ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of
ZBW
Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Egeln, Jürgen

Article

Immer mehr neue Multimediaunternehmen in Deutschland

ZEW Gründungsreport

Provided in Cooperation with:
ZEW - Leibniz Centre for European Economic Research

Suggested Citation: Egeln, Jürgen (2002) : Immer mehr neue Multimediaunternehmen in Deutschland, ZEW Gründungsreport, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), Mannheim, Vol. 2, Iss. 1, pp. 1-2

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/109741

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Aktuelle Forschungsergebnisse und Berichte zu Unternehmensgründungen in Deutschland

Gründungs-Report

1|2002

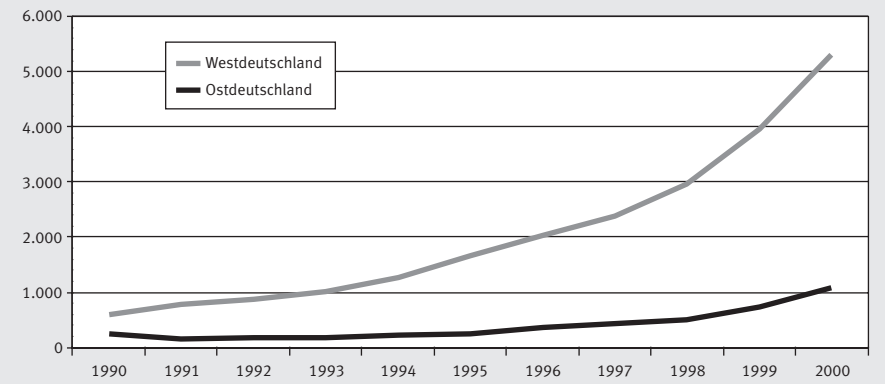
ZEW Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung, Mannheim

Immer mehr neue Multimedia-unternehmen in Deutschland

Die Zahl neuer Multimediaunternehmen hat in Deutschland seit 1990 stetig zugenommen. Im Jahr 2000 waren schon 2,5 Prozent aller neuen Unternehmen Anbieter von Produkten oder Dienstleistungen des Multimediasektors. Ein Ende des Gründungsbooms in dieser Branche ist nicht abzusehen.

Für den Bereich Multimedia muss nach wie vor von einem regelrechten Gründungsboom gesprochen werden, insbesondere im Vergleich zur Entwicklung der Gründungszahlen in allen Branchen und auch im Vergleich zur Entwicklung im gesamten Sektor der Informations- und Kommunikationstechnologien. Die Zahl der deutschlandweiten Multimediagründungen ist von 1990 (mit knapp 900 Gründungen) bis 2000 (mit rund 6.500) nahezu exponentiell gestiegen. Ein Ende dieser Entwicklung ist – zumindest bis zum Jahr 2000 – nicht abzusehen. Die Zahl neu gegründeter Unternehmen im Multimediasektor ist über die gesamten Neunzigerjahre sowohl in West- als auch in Ostdeutschland stark gestiegen, wobei die Zuwachsraten in den ostdeutschen Bundesländern die Zuwächse im Westen seit 1995 leicht übertreffen. Insbesondere in den Jahren 1999 und 2000 wuchs die Zahl der Multimediagründungen in Ostdeutschland um fast 50 Prozent. Die entsprechende Zuwachsrate in Westdeutschland war mit knapp 35 Prozent ebenfalls bemerkenswert, aber doch deutlich kleiner.

