

Innovationsreport: Holz-, Papier-, Verlags- und Druckgewerbe

Im Holz-, Papier-, Verlags- und Druckgewerbe ist im Jahr 2003 der Innovatorenanteil nahezu konstant geblieben. Der Anteil der Unternehmen mit Marktneuheiten hat sich halbiert, während der Anteil der Unternehmen mit Kosten senkenden Prozessinnovationen erneut gestiegen ist. Die Innovationsaufwendungen sind 2003 gestiegen, sollen 2004 und 2005 aber wieder abnehmen.

Nachdem die Unternehmen der deutschen Wirtschaft im Jahr 2002 aufgrund der anhaltenden Wachstumsschwäche die Durchführung von Innovationsaktivitäten deutlich verringert hatten, kam es im Jahr 2003 zu einem leichten Anstieg des Innovatorenanteils im verarbeitenden Gewerbe (2003: 59% gegenüber 2002: 58%). Vor allem der Anteil an Unternehmen mit Prozessinnovationen stieg 2003 gegenüber dem Vorjahr auf 35% an (2002: 30%), während der Anteil der Unternehmen mit Produktneuheiten sank. Die deutschen Industrieunternehmen versuchen, in der anhaltenden Konjunkturschwäche vor allem durch Kostensenkung und Qualitätssteigerungen ihre Kernbereiche zu stärken. Die Innovationsaufwendungen der deutschen Industrie erreichten 2003 erneut einen Höchststand mit 71 Mrd. € gegenüber 68 Mrd. € 2002. Dieser Anstieg ist vor allem den weiterhin kräftig in Innovationen investierenden Großunternehmen zu verdanken, die im Jahr 2003 fast 77% aller Innovationsaufwendungen im verarbeitenden Gewerbe tätigten. Für 2004 und 2005 ist mit einem weiteren leichten Anstieg der Aufwendungen auf 72 Mrd. € (2004) und knapp 74 Mrd. € (2005) zu rechnen.

Im Holz-, Papier-, Verlags- und Druckgewerbe ist im Jahr 2003 der Innovatorenan-

Abbildung 1: Anteil der Innovatoren im Holz-, Papier-, Verlags- und Druckgewerbe (1993 bis 2003)

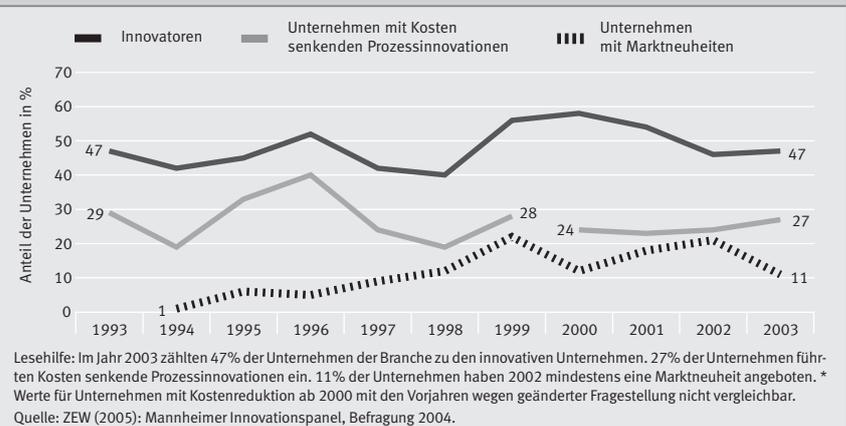
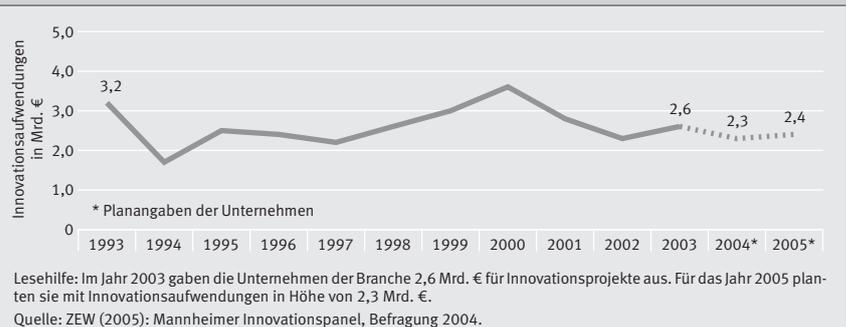


