

## Großhandel

Die Innovationsaktivitäten des deutschen Großhandels blieben im Jahr 2012 auf niedrigem Niveau stabil. Die Innovatorenquote, d.h. der Anteil der Unternehmen, die neue Dienstleistungsangebote oder neue Verfahren eingeführt haben, lag mit 29 % knapp unter dem Vorjahresniveau. Die Innovationsausgaben stiegen 2012 leicht auf 1,90 Mrd. € an, nach 1,80 Mrd. € im Jahr 2011. Gleichwohl machen die Ausgaben für Projekte, die auf die Entwicklung und Einführung neuer Angebote oder Verfahren abzielen, im Großhandel nur einen kleinen Teil des Umsatzes aus. Die Innovationsintensität von 0,2 % ist wie im Vorjahr die niedrigste im Branchenvergleich.

Für die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen spielen Innovationsaktivitäten eine eher geringe Rolle. Dies zeigt sich auch am niedrigen Umsatzanteil, der auf neue Dienstleistungsangebote zurückgeht. Mit 4,4 % im Jahr 2012 hat die Branche bei diesem Indikator einen neuen Tiefstand erreicht. Für diesen ist die starke Abnahme des Umsatzbeitrags von Marktneuheiten von 1,3 % auf 0,3 % verantwortlich. Dominierend bleibt der Anteil der Nachahmerinnovationen mit 4,1 %. Der Anteil der Unternehmen mit FuE-Aktivitäten nahm leicht zu, 2 % betrieben FuE regelmäßig und 7 % gelegentlich. Erfolge sind bei prozesseitigen Innovationen zu finden. Neue Verfahren

trugen zu Kosteneinsparungen von durchschnittlich 2,4 % bei (2011: 1,9 %). Der Umsatzanstieg durch Qualitätsverbesserungen fiel dagegen auf 0,9 % (2011: 1,6 %).

Die Innovationsbudgets sollen 2013 auf 1,69 Mrd. € zurückgefahren werden. Für 2014 ist mit einer weiteren Reduktion auf dann 1,60 Mrd. € zu rechnen. Der Anteil innovativer Unternehmen dürfte von 29 % in 2012 auf zumindest 33 % in 2013 steigen, vor allem aufgrund verstärkter Prozessinnovationsanstrengungen. Für 2014 planen 24 % der Unternehmen fest mit der Durchführung von Innovationsprojekten. Weitere 18 % (2013: 14 %) waren sich noch unsicher.

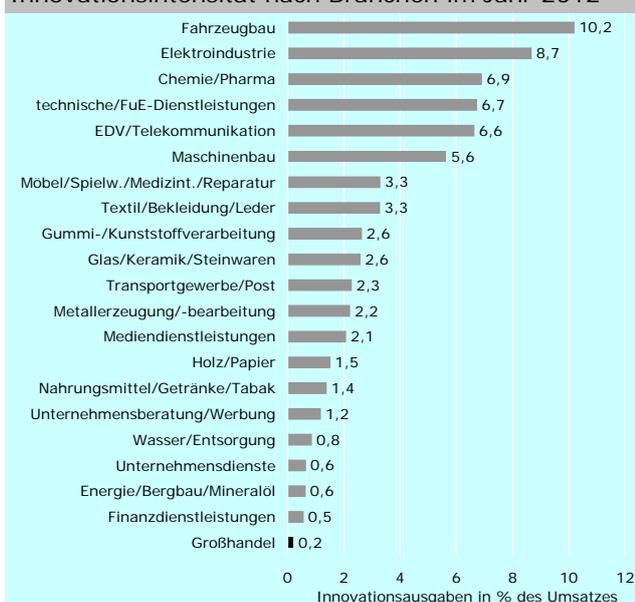
**ACHTUNG:** Mit dem Berichtsjahr 2008 wurde im internationalen System der Wirtschaftsstatistik eine neue Systematik der Wirtschaftszweige (WZ08) eingeführt. Dadurch ändert sich mitunter die Branchenzuordnung von Unternehmen. Dies betrifft in geringem Ausmaß auch den Großhandel. Die Branche umfasst nunmehr als WZ08-Abteilung 46 folgende Aktivitätsbereiche:

- Handelsvermittlung, Großhandel mit landwirtschaftlichen Grundstoffen und lebenden Tieren, mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und - Tabakwaren, mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern, mit Geräten der Informations- und Kommunikationstechnik, mit Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör, mit Brennstoffen, Erzen, Metallen, Holz, Baustoffen, Baumaterialien, chemischen Erzeugnissen, Altmaterialien sowie sonstigen Halb- und Fertigwaren.

