

ZEW Innovationen Branchenreport

Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung, Mannheim

Jahrgang 10 · Nummer 20 · Mai 2003

Innovationsreport: Wohnungswesen und Vermietung

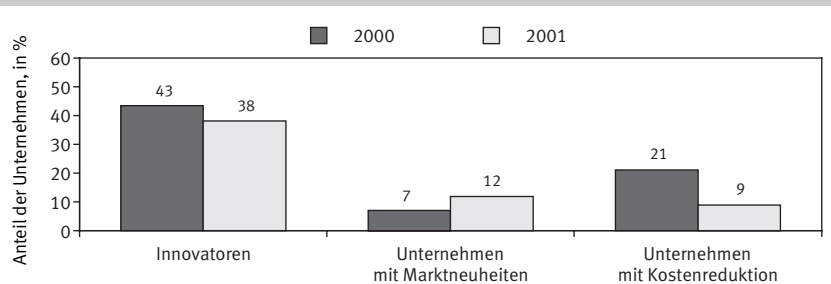
Der Innovatorenanteil im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe ist von 2000 auf 2001 gesunken. Gestiegen ist dagegen der Anteil der Unternehmen mit Marktneuheiten. Rationalisierungsinnovationen haben an Bedeutung verloren. Die Innovationsaufwendungen verharren auf niedrigem Niveau.

Die deutsche Wirtschaft hat trotz der seit Ende 2000 anhaltenden Wachstumschwäche im Jahr 2001 ihre Innovationsaktivitäten nicht zurückgefahren. Auch im distributiven Dienstleistungssektor haben 2001 wieder 40% der Unternehmen Innovationen eingeführt. Von 10% auf 12% gestiegen ist der Anteil der Unternehmen mit Marktneuheiten. Jedoch führten nur noch 8% der distributiven Dienstleister Prozessinnovationen ein, die zu Kostensenkungen führten (2000: 10%).

Im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe haben dagegen 2001 deutlich weniger Unternehmen als noch 2000 Innovationen eingeführt. Der Innovatorenanteil der Branche verringerte sich von 43% auf 38%. Besonders stark gesunken ist der Anteil der Unternehmen mit Kostenreduktion. Nicht einmal mehr jedes zehnte Unternehmen (9%) sparte mit neuen Prozessen und Verfahren Kosten ein. 2000 sanken die durchschnittlichen Kosten noch bei jedem fünften Unternehmen (21%) der Branche in Folge von Innovationsanstrengungen.

Weiter verbreitet als noch 2000 sind Marktneuheiten. Im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe haben 2001 etwa 12% der Unternehmen ihren Kunden marktneue Dienstleistungen angeboten. Damit hat sich der Anteil von 7% auf 12% fast verdoppelt.

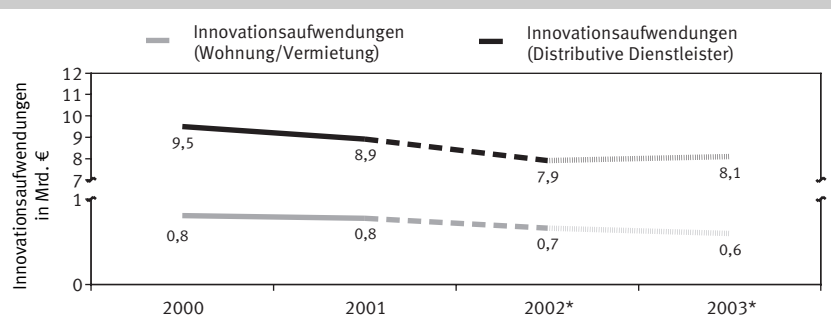
Abbildung 1: Anteil der Innovatoren im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe (2000 bis 2001)



Lesehilfe: Im Jahr 2001 zählten 38% der Unternehmen der Branche zu den innovativen Unternehmen. 9% der Unternehmen führten Prozessinnovationen ein, die zu Kostensenkungen führten. 12% der Unternehmen haben 2001 mindestens eine Marktneuheit angeboten.