Abbildung 2: Innovationsaufwendungen im der Holz-, Papier-, Verlags- und Druckgewerbe (1993 bis 2005)



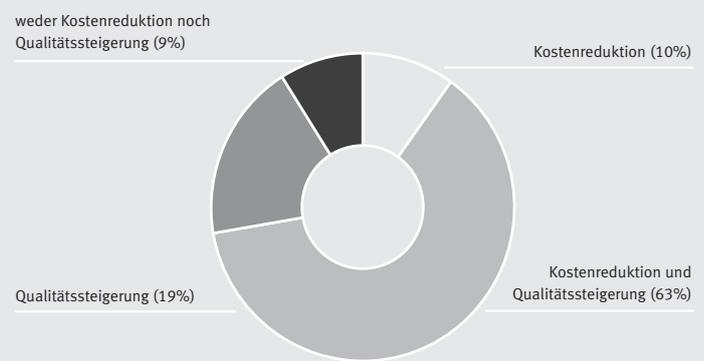
teil geringfügig um einen Prozentpunkt gestiegen. Damit ist der negative Trend der letzten beiden Jahre zwar gestoppt, dennoch hat der Innovatorenanteil in der Branche in den letzten drei Jahren um ca. 10 Prozentpunkte abgenommen. Gegenüber dem Jahr 2002 ist der Anteil der Unternehmen mit Kosten senkenden Prozessinnovationen deutlich gestiegen, während sich der Anteil der Unternehmen mit originären Produktneuheiten von 22% auf 11% verringert hat. Der Anstieg der Rationalisie-

rungsinnovationen ist laut dem Verband der Deutschen Säge- und Holzindustrie vor allem auf den zunehmenden Kostendruck aufgrund des Preisverfalls für Schnittholz zurückzuführen. Die Innovationsaufwendungen sind im Jahr 2003 zum ersten Mal seit 2000 wieder angestiegen und betragen nun ca. 2,6 Mrd. €. Zunehmende Investitionstätigkeiten in neue Anlagen sind laut dem Verband Deutscher Papierfabriken e.V. vor allem in der Papier- und Zellstoffindustrie getätigt worden.

Kostenreduktion und Qualitätssteigerung durch innovative Prozesse

Im Holz-, Papier-, Verlags- und Druckgewerbe haben im Jahr 2003 38% der Unternehmen Prozessinnovationen eingeführt. Die große Mehrheit der Unternehmen (63%) konnte durch ihre Prozessinnovationen sowohl eine Kostenreduktion als auch eine Qualitätssteigerung erzielen. 10% der Prozessinnovationen brachten lediglich eine Kostenreduktion und 19% lediglich eine Qualitätssteigerung mit sich. 9% der Prozessinnovatoren konnten weder eine Kostenreduktion noch eine Qualitätsverbesserung erzielen. Diese Prozessinnovationen müssen jedoch nicht ohne Auswirkung bleiben. Sie können beispielsweise dazu dienen, den Produktionsprozess sicherer und flexibler zu gestalten oder die Durchlaufzeiten und damit die Lieferzeit zu verkürzen. Außerdem dienen Prozessinnovationen oft ausschließlich der Einführung neuer Produkte.