Neben der Anwendung der neuen Wirtschaftszweigsystematik erfolgte mit der Innovationserhebung 2009 eine Umstellung der den Hochrechnungen zugrunde liegenden Zahlen zur Grundgesamtheit auf das Unternehmensregister des Statistischen Bundesamts.

Innovationsindikatoren auf Basis der neuen Wirtschaftszweigsystematik und der neuen Grundgesamtheitszahlen werden zurück bis zum Berichtsjahr 2006 ausgewiesen. Da die Umsatz-, Beschäftigten- und Unternehmenszahlen laut Unternehmensregister von denen der zuvor für die Hochrechnungen verwendeten Zahlen der Statistik des Großhandels abweichen, kommt es zwischen 2005 und 2006 zu einem Bruch in der Zeitreihe.

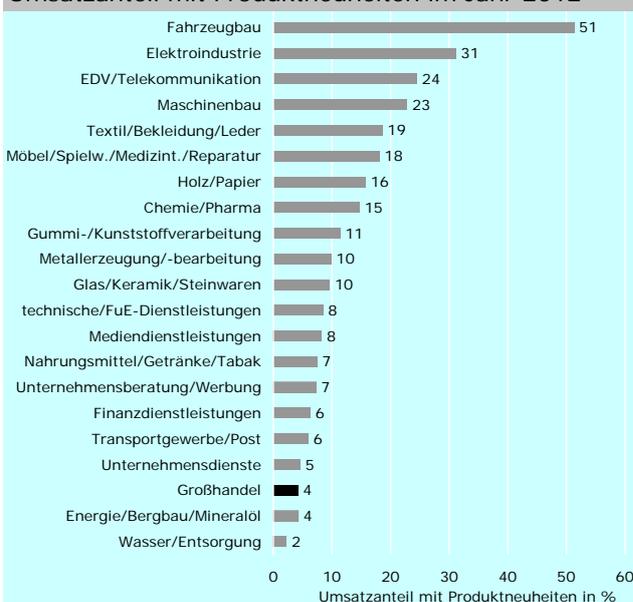
Innovationsintensität nach Branchen im Jahr 2012



Lesehilfe: Die Unternehmen des Großhandels gaben im Jahr 2012 0,2 % ihres Umsatzes für Innovationsprojekte aus.

Quelle: ZEW/ISI (2014): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2013.

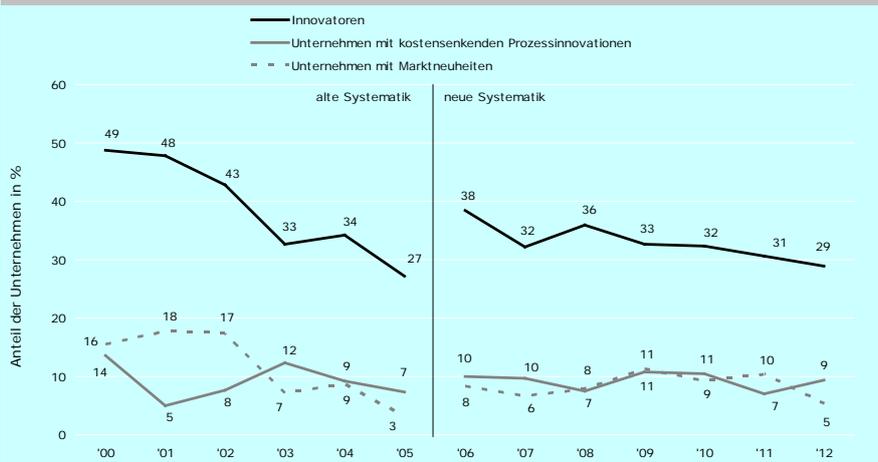
Umsatzanteil mit Produktneuheiten im Jahr 2012



Lesehilfe: Im Großhandel wurden im Jahr 2012 4 % des Branchenumsatzes mit Produktneuheiten (= Produkte, die jünger als 3 Jahre sind) generiert.

Quelle: ZEW/ISI (2014): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2013.

