ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of

ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Günther, Jutta

Article

Innovationskooperationen in Ost- und Westdeutschland: überraschende Unterschiede

Wirtschaft im Wandel

Provided in Cooperation with:
Halle Institute for Economic Research (IWH) – Member of the Leibniz Association

Suggested Citation: Günther, Jutta (2003) : Innovationskooperationen in Ost- und Westdeutschland: überraschende Unterschiede, Wirtschaft im Wandel, ISSN 2194-2129, Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung Halle (IWH), Halle (Saale), Vol. 9, Iss. 4, pp. 104-109

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/143241

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

In den MOEL3 liegt der Anteil derart motivierter Direktinvestitionen bei etwa der Hälfte aller dort empfangenen deutschen Direktinvestitionen. Die sich abzeichnende Verschiebung in der Höhe der Beschäftigung und Entlohnung heimischer Arbeitskräfte zugunsten höherer Qualifizierungen kann ein Indiz dafür sein, dass diese kostenmotivierten Direktinvestitionen nicht gänzlich ohne Rückwirkungen auf den deutschen Arbeitsmarkt bleiben. Innerhalb des Verarbeitenden Gewerbes Deutschlands sind von dieser Entwicklung besonders die Chemische Industrie und der Kraftfahrzeugbau betroffen. Beide erweisen sich aber auch als Bereiche, die innerhalb Deutschlands als wettbewerbsfähig gelten. Hier liegt nahe, dass ihr besonderes Investitionsengagement ebenfalls Ausdruck dieser Wettbewerbsstärke ist. Zwar bringt diese Entwicklung unter Verteilungsgesichtspunkten durchaus Problempotenzial mit sich: Für gering qualifizierte Arbeitskräfte verschlechtern sich in Deutschland im Zuge der Arbeitsteilung zwischen West- und Mittelosteuropa die Beschäftigungs- und Entlohnungsperspektiven. Die Ausnutzung der Möglichkeiten zur Wahrnehmung von Kostenvorteilen und die hiermit erreichte effizientere Gestaltung der Produktion im Rahmen der internationalen intra-industriellen Arbeitsteilung kann aber gerade zur Steigerung der Gesamteffizienz in diesen Industrien und damit zu einer Erhöhung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit der betroffenen Branchen beitragen und darf daher auch als Chance und keineswegs nur negativ bewertet werden.

Constanze.Dey@iwh-halle.de

Innovationskooperationen in Ost- und Westdeutschland: überraschende Unterschiede

Der vorliegende Beitrag untersucht das Kooperationsverhalten ostdeutscher Unternehmen auf dem Gebiet der Innovation und geht dabei der Frage nach, ob und inwieweit sich kooperierende Unternehmen im Vergleich zu nicht-kooperierenden Unternehmen durch eine stärkere Innovationsaktivität und höhere Produktivität auszeichnen.

Die auf der Basis einer Auswertung des Mannheimer Innovationspanels gewonnenen Ergebnisse zeigen, dass – entgegen einem verbreiteten Vorurteil – ostdeutsche Unternehmen im Vergleich zu westdeutschen Unternehmen häufiger kooperieren, und dass die Unterschiede bezüglich der Wahl der Kooperationspartner primär die unterschiedlichen strukturellen Gegebenheiten Ost- und Westdeutschlands widerspiegeln. Kooperierende Unternehmen sind in Ost- und Westdeutschland deutlich innovativer als nicht-kooperierende Unternehmen. Ein Produktivitätsvorsprung kooperierender Unternehmen gegenüber nicht-kooperierenden Unternehmen zeigt sich jedoch nur in Westdeutschland. Ostdeutsche kooperierende Unternehmen verzeichnen sogar eine leicht niedrigere Produktivität als ostdeutsche nicht-kooperierende Unternehmen.

