

PRESSEMITTEILUNG

Tradition statt Disruption: Deutsche Unternehmen investieren nicht genug in die Zukunft

„Made in Germany“ gilt weltweit als Qualitätssiegel. Doch allein auf diesem guten Ruf sollten sich deutsche Unternehmen nicht zu lange ausruhen. Eine neue Studie der Bertelsmann Stiftung zeigt, dass nur wenige Unternehmen in Deutschland die nötige Innovationskraft haben, um ihre Wettbewerbsposition auch langfristig zu sichern.

Gütersloh, 24. Oktober 2019. Deutsche Unternehmen bewegen sich zu häufig auf ausgetretenen Pfaden. Einer relativ kleinen Speerspitze von innovativen Unternehmen steht hierzulande eine Mehrzahl von innovationsfernen Firmen gegenüber. Nur rund ein Viertel der deutschen Unternehmen zeichnet sich durch Innovationsfreude und Technologieführerschaft aus. In rund der Hälfte der hiesigen Firmen werden Innovationen dagegen nicht aktiv vorangetrieben. Hier fehlen vor allem Risikobereitschaft und eine Innovationskultur, die Mitarbeiter ermutigt, neue Wege zu gehen. Das zeigt ein Innovationsatlas, für den das IW Consult im Auftrag der Bertelsmann Stiftung die deutsche Unternehmenslandschaft in unterschiedliche innovative Milieus eingeordnet hat. Grundlage für die repräsentative Untersuchung ist eine Befragung von über 1.000 Unternehmen aus den Bereichen Industrie und industrienahen Dienstleistungen.

„‘Made in Germany‘ könnte sich vom Verkaufsschlager in einen Ladenhüter verwandeln. Zu viele Unternehmen stolpern in die Zukunft, anstatt mit einer offenen Innovationskultur voranzugehen“, sagt Armando Garcia Schmidt, Wirtschaftsexperte und Studienleiter bei der Bertelsmann Stiftung.

Insgesamt identifiziert der Atlas sieben unterschiedliche Typen von Unternehmen, sogenannte Innovative Milieus. Die innovationsfreundlichsten sind die sogenannten „Technologieführer“ und „Disruptiven Innovatoren“. Hier lassen sich insgesamt 25 Prozent der deutschen Unternehmen verorten. 46 Prozent hingegen ordnen die Studienautoren in eher innovationsferne Gruppen ein wie „Passive Umsetzer“ oder „Unternehmen ohne Innovationsfokus“. Dazu gehören Firmen, die weder in ihrer Organisations- noch ihrer Unternehmensstrategie zielgerichtet Neuerungen vorantreiben. Die größte Einzelgruppe bilden die „Kooperativen Innovatoren“, die zwar sehr viel in Mitarbeiterförderung, aber zu wenig in eine aktive Vernetzung mit der Wissenschaft und anderen Unternehmen investieren.

Je innovativer, desto erfolgreicher

Grundsätzlich gilt laut Studie: je innovativer ein Unternehmen, desto größer ist der wirtschaftliche Erfolg und desto dynamischer wachsen die Mitarbeiterzahlen. So fällt die Nettoumsatzrendite, die angibt, wie hoch der Anteil des Gewinns am Umsatz ist, bei den „Disruptiven Innovatoren“ um 33 Prozent höher aus als im Durchschnitt aller Milieus. Ebenso überdurchschnittlich ist bei ihnen die Entwicklung der Mitarbeiterzahlen. Die Anzahl der Mitarbeiter ist in den beiden Innovationsführer-Milieus zwischen 2016 und 2017 mehr als doppelt so stark gestiegen, wie bei innovationsfernen Unternehmen.

Die „Technologieführer“ sind hauptsächlich in den Branchen Pharma, Chemie sowie in der Metall- und Elektroindustrie zuhause. Unter ihnen ist der Anteil von Firmen mit einem Umsatz von mindestens 50 Millionen Euro rund viermal höher als im Durchschnitt. Der Anteil

von Unternehmen, die mindestens 250 Mitarbeiter beschäftigen, ist gegenüber dem Durchschnittswert fast doppelt so hoch.

Die „Disruptiven Innovatoren“ hingegen sind hauptsächlich in der Medienbranche sowie unternehmensnahen Dienstleistungen beheimatet. Außerdem sind die Unternehmen aus dieser Gruppe überdurchschnittlich jung: Knapp ein Viertel (24 Prozent) wurde erst in den vergangenen zehn Jahren gegründet (Durchschnitt: elf Prozent). In den Branchen Logistik und Großhandel ist die Innovationskultur laut Studie dagegen am niedrigsten ausgeprägt. Fast alle Unternehmen (99,7 Prozent) aus der Gruppe „Unternehmen ohne Innovationsfokus“ kommen aus diesen Branchen.