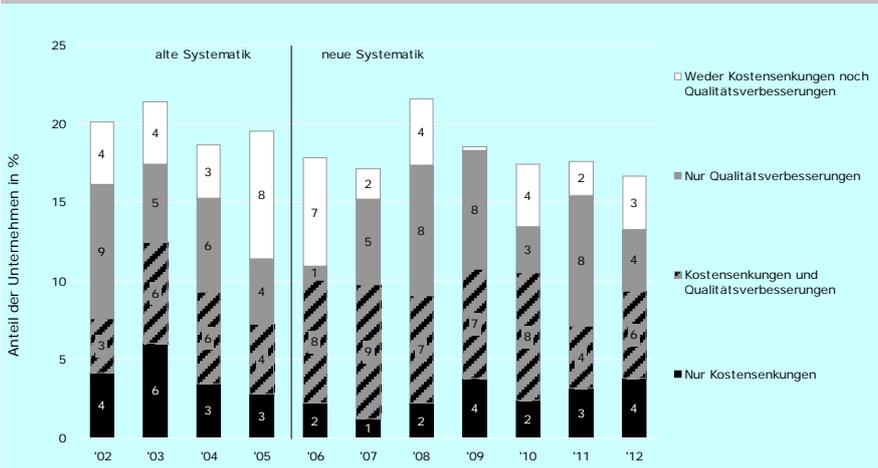
Anteil der Innovatoren im Großhandel 2000 - 2012



Lesehilfe: Im Jahr 2012 konnten 29 % der Unternehmen des Großhandels erfolgreich neue Produkte oder Prozesse einführen. 9 % der Unternehmen führten kostensenkende Prozessinnovationen ein, 5 % der Unternehmen haben 2012 mindestens eine Marktneuheit angeboten. Quelle: ZEW/ISI (2014): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2013.

- **Innovatoren** sind Unternehmen, die innerhalb eines zurückliegenden Dreijahreszeitraums zumindest ein Innovationsprojekt erfolgreich abgeschlossen haben, d.h. zumindest eine Produkt- oder Prozessinnovation eingeführt haben. Es kommt nicht darauf an, ob ein anderes Unternehmen diese Innovation bereits eingeführt hat.
- **Unternehmen mit Marktneuheiten** haben im zurückliegenden Dreijahreszeitraum zumindest ein neues oder merklich verbessertes Produkt als erster Anbieter auf dem für das Unternehmen relevanten Markt eingeführt. Der Indikator misst den Anteil der Unternehmen, die das Angebot einer Branche an originär neuen Produkten erweitern.
- **Unternehmen mit kostensenkenden Prozessinnovationen** haben im zurückliegenden Dreijahreszeitraum zumindest einen neuen oder merklich verbesserten Prozess eingeführt, der zu einer Senkung der durchschnittlichen Kosten je Stück oder Vorgang geführt hat. Der Indikator misst somit den Anteil der Unternehmen, die mit Hilfe von Innovationen ihre preisliche Wettbewerbsfähigkeit verbessern.

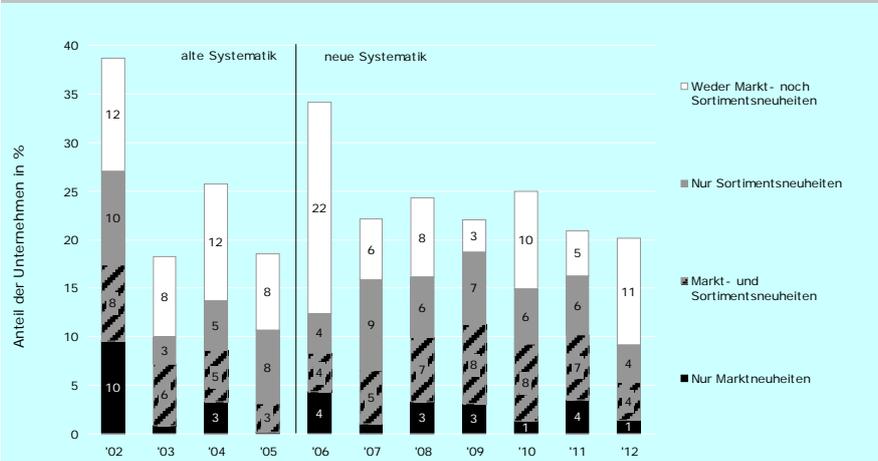
Effekte von Prozessinnovationen im Großhandel 2002 - 2012



Lesehilfe: Im Jahr 2012 haben 6 % der Unternehmen des Großhandels durch Prozessinnovationen sowohl ihre durchschnittlichen Stückkosten gesenkt als auch die Qualität ihrer Dienstleistungen verbessert. Quelle: ZEW/ISI (2014): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2013.