Die Kooperation zwischen Unternehmen sowie zwischen Unternehmen und nicht-kommerziellen Partnern spielt in der Praxis eine wichtige Rolle. Das Phänomen „Kooperation“ an sich ist nicht neu. Dennoch wird Kooperation in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung, wirtschaftspolitischen Diskussion und Unternehmenspraxis erst in jüngerer Zeit verstärkt thematisiert. Vor allem in Ostdeutschland erhofft man sich von der Innovationskooperation nach westdeutschem Vorbild eine Verbesserung des Wachstums und der Produktivität. Daher spielt in der aktuellen innovationspolitischen Praxis des Bundes die Förderung von Innovationskooperationen bzw. innovativen Netzwerken gerade in Ostdeutschland eine zentrale Rolle.[14]

Innovationskooperationen sind in diesem Beitrag definiert als die aktive Zusammenarbeit zwischen wirtschaftlich voneinander unabhängigen Unternehmen bzw. zwischen Unternehmen und nicht-kommerziellen Organisationen mit dem Ziel, neue oder wesentlich verbesserte Produkte, Dienstleistungen oder Produktionsverfahren hervorzubringen. Die Kooperation auf dem Gebiet der In-

[14] Eine Gegenüberstellung der für Innovationskooperationen relevanten Förderprogramme des Bundes, aus der auch die ostdeutsche Förderpriorität hervorgeht, findet sich in GÜNTHER, J.: Innovation cooperation in East Germany – only a half-way success? IWH-Diskussionspapiere Nr. 170, Halle. Februar 2003.

novation kann – muss aber nicht – im Rahmen von innovativen Netzwerken erfolgen.[15]

Der vorliegende Beitrag stellt eine „erste Annäherung“ an die empirisch schwer zugängliche Thematik Innovationskooperation dar. Er deckt Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen ost- und westdeutschen kooperierenden Unternehmen auf und soll zur Diskussion über deren Ursachen und Implikationen anregen.

Innovationskooperation als Unternehmensstrategie

Ein wichtiges Motiv für Innovationskooperationen besteht darin, die unmittelbaren Kosten für die Entwicklung und Markteinführung neuer Produkte zu senken. Dies geschieht durch die arbeitsteilige Organisation der verschiedenen für den Innovationsprozess zu vollziehenden Schritte, die gemeinsame Anschaffung und Nutzung von Ausrüstungsgütern, den Austausch qualifizierten Personals usw. Zusätzlich können durch die Kooperation auch die Transaktionskosten gesenkt werden. Insbesondere im Rahmen etablierter und bewährter Kooperationsbeziehungen reduzieren sich die Kosten für die Suche nach adäquaten Partnern sowie die Kosten für den Abschluss und die Überwachung von Verträgen etc. In der Praxis ist es schließlich die Kombination von niedrigeren Entwicklungs- und Transaktionskosten, die eine Innovationskooperation attraktiv machen.[16]

Darüber hinaus spielt im Falle der Innovationskooperation auch das Motiv der Ausnutzung von Synergieeffekten im Sinne von gegenseitigen Knowledge-Spillovers eine zentrale Rolle. Gerade im Rahmen von gemeinsamen Innovationsprojekten kommt es darauf an, Informationen auszutauschen, Wissen zu bündeln, gemeinsam neue Ideen zu entwickeln und umzusetzen.

Generell gewinnen Innovationskooperationen vor allem dann an Bedeutung, wenn es sich um technologisch komplexe Innovationsvorhaben handelt, deren Bearbeitung durch ein einziges Unternehmen kaum realisierbar wäre. Das betrifft vor allem Innovationsprojekte, die Grundlagenforschung und angewandte Entwicklung einschließen, beispielsweise auf dem Gebiet der modernen Biotechnologie, Informations- und Kommunikationstechnologie etc.

Untersuchungsdesign

In diesem Beitrag wird zur Untersuchung von Innovationskooperationen auf die Ergebnisse einer regelmäßigen Unternehmensbefragung – das Mannheimer Innovationspanel (MIP) – zurückgegriffen. Das MIP erfasst Innovationskooperationen als Teilaspekt im Rahmen einer umfassenden Innovationserhebung. Neben den verschiedenen Angaben zur unmittelbaren Innovationstätigkeit werden die Unternehmen nach dem Vorhandensein von Innovationskooperationen und nach der Art und Herkunft der Kooperationspartner befragt.