Multimediagründungen in Deutschland absolut



Quelle: ZEW-Gründungspanel

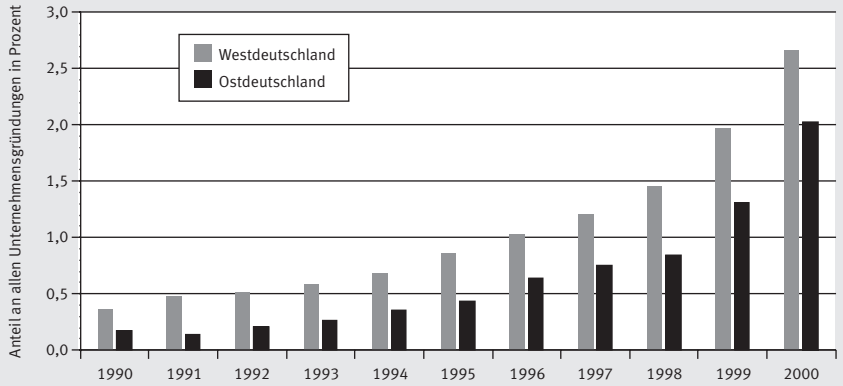
Niveau der Gründungszahlen in Ostdeutschland niedriger

Das überdurchschnittliche Wachstum der Gründungszahlen von Multimediaunternehmen in Ostdeutschland spielt sich allerdings noch auf einem niedrigeren Niveau ab als in Westdeutschland. Die Gründungsintensität (Multimediagründungen pro 100.000 Erwerbsfähige) liegt in Westdeutschland seit 1991 über der in Ostdeutschland. So stieg sie in Westdeutschland von 1,8 im Jahr 1991 auf 12,7 im Jahr 2000 an. In den ostdeutschen Ländern erhöhte sich die Gründungsintensität von 1991 bis 2000 von 1,3 auf 9,3.

Die relative Bedeutung von Multimedia nimmt zu

Der Anteil der Multimediagründungen an allen Gründungen lag im Jahr 2000 in Deutschland insgesamt bei etwa 2,5 Prozent. Im Verlauf der Neunzigerjahre ist dieser Anteil kontinuierlich gewachsen. Dabei ist das Gewicht des Multimediabereichs am gesamten Gründungsgeschehen in Ostdeutschland nach wie vor kleiner als in Westdeutschland. Die Relationen haben sich allerdings erheblich verschoben. Betrug im Jahr 1991 der Multimediaanteil an allen Gründungen im Osten nur knapp 30 Prozent des Wertes für Westdeutschland, ist er bis zum Jahr 2000 kontinuierlich auf etwas über 75 Prozent gewachsen. Zumindest für die relative Bedeutung der Multimediaunternehmen im gesamten Grün-

Sektoranteile von Multimediagründungen



Quelle: ZEW-Gründungspanel

dungsgeschehen ist tendenziell ein Konvergenzprozess zwischen Ost und West zu konstatieren.

Querschnittsbranche mit Vernetzungsvorteilen

Etwa 60 Prozent der Multimediagründungen sind der Branche der Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) zuzurechnen. Hierbei liegen die Schwerpunkte in der Softwareerstellung sowie im Handel und in der Vermietung. Außerhalb der IKT-Branche liegen die Schwerpunkte in den Branchen der technischen Dienstleister und der nicht-technischen Beratungsunternehmen. Die Tatsache, dass sich die dem Multimediasektor zuzurechnenden Unternehmen relativ breit über die Branchenpalette verteilen, betont die Besonderheit dieses Sektors.

Für den Multimediasektor stellt die Vernetzung der Unternehmen untereinander und mit den Haushalten einen wesentlichen Vertriebskanal für seine Produkte und Dienstleistungen dar. Die Anbindung der deutschen Unternehmen an das Internet ist in allen Branchen weit vorangeschritten. Bis auf den Einzelhandel sind in allen Branchen mehr als 80 Prozent der Unternehmen am Netz.

Die Zahl der PC pro Beschäftigten ist in den meisten Branchen ebenfalls hoch. Das belegt, dass durch den strukturellen Wandel zur Informationswirtschaft die Durchdringung der Branchen mit Informationstechnik inzwischen weit fortgeschritten ist. Bis zum Jahr 2000 waren in Deutschland auch steigende Investitionsausgaben für Informationstechnik und Telekommunikation zu verzeichnen, die im internationalen Vergleich zwar immer noch verhalten waren, aber doch belegen, dass die Unternehmen in diesem Bereich auf weiteren Ausbau setzen.