Abbildung 3: Effekte von Prozessinnovationen im Holz-, Papier-, Verlags- und Druckgewerbe (2003)



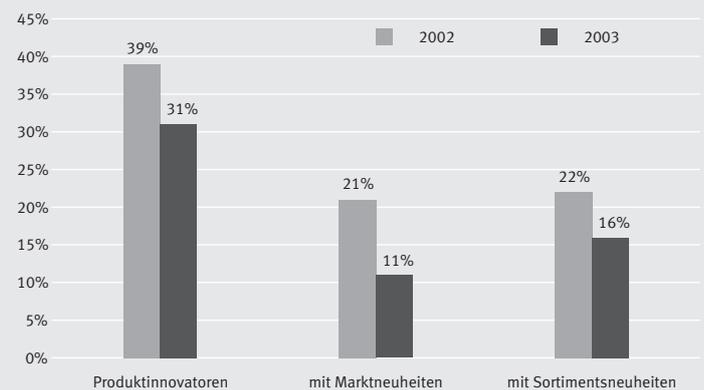
Lesehilfe: Im Jahr 2003 haben 9% der Prozessinnovatoren durch Prozessinnovationen weder ihre durchschnittlichen Stückkosten gesenkt noch die Qualität ihrer Produkte/Dienstleistungen verbessert.
Quelle: ZEW (2005): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2004.

Marktneuheiten selten

Im Jahr 2003 hat weniger als jedes dritte Unternehmen des Sektors Holz/Papier/Druck/Verlag Produktinnovationen eingeführt (31%). Das bedeutet, dass der Anteil an Produktinnovatoren im Vergleich zum Vorjahr um 8 Prozentpunkte abgenommen hat. Keine andere Branche im verarbeitenden Gewerbe weist einen geringeren Anteil an Produktinnovatoren auf. Nur gut jedes zehnte Unternehmen hat im Jahr 2003 eine Marktneuheit eingeführt. Deutlich mehr Unternehmen (16%) wiesen eine Sortimentsneuheit auf.

Die deutliche Abnahme von Produktinnovationen und die gleichzeitige Zunahme der Prozessinnovatoren spiegeln abermals den deutlichen Kostendruck aufgrund des Preisverfalls in dieser Branche wieder: Prozessinnovationen gestalten die Produktionsprozesse effizienter und tragen so zu einer Kostenersparnis bei.

Abbildung 4: Arten von Produktinnovationen im Holz-, Papier-, Verlags- und Druckgewerbe (2002 und 2003)



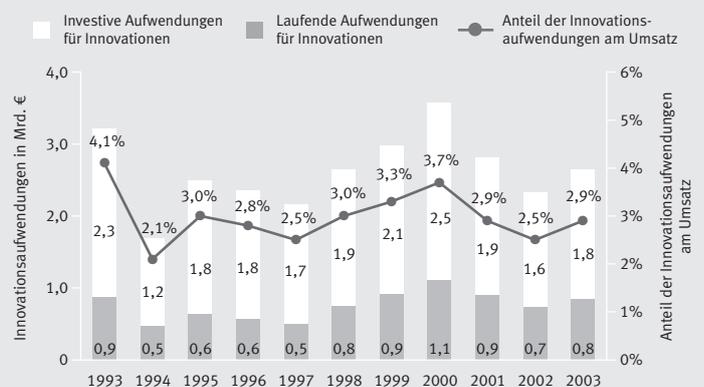
Lesehilfe: Im Jahr 2003 haben 31% der Unternehmen Produktinnovationen eingeführt, für die es im eigenen Unternehmen keine Vorgängerprodukte gab.
Quelle: ZEW (2005): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2004.

Innovationsaufwendungen leicht gesunken

Die Innovationsaufwendungen des Holz-, Papier-, Verlags- und Druckgewerbes sind 2003 leicht angestiegen und betragen 2,6 Mrd. €. Die investiven Ausgaben sind dabei um rund 200 Mio. € gestiegen und die laufenden Innovationsausgaben um etwa 100 Mio. €. In keiner anderen Branche lässt sich ein höherer Anteil an investiven Innovationsausgaben feststellen. Zum Innovationsbudget trugen vor allem kleinere und mittlere Unternehmen (Unternehmen mit weniger als 500 Beschäftigten) bei: Ihre Innovationsaufwendungen machten 62% aller Innovationsaufwendungen der betrachteten Branche aus. Damit ist die Holz-, Papier-, Verlags- und Druckindustrie die am stärksten mittelständisch geprägte Branche der deutschen Industrie.