Kleine- und mittelständische Unternehmen müssen innovativer werden

Besorgniserregend ist laut Autoren die Struktur innovationsferner Unternehmen und ihre Bedeutung für den Wirtschaftsstandort Deutschland. Gerade in den kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) fehlt es häufig an einer ausgeprägten Innovationskultur. Die innovationsfernen Milieus der „Passiven Umsetzer“, der „Zufälligen Innovatoren“ und der „Unternehmen ohne Innovationsfokus“ setzen sich fast vollständig aus KMU zusammen. Brisant wird dieser Befund dadurch, dass diese Unternehmen deutschlandweit knapp 58 Prozent aller sozialversicherungspflichtigen Arbeitnehmer beschäftigen. Es sei, so die Autoren, verständlich, dass Mittelständler nicht im Stil eines Weltkonzerns in Forschung investieren können. Doch auch durch Mitarbeiterführung oder die Förderung von Freiräumen für Experimente ergeben sich Chancen, Innovationsprozesse dynamischer zu gestalten. „Unsere Studie zeigt, dass gerade kleine und mittelständische Unternehmen gezielt in ihre Innovationsfähigkeit und die digitale Transformation investieren müssen. Bleibt dies aus, könnten hunderte Unternehmen und tausende Arbeitnehmer ins Abseits rutschen, wenn sich die Wettbewerbsbedingungen durch fortschreitende Digitalisierung und neue Wettbewerber verändern“, so Armando Garcia Schmidt.

Innovationen kommen zu häufig aus den Ballungszentren

Kritisch sehen die Autoren auch die unausgewogene Verteilung innovativer Unternehmen auf der Deutschlandkarte. Über die Hälfte der „Disruptiven Innovatoren“ ist in Großstädten zu Hause, während die „Konservativen Innovatoren“ überproportional in Kleinstädten angesiedelt sind. Dieses Ungleichgewicht könne sich langfristig negativ auf die Produktivität und den Wohlstand ganzer Regionen auswirken. „Wer sich ausschließlich auf Städte als Innovationsmotor verlässt, verschwendet Potenziale, fördert den Anstieg der Landflucht und vergrößert die Konfliktlinie zwischen Stadt und Land“, so Garcia Schmidt.

Gezielte Investitionen und bessere Vernetzung von Wissenschaft und Wirtschaft nötig

Der Einsatz für mehr Innovationskraft braucht veränderungswillige Unternehmen und eine aktive Wirtschafts- und Innovationspolitik, so die Autoren. Hierzu muss vor allem in die klassische und auch die digitale Infrastruktur investiert werden, damit die Vielzahl der Unternehmen im ländlichen Raum nicht den Anschluss verlieren. Die steuerliche Forschungsförderung für Unternehmen, so wie sie aktuell diskutiert wird, ist nicht zielführend. Die geplanten Mittel seien zu gering und werden laut Autoren nach dem Gießkannenprinzip verteilt. Die Förderinstrumente sollten gezielt den Aufholprozess der KMU unterstützen, gute Rahmenbedingungen für technologisch versierte Startups setzen und die Grundlagenforschung stärken.

Zusatzinformationen

Diese Studie erscheint im Rahmen des **Reinhard Mohn Preises** der Bertelsmann Stiftung. Der Reinhard Mohn Preis 2020 widmet sich dem Thema "**Innovationskraft stärken. Potenziale erschließen.**" und befasst sich mit der Frage, wie Deutschland und Europa den technologischen Wandel zum Wohle der Gesellschaft vorantreiben können. Der Reinhard Mohn Preis wird seit 2009 von der Bertelsmann Stiftung an international renommierte Persönlichkeiten verliehen, die sich um wegweisende Lösungen für gesellschaftliche und politischen Herausforderungen verdient gemacht haben.

Die Studie „Innovative Milieus. Die Innovationsfähigkeit deutscher Unternehmen“ beruht auf einer Befragung im Rahmen des IW-Zukunftspanels, an der zwischen Dezember 2018 und Februar 2019 1002 Unternehmen aus dem Industrie- und Dienstleistungsverbund teilgenommen haben (Verarbeitendes Gewerbe, Versorgung, Bau, Logistik und unternehmensnahe Dienstleistungen). Die Unternehmen wurden zu innovationsrelevanten Merkmalen und ihren Wirtschafts- und Innovationserfolgen befragt. Auf Basis dieser Befragung wurden sieben innovative Milieus in Deutschland identifiziert. Das Innovationsprofil wird in der Studie auf der Grundlage von sechs Dimensionen definiert: Innovationsorganisation, Innovationskompetenz, Innovationskultur, interne Vernetzung, externe Vernetzung und Stellung im Wettbewerb.

Unser Experte: **Armando Garcia Schmidt, Senior Project Manager**

Telefon: 0 52 41 81 81 543

E-Mail: armando.garciaschmidt@bertelsmann-stiftung.de

Weitere Informationen finden Sie unter www.bertelsmann-stiftung.de und auf unserem Blog: <https://inclusive-productivity.de/>.

Über die Bertelsmann Stiftung: Menschen bewegen. Zukunft gestalten.

Die Bertelsmann Stiftung setzt sich dafür ein, dass alle an der Gesellschaft teilhaben können – politisch, wirtschaftlich und kulturell. Unsere Themen: Bildung, Demokratie, Europa, Gesundheit, Werte und Wirtschaft. Dabei stellen wir die Menschen in den Mittelpunkt. Denn die Menschen sind es, die die Welt bewegen, verändern und besser machen können. Dafür erschließen wir Wissen, vermitteln Kompetenzen und erarbeiten Lösungen. Die gemeinnützige Bertelsmann Stiftung wurde 1977 von Reinhard Mohn gegründet.

Weitere Informationen: www.bertelsmann-stiftung.de