Quelle: ZEW (2003): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2002.

Abbildung 2: Innovationsaufwendungen (2000 bis 2003)



Lesehilfe: * Planangaben der Unternehmen

Im Jahr 2001 gaben die Unternehmen der Branche 0,8 Mrd. € für Innovationsprojekte aus. Für das Jahr 2003 rechneten sie mit Innovationsaufwendungen in Höhe von 0,6 Mrd. €.

Quelle: ZEW (2003): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2002

Die Innovationsaufwendungen der Branche verharren auch 2001 auf niedrigem Niveau. Die Innovationsbudgets der Unternehmen summieren sich wie schon im Jahr 2000 auf 800 Mio. €. Die laut Konjunkturumfrage des Deutschen Industrie- und Handelskammertags schlechte Stimmung im Wohnungswesen zu Anfang des Jahres

2002 hat offensichtlich die Erwartungen der Unternehmen beeinflusst. Für 2002 planten die Unternehmen mit Aufwendungen für innovative Aktivitäten von 700 Mio. €. 2003 sollen die Aufwendungen sogar auf 600 Mio. € sinken. Bei den unternehmensnahen Dienstleistern insgesamt erwartete man dagegen nur für 2002 eine Rückgang.

Innovationsintensität sehr gering

Die Innovationsintensität ist im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe im Vergleich zu anderen Branchen gering. Nur 0,9% des Umsatzes wendeten die Unternehmen für Innovationsaktivitäten auf. Allerdings ist dieser Anteil bei den distributiven Dienstleistern generell gering. Der Sektor stellte insgesamt nur 0,7% des Umsatzes für Innovationsprojekte zur Verfügung.

Im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe sind es vor allem die kleinen Unternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten, die sich finanziell nur wenig für innovative Vorhaben engagieren. In der untersten Größenklasse liegt die Innovationsintensität nur bei 0,6%. Die großen Unternehmen mit 100 und mehr Beschäftigten wendeten dagegen 1,1% ihres Umsatzes auf. Auch bei den mittleren Unternehmen lag die Intensität bei rund 1%.

Kostenreduktionsanteil unverändert

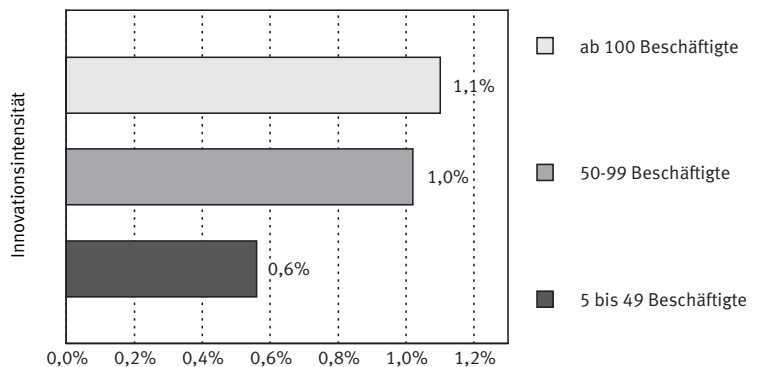
Im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe haben 2001 zwar sehr viel weniger Unternehmen als noch 2000 mit neuen Verfahren ihre Kosten reduzieren können, der Anteil der eingesparten an den gesamten Kosten ist aber wieder etwa so hoch wie im Vorjahr. Im Jahr 2001 konnten die Unternehmen ihre durchschnittlichen Kosten um 2,4% reduzieren, im Jahr davor um 2,5%. Der Anteil ist damit deutlich höher als im Durchschnitt bei den distributiven Dienstleistern insgesamt, die 1,3% ihrer durchschnittlichen Kosten einsparen konnten.

