

## Innovationsreport: Möbel-, Sport-, Spielwaren- und Recyclingindustrie

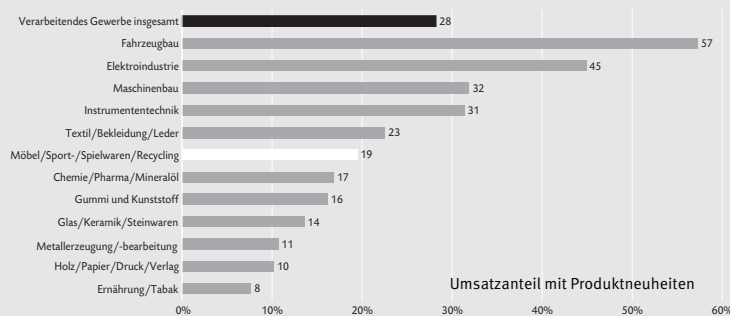
Die Entwicklung der Innovationsaktivitäten in der Möbel-, Sport-, Spielwaren- und Recyclingindustrie zeigte im Jahr 2006 mehrheitlich nach unten. Der Anteil der mit Innovationen erfolgreichen Unternehmen sank von 59 auf 46%. Die Innovationsaufwendungen gingen um 0,12 Mrd. € auf 0,73 Mrd. zurück. Hierfür waren geringere investive Ausgaben verantwortlich. Der Anteil der Innovationsaufwendungen am Umsatz fiel auf 2,1%.

Der Umsatzanteil mit Produktneuheiten konnte gegenüber dem Vorjahr allerdings um 2 Prozentpunkte auf 19% gesteigert werden. Der Umsatzanteil mit Marktneuheiten legte leicht auf 4,1% zu. Der Kostensenkungserfolg, der durch Prozessinnovationen im Jahr 2006 erzielt werden konnten, fiel mit 2,0% dagegen sehr niedrig aus.

Für das Jahr 2007 waren die Unternehmen zum Befragungszeitpunkt (Frühjahr

2007) verhalten zuversichtlich. 47% bzw. 42% der Unternehmen gingen sicher davon aus, im Jahr 2007 bzw. 2008 innovativ tätig zu sein. 16% bzw. 17% waren sich noch unsicher. Dies deutet auf eine mögliche Steigerung der Innovationsbeteiligung hin. Die Innovationsaufwendungen sollen 2007 und 2008 den Planungen der Unternehmen zufolge jedoch weiter auf 0,69 Mrd. € und 0,62 Mrd. € sinken.

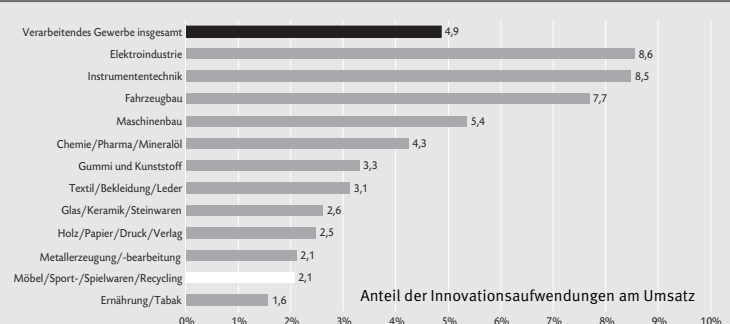
**Umsatzanteil mit Produktneuheiten nach Branchen des verarbeitenden Gewerbes im Jahr 2006**



Lesehilfe: In der Möbel-, Sport-, Spielwaren- und Recyclingindustrie werden 19% des Umsatzes mit Produktneuheiten generiert. Quelle: ZEW/ISI (2008): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2007.

- In der Möbel-, Sport-, Spielwaren- und Recyclingindustrie wurden 2006 19% des Umsatzes mit Produktneuheiten generiert, d.h. mit Produkten, die nicht älter als drei Jahre sind.
- Der Umsatzanteil mit Produktneuheiten konnte gegenüber dem Vorjahr um 2 Prozentpunkte gesteigert werden, lag jedoch unter dem Durchschnitt des verarbeitenden Gewerbes (28%).
- Der Fahrzeugbau war die Branche mit dem höchsten, und die Ernährungs- und Tabakindustrie die Branche mit dem niedrigsten Umsatzanteil mit Produktneuheiten im verarbeitenden Gewerbe.