Das MIP ist eine Repräsentativbefragung der deutschen Wirtschaft, die durch das Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) durchgeführt wird (siehe Kasten 1). Die hier präsentierten Ergebnisse beziehen sich auf das Produzierenden Gewerbes (ohne Baugewerbe)[17]. Kooperation ist laut Fragebogen definiert als „die aktive Teilnahme an gemeinsamen Innovationsprojekten mit anderen Unternehmen sowie mit nicht-kommerziellen Einrichtungen“. Reine Auftragsvergabe zählt nicht als Kooperation im Sinne des MIP.[18]

Der vorliegende Beitrag erhebt dabei nicht den Anspruch einer abschließenden Behandlung des Themas Innovationskooperation. Er soll vielmehr einen Überblick über wesentliche Unterschiede und Gemeinsamkeiten ost- und westdeutscher kooperierender Unternehmen vermitteln. Im Folgenden wird zunächst das Kooperationsverhalten ostdeutscher Unternehmen hinsichtlich der Kooperationshäufigkeit und Wahl der Kooperationspartner beschrieben. Anschließend wird die Innovationstätigkeit und die Produktivität der kooperierenden Unternehmen im Vergleich zu den nicht-kooperierenden Unternehmen dargestellt. Die vorgelegten empirischen Daten schließen einen Vergleich zwischen ost- und westdeutschen Unternehmen ein, da Westdeutschland im Hinblick auf unternehmerische Kooperationsaktivitäten i. d. R. als erfolgrei-

---

15 Zur Unterscheidung zwischen den Begriffen bzw. Konzepten „Kooperation“ und „Netzwerk“ siehe GÜNTHER, J., a. a. O., S. 6 f.

16 Vgl. z. B. RAGNITZ, J. u. a.: Produktivitätsunterschiede und Konvergenz von Wirtschaftsräumen. Das Beispiel der neuen Länder. IWH-Sonderheft 3/2001. Halle, S. 216 ff.

17 NACE Klassen 10-14, 15-37 und 40-41.

18 Für weitere Informationen zum MIP siehe JANZ, N.; EBLING, G.; GOTTSCHALK, S.; NIGGEMANN, H.: The Mannheim Innovation Panels (MIP and MIP-S) of the Center for European Economic Research (ZEW), in: Schmollers Jahrbuch, 121, 2001, S. 123-129.

ches Beispiel dient. Alle im Folgenden präsentierten Ergebnisse sind hochgerechnete Zahlen.

Kasten 1:

Mannheimer Innovationspanel (MIP)

Informationen zum Thema „Innovationskooperation" werden durch das MIP alle 4 Jahre im Zuge der europaweiten Innovationserhebung (Community Innovation Survey, CIS) erfasst. Nach dem Pilotprojekt von 1993 (CIS-1) folgten zwei weitere Erhebungswellen mit überarbeiteten Fragebögen, und zwar 1997 (CIS-2) und 2001 (CIS-3). Ein Vergleich der Daten ist aufgrund der Fragebogenmodifikationen allenfalls zwischen MIP 1997 (CIS-2) und MIP 2001 (CIS-3) möglich. Antworten der Unternehmen beziehen sich auf die jeweils zurückliegenden drei Jahre. Methodische Grundlage der Innovationserhebung ist das Oslo-Manual – ein von der EU und der OECD gemeinsam erarbeiteter Leitfaden für die harmonisierte Erhebung und Auswertung von Innovationsdaten.

Kooperationshäufigkeit und Kooperationspartner

Die Untersuchung zur Häufigkeit von Innovationskooperationen in Ost- und Westdeutschland zeigt, dass ostdeutsche Unternehmen im Zeitraum 1998-2000 entgegen aller Erwartungen wesentlich häufiger kooperierten als westdeutsche Unternehmen (vgl. Tabelle 1).[19]

Tabelle 1:
Kooperationshäufigkeit in Ost- und Westdeutschland
- Anteil Unternehmen mit Innovationskooperation in % -

	1994-1996 (n=1946)	1998-2000 (n=1732)
Ostdeutschland	16,6	15,9
Westdeutschland	17,7	9,2

Quelle: Mannheimer Innovationspanel 1997 und 2001; Berechnungen des IWH.

