

Rammer, Christian

**Article**

## Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf die Innovationstätigkeit der Unternehmen

ZEW Wachstums- und Konjunkturanalysen

**Provided in Cooperation with:**

ZEW - Leibniz Centre for European Economic Research

*Suggested Citation:* Rammer, Christian (2011) : Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf die Innovationstätigkeit der Unternehmen, ZEW Wachstums- und Konjunkturanalysen, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), Mannheim, Vol. 14, Iss. 1, pp. 8-9

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/126032>

**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.*

# Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf die Innovationstätigkeit der Unternehmen

*Die heftige konjunkturelle Krise, die im Herbst 2008 begann und bis zum Jahresende 2009 anhielt, veränderte die Rahmenbedingungen für Innovationen grundlegend. Zum einen wurde das Umfeld für die Einführung neuer Produkte merklich unfreundlicher, da bei rückläufiger Nachfrage und erhöhtem Preisdruck die erfolgreiche Platzierung von Neuheiten mit meist höheren Preisen im Vergleich zu Vorgängerprodukten beträchtlich schwerer fällt. Zum anderen verschlechterten sich die Finanzierungsbedingungen aufgrund gesunkener Gewinne oder zum Teil erheblicher Verluste. Gleichzeitig war die Zurückhaltung von Kreditgebern bei der Finanzierung risikoreicher Vorhaben groß. An den Finanzmärkten boten sinkende Kurse und nervöse Anleger ein schlechtes Umfeld für die Ausgabe neuer Aktien oder Anleihen.*

Die Wirtschaftskrise veränderte zudem den Wettbewerb in den Absatzmärkten wesentlich, da Wettbewerber ausstiegen und neue Wettbewerber auf der Suche nach neuen Absatzmöglichkeiten hinzukamen. Mit dem gestiegenen Preisdruck ging ein erhöhter Druck zur Kostensenkung einher. Unter diesen Umständen bot es sich für Unternehmen an, über eine gezielte Innovationsstrategie ihre preisliche und nicht-preisliche Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen. Um in der Krise Marktanteile zu gewinnen, vor allem aber um für den bevorstehenden Aufschwung mit einem modernisierten Produktportfolio und effizienteren internen Prozessen die neuen Wachstumsmöglichkeiten zu nutzen.

In diesem Beitrag wird anhand von aktuellen Daten aus der Innovationserhebung des ZEW im Jahr 2010 untersucht, welche Auswirkungen die Wirtschaftskrise auf das Innovationsverhalten der Unternehmen in Deutschland hatte und wie diese auf die Krise reagiert haben<sup>1)</sup>.

## Wirtschaftskrise traf innovative Unternehmen überproportional

Die Wirtschaftskrise 2008/09 führte bei über drei Viertel der Unternehmen Deutschlands zu Rückgängen bei Um-

satz oder Gewinn. Für 27 v.H. bzw. 30 v.H. der Unternehmen war diese Konsequenz von hoher Bedeutung (Tabelle 1). Zu einem Personalabbau aufgrund der Wirtschaftskrise kam es bei knapp der Hälfte der Unternehmen, allerdings geben nur 10 v.H. an, dass diese Konsequenz eine hohe Bedeutung für ihr Unternehmen gehabt hat. Bedeutender war die Verringerung der geleisteten Arbeitszeit, indem auf Kurzarbeit oder vermehrte Teilzeitarbeit zurückgegriffen wurde oder vorhandene Arbeitszeitkonten der Mitarbeiter abgebaut wurden. Diese Konsequenz berichten rund 40

v.H. aller Unternehmen, wobei sie bei 14 v.H. von hoher Bedeutung war. Der Anteil der Unternehmen, die angeben, dass jede dieser vier Konsequenzen weder von geringer noch mittlerer oder hoher Bedeutung war, liegt bei 17 v.H.

Innovative Unternehmen (das sind Unternehmen, die in den Jahren 2007-2009 Aktivitäten zur Entwicklung und Einführung neuer Produkte und Prozesse unternommen hatten) berichten deutlich häufiger von negativen Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf Umsatz, Gewinne oder Arbeitsvolumen. Innerhalb der innovationsaktiven Unternehmen sind es wiederum forschende Unternehmen, die zu besonders hohen Anteilen geringere Umsätze, Gewinne oder Beschäftigungsvolumina als Krisenkonsequenz melden. Unternehmen ohne Innovationsaktivitäten geben dagegen häufiger an, dass die Wirtschaftskrise keine der vier angeführten Konsequenzen für ihr Unternehmen gehabt hat.