Weniger fortgeschritten, aber im Zeitablauf deutlich steigend, ist die Anbindung der Haushalte ans Internet. Die Zahl der Internet-Nutzer pro 100 Einwohner ist von 8 im Jahr 1997 auf immerhin 28 im Jahr 2000 gestiegen. Aus dieser fortschreitenden Vernetzung speisen sich die zunehmenden Marktmöglichkeiten und -chancen der Unternehmen. Der Kundenkreis, den Multimediaanbieter potenziell erreichen, nimmt deshalb stark zu. Folgerichtig kommt es auch zu einer Verschiebung innerhalb der Multimediagründungen hin zu eher netzwerkgestützten Unternehmen. Netzwerkeffekte dürften bei weitergehender Diffusion der Informationstechnik – insbesondere, wenn diese die privaten Haushalte verstärkt einbezieht – die Geschäftserwartungen in diesem Sektor weiter beflügeln.

Zu hohe Erwartungen

Die Hoffnungen und Erwartungen, die an multimediale Produkte, Dienste und Technologien geknüpft werden, sind durchaus hoch. So werden von den Multimediaunternehmen neben zahlreichen Produktinnovationen (neue Dienstleistungsprodukte für Konsumenten und Unternehmen) auch in erheblichem Ausmaß Produkte und Dienste erwartet, die Prozessinnovationen (neue Arbeitsformen wie Telearbeit oder Telekooperation) in anderen Unternehmen ermöglichen. Gerade die Innovationen dieser Branche sollen zum einen neue Märkte öffnen und zum anderen die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen deutlich verbessern. Multimedia wird als ein Segment der Informationswirtschaft gesehen, dem besonderes Wachstumspotenzial zugeschrieben wird. Ob die tatsächliche Entwicklung die Erwartungen erfüllt, ist gegenwärtig noch fraglich. Die positive Entwicklung des Gründungsgeschehens gibt aber einige Hinweise darauf, dass dem Markt für Multimediaprodukte und -dienstleistungen ein genügend hohes Wachstum zugetraut wird.

Jürgen Egeln, egeln@zew.de

Multimediaunternehmen in den ZEW-Gründungspanels

Als Unternehmensgründung in den ZEW-Gründungspanels wird jeder erstmaliger Aufbau eines Unternehmens bezeichnet (originäre Unternehmensgründung). Es werden alle Unternehmensgründungen berücksichtigt, die ihren wirtschaftlichen Schwerpunkt nicht in der Land- und Forstwirtschaft oder im öffentlichen Sektor haben und die keine Beteiligungsgesellschaften sind. Die Unternehmensdatensätze der ZEW-Gründungspanels enthalten Textfelder, in denen die Tätigkeiten, Produkte und Dienstleistungen der Unternehmen beschrieben werden. Zur Identifizierung von Multimediaunternehmen werden diese Textfelder mit Hilfe einer eigens entwickelten Software nach festgelegten Suchkategorien durchsucht. Der Analyse liegt eine Begriffsabgrenzung zugrunde, die sehr pragmatisch unter Multimediaunternehmen solche versteht, deren hauptsächliche Tätigkeiten, Produkte oder Dienstleistungen multimedialen Charakter haben. Das heißt, es werden mehrere Medien gleichzeitig verwendet und es besteht zusätzlich noch die Möglichkeit einer interaktiven Manipulation durch die Nutzer oder Anwender. Auf der Basis dieser Definition werden für die Analyse der Textfelder Suchwörter, Suchbegriffe und komplexe Kombinationen von Suchbegriffen festgelegt, die eine inhaltliche Beschreibung von multimedialen Dienstleistungen oder Produkten zulassen.