen (technischen) Know-how bestimmt. Die Verfügbarkeit von Fachkräften und zu lange Umsetzungszeiten nennen überdurchschnittlich häufig F&E-/innovationsaktive Unternehmen als Hindernis. Deutlich weniger Probleme bereiten den deutschen Industrieunternehmen gesetzliche Auflagen und Vorgaben – zumindest im Bereich Forschung und Entwicklung/Innovationen. Drei von zehn Unternehmen empfinden die vorhandenen Regulierungen als hemmend. Das sind 4,2 Prozentpunkte weniger als noch im Jahr 2011.

Finanzierung von F&E/Innovationen nur selten problematisch

Weniger als drei von zehn Unternehmen empfinden die Finanzierung ihrer Forschungs-/Innovationsanstrengungen und unzureichende Marktkenntnisse als hinderlich für ihre F&E-/Innovationsaktivitäten. Überdurchschnittlich häufig werden diese beiden Aspekte von Unternehmen genannt, die aktuell keine F&E/Innovationen betreiben. Für forschende bzw. innovierende Unternehmen spielen diese beiden Faktoren eine weniger wichtige Rolle. Nur 27,0 bzw. 15,8 % dieser Unternehmen berichten hier von Problemen, die sie in ihren Forschungs-/Innovationsaktivitäten einschränken.

Steuerliche Förderung: 75 % der innovierenden Unternehmen würden mehr forschen

Drei Viertel der OECD-Länder und 15 Mitgliedsstaaten der EU haben in den letzten Jahren eine indirekte Förderung von Forschung und Entwicklung über das Steuerrecht eingeführt. Auch in Deutschland wird seit längerem eine derartige Forschungsförderung diskutiert. Hierzulande können Aufwendungen für F&E bisher lediglich als Betriebsausgaben steuerlich geltend gemacht, aber nicht direkt von der Steuerschuld abgezogen werden. In der aktuellen Herbstbefragung wurden die deutschen Industrieunternehmen erneut gebeten einzuschätzen, ob sie aufgrund der Einführung eines solchen Instruments ihr Forschungsengagement ausweiten würden.

Jedes zweite Unternehmen verneint dies – deutlich mehr Unternehmen als in der Befragung im Jahr 2010. Vier von zehn Unternehmen würden ihre F&E-Anstrengungen mehr oder weniger deutlich ausweiten. In Abhängigkeit von den Forschungsaktivitäten eines Unternehmens ergibt sich jedoch ein differenziertes Bild: Rund zwei von zehn Unternehmen ohne bisherige F&E-Tätigkeit würden durch eine steuerliche Forschungsförderung neu in den Innovationswettbewerb eintreten. Unter den Unternehmen, die bereits heute F&E/Innovationen betreiben oder in den letzten zwei Jahren Projekte in diesem Bereich abgeschlossen haben, würden zwei Drittel ihre F&E-Anstrengungen ausweiten – mehr als 20 % sogar in deutlichem Umfang.

4 Die Industrie als Anbieter von produktbegleitenden (Dienst-)Leistungen

Die Unternehmen der deutschen Industrie stehen in einem harten internationalen Wettbewerb, der auf der Angebotsseite zunehmend durch eine Homogenisierung der Produkte und auf der Nachfrageseite durch ein wachsendes Bedürfnis nach Individualisierung geprägt ist. Infolgedessen gewinnen produktbegleitende (Dienst-) Leistungen an Relevanz: Die industriellen Unternehmen unterbreiten ihren Kunden zunehmend komplexe Lösungsangebote, indem sie über den reinen Verkauf ihrer Produkte zusätzliche (Dienst-) Leistungen anbieten. Im Leistungsangebot haben die deutschen Industrieunternehmen vor allem produktnahe Dienstleistungen, wie Beratungs-, Reparatur- und Montageleistungen. Durch das Angebot solcher Zusatzleistungen wollen die Unternehmen vor allem die Zufriedenheit ihrer Kunden erhöhen und die Bindung zwischen Unternehmen und Kunden stärken.

