

## Blog Innovationskraft der Industrie sinkt

27.11.2019

von



Schulbank

### Schlagworte

Industrie

Unternehmen

KMU

SchulBank



Eine neue exklusive Studie der Bertelsmann Stiftung und des Forschungsinstituts IW Consult kommt zu dem Ergebnis, dass in fast der Hälfte der Unternehmen in Deutschland Innovationen

**Blog** aktiv vorangetrieben werden. Für die Studie wurden gut 1.000 Industrieunternehmen und industriennahe Dienstleister zu Faktoren wie neu eingeführten Produkt- oder Prozessinnovationen, ihrer Vernetzung mit der Wissenschaft, ihrer Stellung im Wettbewerb oder zur Organisation von Forschung und Entwicklung befragt. Insgesamt wurden dabei sieben unterschiedliche Typen von Unternehmen identifiziert. Die innovationsfreundlichsten sind die sogenannten „Technologieführer“ und „Disruptiven Innovatoren“. Hier lassen sich insgesamt 25 Prozent der deutschen Unternehmen verorten. Die Technologieführer verschieben die technologische Grenze stetig weiter nach außen, was sich unter anderem in einer großen Zahl von Patentanmeldungen und einer starken Vernetzung mit der Wissenschaft widerspiegelt. Vorrangig kommen sie aus den Branchen Chemie und Pharma, Kunststoff sowie Metall und Elektro. Die „disruptiven Innovatoren“ zeichnen sich durch eine hohe Risikobereitschaft und den Mut zu radikalen Innovationsprojekten aus, die oft unter Einbindung aller Mitarbeiter abseits klassischer Hierarchien entwickelt werden. Entsprechend finden sich in dieser Gruppe viele Start-ups.



## Keine zielgerichteten Innovationen

46 Prozent der Unternehmen dagegen 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. Vor allem viele kleinere und mittlere Unternehmen (KMU) haben es in den zurückliegenden Jahren verpasst, ihr Innovationsprofil an neue Bedingungen anzupassen. Das Gros verschließe sich neuen Technologien nicht, doch fehle eine klare Strategie, heißt es in der Studie. Im besten Fall gelingen Innovationen im Zufallsprinzip; sie werden also nicht aktiv vorangetrieben, sondern eher passiv aufgegriffen. Dies gilt vor allem für Firmen aus den Bereichen Bau, Logistik und Großhandel sowie für viele industriennahe Dienstleister. Jedes neunte Unternehmen, auch hier fast nur Kleinbetriebe, hält Innovationen nicht für wettbewerbsrelevant oder sieht sich nicht in der Lage, sie umzusetzen.

Dabei zeigt die Studie auch, dass Innovationserfolg direkt mit wirtschaftlichem Erfolg zusammenhängt. So fällt etwa die Nettoumsatzrendite, also der Anteil des Gewinns am Umsatz, bei den befragten „disruptiven Innovatoren“ um 33 Prozent höher aus als im Durchschnitt aller Milieus. Auch die Beschäftigung ist bei den Innovationsführern doppelt so schnell gestiegen wie bei innovationsfernen Unternehmen.

## Blog Niedriger digitaler Reifegrad

Dass vor allem kleine und mittlere Betriebe bei der Entwicklung neuer Technologien ins Hintertreffen geraten, führen die Studienautoren mit darauf zurück, dass der digitale Reifegrad bei ihnen noch sehr gering ausgeprägt ist – auch weil sie oft ihren Sitz nicht in mit Breitband versorgten Metropolen haben oder zu wenig Geld in digitale Technologien stecken. Investieren die „disruptiven Innovatoren“ im Schnitt 5,8 Prozent ihres Umsatzes in die Digitalisierung von Prozessen und Geschäftsmodellen, sind es über alle Milieus nur 3,4 Prozent.

Die Experten der Studie machen sich deshalb einerseits für staatliche Investitionen in die klassische und vor allem die digitale Infrastruktur stark, damit die Vielzahl der KMU und auch der Unternehmen im ländlichen Raum den Anschluss nicht verliert. Andererseits weisen sie darauf hin, dass die Unternehmen selbst auch mehr für ihren Innovationserfolg tun könnten. Gerade kleine und mittelständische Unternehmen müssten gezielt in ihre Innovationsfähigkeit und die digitale Transformation investieren. In Netzwerken oder Clustern könnten Projekte gemeinsam gestemmt werden, die sich ein einzelnes Unternehmen nicht zutraue.