Klassifiziert man die Unternehmen nach ihrer Zugehörigkeit zu forschungs-

Tabelle 1: Anteil der Unternehmen in Deutschland, in denen direkte wirtschaftliche Konsequenzen der Wirtschaftskrise 2008/09 eine hohe Bedeutung hatten

	Verringerung des Umsatzes	Verringerung der Gewinne/Erhöhung der Verluste	Abbau von Personal	Kurzarbeit, Ausweitung von Teilzeitarbeit, Abbau von Arbeitszeitkonten	Keine dieser Konsequenzen <sup>1)</sup>
Alle Unternehmen	27	30	10	14	17
– ohne Innovationsaktivitäten	22	26	8	11	18
– mit Innovationsaktivitäten	31	33	12	17	16
darunter: mit FuE-Aktivitäten <sup>2)</sup>	38	35	13	23	15
forschungsintensive Industrie <sup>a)</sup>	47	45	18	36	10
Sonstige Industrie <sup>b)</sup>	30	31	10	18	16
Wissensintensive Dienstleistungen <sup>c)</sup>	17	19	4	5	26
Sonstige Dienstleistungen <sup>d)</sup>	25	32	11	11	14

Unternehmen, für die die angeführten Konsequenzen der Wirtschaftskrise von hoher Bedeutung waren, in v.H. aller Unternehmen der jeweiligen Gruppe.

1) Keine der vier angeführten Konsequenzen war von niedriger, mittlerer oder hoher Bedeutung.

2) Unternehmen mit FuE-Aktivitäten sind eine Teilgruppe der Unternehmen mit Innovationsaktivitäten.

a) WZ08 20-21, 26-30. – b) WZ08 5-19, 22-25, 31-39. – c) WZ08 58-66, 69-73. – d) WZ08 46, 49-53, 74, 78-82.

Quelle: ZEW: Mannheimer Innovationspanel., Befragung 2010 – Berechnungen des ZEW.

1) Die jährlich durchgeführte Innovationserhebung des ZEW, das „Mannheimer Innovationspanel“, ist repräsentativ für Unternehmen mit 5 oder mehr Beschäftigten in der Industrie (ohne Baugewerbe) und den überwiegend unternehmensorientierten Dienstleistungsbranchen (d.h. ohne Einzelhandel, Gastgewerbe, persönliche, kulturelle und öffentliche Dienstleistungen). Die Ergebnisse für die Erhebung 2010 beruhen auf Angaben von über 6.700 Unternehmen (vgl. Rammer et al., 2011).

Tabelle 2: Anteil der Unternehmen in Deutschland, in denen strategische Reaktionen auf die Wirtschaftskrise 2008/09 eine hohe Bedeutung hatten

	Kosten- senkung	Ausweitung des Produkt- angebots	Erneuerung des Produkt- angebots	Qualifizierung des Personals	Investitionen in Marketing/ Werbung	Standort- verlagerung	Keine dieser Maßnahmen <sup>1)</sup>
Alle Unternehmen	44	36	25	15	13	3	10
– ohne Innovationsaktivitäten	24	10	6	5	6	1	16
– mit Innovationsaktivitäten	41	32	20	18	14	3	4
<i>darunter: mit FuE-Aktivitäten</i>	41	42	25	22	19	3	3
forschungsintensive Industrie <sup>a)</sup>	44	36	25	15	13	3	3
Sonstige Industrie <sup>b)</sup>	36	21	10	11	11	2	7
Wissensintensive Dienstleistungen	26	18	13	13	9	2	10
Sonstige Dienstleistungen	31	20	12	11	9	2	16

Unternehmen, für die die angeführten strategischen Reaktionen auf die Wirtschaftskrise von hoher Bedeutung waren, in v.H. aller Unternehmen der jeweiligen Gruppe.

1) Keine der vier angeführten Konsequenzen war von niedriger, mittlerer oder hoher Bedeutung.

a) WZ08 20-21, 26-30. – b) WZ08 5-19, 22-25, 31-39.

Quelle: ZEW: Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2010. – Berechnungen des ZEW.

und wissensintensiven Branchen, so zeigen sich für Unternehmen der forschungsintensiven Industrie die stärksten Konsequenzen der Wirtschaftskrise. Fast jedes zweite Unternehmen meldet gesunkene Umsätze und Gewinne als eine Krisenkonsequenz von hoher Bedeutung. Über ein Drittel gab an, dass Kurzarbeit, vermehrte Teilzeitarbeit und der Abbau von Arbeitszeitkonten wesentliche Krisenfolgen waren. Vergleichsweise gering waren die Auswirkungen der Krise in den wissensintensiven Dienstleistungen, insbesondere der Abbau von Personal oder eine Reduzierung der Arbeitszeit war hier nur bei 4-5 v.H. der Unternehmen von großer Bedeutung als Krisenkonsequenz.