Auffallend ist, dass in Westdeutschland die Anzahl kooperierender Unternehmen erheblich zurückgegangen ist, das heißt von 17,7% in den Jahren 1994-1996 auf 9,2% in den Jahren 1998-2000. Da sich vom einen zum anderen Beobachtungszeitraum in Westdeutschland keine einschneidenden Veränderungen im Bereich Innovations- und Technologiepolitik ereignet haben, sind die Ursachen für den Rückgang andernorts zu suchen. Möglich ist, dass Innovationskooperationen – ebenso wie die Innovationstätigkeit der deutschen Industrie[20] – generell rückläufig sind und in Ostdeutschland nur deshalb bei 16% verharren, weil hier seit 1999 zusätzliche Programme zur Förderung von innovativen Netzwerken eingeführt wurden. Da die Untersuchung der Kooperationshäufigkeit jedoch nicht das zentrale Anliegen des hier vorliegenden Beitrags ist, soll eine eingehendere Ursachenanalyse an dieser Stelle nicht erfolgen, sondern weiteren Untersuchungen vorbehalten bleiben.[21]

Im Hinblick auf die Wahl der Kooperationspartner ist festzustellen, dass Hochschulen der mit Abstand wichtigste Kooperationspartner für Unternehmen in Ost- und Westdeutschland waren (vgl. Abbildung 1). Die auch im internationalen Vergleich starke Präsenz der Hochschulen als Kooperationspartner ist in engem Zusammenhang zu der Tatsache zu sehen, dass die deutsche Technologiepolitik seit Anfang der 90er Jahre zunehmend auf die Förderung unter Beteiligung wissenschaftlicher Partner setzt.[22] Den zweitwichtigsten Kooperationspartner ostdeutscher Unternehmen stellten kommerzielle Forschungseinrichtungen („FuE-GmbHs") dar. 36,4% aller ostdeutschen kooperierenden Unternehmen, aber nur 20,8% der westdeutschen kooperierenden Unternehmen, gingen eine Innovationskooperation mit „FuE-GmbHs" ein. Dies ist vor allem damit zu begründen, dass im Zuge der Transformation in Ostdeutschland viele „FuE-GmbHs" gegründet wurden. Zahlreiche Wissenschaftler, die in staatseigenen Großunternehmen tätig waren, gründeten Dienstleistungsunternehmen im Bereich FuE. Diese sind in Westdeutschland viel weniger verbreitet, sodass sich

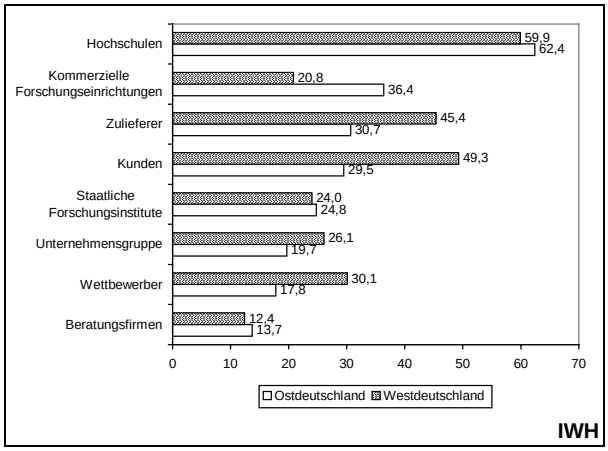
[19] Zu dem Ergebnis, dass ostdeutsche Unternehmen häufiger kooperieren als westdeutsche Unternehmen, gelangen auch andere empirische Studien, die sich mit verschiedenen Kooperationsfeldern beschäftigen. Vgl. z. B. BRUSSIG, M.; DREHER, C.: Wie erfolgreich sind Kooperationen? Neue Ergebnisse zur Kooperationspraxis in Ostdeutschland, in: WSI-Mitteilungen Nr. 9, 2001, S. 566-572. – RAGNITZ, J. u. a., a. a. O., S. 55.

