

## Innovationsreport: Möbel, Musikinstrumente, Schmuck, Spielwaren, Sportgeräte und Recycling

In der Konsumgüterbranche Möbel, Musikinstrumente, Schmuck, Spielwaren, Sportgeräte und Recycling ist der Innovatorenanteil 2003 erneut zurückgegangen. Während der Anteil der Unternehmen mit originären Produktinnovationen konstant geblieben ist, hat der Anteil der Unternehmen mit Kosten senkenden Prozessinnovationen deutlich zugenommen. Die Innovationsaufwendungen wurden 2003 gegenüber dem Vorjahr um 200 Mio. € verringert, sollen aber 2004 und 2005 wieder ansteigen.

Nachdem die Unternehmen der deutschen Wirtschaft im Jahr 2002 aufgrund der anhaltenden Wachstumsschwäche die Durchführung von Innovationsaktivitäten deutlich verringert hatten, kam es 2003 zu einem leichten Anstieg des Innovatorenanteils im verarbeitenden Gewerbe (2003: 59%, 2002: 58%). Vor allem der Anteil an Unternehmen mit Prozessinnovationen stieg 2003 gegenüber dem Vorjahr auf nun 35% an (2002: 30%), während der Anteil der Unternehmen mit Produktneuhheiten sank. Die Innovationsaufwendungen der deutschen Industrie erreichten 2003 erneut einen Höchststand mit 71 Mrd. € gegenüber 68 Mrd. € im Vorjahr. 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.

Abbildung 1: Anteil der Innovatoren in der Branche Möbel, Musikinstrumente, Schmuck, Spielwaren, Sportgeräte und Recycling (1993 bis 2003)

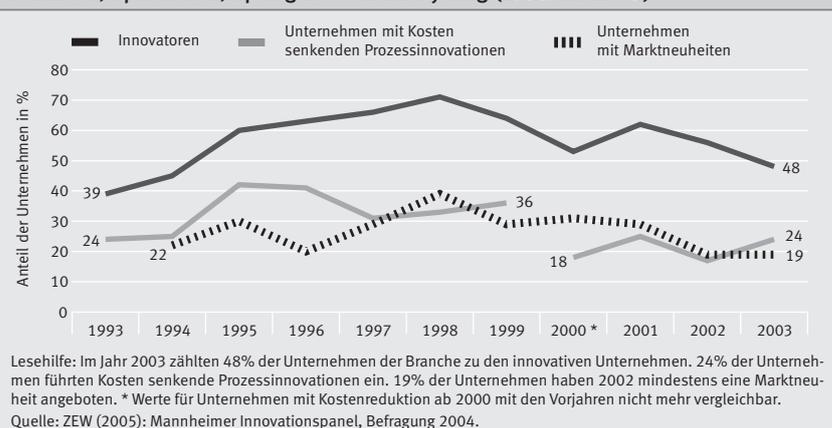
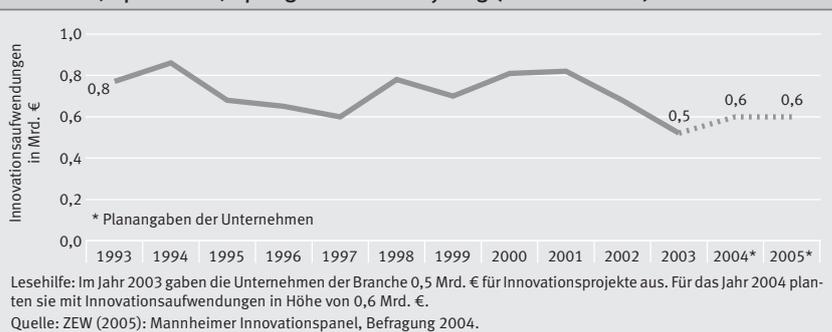


Abbildung 2: Innovationsaufwendungen in der Branche Möbel, Musikinstrumente, Schmuck, Spielwaren, Sportgeräte und Recycling (1993 bis 2005)



In der Branche Möbel, Musikinstrumente, Schmuck, Spielwaren, Sportgeräte und Recycling (MMSSSR) ist der Innovatorenanteil zum zweiten Mal in Folge gefallen (2003: 48%). Dem gegenüber hat sich der Anteil der Unternehmen mit Kosten senkenden Prozessinnovationen deutlich erhöht (2003: 24%, 2002: 17%). Angesichts der Zurückhaltung der Konsumenten bei der

Anschaffung von langlebigen Konsumgütern wie Möbel, befand sich vor allem die Möbelindustrie 2003 in einer schwierigen wirtschaftlichen Lage. Infolgedessen verringerten sich die gesamten Innovationsaufwendungen im Jahr 2003 um fast 200 Mio. € auf nun mehr 500 Mio. €. Für 2004 und 2005 ist allerdings ein Anstieg auf knapp 600 Mio. € geplant.