Der Umsatzanteil mit Marktneuheiten liegt im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe bei 3,3%. Er stimmt exakt mit dem Wert für die distributiven Dienstleister überein. Gegenüber 2000 hat sich der Anteil in der Branche aber um 1,4 Prozentpunkte verringert.

Marktneuheiten bei mittleren Unternehmen von geringer Bedeutung

Wie oben diskutiert ist der Umsatzanteil von Marktneuheiten in der Branche insgesamt zurückgegangen. Grund dafür ist vor allem der Einbruch bei den kleinen und mittleren Unternehmen. Gegenüber 2000 hat sich der Anteil in der mittleren Größenklasse um 2,1 Prozentpunkt und in der untersten Größenklasse sogar um 4,3 Prozentpunkte verringert. Von 3,8% auf 4,6% gestiegen ist der Umsatzanteil mit Marktneuheiten dagegen in der obersten Größenklasse. Von den Unternehmen mit 100 und mehr Mitarbeitern hat auch mehr als jedes fünfte eine Marktneuheit eingeführt. Von den kleinen immerhin noch mehr als jedes zehnte. Aber nur jedes zwanzigste Unternehmen mit 50-99 Mitarbeitern bot seinen Kunden marktneue Dienstleistungen an.

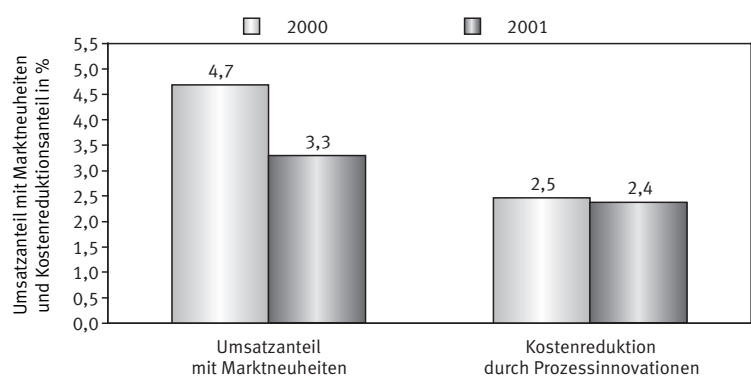
Abbildung 3: Innovationsintensität im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe nach Größenklassen (2001)



Lesehilfe: In der Branche haben die großen Unternehmen 1,1% ihres Umsatzes für Innovationsprojekte zur Verfügung gestellt.

Quelle: ZEW (2003): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2002.

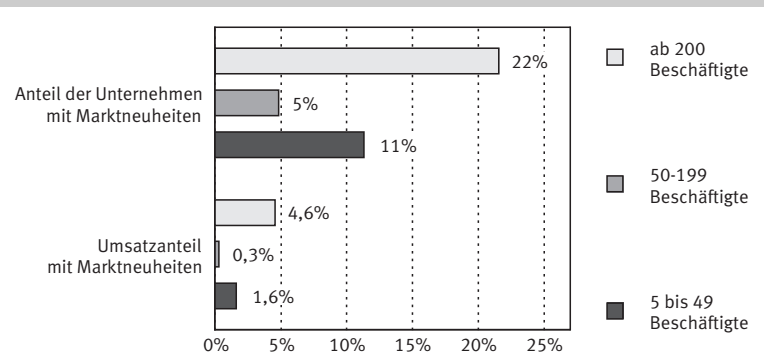
Abbildung 4: Umsatzanteile mit Marktneuheiten und Kostenreduktion im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe (2000 und 2001)



Lesehilfe: Im Jahr 2001 liegt der Umsatzanteil, den die Unternehmen der Branche mit Marktneuheiten erwirtschafteten, bei 3,3%. Durch Prozessinnovationen sparten die Unternehmen 2,4% ihrer Kosten ein.

Quelle: ZEW (2003): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2002.