**Innovationsintensität im verarbeitenden Gewerbe im Jahr 2006**



Lesehilfe: Die Unternehmen der Möbel-, Sport-, Spielwaren- und Recyclingindustrie gaben im Jahr 2006 2,1% ihres Umsatzes für Innovationsprojekte aus. Quelle: ZEW/ISI (2008): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2007.

- Die Innovationsintensität (Anteil der Innovationsaufwendungen am Umsatz) ist nach einem Anstieg im Vorjahr wieder merklich auf 2,1% gefallen. Im Branchenranking des verarbeitenden Gewerbes belegt die Möbel-, Sport-, Spielwaren- und Recyclingindustrie den vorletzten Platz.
- Die Branche Ernährung- und Tabak wies mit einer Innovationsintensität von 1,6% den niedrigsten Wert auf.
- Der Abstand der Möbel-, Sport-, Spielwaren- und Recyclingindustrie zum Durchschnitt des verarbeitenden Gewerbes (4,9%) hatte sich im Jahr 2006 auf 2,8 Prozentpunkte vergrößert.

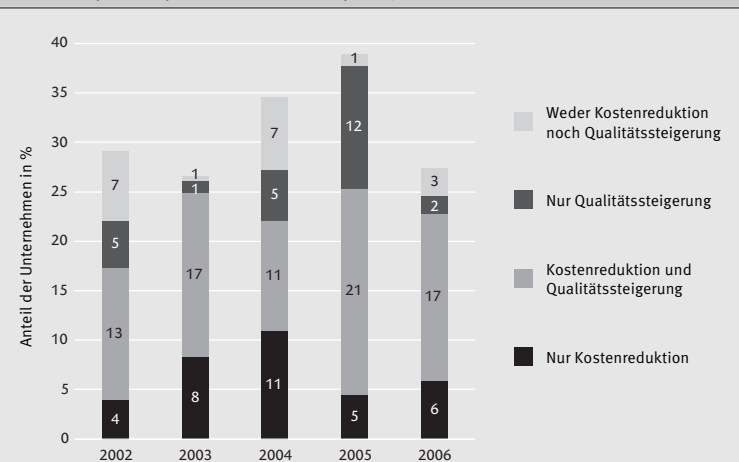
**Anteil der Innovatoren in der Möbel-, Sport-, Spielwaren- und Recyclingindustrie 1992-2006**



Lesehilfe: Im Jahr 2006 konnten 46% der Unternehmen der Möbel-, Sport-, Spielwaren- und Recyclingindustrie erfolgreich neue Produkte oder Prozesse einführen. 23% der Unternehmen führten kostensenkende Prozessinnovationen ein. 19% der Unternehmen haben 2006 mindestens eine Marktneuheit angeboten. \*Werte für Unternehmen mit Kostenreduktion ab 2000 mit den Vorjahren nur eingeschränkt vergleichbar. Quelle: ZEW/ISI (2008): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2007.

- Der Innovatorenanteil in der Möbel-, Sport-, Spielwaren- und Recyclingindustrie ist nach einem Anstieg im Vorjahr gesunken und betrug 46% (2005: 59%).
- Der Anteil der Unternehmen mit kostensenkenden Prozessinnovationen fiel im Berichtsjahr von 26% (2005) auf 23%.
- Auch der Anteil der Unternehmen mit Marktneuheiten verzeichnete im Jahr 2006 einen leichten Rückgang. Im Jahr 2005 betrug er 20%, im Berichtsjahr waren es 19%.
- In der langfristigen Betrachtung zeigt sich eine abnehmende Tendenz des Innovatorenanteils.

