

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.ch/de/pm/100001952/100592299/schweizer-unternehmen-unter-den-innovativsten-der-welt> abgerufen werden.

Booz & Company

Schweizer Unternehmen unter den innovativsten der Welt

27.10.2009 - 09:30 Uhr, Booz & Company

Zürich (ots) -

- Hinweis: Die komplette Medienmitteilung kann kostenlos im pdf-Format unter <http://presseportal.ch/de/pm/100001952> heruntergeladen werden -

Innovationen sind weiterhin zentraler Bestandteil der Unternehmensstrategie / Roche und Novartis unter den globalen Top 10 / Ausgaben für Forschung und Entwicklung wachsen in der Schweiz um 8,7% / Weltweiter Anstieg liegt nur bei 5,7% / Toyota, Nokia und Roche verfügen über die grössten F&E-Budgets

Schweizer Unternehmen setzen auch in Krisenzeiten auf Forschung und Entwicklung (F&E). Mit einer Steigerung der Ausgaben um 8,7% liegen sie 2008 deutlich über dem globalen Durchschnitt von 5,7%. Mit insgesamt 24,9 Mrd. Schweizer Franken positioniert sich die Schweiz auf Rang 5 im globalen Vergleich der innovativsten Länder. Die Budgets der berücksichtigten Schweizer Firmen machen 4,49% der weltweiten F&E-Investitionen von 532 Mrd. US\$ aus.

Das sind die Ergebnisse der aktuellen "Global Innovation 1000"-Studie der internationalen Strategieberatung Booz & Company. Analysiert wurden die F&E-Budgets und -Strategien der 1000 Unternehmen mit den weltweit höchsten Ausgaben in diesem Segment. 2008 sind 27 Schweizer Firmen (gegenüber 24 im Vorjahr) im Ranking vertreten davon zwei unter den Top 10: Die Roche Holding AG ist mit F&E-Ausgaben von 8.845 Mrd. CHF neu auf Rang 3 (Vorjahr Rang 8) zu finden, Novartis macht mit 7.217 Mrd. CHF gegenüber dem Vorjahr zwei Plätze gut und schafft damit den Sprung in die Top 10 (Rang 9). Unter den besten Hundert finden sich mit Nestlé (71) und STMicroelectronics NV (67) zwei weitere Grosskonzerne mit Sitz in der Schweiz.

Trotz schwerer Gewinneinbrüche: Manager setzen weiter auf Innovationen

Trotz der in 2008 einsetzenden Weltwirtschaftskrise stärken die Unternehmen weiter ihre Forschung und Entwicklung. Das überraschende Studienergebnis lautet: obwohl 65% der weltweiten Top-1000 Innovatoren in der schwersten Rezession seit 1929 deutliche Umsatzrückgänge verbuchen und 32% sogar Verluste schrieben, erhöhten mehr als zwei Drittel ihre F&E-Ausgaben im vergangenen Jahr. 90% der befragten Manager bewerten Innovation als wesentlichen Erfolgsfaktor für den erhofften Aufschwung. "Es kommt nicht nur darauf an, mehr, sondern vor allem zielorientierter zu investieren. Nur wer sich für die richtigen Innovationsansätze und -projekte entscheidet, profitiert langfristig davon", erläutert Carlos Ammann, Vorsitzender der Geschäftsführung von Booz & Company in Zürich.

Die globalen Top 20, die 26% des gesamten "Global Innovation 1.000"-Budgets auf sich vereinen, beziffern ihre Gewinneinbussen auf 35%. Dennoch steigerte diese Innovationselite ihre F&E-Etats auch im Krisenjahr 2008 um weitere 3,2% (im Vorjahr 7,6%). Zu Kürzungen in diesem Bereich kam es nur bei etwas mehr als einem Viertel der Befragten. Carlos Ammann liefert dazu folgende Erklärung: "Innovationen sind Voraussetzung für die langfristige Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens. Falsche Sparmassnahmen können schnell ganze Geschäftsbereiche in ihrer Existenz gefährden. Ausserdem sind Produktentwicklung und Innovationszyklen in vielen Branchen wie etwa Pharma auf mehrere Jahre angelegt, so dass sie konjunkturelle Schwankungen überdauern."

Erhöhtes Risikobewusstsein bei Forschungsinvestitionen

Die Booz & Company-Studie zeigt allerdings auch: Jeder zweite Entscheidungsträger definiert seine Auswahlkriterien für die

Bewilligung von F&E-Projekten bedeutend strikter. Vier von zehn legen ein erhöhtes Risikobewusstsein in Bezug auf Forschungsinvestitionen an den Tag und sind früher bereit, Projekte mit unzureichender Performance einzustellen. Sieben von zehn Unternehmen orientieren sich mit ihren F&E-Ausgaben stärker an veränderten preissensitiveren Kundenbedürfnissen.