- **Prozessinnovationen** sind neue oder merklich verbesserte Fertigungs- und Verfahrenstechniken bzw. Verfahren zur Erbringung von Dienstleistungen oder zum Vertrieb von Produkten, die von einem Unternehmen innerhalb eines zurückliegenden Dreijahreszeitraums eingeführt wurden. Das Resultat sollte sich merklich auf Produktionsniveau, Kosten oder Qualität auswirken. Die Innovation muss neu für das Unternehmen, aber keine Branchenneuheit sein. Prozessinnovationen können vom innovierenden Unternehmen selbst oder von Dritten entwickelt worden sein. Rein organisatorische Veränderungen oder neuen Managementtechniken sind keine Prozessinnovationen.
- **Kostensenkende Prozessinnovationen** liegen vor, wenn die neuen Prozesse zu einer Senkung der durchschnittlichen Kosten pro Stück oder Vorgang geführt haben.
- **Qualitätsverbessernde Prozessinnovationen** liegen vor, wenn die neuen Prozesse die Produkt- bzw. Dienstleistungsqualität erhöhen. Durch die höhere Produktqualität verbessern diese Prozessinnovationen die Absatzchancen des Unternehmens.

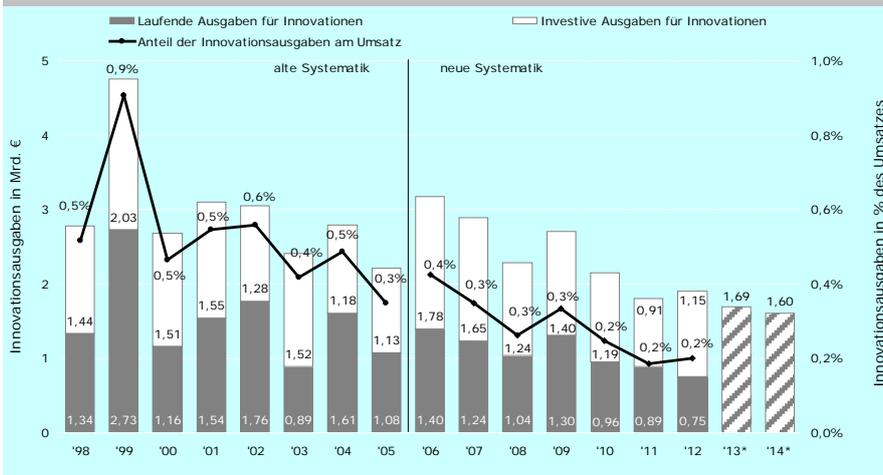
Arten von Produktinnovationen im Großhandel 2002 - 2012



Lesehilfe: Im Jahr 2012 haben 4 % der Unternehmen des Großhandels Produktinnovationen eingeführt, für die es im eigenen Unternehmen keine Vorgängerprodukte gab („Sortimentsneuheiten“) und die Marktneuheiten darstellten. Quelle: ZEW/ISI (2014): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2013.

- **Produktinnovationen** sind neue oder merklich verbesserte Produkte (inkl. Dienstleistungen), deren grundlegende Merkmale (technische Grundzüge, Komponenten, integrierte Software, Verwendungseigenschaften, Benutzerfreundlichkeit, Verfügbarkeit) entweder neu oder merklich verbessert sind. Die Innovation muss neu für das Unternehmen, aber keine Marktneuheit sein. Rein ästhetische Modifikationen sind ebenso keine Produktinnovationen wie der reine Verkauf von Innovationen, die ausschließlich von anderen Unternehmen entwickelt und produziert wurden.
- **Marktneuheiten** sind neue oder merklich verbesserte Produkte, die ein Unternehmen als erster Anbieter auf dem für das Unternehmen relevanten Markt eingeführt hat.
- **Sortimentsneuheiten** sind neue oder merklich verbesserte Produkte, die keine Vorgängerprodukte im Unternehmen haben. Durch Sortimentsneuheiten weiten Unternehmen ihre Angebotspalette aus und bedienen Kundenbedürfnisse, die bislang durch die Produkte des Unternehmens nicht abgedeckt wurden.