[20] Die Anzahl der innovativen Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes sank in Deutschland von 67% im Jahr 1999 auf 62% im Jahr 2000 (Ostdeutschland: von 67% auf 61%). Vgl. JANZ, N. et al: Innovationsverhalten der deutschen Wirtschaft. Indikatorenbericht zur Innovationserhebung 2001. Mannheim 2002.

[21] Das ZEW bestätigt den unerwartet hohen Rückgang der Kooperationshäufigkeit, hat jedoch keine inhaltliche oder erhebungstechnisch begründbare Erklärung dafür.

[22] Vgl. FIER, A.; HARHOFF, D.: Die Evaluation der bundesdeutschen Forschungs- und Technologiepolitik: Rückblick und Bestandsaufnahme, in: Perspektiven der Wirtschaftspolitik, Nr. 3, Bd. 3, 2002, S. 279-301.

Abbildung 1:
Innovationskooperationen nach Art der Kooperationspartner 1998-2000
- Anteil der kooperierenden Unternehmen, die mit dem jeweiligen Partner eine Kooperation eingingen, in % aller kooperierenden Unternehmen [a] -



[a] Mehrfachnennungen waren möglich.

Quellen: Mannheimer Innovationspanel 2001; Berechnungen des IWH.

Kooperationen hier seltener ergeben. Zulieferer und Kunden hatten in Ostdeutschland mit 30,7% beziehungsweise 29,5% eine deutlich geringere Bedeutung als in Westdeutschland (45,4% bzw. 49,3%). Die geringere Bedeutung von Zulieferern und Kunden als Kooperationspartner in Ostdeutschland korrespondiert mit der Tatsache, dass sich in Ostdeutschland bisher kaum industrielle Cluster gebildet haben,[23] die sich als „Forum" für Innovationskooperationen mit Zulieferern bzw. Kunden anbieten würden. Staatliche Forschungseinrichtungen waren für kooperierende Unternehmen in Ost- und Westdeutschland von nahezu gleich hoher Bedeutung während sich bei Kooperationen innerhalb der Unternehmensgruppe wiederum Unterschiede zwischen Ost- und Westdeutschland ergaben (19,7% versus 26,1%). Letzteres kann damit in Verbindung gebracht werden, dass Ostdeutschland von kleinen und mittleren Unternehmen dominiert wird, die naturgemäß seltener Teil einer Unternehmensgruppe sind. Innovationskooperationen mit Wettbewerbern waren in Westdeutschland mit 30,1% häufiger als in Ostdeutschland (17,8%), während Beratungsfirmen in Ost- und Westdeutschland als Kooperationspartner an letzter Stelle standen (13,7% und 12,4%).

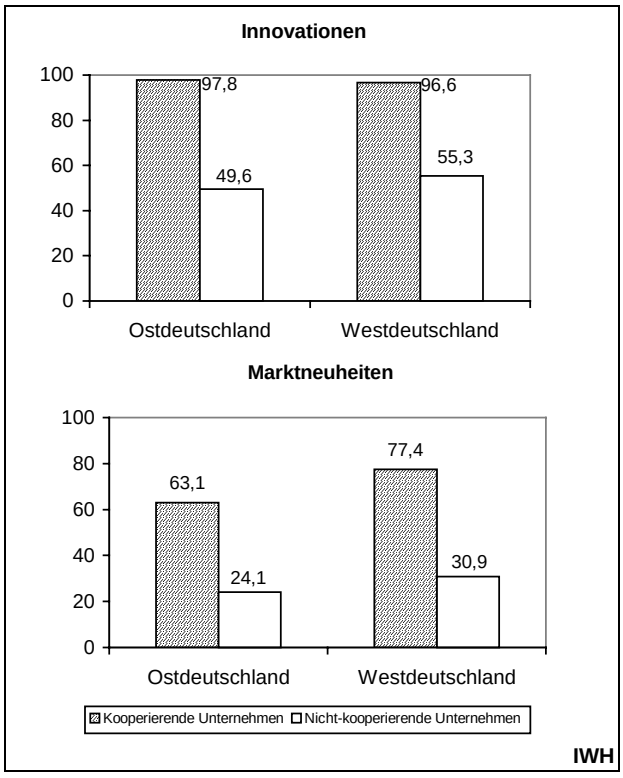
[23] Vgl. RAGNITZ, J.; WÖLFL, A.: Netzwerkaktivitäten und die Produktivitätslücke Ostdeutschlands, in: IWH, Wirtschaft im Wandel 13/2001, S. 315-319.