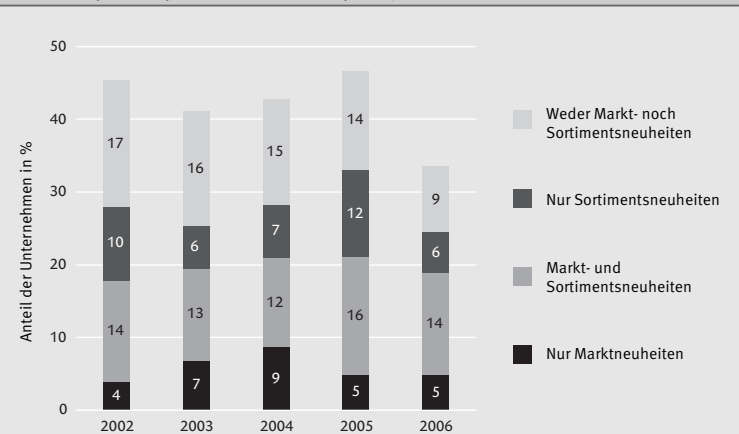
**Effekte von Prozessinnovationen in der Möbel-, Sport-, Spielwaren- und Recyclingindustrie 2002-2006**



Lesehilfe: Im Jahr 2006 haben 17% der Unternehmen durch Prozessinnovationen sowohl ihre durchschnittlichen Stückkosten gesenkt als auch die Qualität ihrer Produkte/Dienstleistungen verbessert. Quelle: ZEW/ISI (2008): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2007.

- Der Anteil der Unternehmen mit Prozessinnovationen verzeichnete 2006 einen deutlichen Rückgang von 39% (2005) auf 28% (2006).
- Der Anteil der Unternehmen, die Kostenreduktionen realisieren konnten, fiel von 26% im Jahr 2005 auf 23% im Jahr 2006.
- Auch der Anteil der Unternehmen mit Qualitätssteigerungen hatte im Jahr 2006 einen starken Rückgang zu verzeichnen. Er ging von 33% im Jahr 2005 auf 19% im Jahr 2006 zurück.
- 17% der Unternehmen konnten im Berichtsjahr sowohl die Qualität steigern als auch die Kosten senken. Im Jahr 2005 gelang dies noch 21%.

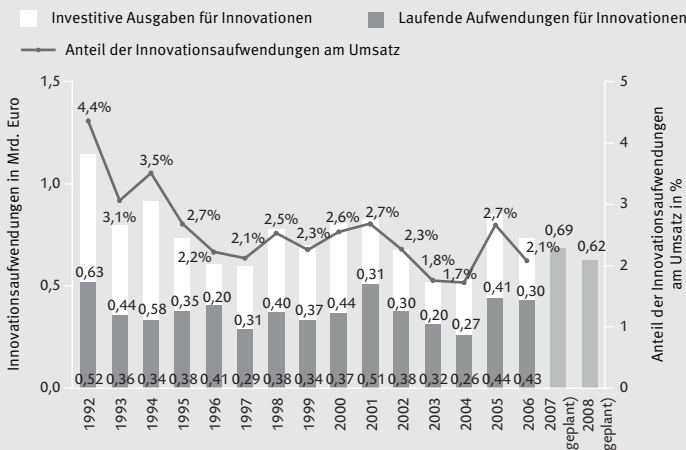
**Arten von Produktinnovationen in der Möbel-, Sport-, Spielwaren- und Recyclingindustrie 2002-2006**



Lesehilfe: Im Jahr 2006 haben 14% der Unternehmen Produktinnovationen eingeführt, für die es im eigenen Unternehmen keine Vorgängerprodukte gab („Sortimentsneuheiten“) und die gleichzeitig noch von keinem anderen Unternehmen im Markt angeboten wurden („Marktneuheiten“). Quelle: ZEW/ISI (2008): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2007.

- Der Anteil der Unternehmen mit Produktinnovationen ging im Jahr 2006 von 47% auf 34% zurück.
- Gegenüber 2005 verzeichnete der Anteil der Unternehmen mit Marktneuheiten einen leichten Rückgang von 21% auf 19%.
- Auch der Anteil der Unternehmen mit Sortimentsneuheiten ging im Berichtsjahr zurück, und zwar von 28% (2005) auf 20% (2006). Nachdem von 2003 bis 2005 eine Tendenz zu einer erhöhten Bedeutung von Sortimentsneuheiten als Zielrichtung der Produktinnovationsaktivitäten zu erkennen war, lagen die Anteile von Unternehmen mit Marktneuheiten und Sortimentsneuheiten im Berichtsjahr nahezu gleichauf.