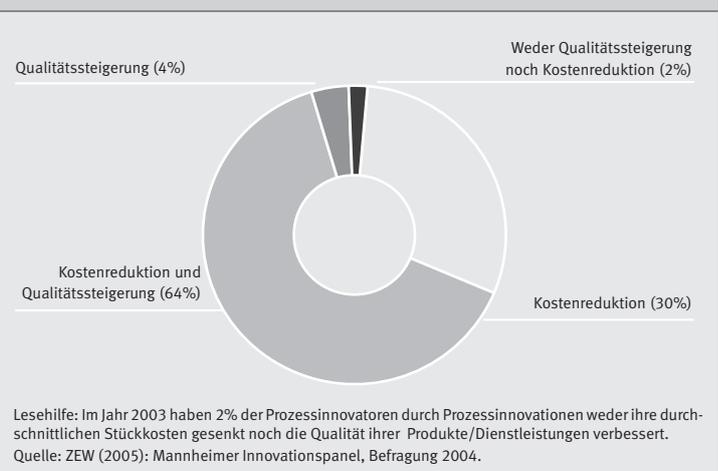
### Prozessinnovationen vorrangig Kosten senkend

In der Branche MMSSR haben 26% der Unternehmen Prozessinnovationen eingeführt. 94% der Unternehmen bewirkten durch ihre Prozessinnovationen eine Kostenreduktion. Gerade in dieser Branche, die zu einem großen Teil Konsumgüter produziert, ist der hohe Anteil an Kosten senkenden Prozessinnovationen als eine Reaktion auf die schwache deutsche und europäische Konsumgüternachfrage zu werten.

64% der Unternehmen bewirkten mit ihren Verfahrensverbesserungen über die Kostenreduktion hinaus auch eine Qualitätssteigerung. Lediglich 4% der Prozessinnovationen konnten nur eine Verbesserung der Qualität erzielen.

2% der Prozessinnovatoren führten neue Prozesse ein, die weder zu Kostenersparnissen noch zu Qualitätssteigerungen führten.

**Abbildung 3: Effekte von Prozessinnovationen in der Branche Möbel, Musikinstrumente, Schmuck, Spielwaren, Sportgeräte und Recycling (2003)**

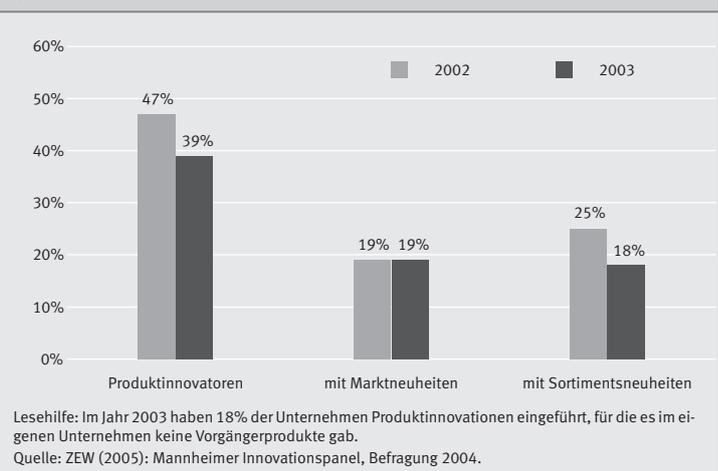


### Sortimentsneuheiten nur mehr bei einem Fünftel der Unternehmen

Der Anteil der Produktinnovatoren ist wider Erwarten – der hohe Anteil an Konsumgütern in der betrachteten Branche ließ höhere Werte vermuten – gegenüber dem Vorjahr um 8 Prozentpunkte zurückgegangen und beträgt im Jahr 2003 39%. Der geringe Anteil von Unternehmen mit innovativen Produkten ist vor allem durch die Investitionszurückhaltung der Unternehmen und die daraus resultierend sinkenden Innovationsausgaben zu erklären.