Kooperation und Innovation

In Ost- und Westdeutschland waren 1998-2000 nahezu alle kooperierenden Unternehmen auch innovative Unternehmen (vgl. Abbildung 2). Das heißt 97,8% der kooperierenden Unternehmen in Ostdeutschland und 96,6% der kooperierenden Unternehmen in Westdeutschland waren gleichzeitig Unternehmen, die in diesem Zeitraum eine Produkt- oder Prozessinnovation durchführten (Definitionen siehe Kasten 2). Unter den nicht-kooperierenden Unternehmen waren in Ostdeutschland lediglich 49,6% und in Westdeutschland 55,3% innovativ.

Im Hinblick auf Marktneuheiten zeigt sich, dass in Ostdeutschland 63,1% der kooperierenden, aber nur 24,1% der nicht-kooperierenden Unternehmen eine solche einführten. In Westdeutschland ist ein vergleichbarer Trend zu beobachten, allerdings auf leicht höherem Niveau. Hier führten 77,4% der kooperierenden und 30,9% der nicht-kooperierenden Unternehmen eine Marktneuheit ein.

Abbildung 2:
Kooperierende und nicht-kooperierende Unternehmen mit Innovationen[a] bzw. Markneuheiten 1998-2000
- Anteil Unternehmen in % -



[a] Innovationen im Sinne von Produkt- oder Prozessinnovationen.

Quellen: Mannheimer Innovationspanel 2001; Berechnungen des IWH.

Kasten 2:

Definition von „Innovation“ und „Marktneuheiten“ laut Oslo-Manual[a]

Innovationen sind neue bzw. merklich verbesserte Produkte oder Dienstleistungen, die ein Unternehmen auf den Markt gebracht hat (Produktinnovationen) oder neue bzw. merklich verbesserte Verfahren, die ein Unternehmen im eigenen Betrieb umgesetzt hat (Prozessinnovationen). Es kommt nicht darauf an, ob ein anderes Unternehmen das Produkt oder Verfahren bereits eingeführt hat. Wesentlich ist nur die Beurteilung der „Neuheit“ aus Sicht des Unternehmens.

Marktneuheiten sind neue oder merklich verbesserte Produkte bzw. Dienstleistungen, die ein Unternehmen als erster Anbieter auf dem Markt eingeführt hat. Der Markt ist aus Sicht des jeweiligen Unternehmens definiert.

[a] OECD/Eurostat. OECD, Paris 1997.

Die vorliegenden Daten lassen allerdings nicht den Schluss zu, dass die durchgeführten Innovationen bzw. Marktneuheiten kooperierender Unternehmen unmittelbar das Ergebnis ihrer Kooperationsaktivitäten sind. Es kann umgekehrt auch der Fall sein, dass innovative Unternehmen besonders stark von Kooperationsprojekten angezogen werden.

Die grundsätzlich positiven Befunde zur Innovationstätigkeit kooperierender Unternehmen werfen nunmehr die Frage auf, inwieweit die Innovationen bzw. Marktneuheiten auch zu Markterfolgen führen. Der im Rahmen des MIP erfasste Indikator „Umsatzanteil mit Marktneuheiten“ liefert hier Einblicke (vgl. Tabelle 2).