4.1 Formen der produktbegleitenden (Dienst-) Leistungen

In der Herbstbefragung 2012 des BDI-Mittelstandspanels wurden die Zusatzleistungen der deutschen Industrie erstmals einer genaueren Betrachtung unterzogen: Mehr als drei von vier Industrieunternehmen bieten ihren Kunden neben dem reinen Verkauf ihrer Produkte begleitende Leistungen an (vgl. Abbildung 12). Vor allem Unternehmen, die eine Differenzierungsstrategie verfolgen und versuchen, sich über Qualitätsprodukte von Wettbewerbern abzugrenzen, bieten überdurchschnittlich häufig derartige Leistungen an. Dabei handelt es sich größtenteils um eigene Serviceleistungen. Die Beauftragung von Drittunternehmen spielt hingegen eine untergeordnete Rolle.

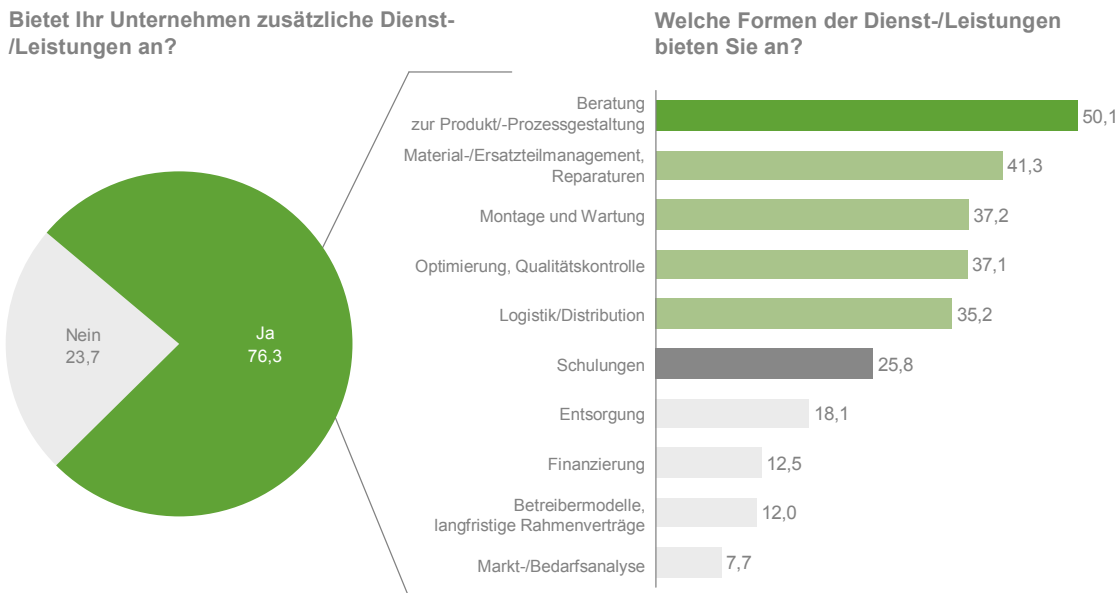
Ein Vergleich der Unternehmensgrößenklassen zeigt: Der Anteil der Zusatzdienstleister an allen Unternehmen steigt mit der Größe der Unternehmen. In den oberen Größenklassen (mehr als 250 Beschäftigte) wird der Verkauf von Produkten in fast 90 % der Unternehmen durch zusätzliche (Dienst-) Leistungen ergänzt. Aber auch die kleinen und mittleren Industrieunternehmen treten in großer Zahl mit produktbegleitenden Leistungen am Markt auf (75,8 %). Die Produzenten von Investitionsgütern bieten besonders häufig (82,2 %) und besonders viele zusätzliche (Dienst-) Leistungen an. Das Spektrum der Zusatzleistungen reicht dabei von einfachen produktgetriebenen Leistungsbündeln, wie Montage- oder Reparaturleistungen, bis hin zu langfristigen Rahmenverträgen und komplexen Betreibermodellen.

Industrie bietet vor allem produktnahe (Dienst-) Leistungen an

Der Vertrieb von (hoch-)komplexen Industrieprodukten wird in jedem zweiten Unternehmen durch Beratung bei der Produkt- bzw. Prozessgestaltung unterstützt. Rund vier von zehn Unternehmen bieten Leistungen zum Material-/Ersatzteilmanagement sowie Reparaturleistungen an. In rund 37 % der Fälle übernehmen die Unternehmen Montage und Wartung ihrer Produkte und führen eine laufende Optimierung und Qualitätskontrolle aus.