Abbildung 5: Unternehmen mit Marktneuheiten und Umsatzanteile mit Marktneuheiten im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe nach Größenklassen (2001)



Lesehilfe: In der Branche haben 22% der großen Unternehmen Marktneuheiten eingeführt und mit diesen 4,6% ihres Umsatzes erwirtschaftet.

Quelle: ZEW (2003): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2002.

Rationalisierungen wichtig bei großen Unternehmen

Dass der Kostenreduktionsanteil im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe von 2000 auf 2001 nicht gesunken ist, ist alleine den großen Unternehmen der Branche zu verdanken. Während die kleinen und mittleren Unternehmen kaum noch Kosten einsparen konnten, verringerten sich die durchschnittlichen Kosten bei den Unternehmen mit 100 und mehr Mitarbeitern noch um über 3%. In der obersten Größenklasse sind Kosten senkende Prozessinnovationen auch am weitesten verbreitet. Etwa 20% der großen Unternehmen reduzierten ihre durchschnittlichen Kosten mit innovativen Verfahren. Bei den mittleren Unternehmen gelang dies nur 6% und bei den kleinen nur 9%. 2000 hatten noch mehr als 30% der mittleren Unternehmen Rationalisierungsinnovationen eingeführt.

Beim Innovatorenanteil auf dem vorletzten Platz

Nach dem Rückgang des Innovatorenanteils im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe von 43% auf 38% liegt die Branche im distributiven Dienstleistungssektor auf dem vorletzten Platz. Auf dem letzten Platz rangieren die Verkehrs- und Postdienstleister mit einem Innovatorenanteil von 29%.

Die beiden Handelsbranchen führen das Ranking bei den distributiven Dienstleistern an. Im Großhandel brachten 47% der Unternehmen neue Dienstleistungen auf den Markt bzw. führten innovative Prozesse im Unternehmen ein, bei den Einzelhändlern etwa 42%.

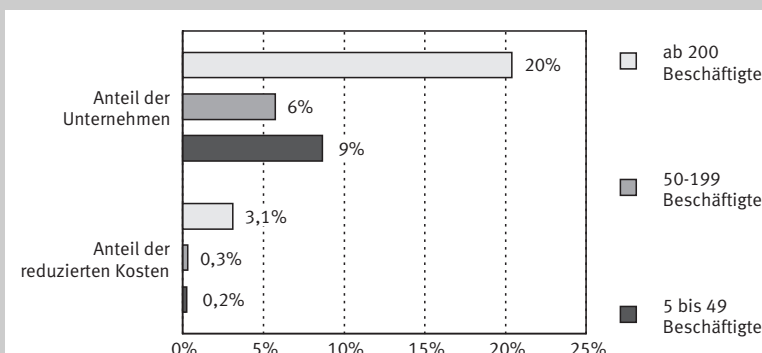
Insgesamt betrachtet ist der Innovatorenanteil im distributiven Dienstleistungssektor mit 40% um 2 Prozentpunkte höher als in der Branche. Die unternehmensnahen Dienstleister erreichen einen Innovatorenanteil von 59%.

Bei Innovationsintensität auf dem zweiten Platz

Die Innovationsaufwendungen in der Branche Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe summieren sich im Jahr 2001 auf 0,9% des Umsatzes. Damit erreicht die Branche unter allen bei den distributiven Dienstleistern betrachteten Branchen den zweiten Platz. Allerdings ist der Abstand zu den Verkehrs- und Postdienstleistern, die deutlich auf Platz eins des Rankings stehen, mit 0,9 Prozentpunkte schon sehr groß. Traditionell die geringsten Innovationsintensitäten weisen die beiden Handelsbranchen auf, sowohl Einzel- als auch Großhandel investierten 0,5% ihres Umsatzes in innovative Projekte.

Im Vergleich zu den unternehmensnahen Dienstleistern, deren Innovationsintensität bei 3,0% liegt, ist die Intensität mit 0,7% bei den distributiven Dienstleistern relativ gering.