Die Innovationsintensität (Anteil der Innovationsaufwendungen am Umsatz) ist um 0,4 Prozentpunkte auf 2,9% gestiegen.

Abbildung 5: Innovationsaufwendungen im Holz-, Papier-, Verlags- und Druckgewerbe (1993 bis 2003)



Lesehilfe: Im Jahr 2003 entfallen von den insgesamt 2,6 Mrd. € Innovationsaufwendungen 0,8 Mrd. € auf laufende und weitere 1,8 Mrd. € auf investive Innovationsausgaben. Die Innovationsintensität beträgt 2,9%.

Quelle: ZEW (2005): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2004.

Wieder Rückgang beim Umsatzanteil mit Marktneuheiten

Nachdem die Unternehmen des Holz-, Papier-, Verlags- und Druckgewerbes im Jahr 2002 einen Rekordumsatz mit Marktneuheiten erzielt hatten, lässt sich 2003 ein drastischer Abfall dieser Umsatzerlöse feststellen. Nur noch 3,2% des Umsatzes wurden 2003 mit Marktneuheiten erzielt, 2,5 Prozentpunkte weniger, als noch im Vorjahr. Der niedrige Umsatzanteil durch Marktneuheiten hängt unmittelbar mit der gesunkenen Anzahl von Unternehmen mit originären Produktinnovationen zusammen. Der Kostenreduktionsanteil durch Prozessinnovationen ist trotz der angestiegenen Zahl von Unternehmen mit Rationalisierungsinnovationen zum zweiten Mal in Folge zurückgegangen und liegt nun bei 3,7% (2002: 4,8%). Offenbar blieben die großen Kosteneinsparungseffekte noch aus.

Mit nahezu unverändertem Innovatorenanteil auf dem 10. Platz

Das Holz-, Papier-, Verlags- und Druckgewerbe liegt beim Innovatorenanteil auf dem drittletzten Platz innerhalb des verarbeitenden Gewerbes. Wie im vorigen Jahr liegt es auch 2003 mit knapp 3 Prozentpunkten (2002: 6 Prozentpunkte) vor der Branche Glas/Keramik/ Steinwaren, das Ernährungs-/Tabakgewerbe nimmt den letzten Platz ein.

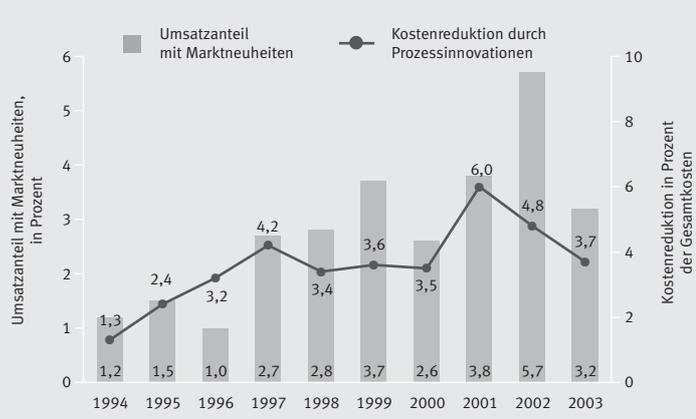
Insgesamt hat sich im Jahr 2003 die Schere zwischen den innovativsten und den weniger innovativen Branchen nicht weiter vergrößert, sie ist allerdings auch nicht zurückgegangen. Als maßgeblichen Grund hierfür sind vor allem die Schwäche der Binnennachfrage und die zunehmende Importkonkurrenz zu nennen, die zusammen wenig Anstöße für Innovationen, vor allem bei kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) geben.

Bei der Innovationsintensität im hinteren Mittelfeld

Die Innovationsintensität im Holz-, Papier-, Verlags- und Druckgewerbe ist im Vergleich zum Vorjahr annähernd konstant geblieben (2002: 2,8%, 2003: 2,9%). Damit liegt die Branche im hinteren Mittelfeld des verarbeitenden Gewerbes und hat gegenüber dem Vorjahr einen Platz im Ranking eingebüßt. Der Abstand zu den drei am wenigsten innovationsintensivsten Branchen hat sich weiter verringert, während der Abstand zu den drei Branchen mit der höchsten Innovationsintensität weiter angewachsen ist.