Es gilt: Reparatur- und Montageleistungen werden oftmals gemeinsam angeboten, genauso wie Reparatur- und Optimierungsleistungen. Es lässt sich vermuten, dass diese Leistungen von den gleichen Mitarbeitern erbracht werden und sie deshalb zusammen in einem Servicepaket angeboten werden. Die anbietenden Unternehmen übernehmen damit häufig Aufgaben, die vorher bei ihren Kunden lagen oder andere externe Anbieter übernommen haben. 35,2 % der mittelständischen Industrieunternehmen bieten neben dem Verkauf ihrer Produkte Logistik- bzw. Distributionsleistungen an. Ein Viertel der Unternehmen hat Produktschulungen für Kunden im Angebot.

Abbildung 12
Zusätzliche Dienst-/Leistungen (neben dem reinen Verkauf von Produkten)



Angaben in Prozent | Werte hochgerechnet | Basis: n = 884

© IfM Bonn 2/2012

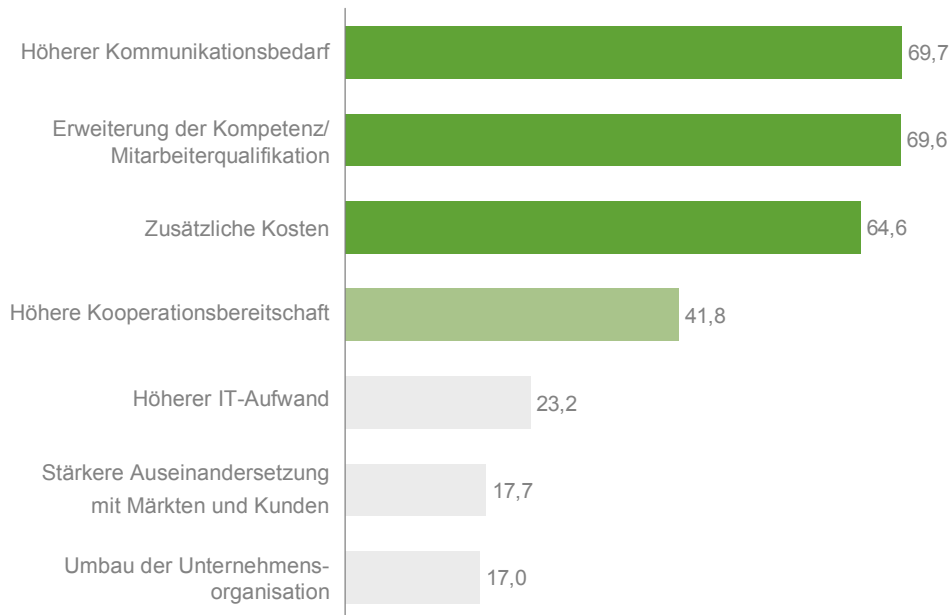
Unternehmen, die logistische Leistungen und Schulungen zusätzlich im Angebot haben, beraten ihre Kunden auch besonders häufig zur Produkt- und Prozessgestaltung. Die am häufigsten neben dem reinen Verkauf angebotenen Leistungsbündel stehen dabei in direktem Zusammenhang mit der Funktionsweise der Produkte. Zusatzleistungen, die darüber hinaus gehen und nicht direkt mit dem Kerngeschäft zu tun haben, finden sich in den industriellen Unternehmen deutlich seltener. In ihrer Funktion als Zusatzdienstleister bieten weniger als 20 % der deutschen Industrieunternehmen Leistungsbündel an, die die Entsorgung, Finanzierung, langfristige Rahmenverträge oder Markt-/Bedarfsanalysen umfassen.

4.2 Angebot von produktbegleitenden (Dienst-) Leistungen: Anforderungen und Beweggründe

Das Angebot und die Umsetzung komplexer, produktbegleitender (Dienst-) Leistungen erfordert die Herausbildung neuer Fähigkeiten und organisatorischer Prozesse. Gefragt nach den damit verbundenen Anforderungen, verweist der industrielle Mittelstand auf drei besonders bedeutende Faktoren: Jeweils rund sieben von zehn Unternehmen sehen bei der Erbringung von Zusatzleistungen einen höheren Kommunikationsbedarf und die Notwendigkeit eines breiteren Kompetenzspektrums der Mitarbeiter (vgl. Abbildung 13). Außerdem geben zwei Drittel der Unternehmen an, dass produktbegleitende Dienstleistungen mit zusätzlichen Kosten verbunden sind.