Die Unterschiede in den Krisenkonsequenzen zwischen einzelnen Sektoren sowie zwischen innovativen und nicht innovativen Unternehmen hängen unter anderem mit der unterschiedlichen Bedeutung des Exportgeschäfts zusammen. Der starke Nachfrageeinbruch ab Ende 2008 betraf in erster Linie die Exportnachfrage, sodass die traditionell stark exportorientierte forschungsintensive Industrie besonders heftige Umsatz- und Gewinneinbrüche hinnehmen musste, die in der Folge zu Anpassungen bei der Beschäftigung führten. Die Unternehmen in der nicht forschungsintensiven Industrie sowie in den Dienstleistungsbranchen sind dagegen überwiegend auf die Inlandsnachfrage ausgerichtet, die in der jüngsten Wirtschaftskrise nur vergleichsweise wenig zurück-

ging, so dass die Krisenkonsequenzen in diesen Branchen weniger drastisch ausfielen. Für innovative und nicht innovative Unternehmen gilt ein ähnlicher Zusammenhang, denn innovative Unternehmen weisen tendenziell eine höhere Exportorientierung auf, die mitunter auf innovationsbedingte Wettbewerbsvorsprünge zurückgeführt werden kann. Diese erleichtern es den Unternehmen in Exportmärkte einzusteigen und sich dort gegen die einheimischen Wettbewerber durchzusetzen (siehe Arnold und Hussinger, 2005).

Eine multivariate Analyse zeigt, dass selbst bei Kontrolle für die Exporttätigkeit sowie für einige andere Faktoren, die das Ausmaß der Krisenkonsequenzen in einem Unternehmen beeinflussen können, ein deutlicher Effekt der Innovationsaktivität bestehen bleibt. Unternehmen, die in den Jahren vor der Krise (2006 bis 2008) keine Innovationsaktivitäten hatten, berichten für alle vier unterschiedlichen Krisenkonsequenzen eine geringere Bedeutung.

### Kostensenkung häufigste Reaktion auf die Wirtschaftskrise

Die häufigste strategische Reaktion der Unternehmen auf die Wirtschaftskrise war die Senkung der Kosten. In 44 v.H. der Unternehmen war diese Maßnahme von großer Bedeutung. Viele Unternehmen reagierten allerdings auch zudem mit Maßnahmen im Bereich der Produktpolitik: 36 v.H. der Unternehmen

gaben an, dass die Ausweitung des Produktangebots auf neue Marktsegmente und Kundengruppen von hoher Bedeutung war, bei 25 v.H. hatte die Erneuerung des bestehenden Produktangebots eine große Bedeutung. Qualifizierungsmaßnahmen waren bei 15 v.H. und Marketingmaßnahmen bei 13 v.H. der Unternehmen von großer Bedeutung, um auf die Krise zu reagieren. Standortverlagerungen spielten als Krisenreaktion dagegen kaum eine Rolle (hohe Bedeutung bei 3 v.H. der Unternehmen). Für alle strategischen Reaktionen gilt, dass sie unter innovativen Unternehmen häufiger anzutreffen sind, und dass diese Reaktionen innerhalb der Gruppe der innovativen Unternehmen bei den forschenden Unternehmen weiter verbreitet sind.

Differenziert nach Sektoren berichteten Unternehmen der forschungsintensiven Industrie am häufigsten von strategischen Reaktionen auf die Krise, während in den Dienstleistungen strategische Maßnahmen in Folge der Wirtschaftskrise nur bei relativ wenigen Unternehmen eine hohe Bedeutung hatten. Dieses Ergebnis korrespondiert mit dem Ausmaß der Folgen, die die Wirtschaftskrise für die einzelnen Gruppen von Unternehmen hatte.

*Dr. Christian Rammer, rammer@zew.de*

#### Literatur:

Arnold, J.M., K. Hussinger (2005), Export Behavior and Firm Productivity in German Manufacturing: A Firm-Level Analysis, *Review of World Economics* 141(2), 219-243.  
 Rammer, C., B. Aschhoff, D. Crass, T. Doherr, C. Köhler, B. Peters, F. Schwiebacher, T. Schubert (2011), Innovationsverhalten der deutschen Wirtschaft. Ergebnisse der Innovationserhebung 2010, Mannheim: ZEW.