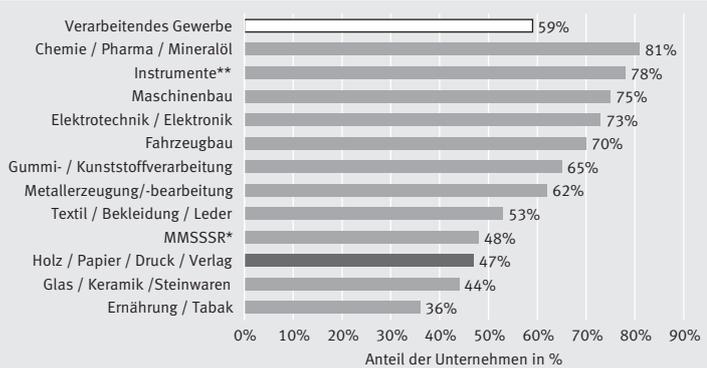
Auch im Vergleich zu der durchschnittlichen Innovationsintensität im verarbeitenden Gewerbe hat das Holz-, Papier-, Verlags- und Druckgewerbe an Boden verloren: Während sie 2002 noch 1,6 Prozentpunkte unter dem industriellen Mittel lag, erhöhte sich der Abstand 2003 auf 2,1 Prozentpunkte.

Abbildung 6: Umsatzanteile mit Marktneuheiten und Kostenreduktion im Holz-, Papier-, Verlags- und Druckgewerbe (1994 bis 2003)



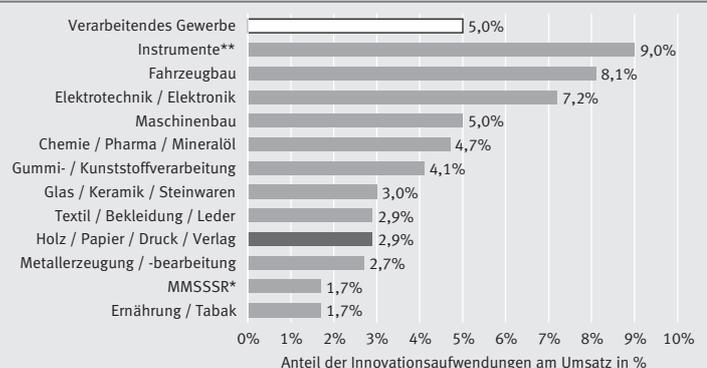
Lesehilfe: Im Jahr 2003 liegt der Umsatzanteil, den die Unternehmen der Branche mit Marktneuheiten erwirtschafteten, bei 3,2%. Durch Prozessinnovationen sparten die Unternehmen 3,7% der Kosten ein. Quelle: ZEW (2005): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2004.

Abbildung 7: Innovatorenanteil in ausgewählten Branchen des verarbeitenden Gewerbes (2003)



*MMSSSR: Möbel, Musikinstrumente, Schmuck, Spielwaren, Sportgeräte, Recycling
 ** Instrumente: Medizin-, Mess-, Steuer- und Regelungstechnik, Optik
 Lesehilfe: 47% der Unternehmen im Holz-, Papier-, Verlags- und Druckgewerbe führten im Jahr 2003 Innovationen ein. Quelle: ZEW (2005): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2004.

Abbildung 8: Innovationsintensität in ausgewählten Branchen des verarbeitenden Gewerbes (2003)



*MMSSSR: Möbel, Musikinstrumente, Schmuck, Spielwaren, Sportgeräte, Recycling
 ** Instrumente: Medizin-, Mess-, Steuer- und Regelungstechnik, Optik
 Lesehilfe: Die Glas-, Keramik- und Steinwarenindustrie gab im Jahr 2002 2,6% ihres Umsatzes für Innovationsprojekte aus. Quelle: ZEW (2005): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2004.