Die Unternehmen der Branche versuchen ihre Marktanteile angesichts des scharfen Preiswettbewerbs vor allem durch Kostenreduktionen zu stabilisieren. Vor diesem Hintergrund sind auch der weiterhin geringe Anteil an Unternehmen mit Marktneuheiten (19%) und der gesunkene Anteil an Unternehmen mit Sortimentsneuheiten (18%) zu sehen.

**Abbildung 4: Arten von Produktinnovationen in der Branche Möbel, Musikinstrumente, Schmuck, Spielwaren, Sportgeräte und Recycling (2002 und 2003)**

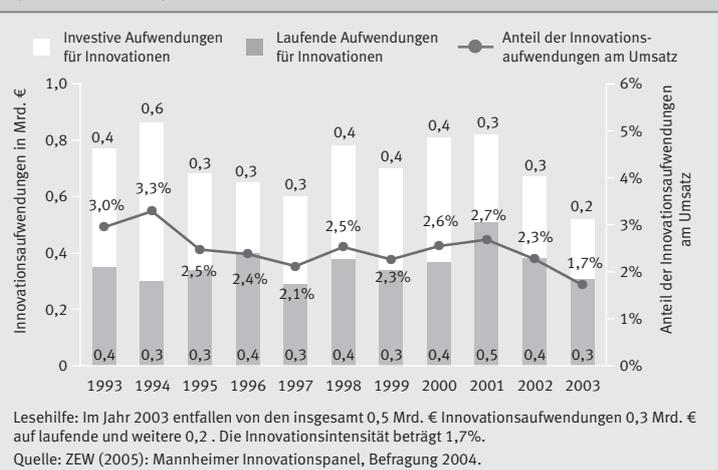


### Sowohl investive als auch laufende Innovationsausgaben gesunken

Die Innovationsaufwendungen in der Branche Möbel, Musikinstrumente, Schmuck, Spielwaren, Sportgeräte und Recycling haben sich im Jahr 2003 gegenüber dem Vorjahr um fast 200 Mio. € verringert. Seit Beginn der Erhebung haben die Unternehmen dieser Branche somit im Jahr 2003 die geringsten Innovationsausgaben getätigt. Die investiven Ausgaben für Innovationen beliefen sich 2003 auf 200 Mio. € und liegen damit um ca. 100 Mio. € niedriger als im Jahr zuvor.

Die Innovationsintensität, gemessen als Anteil der Innovationsaufwendungen am Umsatz, war 2003 mit 1,7% die niedrigste seit Beginn der Erhebung. Anscheinend hat die anhaltend schwache Binnennachfrage dazu geführt, dass die Unternehmen weniger neuartige Innovationsprojekte anstoßen.

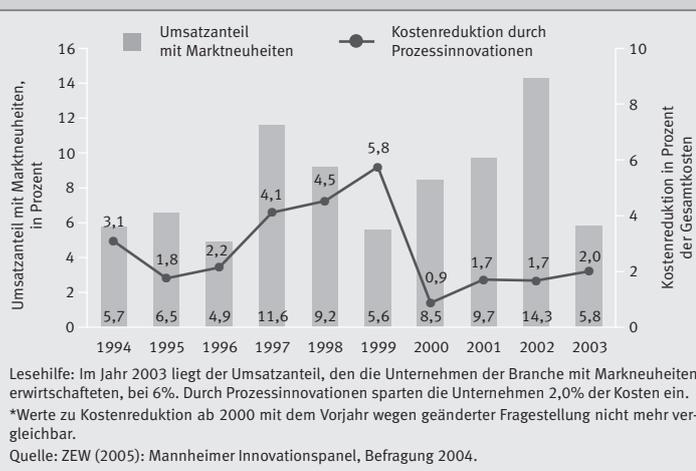
**Abbildung 5: Innovationsaufwendungen in der Branche Möbel, Musikinstrumente, Schmuck, Spielwaren, Sportgeräte und Recycling (1993 bis 2003)**



**Umsatz mit Marktneuheiten stark gefallen**

Während der Anteil der Unternehmen mit Marktneuheiten im Jahr 2003 gegenüber dem Vorjahr unverändert bei 19% lag, hat der Umsatz mit originären Produktinnovationen um deutlich mehr als die Hälfte abgenommen (2003: 5,8%, 2002: 14,3%). Demnach hat die anhaltende Kosterrückhaltung der deutschen und europäischen Bevölkerung dazu geführt, dass selbst der Umsatz mit originären Produktneuheiten eingebrochen ist. Die Unternehmen sehen vermehrt die Kostenreduktion durch Prozessinnovationen als einzigen Ausweg, um ihre Marktposition zu sichern. Dem zu Folge hat sich der Kostenreduktionsanteil um 0,3% auf 2,0% erhöht, liegt aber entgegen dem durchschnittlichen Kostenreduktionsanteil im verarbeitenden Gewerbe (4,6%) auf einem weiterhin niedrigen Niveau. Dennoch ist ein Trend zu vermehrten Kosteneinsparungen im Jahr 2003 erkennbar.