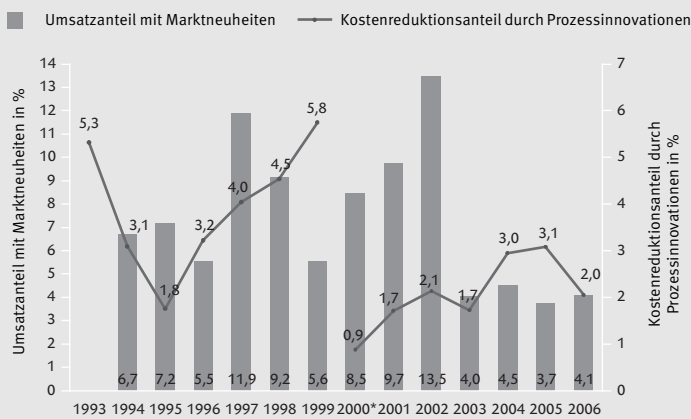
### Innovationsaufwendungen in der Möbel-, Sport-, Spielwaren- und Recyclingindustrie 1992-2008



Lesehilfe: Im Jahr 2006 entfielen von den insgesamt 0,73 Mrd. € Innovationsaufwendungen 0,43 Mrd. € auf laufende und 0,3 Mrd. € auf investive Innovationsausgaben. Die Innovationsintensität betrug 2,1%.  
Quelle: ZEW/ISI (2008): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2007.

- Die gesamten Innovationsaufwendungen sind nach einem Anstieg im Vorjahr im Jahr 2006 wieder gesunken und betragen 0,73 Mrd. €.
- Die laufenden Innovationsaufwendungen blieben im Vergleich zum Vorjahr nahezu unverändert bei 0,43 Mrd. €. Die investiven Innovationsaufwendungen verzeichneten hingegen einen Rückgang um 0,11 auf 0,30 Mrd. €.
- Als Folge der zurückgegangenen Innovationsausgaben der Möbel-, Sport-, Spielwaren- und Recyclingindustrie im Jahr 2006 ging auch die Innovationsintensität auf 2,1% zurück.
- Für die Folgejahre ist ein weiterer Rückgang der Innovationsaufwendungen auf 0,69 Mrd. € im Jahr 2007 nur mehr 0,62 Mrd. € im Jahr 2008 geplant.

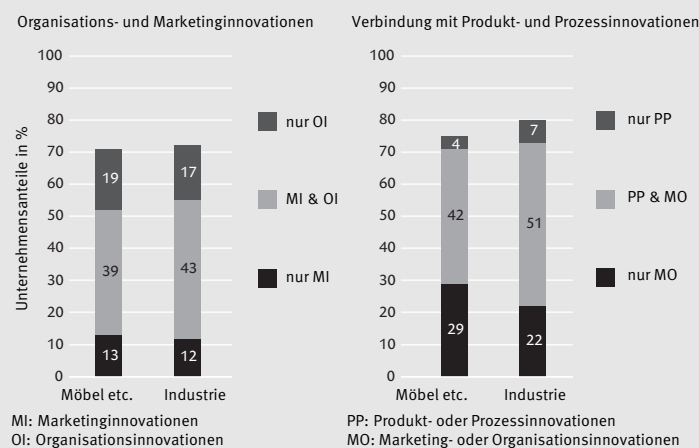
### Umsatzanteil mit Marktneuheiten und Kostenreduktionsanteil in der Möbel-, Sport-, Spielwaren- und Recyclingindustrie 1993-2006



Lesehilfe: Im Jahr 2006 lag der Umsatzanteil, den die Unternehmen der Branche mit Marktneuheiten erwirtschafteten, bei 4,1%. Durch Prozessinnovationen verringerten die Unternehmen ihre durchschnittlichen Stückkosten um 2,0%.  
Quelle: ZEW/ISI (2008): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2007.

- Prozessinnovationen in der Möbel-, Sport-, Spielwaren- und Recyclingindustrie hatten 2006 zu Kostenreduktionen von durchschnittlich 2,0% geführt.
- Nach einem starken Anstieg im Jahr 2004 ging der Kostensenkungserfolg durch Prozessinnovationen Berichtsjahr wieder zurück und lag erneut auf dem niedrigen Niveau der Jahre 2001-2003.
- Dagegen konnte der Umsatzanteil mit Marktneuheiten nach einem Rückgang im Vorjahr wieder leicht gesteigert werden. Im Jahr 2006 betrug er 4,1% (Vorjahr: 3,7%). Im Vergleich zu Ende der 1990er und Anfang der 2000er Jahre ist dies jedoch weiterhin ein sehr niedriger Wert.