Abnahme des Prozessinnovatorenanteils erwartet

Der im Vergleich zu den anderen Branchen des verarbeitenden Gewerbes, ohnehin schon geringe Innovatorenanteil im Holz-, Papier-, Verlags- und Druckgewerbe (2003: 47%) könnte in den Jahren 2004 und 2005 nochmals schrumpfen.

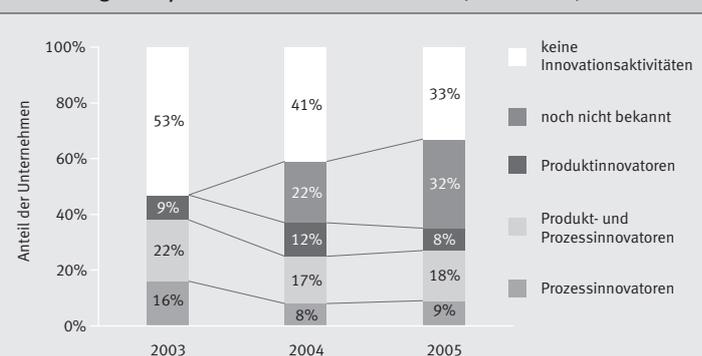
Zum Befragungszeitpunkt (Frühjahr 2004) waren sich lediglich 37% der Unternehmen sicher, dass sie 2004 innovieren werden. Ein besonders geringer Anteil an Unternehmen hat bereits fest geplant, Prozessinnovationen zu realisieren (25% gegenüber 38% 2003). 22% der Unternehmen waren noch unentschieden, ob sie 2004 Innovationsaktivitäten durchführen werden. 41% der Befragten schlossen für das Jahr 2004 Innovationsbemühungen gänzlich aus. Für das Jahr 2005 gaben 35% der Unternehmen zum Befragungszeitpunkt an, dass sie sicher innovieren werden.

Gewinnverbesserung und Fremdkapitalzugang wichtig für die Ausweitung von Innovationsaktivitäten

Aufgrund der anhaltenden Wachstumsschwäche in Deutschland und in der EU und der unsicheren wirtschaftlichen Lage sehen die Unternehmen im verarbeitenden Gewerbe die Stimulation der Nachfrage sowie die Erhöhung des Gewinns/Cash Flows als wichtigste Voraussetzungen für eine Ausweitung ihrer Innovationsaktivitäten.

Das Holz-/Papier-/Verlags- und Druckgewerbe sieht sich einem besonders hohen Kostendruck ausgesetzt, da steigende Energie- und Rohstoffpreise mit einem zunehmenden Importdruck dank Billiganbieter zusammenfallen. Dies senkt die Gewinne. Da Innovationsprojekte aber häufig aus dem Cashflow finanziert werden, sind Gewinne für die Durchführung von Innovationsaktivitäten essentiell. Aber auch eine Verbesserung des Fremdkapitalangebots wird von 53% der Unternehmen als Kriterium für weitere Innovationsaktivitäten gesehen.

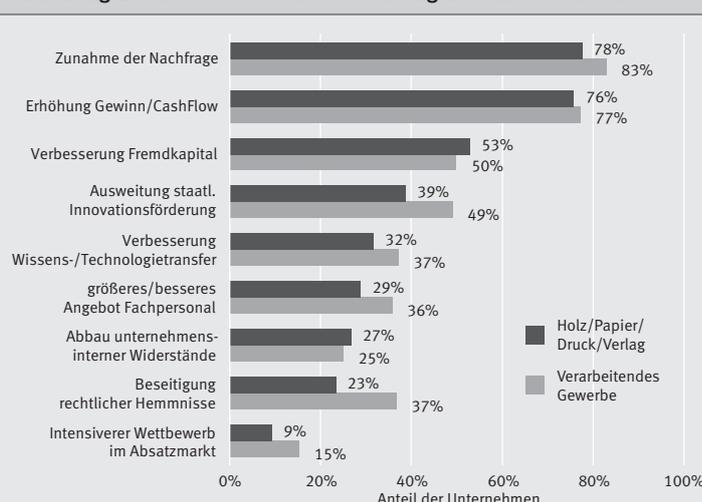
Abbildung 9: Geplante Innovationsaktivitäten (2003-2005)



