

## MEDIENMITTEILUNG

Zürich, 30. Oktober 2012

### **Ausgaben für Forschung und Entwicklung 2011 weltweit um 9,6% gestiegen - Toyota übernimmt Spitzenposition von Roche**

**Ausgaben für Forschung und Entwicklung (F&E) erreichen 2011 ein neues Rekordhoch / Novartis und Roche gehören zu den Unternehmen mit den grössten F&E-Budgets weltweit / Apple verteidigt Position als innovativstes Unternehmen / Neue Ideen werden zum grössten Teil mit „alten“ Methoden generiert**

Nach den krisenbedingten Einschnitten von 2009 sind die Ausgaben für Forschung und Entwicklung (F&E) nach 2010 auch 2011 wieder deutlich gestiegen. Dies zeigt die 8. Studie „Global Innovation 1000“ der internationalen Strategieberatung Booz & Company. Diese untersucht jährlich das Investitionsverhalten der 1000 privaten Unternehmen mit den weltweit höchsten F&E-Budgets.

Die gesamten F&E-Ausgaben der 1000 untersuchten Unternehmen stiegen um USD 53 Milliarden auf ein neues Rekordhoch von USD 603 Milliarden. Dies entspricht einem Wachstum von 9,6%. Die Automobilindustrie legte mit 15% am deutlichsten zu und war zusammen mit den Branchen Computer/Elektronik sowie Industriegüter für zwei Drittel des Anstiegs verantwortlich. Neuer Spitzenreiter des weltweiten Ranking ist **Toyota** (Vorjahr: 6) mit F&E-Ausgaben in Höhe von USD 9,9 Milliarden. Die beiden Schweizer Pharma-Riesen **Novartis** (Vorjahr: 3) und **Roche** (Vorjahr: 1) folgen auf den Plätzen 2 und 3 mit USD 9,6 Milliarden bzw. USD 9,4 Milliarden. Mit **Pfizer** und **Microsoft** liegen zwei weitere Schwergewichte aus forschungsintensiven Branchen auf den Positionen 4 und 5 und wiederholten ihre Top-5-Platzierung aus dem Vorjahr.

**Carlos Ammann**, Geschäftsführer von Booz & Company in der Schweiz, kommentiert: „Trotz des starken Anstiegs der F&E-Ausgaben kann nicht von einer Innovationsoffensive gesprochen werden, denn die Forschungsintensität, das Verhältnis der F&E-Ausgaben zum Umsatz, liegt im langjährigen Durchschnitt von 3,4%. Die starke Erhöhung der F&E-Budgets in der Automobilindustrie unterstreicht den dort herrschenden Innovationsdruck. Strengere Verbrauchsvorschriften, neue Antriebskonzepte, globale Plattformen und die Eroberung neuer Märkte verlangen nach neuen Ideen.“

## Schweizer Unternehmen mit hoher Forschungsintensität

Die 32 in der Studie erfassten Schweizer Unternehmen investierten 2011 USD 30,2 Milliarden in F&E, was 5% der gesamten F&E-Ausgaben der Top-1000 Unternehmen ausmacht. 24 dieser 32 Unternehmen erhöhten ihr F&E-Budget gegenüber dem Vorjahr. Dabei weisen die in der Schweiz ansässigen Unternehmen mit 7,7% eine hohe Forschungsintensität aus. Im internationalen Vergleich liegen sie damit auf dem sechsten Rang, was die grosse Bedeutung von Innovationen für den Wirtschaftsstandort Schweiz unterstreicht. Einen wesentlichen Beitrag zu dieser hohen Forschungsintensität leisten die beiden Pharmaunternehmen Roche und Novartis. Roche weist 2011 trotz leicht rückläufiger F&E-Ausgaben (-2%) mit 19,6% bei der Forschungsintensität nach wie vor einen der höchsten Werte aus und liegt auf Platz drei aller weltweit untersuchten Unternehmen. Novartis erhöhte das F&E-Budget um 6% und verzeichnet eine Forschungsintensität von 16,4%. Weitere Schweizer Unternehmen in den Top-100 sind der in Genf ansässige Halbleiterproduzent **STMicroelectronics** (55), der Nahrungsmittel-Multi **Nestlé** (83) sowie der Energie- und Automationstechnik-Konzern **ABB** (98). Knapp dahinter folgt auf Platz 112 der Agrarmittelkonzern Syngenta. Das stärkste Wachstum dieser in F&E führenden Schweizer Unternehmen verzeichnete ABB mit 27%.

Carlos Ammann: „War die Schweiz im Vorjahr noch mit 27 Unternehmen in den Top-1000 vertreten, sind es in der aktuellen Untersuchung 32. Zusammen mit der hohen Forschungsintensität unterstreicht dieser Anstieg den Fokus von Schweizer Unternehmen auf Innovationen. Eine starke Innovationskraft ist auch zwingend nötig, um mittel- und langfristig unseren Wohlstand zu erhalten. Die Studie zeigt nämlich auch, dass zum zweiten Mal in Folge mehr chinesische als schweizerische Unternehmen unter den Top-1000 mit den grössten F&E-Budgets vertreten sind. Der Konkurrenzdruck wird weiter zunehmen.“