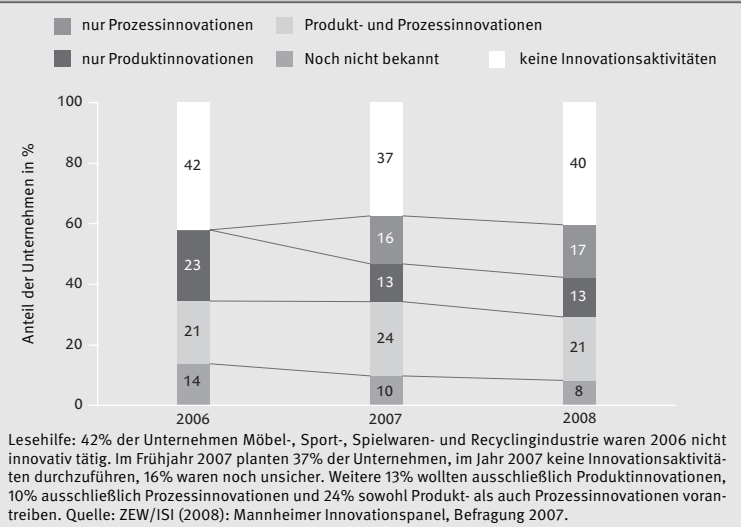
### Marketing- und Organisationsinnovationen in der Möbel-, Sport-, Spielwaren- und Recyclingindustrie 2006



Lesehilfe: 46% der Unternehmen führten 2006 Produkt- oder Prozessinnovationen ein, 71% führten Marketing- oder Organisationsinnovationen ein. 42% der Unternehmen konnten in beiden Bereichen innovieren. Quelle: ZEW/ISI (2008): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2007.

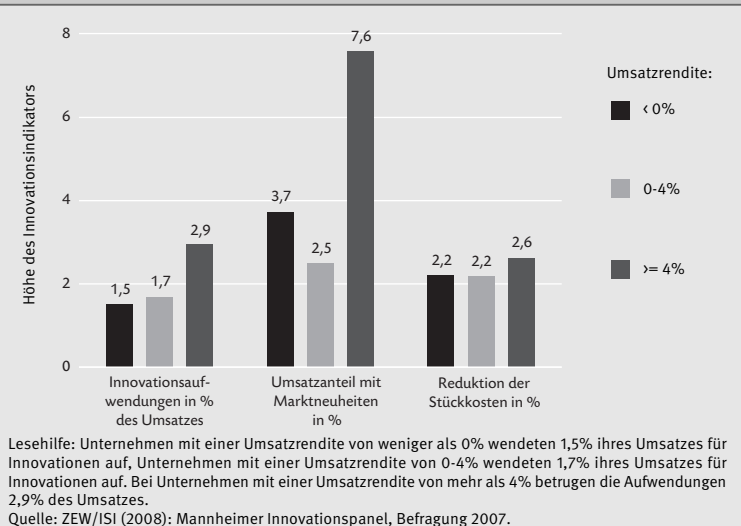
- Der Anteil der Unternehmen, die Marketing- und Organisationsinnovationen einführten, lag 2006 bei 71%.
- 52% der Unternehmen führten Marketinginnovationen ein, 58% Organisationsinnovationen. 39% der Unternehmen innovierten in beiden Bereichen.
- Nimmt man Marketing- und Organisationsinnovationen sowie Produkt- und Prozessinnovationen zusammen, so lag der Anteil der innovativen Unternehmen bei 75%. Nur 4% der Unternehmen führten Produkt- und Prozessinnovationen ein, ohne gleichzeitig Marketing- und Organisationsinnovationen umgesetzt zu haben.