Ostdeutsche kooperierende Unternehmen erzielten im Jahr 2000 einen Umsatzanteil mit Marktneuheiten von 16,2%, während – kaum überraschend – die nicht-kooperierenden Unternehmen in Ostdeutschland mit 4,1% einen deutlich geringeren Umsatzanteil erzielten. In Westdeutschland betrug der Vergleichswert 11,8% bzw. 6,2%.

Tabelle 2:
Umsatzanteil mit Marktneuheiten
- in % des Gesamtumsatzes im Jahr 2000 -

	Kooperierende Unternehmen	Nicht-kooperierende Unternehmen
Ostdeutschland (n=143)	16,2	4,1
Westdeutschland (n=401)	11,8	6,2

Quellen: Mannheimer Innovationspanel 2001; Berechnungen des IWH.

Kooperation und Produktivität

Bezüglich der Frage, ob sich kooperierende Unternehmen durch eine höhere Produktivität auszeichnen, zeigt sich, dass im Jahr 2000 zwischen ostdeutschen und westdeutschen kooperierenden Unternehmen eine deutliche Produktivitätslücke, gemessen am Umsatz je Beschäftigten, bestand.[24] Das heißt, ostdeutsche kooperierende Unternehmen wiesen lediglich 66% des Umsatzproduktivitätsniveaus westdeutscher kooperierender Unternehmen auf. Die Umsatzproduktivität der nicht-kooperierenden Unternehmen ist hingegen in Ost- und Westdeutschland nahezu gleich. Besonders überraschend ist, dass in Ostdeutschland die kooperierenden Unternehmen im Vergleich zu den nicht-kooperierenden durch eine leicht niedrigere Umsatzproduktivität gekennzeichnet waren, während in Westdeutschland der erwartete Produktivitätsvorteil kooperierender Unternehmen vorhanden war.

Die Ergebnisse vermitteln auf den ersten Blick den Eindruck, dass die Innovationskooperationen ostdeutscher Unternehmen bisher ohne Erfolg waren. Dabei darf jedoch keine Monokausalität unterstellt werden, denn die Anzahl der Faktoren, die die Produktivität beeinflussen können, ist sehr hoch.[25] Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass andere Einflussgrößen die vielleicht sehr wohl vorhandenen positiven Produktivitätseffekte der Innovationskooperation überlagern.

Dennoch werfen die Angaben in Tabelle 3 eine Diskussion über mögliche Ursachen für das Ausbleiben eines Produktivitätsvorteils kooperierender Unternehmen in Ostdeutschland auf, insbesondere angesichts der Tatsache, dass in Westdeutschland die erwarteten Produktivitätsvorteile kooperierender Unternehmen zu beobachten sind.

[24] Ein Vergleich der Umsatzproduktivität ist zwischen ost- und westdeutschen Unternehmen problematisch, da die Größe „Umsatz“ die Vorleistungen einschließt. Eine Berechnung der Produktivität auf Basis der Wertschöpfung war jedoch mit den vorhandenen Daten des MIP nicht möglich.

[25] Vgl. RAGNITZ, J., u. a., a. a. O.

Tabelle 3:
Umsatzproduktivität kooperierender und nicht-kooperierender Unternehmen im Jahr 2000
- Umsatz pro Beschäftigten in 1 000 Euro -

	Kooperierende Unternehmen	Nicht-kooperierende Unternehmen
Ostdeutschland (n=552)	137,3	151,6
Westdeutschland (n=1180)	208,8	168,5

Quellen: Mannheimer Innovationspanel 2001; Berechnungen des IWH.