## Automobilindustrie auf dem Vormarsch

Neben Spitzenreiter **Toyota** sind auch **General Motors** (9), **Volkswagen** (11), **Honda** (15) und neu auch **Daimler** (19) in den Top-20 vertreten. Volkswagen erhöhte die F&E-Ausgaben mit 26% zwar am deutlichsten, liegt aber in der Forschungsintensität immer noch hinter den Konkurrenten zurück. Insgesamt macht der Anteil der Automobilindustrie an den Gesamtausgaben für F&E 16% aus. Übertroffen wird sie in dieser Hinsicht von den Branchen Computer/Elektronik mit 28% sowie Gesundheit/Pharma mit 21%. Die Computer- und Elektronikindustrie wird angeführt von **Samsung** (6), dicht gefolgt von **Intel** (8). Der US-amerikanische Halbleiterhersteller steigerte 2011 die F&E-Ausgaben um 27% und weist mit 15,5% eine deutlich höhere Forschungsintensität auf als Samsung mit 6,0%. Die Branche Gesundheit/Pharma ist mit nicht weniger als acht Unternehmen in den Top-20 vertreten. Das

---

Wachstum der F&E-Ausgaben verlangsamte sich 2011 zwar deutlich auf 5%, die Branche weist aber mit 12,2% nach wie vor die höchste Forschungsintensität aus.

Die regionalen Unterschiede sind auch in der aktuellen Untersuchung markant. Nordamerikanische Unternehmen erhöhten ihre F&E-Ausgaben wie im Vorjahr um 9,7%. Auch Europa verzeichnete mit 5,4% ein robustes Wachstum, doch liegt dieser Wert krisenbedingt unter dem langjährigen Durchschnitt von 7%. Mit einem Anstieg von nur 2,4% bestätigten japanische Unternehmen ihre Zurückhaltung gegenüber F&E-Investitionen. Bei Unternehmen aus China und Indien lag das Wachstum der F&E-Ausgaben bei 27,2% und damit etwas tiefer als in den Vorjahren mit jeweils 38%. Trotz dieses forschenden Tempos liegt der Anteil der F&E-Ausgaben von Unternehmen aus diesen Ländern immer noch unter 3%. Der grösste Anteil der gesamten F&E-Ausgaben fällt nach wie vor auf Unternehmen in Nordamerika 38%, gefolgt von Europa 30% und Japan 23%.

### **Apple, Google und 3M gelten als innovativste Unternehmen**

Als Teil der Studie befragte Booz & Company 700 internationale Führungskräfte über alle untersuchten Industrien hinweg und bat diese darum, die aus ihrer Perspektive innovativsten Unternehmen zu benennen. Zum dritten Mal in Folge qualifizierten sich Apple, Google und 3M in diesem Sonder-Ranking für die Plätze 1 bis 3. Samsung verbesserte sich kontinuierlich und liegt neu auf Platz 4. Der Online-Händler Amazon stiess in die Top-10 vor und verdrängte Facebook von Platz 10.

Vergleicht man die als am innovativsten wahrgenommenen Firmen mit den Unternehmen mit den höchsten F&E-Ausgaben, stellt man fest, dass die erste Gruppe bei wesentlichen finanziellen Kennzahlen überlegen ist: beim Umsatzwachstum, bei der Gewinnmarge und beim Wertzuwachs gemessen an der Marktkapitalisierung. Von den zehn Unternehmen mit den höchsten F&E-Ausgaben schaffen es nur Microsoft, Samsung und Toyota auch im Ranking der als innovativ geltenden Unternehmen in die Top-10.

### **Traditionelle Methoden als wichtigste Innovationsmotoren**

Die aktuelle Untersuchung beschäftigt sich auch mit den Methoden, welche die Unternehmen einsetzen, um neue Ideen zu generieren und diese erfolgreich in Innovationen umzuwandeln. Fast die Hälfte der befragten Führungskräfte ist der Meinung, dass ihre Unternehmen nur durchschnittlich oder schwach in der Lage sind, neue Ideen zu generieren und in marktfähige Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln. Auch hier wird der Zusammenhang zwischen Innovationsfähigkeit und wirtschaftlichem Erfolg deutlich. Jene Unternehmen, die von den Führungskräften bezüglich der Generierung und Umsetzung von Ideen als stark bezeichnet werden (25%), verzeichnen überdurchschnittlich steigende Erträge, höhere EBITDA-Margen und eine bessere Entwicklung des Aktienkurses.

---

Obwohl in den letzten Jahren sehr viel von Social Network Data Mining, Crowd Sourcing oder Seed Funding die Rede war, sind es nach wie vor traditionelle Methoden wie Beobachtung des Kundenverhaltens und Marktforschung, welche Unternehmen einsetzen, um ihre Ideen zu generieren und zu marktreifen Produkten entwickeln. Stärker eingesetzt werden die neueren Methoden in den Branchen Software/Internet, Computer/Elektronik und Konsumgüter.

Carlos Ammann: „Aufgrund des Hypes der letzten Jahre hätte man erwarten können, dass neue Methoden im Innovationsprozess bereits eine grössere Rolle spielen. Letztlich ist aber nicht die Methode entscheidend, sondern dass das Unternehmen eine der Unternehmenskultur entsprechende Innovationsstrategie verfolgt und konsequent umsetzt.“

#### **Design der Studie „Global Innovation 1.000“ von Booz & Company:**

*Für die Studie identifizierte Booz & Company die Top-1000 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 sieben 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 Novartis etwa in den USA tätigt, fliessen somit in die Region Europa ein.*

#### **Über Booz & Company:**

*Booz & Company ist mit mehr als 3'000 Mitarbeitenden in 58 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](http://www.strategy-business.com)*

#### **Rückfragen und weitere Informationen:**

*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](mailto:karla.schulzeosthoff@booz.com)*

*[www.booz.ch](http://www.booz.ch)*