Lesehilfe: 53% der Unternehmen in dem Holz-, Papier-, Verlags- und Druckgewerbe wiesen 2003 keine Innovationstätigkeiten auf, 31% der Unternehmen führten 2003 neue Produkte ein (9% der Unternehmen führten ausschließlich neue Produkte ein, 22% der Unternehmen führten sowohl Produkt- als auch Prozessinnovationen ein). 38% der Unternehmen wiesen Prozessinnovationen auf (16% der Unternehmen führten ausschließlich Prozessinnovationen ein, 22% der Unternehmen führten sowohl Produkt- als auch Prozessinnovationen ein). Die Jahre 2004 und 2005 spiegeln die geplanten Innovationsaktivitäten der Unternehmen wider.

Quelle: ZEW (2005): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2004.

Abbildung 10: Kriterien für eine Ausweitung der Innovationsaktivitäten



Lesehilfe: 89% der befragten Unternehmen in der Chemieindustrie geben an, dass eine Zunahme der Nachfrage eine notwendige Voraussetzung für eine Ausweitung ihrer Innovationsaktivitäten ist.

Quelle: ZEW (2005): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2004.

Die Branche umfasst eine heterogene Struktur von Einzel- bzw. Teilbranchen, die die europäische Wirtschaftsstatistik (NACE) in den Unterabschnitten Holzgewerbe (ohne Herstellung von Möbeln) und Papier-, Verlags- und Druckgewerbe führt. In den Unterabschnitt Holzgewerbe fallen Säge-, Hobel- und Holzimprägnierwerke, die Herstellung von Konstruktionsteilen, Fertigbauteilen, Ausbauelementen, Verpackungsmitteln und Lagerbehältern aus Holz. Zum Unterabschnitt Papiergewerbe gehören die Herstellung von Zellstoff, Papier, Pappe sowie die Weiterverarbeitung dieser Produkte. Zum Verlags- und Druckgewerbe zählen Buch-, Musik- und Zeitungsverlage, Druckereien und Druckweiterverarbeitung sowie die Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern. Die Branche beschäftigt rund 561.000 Arbeitnehmer.

Definitionen und Abgrenzungen der Innovationsvariablen sowie weitere Zahlen zu Ihrer Branche finden Sie unter: www.zew.de/branchen

Das Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), Mannheim, untersucht seit 1993 im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (bmb+f) in Zusammenarbeit mit ifas, Institut für angewandte Sozialwissenschaft Bonn, das Innovationsverhalten der deutschen Wirtschaft. Ein repräsentativer Querschnitt von rund 4.500 Unternehmen gibt jährlich zu seinen Innovationsaktivitäten und -strategien Auskunft. Zusätzlich werden rund 4.000 Unternehmen in einer Non-Response Analyse zu ihren Innovationsaktivitäten befragt, um für mögliche Verzerrungen im Teilnahmeverhalten zwischen innovierenden und nicht-innovierenden Unternehmen zu kontrollieren. Die Angaben werden hochgerechnet auf die (für das Jahr 2003 vorläufige) Grundgesamtheit in Deutschland. Die Werte für 2002 und 2003 sind vorläufig.



Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH

IMPRESSUM

ZEW Branchenreport Innovationen, erscheint jährlich.

Herausgeber: Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW) Mannheim, L 7, 1 · 68161 Mannheim · Postanschrift: Postfach 10 34 43 · 68034 Mannheim · Internet: www.zew.de

Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Wolfgang Franz (Präsident)

Redaktion: Heide Löhlein, Telefon 0621/1235-179, Telefax 0621/1235-170, E-Mail: loehlein@zew.de

Projektteam: Dr. Christian Rammer, Birgit Aschhoff, Thorsten Doherr, Sandra Gottschalk, Heide Löhlein, Bettina Peters, Tobias Schmidt

Nachdruck und sonstige Verbreitung (auch auszugsweise): mit Quellenangabe und Zusendung eines Belegexemplars © Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW), Mannheim, 2005

Weitere Informationen: www.zew.de/innovation