### Geplante Innovationsaktivitäten in der Möbel-, Sport-, Spielwaren- und Recyclingindustrie 2007 und 2008



- 58% der Unternehmen der Möbel-, Sport-, Spielwaren- und Recyclingindustrie waren 2006 innovativ tätig. In dieser Zahl sind auch Unternehmen mit noch laufenden oder abgebrochenen Innovationsaktivitäten enthalten.
- 47% bzw. 42% der Unternehmen gingen sicher davon aus, 2007 bzw. 2008 innovativ tätig zu sein. 16% bzw. 17% waren sich noch unsicher.
- Aufgrund des hohen Anteils der noch unsicheren Unternehmen ist für 2007 eine konstante Innovationsbeteiligung wahrscheinlich. 2008 dürfte der Anteil der innovationsaktiven Unternehmen dagegen fallen.
- Während 2007 vor allem der Anteil der Produktinnovatoren zurückgehen dürften, planen für 2008 deutlich weniger Unternehmen Prozessinnovationen.

### Benchmarking: Umsatzrendite und Innovationsaktivitäten in der Möbel-, Sport-, Spielwaren- und Recyclingindustrie 2006



- Die Unternehmen, die im Jahr 2006 eine Umsatzrendite von weniger als 0% erzielten, wendeten 1,5% ihres Umsatzes für Innovationen auf. In der höchsten Renditeklasse (größer 4%) betrug dieser Anteil 2,9%. Innovationstätigkeit ist also ein entscheidender Faktor für den Unternehmenserfolg.
- In besonderem Maße trugen die Marktneuheiten zu einer guten Ertragslage bei. Der Anteil der Unternehmen mit einer Umsatzrendite von mehr als 4% erwirtschaftete 7,6% des Umsatzes und damit fast doppelt so viel wie im Durchschnitt der Branche (4,1%).
- Die prozentuale Reduktion der Stückkosten unterscheidet sich nach den Renditeklassen dagegen kaum.

Die Branche umfasst eine Vielzahl von Konsumgüterbranchen, die in der europäischen Wirtschaftsstatistik (NACE) im Unterabschnitt Herstellung von Möbeln, Schmuck, Musikinstrumenten, Sportgeräten, Spielwaren, sonstigen Erzeugnissen sowie dem Recycling geführt werden. In der Branche waren im Jahr 2006 in Unternehmen von 5 oder mehr Mitarbeitern rund 202.000 Personen beschäftigt.

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

Das Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), Mannheim, untersucht seit 1993 im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) in Zusammenarbeit mit infas, Institut für angewandte Sozialwissenschaft, Bonn und seit dem Jahr 2005 auch mit dem Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung (ISI), das Innovationsverhalten der deutschen Wirtschaft. Ein repräsentativer Querschnitt von etwa 5.500 Unternehmen gibt jährlich zu seinen Innovationsaktivitäten und -strategien Auskunft. Zusätzlich werden über 4.500 Unternehmen in einer Non-Response-Analyse zu ihren Innovationsaktivitäten befragt, um für mögliche Verzerrungen im Teilnehmerverhalten zwischen innovierenden und nicht-innovierenden Unternehmen zu kontrollieren. Die Angaben werden hochgerechnet auf die (für das Jahr 2006 vorläufige) Grundgesamtheit in Deutschland. Die Werte für 2005 und 2006 sind vorläufig.

# ZEW

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](http://www.zew.de), [www.zew.eu](http://www.zew.eu) Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Wolfgang Franz (Präsident)

**Redaktion:** Torben Schubert, Telefon 0721 6809 357, Telefax 0721 6809 260, E-Mail: [t.schubert@isi.fraunhofer.de](mailto:t.schubert@isi.fraunhofer.de) Heide Fier, Telefon 0621/1235-179, Telefax 0621/1235-170, E-Mail: [fier@zew.de](mailto:fier@zew.de)

**Projektteam:** Dr. Christian Rammer, Birgit Aschhoff, Prof. Dr. Knut Blind, Thorsten Doherr, Dr. Sandra Gottschalk, Heide Fier, Christian Köhler, Dr. Bettina Peters, Torben Schubert, Franz Schwiebacher

**Nachdruck und sonstige Verbreitung** (auch auszugsweise): mit Quellenangabe und Zusendung eines Belegexemplars

© Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW), Mannheim, 2008

Weitere Informationen: [www.zew.de/innovation](http://www.zew.de/innovation)