Diskussion der Ergebnisse

Eine Produktivitätslücke zwischen ost- und westdeutschen kooperierenden Unternehmen sowie ein Zurückbleiben der Produktivität kooperierender Unternehmen hinter der Produktivität nicht-kooperierender Unternehmen innerhalb Ostdeutschlands wird auch in anderen empirisch-quantitativen Studien festgestellt, die sich mit verschiedenen Feldern der Kooperation beschäftigen.[26] Zur Erklärung wird häufig auf das Argument „Kooperation aus Schwäche“ verwiesen; die Annahme also, dass vor allem leistungsschwächere Unternehmen Kooperationen eingehen, um zukünftig ihre Lage zu verbessern. Die Ergebnisse dieses Beitrags unterstützen diese Sichtweise jedoch nicht vollständig, denn die Mehrzahl der kooperierenden Unternehmen sind innovative – also nicht notwendigerweise schwache – Unternehmen.

Der hier vorliegende Beitrag legt die Annahme nahe, dass Innovationskooperationen in Ostdeutschland die ihnen zugeschriebene effizienzsteigernde Funktion (noch) nicht vollständig entfaltet haben. Zum Aufbau einer funktionierenden Kooperation unter Beteiligung mehrerer Partner ist ein Zeithorizont von 10 Jahren nicht unrealistisch.[27] Hier mögen westdeutsche kooperierende Unternehmen über Vorteile verfügen, da viele westdeutsche Kooperationen allein vom Zeithorizont her ausgereifter sein dürften. Ferner legen die Ergebnisse dieses Beitrags die Annahme nahe, dass ostdeutsche Innovationskooperationen insbesondere hinsichtlich einer adäquaten Vermarktung neuer Produkte Unzulänglichkeiten aufweisen. Diese Sichtweise ergibt sich vor allem angesichts der Tatsache, dass ostdeutsche kooperierende Unternehmen Innovationen durchführen und beachtliche Anteile ihres Umsatzes mit Marktneuheiten erzielen, aber – anders als westdeutsche kooperierende Unternehmen – nicht in der Lage sind, ihre Umsatzproduktivität zu verbessern.

Bleibt die Frage, warum nicht-kooperierende Unternehmen in Ostdeutschland eine bessere Umsatzproduktivität aufweisen, als kooperierende Unternehmen. Hier ist davon auszugehen, dass Innovationskooperationen – ähnlich wie FuE-Aktivitäten – Investitionen darstellen, die in den kooperierenden Unternehmen Ressourcen binden und nur langfristig Vorteile gegenüber nicht-kooperierenden Unternehmen generieren. Angesichts dieser Überlegungen spielt also der Faktor Zeit eine nicht unbedeutende Rolle für das Wirksamwerden von Kooperationsaktivitäten.

Fazit

Die hier vorliegende Untersuchung zeigt, dass in Ostdeutschland im Vergleich zu Westdeutschland deutlich mehr Unternehmen an Innovationskooperationen partizipieren und dass Unterschiede hinsichtlich der Kooperationspartner die unterschiedlichen strukturellen Gegebenheiten widerspiegeln, wobei letzteres kaum als Defizit der ostdeutschen Kooperationslandschaft beurteilt werden kann. Angesichts dieser „quantitativen“ Entwicklungen erscheint es nicht notwendig, mittels innovationspolitischer Programme in Ostdeutschland die Gründung weiterer Innovationskooperationen zu unterstützen – zumal die Gefahr „künstlich“ geschaffener Kooperationen besteht. Schließt man sich den hier angestellten Überlegungen an, erscheint es allenfalls ratsam, die Qualität bestehender Innovationskooperationen dahingehend zu verbessern, dass die Synergie- und Größenvorteile der Innovationskooperationen auch auf eine Verbesserung des Marketings und des Vertriebs ausgeweitet werden. Dabei sind allerdings weniger die Politiker als vielmehr die kooperierenden Unternehmen selbst gefordert.

Jutta.Günther@iwh-halle.de

[26] Vgl. z. B. BRUSSIG, M.; KINKEL, S.; LAY, G.: Verbreitung und Nutzen regionaler Netzwerke in der deutschen Investitionsgüterindustrie; erscheint 2003 in: Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie.

[27] Das zeigt sehr anschaulich die Fallstudie einer Einkaufskooperation im ostdeutschen Maschinenbau. Vgl. BRUSSIG, M.; KINKEL, S.; LAY, G., a. a. O.