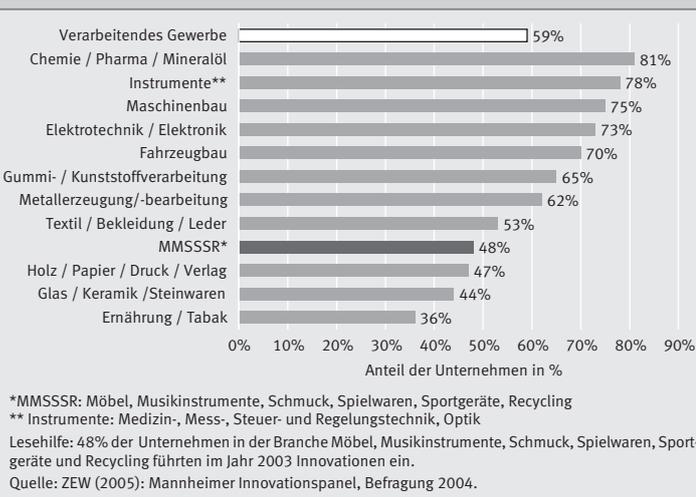
**Abbildung 6: Umsatzanteile mit Marktneuheiten und Kostenreduktion in der Branche Möbel, Musikinstrumente, Schmuck, Spielwaren, Sportgeräte und Recycling (1994 bis 2003)**



**Beim Innovatorenanteil zurückgefallen**

Die Branche Möbel, Musikinstrumente, Schmuck, Spielwaren, Sportgeräte und Recycling ist 2003 mit einem Innovatorenanteil von 48% auf den neunten Platz innerhalb des verarbeitenden Gewerbes zurückgefallen. Damit ist der Rückstand auf die Branche mit dem höchsten Anteil innovierender Unternehmen – Chemie/Pharma/Mineralöl – auf 31 Prozentpunkte angewachsen (2002: 26 Prozentpunkte). Insgesamt hat sich im Jahr 2003 die Schere zwischen den innovativsten und den weniger innovativen Branchen nicht weiter vergrößert, ist allerdings auch nicht zurückgegangen. Maßgebliche Gründe hierfür sind vor allem die Schwäche der Binnennachfrage und die zunehmende Importkonkurrenz, die zusammen wenig Anstöße für Innovationen, vor allem bei kleinen und mittleren Unternehmen (KMU), geben.

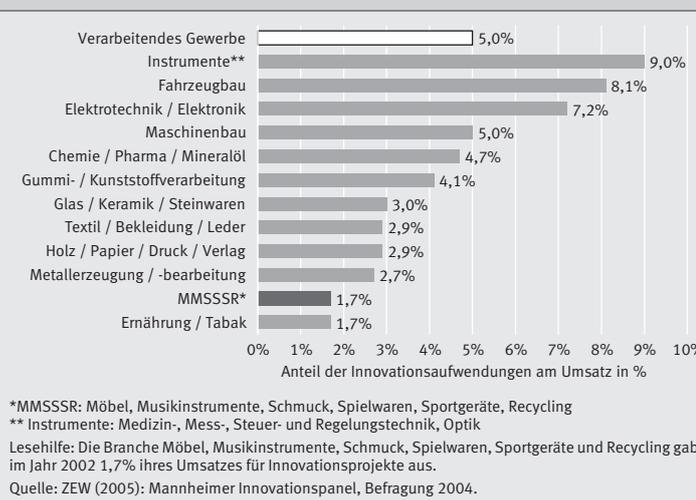
**Abbildung 7: Innovatorenanteil in ausgewählten Branchen des verarbeitenden Gewerbes (2003)**