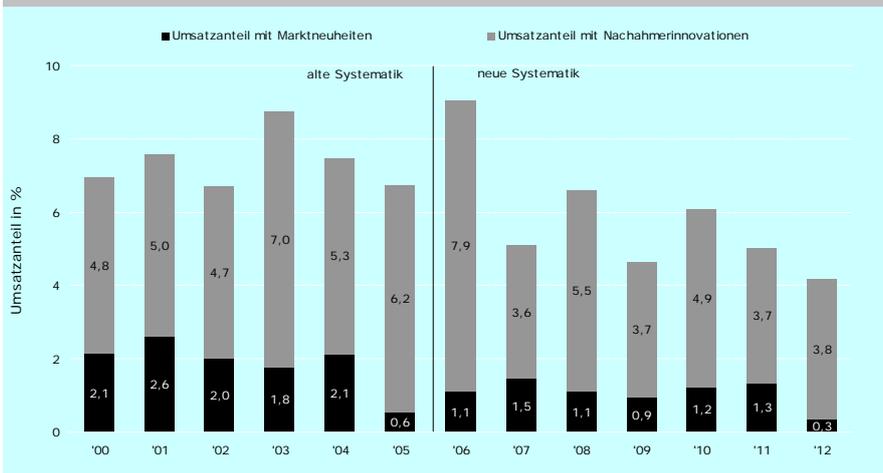
**Innovationsausgaben im Großhandel 1998 - 2014**



Lesehilfe: Im Jahr 2012 entfielen von den insgesamt 1,90 Mrd. € Innovationsausgaben im Großhandel 0,75 Mrd. € auf laufende und 1,15 Mrd. € auf investive Innovationsausgaben. Die Innovationsintensität betrug 0,2 %.  
Quelle: ZEW/ISI (2014): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2013.

- **Innovationsausgaben** beziehen sich auf die Aufwendungen für laufende, abgeschlossene und abgebrochene Projekte, die die Entwicklung und Einführung von Produkt- oder Prozessinnovationen zum Ziel haben. Dazu zählen interne und externe FuE sowie innovationsbezogene Ausgaben für Sachanlagen und immaterielle Wirtschaftsgüter, Weiterbildung, Marketing, Konzeption, Konstruktion, Design sowie Produktions- und Vertriebsvorbereitung.
- **Laufende Innovationsausgaben** umfassen Personal- und Sachaufwendungen inkl. Dienstleistungsaufträge an Dritte, **investive Ausgaben für Innovationen** umfassen Investitionen in Maschinen, Fahrzeuge, Geräte, Gebäude, Software und gewerbliche Schutzrechte.
- Die **Innovationsintensität** misst die gesamten Innovationsausgaben der Unternehmen einer Branche in % des gesamten Branchenumsatzes (inkl. des Umsatzes nicht innovativ tätiger Unternehmen).
- **Planzahlen** für die Innovationsausgaben der Jahre 2013 und 2014 wurden im Frühjahr und Sommer 2013 erhoben.

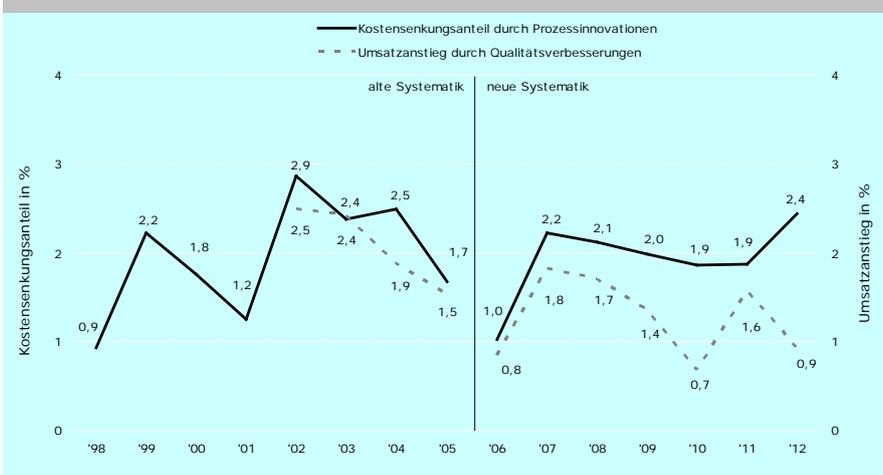
**Umsatzanteil mit Produktneuheiten im Großhandel 2000 - 2012**