Unternehmen aus Elektronik-, Gesundheits- und Automobilindustrie sind im Branchenvergleich F&E-Spitze

Zwei Drittel der globalen F&E-Ausgaben konzentrierten sich auf drei Branchen: Elektronik/Computer mit 27%, Gesundheit/Pharma mit 23% sowie Automobil mit 16%. Obwohl Automobilunternehmen im Branchenvergleich zu den top Innovatoren gehören, erfolgten hier die grössten Einschnitte: 60% der Unternehmen kürzten ihre F&E-Investitionen, unter den Top 10 waren es sogar 90%. Dabei zeigt das Beispiel dieser Branche, welche existenzbedrohenden Konsequenzen Fehlentscheidungen beim Innovationsmanagement haben können. Automobilhersteller, die in den letzten Jahren an Kundenbedürfnissen wie verbrauchsarmen Fahrzeugen und alternativen Antriebsformen vorbei entwickelt haben, befinden sich heute in einer prekären Situation. Trotz einbrechender Umsätze müssen die Konzerne nun immense F&E-Investitionen schultern, um im Technologiewettbewerb um die effizientesten Hybrid- und Elektroantriebe nicht den Anschluss zu verlieren.

Im Bereich Computer und Elektronik lag die Steigerungsrate gegenüber dem Vorjahr bei 4%. Die höchste Innovationsintensität, also das Verhältnis des Innovationsetats zum Umsatz, bestand im Gesundheitssektor mit 12%, gefolgt von Software/Internet mit 11,4%. Die schwächsten Industriezweige - Telekommunikation sowie Chemie/Energie - rangierten zwischen 0,9 und 1,4%. Die einzige Branche mit sinkenden Forschungsausgaben ist die Luft- und Raumfahrtindustrie sowie der Verteidigungssektor mit einem Rückgang von 2,3%.

Schwellenländer haben Nachholbedarf und erhöhen F&E-Ausgaben drastisch

Wie Booz & Company im internationalen Vergleich feststellt, klappt zwischen Industrie- und Schwellenländern eine Innovationslücke. 94% der Player aus der globalen Innovations-Champions League sitzen in Nordamerika (Steigerung 6,5%), Europa (Steigerung 6,3%) oder Japan (Steigerung 0,5%). Sämtliche Top 10 Unternehmungen stammen aus diesem Raum. Auf das Siegertreppchen der "Global Innovation 1000" schafften es auch diesmal wieder Toyota, Nokia und die Roche Holding. Die Plätze vier bis zehn gehen an Microsoft, General Motors, Pfizer, Johnson & Johnson, Ford, Novartis und Sanofi-Aventis.

Aus den Märkten in Schwellenländern wie China und Brasilien schafften es gerade einmal 15 respektive drei Unternehmen unter die ersten 1000. Im Vergleich zum Vorjahr erhöhten diese Länder ihre F&E-Ausgaben 2008 jedoch drastisch um 27,6% beziehungsweise 18,7%.

Design der Studie "Global Innovation 1000" von Booz & Company:

Für die Studie identifizierte Booz & Company die Top 1.000 der globalen Unternehmen, die ihre F&E-Ausgaben veröffentlichen. In einem zweiten Schritt wurden für die Studie die wichtigsten Finanz-, Umsatz-, Ertrags-, Kosten- und Profitabilitätskennzahlen der vergangenen sechs Jahre analysiert und in Zusammenhang mit den historischen Ausgaben für F&E gebracht. Die Zuordnung der Unternehmen zu Regionen folgt der Angabe des Unternehmenssitzes. Die F&E-Ausgaben, die Siemens etwa in den USA tätigt, fliessen somit in die Region Europa ein. Erstmals führte Booz & Company in diesem Jahr eine internetbasierte Umfrage unter 300 Top-Managern und F&E-Experten in 250 Unternehmen durch, um den Einfluss der Rezession auf F&E-Ausgaben und Strategien besser einschätzen zu können.

Über Booz & Company:

Booz & Company ist mit mehr als 3'300 Mitarbeitenden in 59 Büros auf allen Kontinenten eine der weltweit führenden Strategieberatungen. Zu den Klienten gehören erfolgreiche Unternehmen sowie Regierungen und Organisationen.

Unser Gründer Edwin Booz formulierte bereits 1914 die Grundlagen der Unternehmensberatung. Heute arbeiten wir weltweit eng mit unseren Klienten zusammen, um die Herausforderungen globaler Märkte zu meistern und nachhaltiges Wachstum zu schaffen. Dazu kombinieren wir

einzigartiges Marktwissen sowie tiefe funktionale Expertise mit einem praxisnahen Ansatz. Unser einziges Ziel: unseren Klienten jederzeit den entscheidenden Vorteil zu schaffen. Essential Advantage. Informationen zu unserem Management-Magazin strategy+business finden Sie unter:
www.strategy-business.com / www.booz.com/ch

ots Originaltext: Booz & Company
Internet: www.presseportal.ch

Kontakt:
Karla Schulze Osthoff
Manager Marketing & Communications Schweiz
Tel.: +41/43/268'21'37
Fax: +41/43/268'21'22
E-Mail: karla.schulzeosthoff@booz.com

Originaltext:	Booz & Company
Medienmappe:	http://www.presseportal.ch/de/pm/100001952/booz-company
Medienmappe als RSS:	http://presseportal.de/rss/pm_100001952.rss2