**Bei der Innovationsintensität beinahe Schlusslicht**

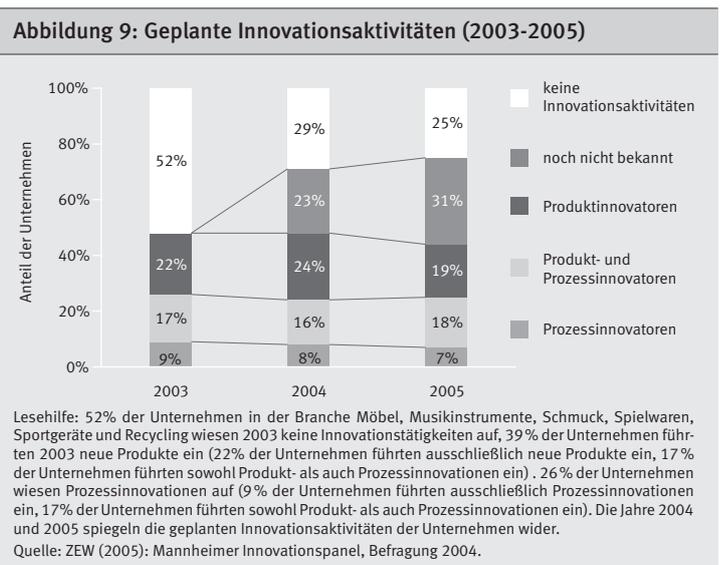
Hinsichtlich der Innovationsintensität hat sich die Branche Möbel, Musikinstrumente, Schmuck, Spielwaren, Sportgeräte und Recycling im Vergleich zum Vorjahr um einen Platz verschlechtert. 2003 liegt sie mit einer Innovationsintensität von 1,7% zusammen mit dem Ernährungs- und Tabakgewerbe am Schluss der Rangliste der Branchen des verarbeitenden Gewerbes. Auch der Abstand zur durchschnittlichen Innovationsintensität im verarbeitenden Gewerbe hat sich weiter vergrößert und beträgt 2003 3,3 Prozentpunkte (2002: 2,1 Prozentpunkte). Hieran zeigt sich, dass erfolgreiche Innovationsaktivitäten in einer Branche maßgeblich von den Innovationsausgaben abhängen: Die fünf Branchen mit dem niedrigsten Anteil an innovativen Unternehmen wiesen 2003 auch die geringste Innovationsintensität auf.

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



**Anstieg des Innovatorenanteils wahrscheinlich**

Im Jahr 2003 lag der Innovatorenanteil in der Branche Möbel, Musikinstrumente, Schmuck, Spielwaren, Sportgeräte und Recycling bei 48%. Zu dem Befragungszeitpunkt (Frühjahr 2004) waren sich ebenfalls wieder 48% der Unternehmen sicher, dass sie 2004 innovativ tätig sein würden. Darüber hinaus waren 23% der Unternehmen noch unentschlossen, ob sie 2004 innovieren werden. Das bedeutet, dass der Innovatorenanteil 2004 im Vergleich zu 2003 mit hoher Wahrscheinlichkeit zunehmen wird. Dies ist angesichts der etwas günstigeren Konsumnachfrageentwicklung im Jahr 2004 auch nicht verwunderlich. Für 2005 planten zum Befragungszeitpunkt 44% der Unternehmen fest mit innovativen Tätigkeiten. Der Anteil der „Unentschlossenen“ lag bei 31% und damit genau im Durchschnitt des verarbeitenden Gewerbes.



**Nachfrageanstieg und Beseitigung rechtlicher Hemmnisse 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. Dies gilt auch für die Branche Möbel, Musikinstrumente, Schmuck, Spielwaren, Sportgeräte und Recycling, die fast ausschließlich Konsumgüter produziert. Gerade durch den lebhaften Wettbewerb in der Konsumgüterbranche arbeiten viele Unternehmen mit sehr geringen Margen. 39% der Unternehmen nennen die Beseitigung rechtlicher Hemmnisse als Voraussetzung für ein besseres Innovationsklima. Als Innovationshemmnisse werden u.a. die Produkthaftung und die europäische Stoffpolitik gesehen.



Die Branche umfasst eine heterogene Struktur 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 sind rund 220.000 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 (bmb+f) in Zusammenarbeit mit infas, 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](http://www.zew.de)  
**Redaktion:** Heide Löhlein, Telefon 0621/1235-179, Telefax 0621/1235-170, E-Mail: [loehlein@zew.de](mailto: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](http://www.zew.de/innovation)