Lesehilfe: Im Jahr 2012 lag der Umsatzanteil, den die Unternehmen des Großhandels mit Marktneuheiten erwirtschafteten, bei 0,3 %, 4,1 % des Branchenumsatzes waren Nachahmerinnovationen. Produktneuheiten machten 2012 somit insgesamt 4,4 % des Branchenumsatzes aus. Quelle: ZEW/ISI (2014): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2013.

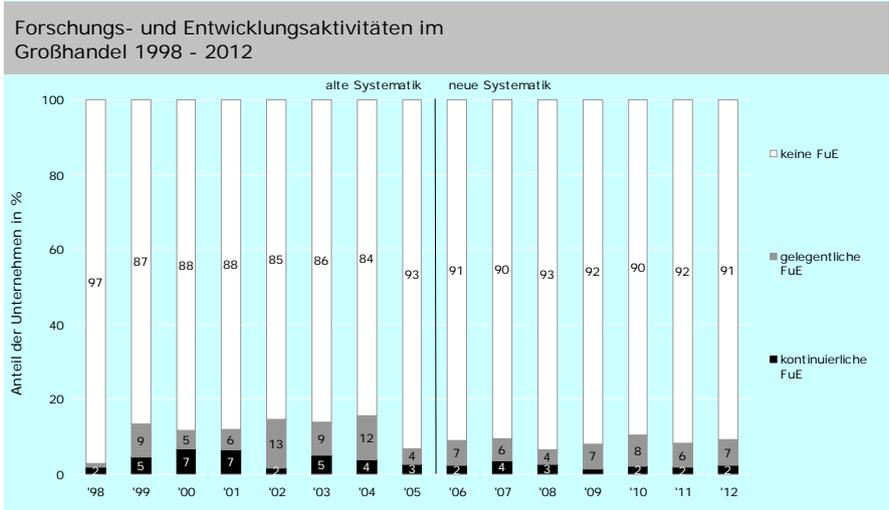
- Der **Umsatzanteil mit Marktneuheiten** bzw. mit **Nachahmerinnovationen** misst den Umsatz, der von den Unternehmen einer Branche mit den entsprechenden Innovationen erzielt wurde, in Prozent des gesamten Branchenumsatzes (inkl. des Umsatzes nicht innovativ tätiger Unternehmen).
- **Marktneuheiten** sind neue Produkte, die ein Unternehmen als erster Anbieter auf dem für das Unternehmen relevanten Markt eingeführt hat.
- **Nachahmerinnovationen** sind neue Produkte eines Unternehmens, die zum Einführungszeitpunkt schon von anderen Unternehmen in gleicher oder sehr ähnlicher Form angeboten wurden.
- Der Umsatz mit Marktneuheiten bzw. Nachahmerinnovationen bezieht sich auf entsprechende Innovationen, die im **zurückliegenden Dreijahreszeitraum** (für 2012: 2010-2012) eingeführt wurden.
- Die Umsatzanteile von Marktneuheiten und Nachahmerinnovationen ergeben zusammen den **Umsatzanteil mit Produktneuheiten**.