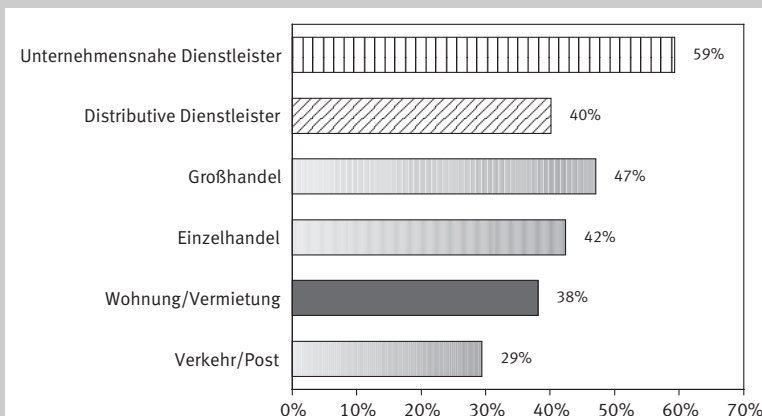
Abbildung 6: Unternehmen mit Kostenreduktion und eingesparten Kosten in Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe nach Größenklassen (2001)



Lesehilfe: 6% der Unternehmen mit 50-199 Beschäftigten der Branche führten kostenreduzierende Prozessinnovationen durch. Dadurch verminderten sich die durchschnittlichen Kosten in dieser Größenklasse um 0,3%.

Quelle: ZEW (2003): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2002.

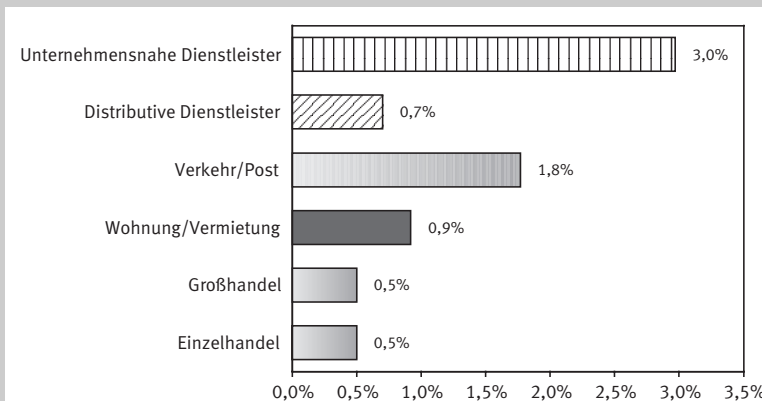
Abbildung 7: Innovatorenanteil in ausgewählten Branchen des distributiven Dienstleistungssektors (2001)



Lesehilfe: 42% der Einzelhandels-Unternehmen führten im Jahr 2001 Innovationen ein.

Quelle: ZEW (2003): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2002.

Abbildung 8: Innovationsintensität in ausgewählten Branchen des distributiven Dienstleistungssektors (2001)



Lesehilfe: Die Verkehrs- und Transportunternehmen wendeten im Jahr 2001 1,8% ihres Umsatzes für Innovationsprojekte auf.

Quelle: ZEW (2003): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2002.

Marktneuheiten wichtig für Umsatzwachstum

Das Innovationsbenchmarking liefert Anhaltspunkte für erfolgreiches Innovationsverhalten in der Branche. Als Referenzgruppe wurden die (hochgerechnet) 25% wachstumsstärksten Unternehmen der Branche ausgewählt. Für die Bestimmung der wachstumsstärksten Unternehmen, war das Umsatzwachstum von 2000 auf 2001 relevant.