Eine höhere Kooperationsbereitschaft schätzen nur rund vier von zehn Unternehmen als Herausforderung ein. Diese Einschätzung korrespondiert mit dem Ergebnis, dass die angebotenen Dienstleistungen überwiegend Serviceleistungen der Unternehmen selbst sind und nur wenige Drittunternehmen damit beauftragen. Deutlich weniger Unternehmen verbinden mit zusätzlichen Dienstleistungen einen höheren IT-Aufwand (23,2 %). Das gleiche gilt für die Notwendigkeit, sich stärker mit Märkten und Kunden zu befassen und die eigene Unternehmensorganisation anzupassen. Mit der Unternehmensgröße steigt der Anteil der Unternehmen, die angeben, dass produktbegleitende Dienstleistungen zu einem höheren IT-Aufwand führen und einen Umbau der Unternehmensorganisation erfordern. Ursächlich für diese Einschätzung dürften die mit der Größe steigende Komplexität der Organisationsstrukturen und der IT-Systeme sein.

Abbildung 13
Anforderungen aufgrund zusätzlicher Dienst-/Leistungen



Angaben in Prozent | Werte hochgerechnet | Mehrfachnennungen | Basis n = 665 (2.017 Antworten)

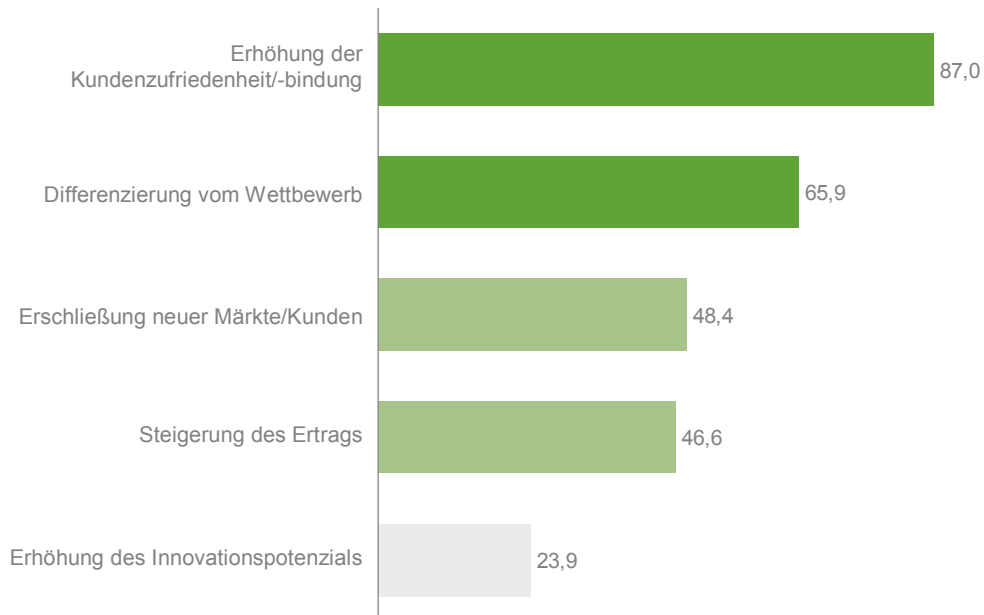
© IfM Bonn 2/2012

Angebot von Zusatzleistungen dient der Kundenbindung

Gefragt nach den Beweggründen für das Angebot produktbegleitender (Dienst-) Leistungen fällen die deutschen Industrieunternehmen ein eindeutiges Urteil: Werden Zusatzleistungen angeboten, besteht das vorrangige Ziel in der Zufriedenstellung der Kunden. Das Angebot von produktbegleitenden Leistungen zielt in fast 90 % der Fälle auf die Erhöhung der Kundenzufriedenheit (bzw. des Kundennutzens) und die Stärkung der Bindung zwischen Unternehmen und Kunde ab (vgl. Abbildung 14).