**Erfolgsindikatoren von Prozessinnovationen im Großhandel 1998 - 2012**



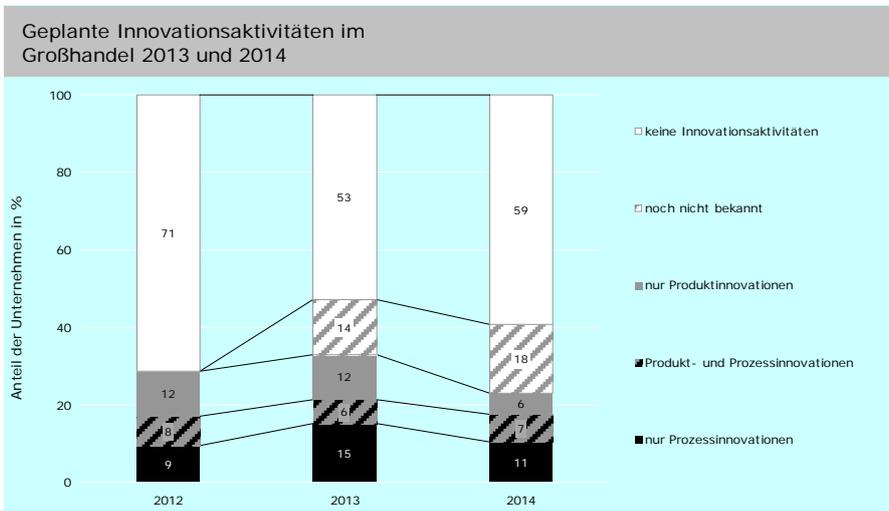
Lesehilfe: Durch Prozessinnovationen verringerten die Unternehmen des Großhandels ihre durchschnittlichen Stückkosten im Jahr 2012 um 2,4 %. Qualitätsverbesserungen führten 2012 zu einem Umsatzanstieg von 0,9 %.  
Quelle: ZEW/ISI (2014): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2013.

- Der **Kostensenkungsanteil durch Prozessinnovationen** bezieht sich auf die Kosten je Stück bzw. Vorgang des betreffenden Jahres, die durch Prozessinnovationen eingespart werden konnten, die im zurückliegenden Dreijahreszeitraum eingeführt worden waren. Der Indikator drückt den Umfang der innovationsbedingten Kostensenkungen in einer Branche an den Gesamtkosten aller Unternehmen der Branche aus.
- Der **Umsatzanstieg durch Qualitätsverbesserungen** misst die Umsatzausweitung im Vergleich zum Vorjahresumsatz, die auf Qualitätsverbesserungen zurückgeführt werden kann, die mit Hilfe von im zurückliegenden Dreijahreszeitraum eingeführten Prozessinnovationen erreicht wurden. Der durch Qualitätsverbesserungen erzielte zusätzliche Umsatz wird dabei in Bezug zum Gesamtumsatz aller Unternehmen der Branche gesetzt. Der Indikator gibt somit das nominelle Umsatzwachstum in einer Branche an, das auf Qualitätsverbesserungen zurückgeht. Der Indikator wird erst seit 2002 erhoben.



Lesehilfe: 91 % der Unternehmen des Großhandels führten 2012 keine FuE-Aktivitäten durch, 2 % betrieb FuE auf kontinuierlicher Basis. Quelle: ZEW/ISI (2014): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2013.

- **Forschung und experimentelle Entwicklung (FuE)** ist die systematische schöpferische Arbeit zur Erweiterung des vorhandenen Wissens und die Nutzung des so gewonnenen Wissens zur Entwicklung neuer Anwendungen wie z.B. neuer oder merklich verbesserter Produkte bzw. Dienstleistungen oder Prozesse bzw. Verfahren.
- **Kontinuierliche FuE** bezeichnet FuE-Aktivitäten von Unternehmen, die dauerhaft durchgeführt werden. Typischerweise sind einzelne Mitarbeiter überwiegend oder ausschließlich mit FuE-Aktivitäten betraut, in vielen Unternehmen geht eine kontinuierliche FuE-Tätigkeit mit dem Vorhandensein einer eigenen FuE-Abteilung oder eigener FuE-Infrastruktur (Labors etc.) einher.
- **Gelegentliche FuE** bezeichnet FuE-Aktivitäten von Unternehmen, die anlassbezogen aufgenommen werden, z.B. um ein bestimmtes technisches Problem im Rahmen eines Innovationsprojektes zu lösen.



Lesehilfe: 71 % der Unternehmen des Großhandels waren 2012 nicht innovativ tätig. Im Frühjahr/Sommer 2013 planten 53 % der Unternehmen, im Jahr 2013 keine Innovationsaktivitäten durchzuführen, 14 % waren noch unsicher. 12 % wollten ausschließlich Produktinnovationen, 15 % ausschließlich Prozessinnovationen und 6 % sowohl Produkt- als auch Prozessinnovationen vorantreiben. Quelle: ZEW/ISI (2014): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2013.