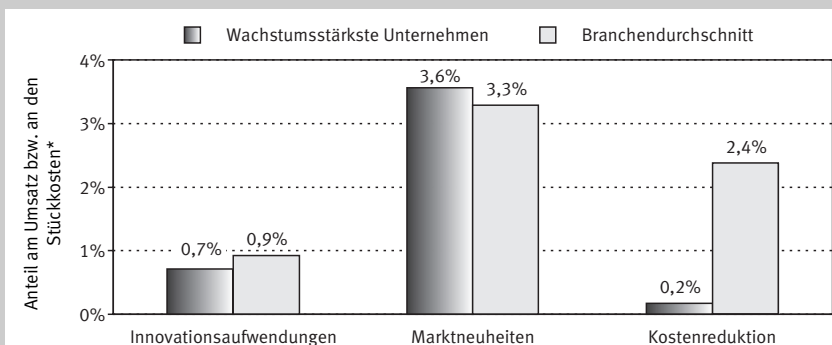
Die Benchmark-Größen umfassen in diesem Jahr die Innovationsaufwendungen pro Umsatz (Innovationsinput), den Umsatzanteil mit Marktneuheiten und die prozentuale Kostenreduktion durch Prozessinnovationen (Innovationsergebnis). Die Umsatz- und Kostenreduktionsanteile stellen das Ergebnis von Innovationen der zurückliegenden drei Jahre dar.

Die stark gewachsenen Unternehmen im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe haben einen geringeren Teil ihres Umsatzes für Innovationsaktivitäten aufgewendet als die Branche im Durchschnitt. Während die Innovationsintensität im Branchenmittel bei 0,9% lag, erreicht sie in der Branchemark-Gruppe nur 0,7%. Dagegen konnte die stark gewachsenen Unternehmen beim

Umsatzanteil mit Marktneuheiten die weniger stark gewachsenen Unternehmen übertreffen. Mit gänzlich neuen Dienstleistungen erwirtschafteten die Benchmark-Unternehmen 3,6%. Damit ist der Umsatzanteil mit Marktneuheiten um 0,3 Prozentpunkte höher als im Branchenmittel. Marktneuheiten sind offensichtlich immer noch eine Triebkraft für höheres Wachstum. Dies war auch beim Benchmarking im letzten Jahr schon zu sehen und könnte auch den Anstieg des Anteils von Unternehmen mit Marktneuheiten erklären. 2000 hatte die Differenz zwischen den am stärksten gewachsenen Unternehmen und dem Branchendurchschnitt allerdings noch 5,6 Prozentpunkte betragen.

Unternehmen mit erfolgreichen Rationalisierungsinnovationen weisen ein niedriges Wachstum der Umsätze auf. Die Unternehmen mit dem stärksten Umsatzwachstum haben ihre Kosten durch innovative Prozesse und Verfahren dagegen nur unbedeutend reduziert (0,2%). Im Branchenmittel sanken die Kosten in Folge von Prozessinnovationen um 2,4%.

Abbildung 9: Benchmarking für Innovationsinput und -ergebnis in Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe (2001)



Lesehilfe: Die wachstumsstärksten Unternehmen der Branche erzielten 3,6% ihres Umsatzes mit Marktneuheiten, während der Umsatzanteil mit Marktneuheiten im Branchendurchschnitt bei 3,3% lag. Das Wachstum bezieht sich auf die Veränderung des Umsatzes zwischen 2000 und 2001.

* Innovationsaufwendungen bzw. Marktneuheiten gemessen als Anteile am Umsatz; Kostenreduktion gemessen als Anteil an den Kosten.

Quelle: ZEW (2003): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2002.

Definitionen und Abgrenzungen

Der Wirtschaftszweig **Wohnungswesen und Vermietungen** umfasst die in den NACE-Klassifikationen 70 und 71 genannten Teilbranchen des Grundstücks- und Wohnungswesens sowie die Vermietung beweglicher Sachen ohne Bedienungspersonal. Die Branche gehört zu den **distributiven Dienstleistungen**, die zusätzlich die Wirtschaftszweige Großhandel, Einzelhandel und Verkehr (einschließlich Post und privaten Kurierdiensten) umfassen.