Fast zwei Drittel der Unternehmen wollen außerdem die eigene Wettbewerbsposition stärken und sich mit derartigen Leistungen von der Konkurrenz abgrenzen. Insbesondere Unternehmen, deren strategische Ausrichtung auf eine Qualitätsführerschaft abzielt, haben diese beiden Aspekte im Kopf, wenn sie ihre Kernprodukte um weitere (Dienst-) Leistungen ergänzen. Die Erschließung neuer Märkte und die Steigerung des Unternehmensertrags wollen 48,4 bzw. 46,6 % der Unternehmen über das Angebot zusätzlicher Dienstleistungen vorantreiben. Eher eine untergeordnete Rolle unter den Beweggründen spielt das Innovationspotenzial, das die Unternehmen in der Erweiterung ihres Portfolios um produktbegleitende (Dienst-) Leistungen sehen.

Abbildung 14
Wesentliche Gründe für das Angebot zusätzlicher Dienst-/Leistungen



Angaben in Prozent | Werte hochgerechnet | Mehrfachnennungen | Basis n = 672 (1.827 Antworten)

© IfM Bonn 2/2012

Nichtsdestotrotz werden Dienstleistungen rund um das eigentliche Kerngeschäft immer wichtiger, und die engere Verzahnung von Industrieprodukten und Dienstleistungen kann zu wesentlichen Vorteilen im internationalen Wettbewerb führen. Für die deutsche Industrie insgesamt und besonders für kleinere und mittlere Unternehmen liegen hier nutzbare Potenziale.

Anhang

Anmerkungen zur Zielgruppe und Methode

Die Grundgesamtheit des BDI-Mittelstandspanels setzt sich aus allen deutschen Industrieunternehmen der Wirtschaftsabschnitte „Verarbeitendes Gewerbe“, „Baugewerbe“, „Energie- und Wasserversorgung“ sowie „Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden“ zusammen. Bei der ersten Erhebung im Frühjahr 2005 beteiligten sich rund 2.600 Unternehmen aus einer repräsentativen Stichprobe der Grundgesamtheit an der Befragung. Diese Unternehmen wurden in den nachfolgenden Erhebungen regelmäßig befragt. Im Rahmen der Frühjahrsbefragung 2008 wurden zusätzlich gut 14.000 Unternehmen zur Teilnahme aufgefordert. Der Einladung folgten rund 1.250 Unternehmen. Unter Berücksichtigung der laufend stattfindenden Adressbereinigung betrug die Bruttostichprobe der nunmehr sechzehnten Welle 2.929 Unternehmen. Von den angeschriebenen Unternehmen liegen auswertbare Rückläufe von 939 Unternehmen vor (Rücklaufquote ca. 32,1 %).

Die Gesamtzahl der deutschen Industrieunternehmen ist auf die einzelnen Wirtschaftsbereiche und Beschäftigtengrößenklassen ungleich verteilt. Daher wurde die Bruttostichprobe des BDI-Mittelstandspanels umgekehrt proportional nach Beschäftigtengrößenklassen geschichtet, um sicherzustellen, dass in den verschiedenen Unternehmensgrößenklassen ausreichend viele Antworten erzielt werden. Im Segment der Unternehmen mit 200 und mehr Mitarbeitern wurde eine Vollerhebung durchgeführt; in den unteren Größenklassen erfolgte eine Zufallsauswahl.

Um von der Stichprobe auf die Grundgesamtheit schließen zu können, wurden die Befragungsergebnisse gewichtet bzw. hochgerechnet. Anhand der Schätzung der Unternehmensanzahl und der Beschäftigtenzahl deutscher Industrieunternehmen je Beschäftigtengrößenklasse gemäß amtlicher Statistiken wurde die Stichprobe nach dem Verfahren „Soll durch Ist“ der Grundgesamtheit angepasst. Im Rahmen der Auffüllung der Stichprobe mit neuen Unternehmen im Frühjahr 2008 wurde die Konzeption der Hochrechnung leicht modifiziert: Anstatt wie bislang quantitative Angaben mit drei verschiedenen Faktoren (Umsatz, Investitionen, Beschäftigte) hochzurechnen, werden nun alle quantitativen Größen ausschließlich anhand der Beschäftigungszahlen hochgerechnet. Dies führt dazu, dass die aktuell publizierten Ergebnisse nicht mehr zwingend mit denen früherer Publikationen vergleichbar sind.

Der vorliegende Ergebnisbericht
steht als Download unter
www.bdi-panel.emnid.de
zur Verfügung.

Bundesverband der
Deutschen Industrie (BDI) e. V.
www.bdi.eu

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
www.de.ey.com

IKB Deutsche Industriebank AG
www.ikb.de