Innovatoren sind Unternehmen, die innerhalb eines zurückliegenden Dreijahreszeitraums zumindest ein Innovationsprojekt erfolgreich abgeschlossen, d.h. zumindest eine Innovation eingeführt haben. Es kommt nicht darauf an, ob ein anderes Unternehmen die Innovation bereits eingeführt hat. Wesentlich ist nur die Beurteilung aus Sicht des Unternehmens. **Innovationen** können sowohl Produkt- als auch Prozessinnovationen sein. **Produktinnovationen** sind neue oder merklich verbesserte Produkte bzw. Dienstleistungen, die ein Unternehmen auf den Markt gebracht hat. **Prozessinnovationen** sind neue oder merklich verbesserte Fertigungs- und Verfahrenstechniken bzw. Verfahren zur Erbringung von Dienstleistungen, die im Unternehmen eingeführt werden. Neue Prozesse bzw. Verfahren, die an andere Unternehmen verkauft werden, sind Produktinnovationen.

Die zu Grunde gelegten Definitionen und Abgrenzungen entsprechen denen von Eurostat und der OECD, die im so genannten Oslo-Manual festgelegt sind.

Innovationsaufwendungen beziehen sich auf Aufwendungen für laufende, abgeschlossene und abgebrochene Projekte innerhalb eines Jahres. Sie umfassen **laufende Aufwendungen** (Personal- und Materialaufwendungen etc.) und **Ausgaben für Investitionen**. Dazu gehören Aufwendungen für unternehmensinterne Forschung und experimentelle Entwicklung (FuE), Maschinen und Sachmittel, für anderes externes Wissen (z.B. Software, Patente und Lizenzen) und für Mitarbeiterschulungen und Weiterbildung, darüber hinaus auch Aufwendungen für Produktgestaltung, Dienstleistungskonzeption und andere Vorbereitungen für Produktion und Vertrieb.

Umsatzanteile mit Produktinnovationen beziehen sich auf den Umsatz des betreffenden Jahres, der mit neuen oder merklich verbesserten Produkten eines zurückliegenden Dreijahreszeitraums erzielt worden ist. **Umsatzanteile mit Marktneuheiten** beziehen sich auf den Umsatz des betreffenden Jahres mit Marktneuheiten der jeweils letzten drei Jahre.

Auf Grund der Vorgaben von Eurostat, im Rahmen der Harmonisierung der Community Innovation Surveys (CIS 3), wurden Fragen zu Produktinnovationen umgestellt, sodass die Angaben für das Jahr 2000 und 2001 nicht mehr mit den Vorjahren vergleichbar sind. Dies betrifft in erster Linie Ergebnisse für die Dienstleistungsunternehmen, aber auch einzelne Branchen des verarbeitenden Gewerbes.

Kosten senkende Prozessinnovationen beziehen sich auf Prozessinnovationen, die zu einer Senkung der durchschnittlichen Kosten geführt haben. **Kosten senkungsanteile** beziehen sich auf Kosten des vorangegangenen Jahres, die durch kosten senkende Innovationen eines Dreijahreszeitraums gesenkt wurden.

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 4.000 - 5.000 Unternehmen gibt jährlich zu seinen Innovationsaktivitäten und -strategien Auskunft. Die Angaben werden hochgerechnet auf die (für das Jahr 2000 und 2001 vorläufige) Gesamtheit in Deutschland.

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 · Postfach 10 34 43 · 68034 Mannheim · Tel. 0621/1235-01 · Fax 1235-224 · Internet: www.zew.de

Präsident: Prof. Dr. Wolfgang Franz

Redaktion: Tobias Schmidt, Telefon 0621/1235-235, Telefax 0621/1235-170, E-Mail schmidt@zew.de

Projektteam: Dr. Christian Rammer, Günther Ebling, Sandra Gottschalk, Dr. Norbert Janz (Leitung bis September 2002), Bettina Peters, Tobias Schmidt

Nachdruck und sonstige Verbreitung: mit Quellenangabe und Zusendung eines Belegexemplares