- **Innovationsaktivitäten** stellen alle mit finanziellen Aufwendungen verbundenen Aktivitäten dar, die auf Produkt- oder Prozessinnovationen abzielen.
- Die für 2013 und 2014 **geplanten Innovationsaktivitäten** werden getrennt nach den beiden Innovationstypen erfasst. Unternehmen, die zum Befragungszeitpunkt noch nicht angeben konnten, ob sie Innovationsaktivitäten in diesen Jahren durchführen werden bzw. ob diese auf Produkt- oder Prozessinnovationen abzielen, sind unter „noch nicht bekannt“ zusammengefasst.
- Die Werte für 2013 und 2014 basieren auf **Planangaben und Erwartungen** der Unternehmen und sind stark von den im Befragungszeitraum - März bis Juli 2013 - verfügbaren Informationen über die wahrscheinliche wirtschaftliche Entwicklung in der 2. Jahreshälfte 2013 und im Jahr 2014 beeinflusst. Im Frühjahresgutachten 2013 gingen die Wirtschaftsforschungsinstitute von einem leichten realen Anstieg des BIP im Jahr 2013 von 0,8 % aus. Für 2014 wurde ein reales Wirtschaftswachstum von 1,9 % vorausgesagt.

**Datentabelle**

|                             | Innovatorenquote (in %)                            |     |     |     | Anteil Unternehmen mit Marktneuheiten (in %)     |     |     |     | Anteil Unternehmen mit kostensenkenden Prozessinnovationen (in %)   |     |     |     | Innovationsausgaben (in Mrd. €)                                      |      |      |      | Innovationsintensität (in %)                       |      |      |      |
|-----------------------------|--|-----|-----|-----|--|-----|-----|-----|---|-----|-----|-----|--|------|------|------|--|------|------|------|
|                             | '09  | '10 | '11 | '12 | '09  | '10 | '11 | '12 | '09   | '10 | '11 | '12 | '09  | '10  | '11  | '12  | '09  | '10  | '11  | '12  |
| <b>Großhandel (WZ08 46)</b> | 33   | 32  | 31  | 29  | 11   | 9   | 10  | 5   | 11  | 11  | 7   | 9   | 2,71   | 2,15 | 1,80 | 1,90 | 0,3  | 0,2  | 0,2  | 0,2  |
| <b>Großhandel (WZ08 46)</b> | Umsatzanteil mit Marktneuheiten (in %)             |     |     |     | Umsatzanteil mit Nachahmerinnovationen (in %)    |     |     |     | Umsatzanteil mit Sortimentsneuheiten (in %)                         |     |     |     | Kostensenkungsanteil durch Prozessinnovationen (in %)                |      |      |      | Umsatzanstieg durch Qualitätsverbesserungen (in %) |      |      |      |
|                             | 0,9  | 1,2 | 1,3 | 0,3 | 3,7  | 4,9 | 3,7 | 3,8 | 1,2   | 1,0 | 0,9 | 1,3 | 2,0  | 1,9  | 1,9  | 2,4  | 1,4  | 0,7  | 1,6  | 0,9  |
| <b>Großhandel (WZ08 46)</b> | Anteil Unternehmen mit kontinuierlicher FuE (in %) |     |     |     | Anteil Unternehmen mit gelegentlicher FuE (in %) |     |     |     | Anteil Unternehmen mit fest geplanten Innovationsaktivitäten (in %) |     |     |     | Anteil Unternehmen mit noch unsicheren Innovationsaktivitäten (in %) |      |      |      | Geplante Innovationsausgaben (in Mrd. €)           |      |      |      |
|                             | 1  | 2   | 2   | 2   | 7  | 8   | 6   | 7   | 11  | 12  | 13* | 14* | 11   | 12   | 13*  | 14*  | 1,80   | 1,90 | 1,69 | 1,60 |

\* Planzahlen vom Frühjahr/Sommer 2013. Werte für 2012 sind vorläufig.

**Deutsche Innovationserhebung**

Die deutsche Innovationserhebung wird im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) vom Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW, Mannheim) seit 1993 in Zusammenarbeit mit infas (Institut für angewandte Sozialwissenschaft) sowie dem Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung (ISI) durchgeführt. Die Erhebung zielt auf alle Unternehmen in Deutschland mit mindestens 5 Beschäftigten und einem wirtschaftlichen Schwerpunkt in einer der auf S. 1 angeführten Branchengruppen ab. Die Definitionen und Messkonzepte entsprechen den internationalen Standards von OECD und Eurostat. Die Innovationserhebung ist alle zwei Jahre Teil der von Eurostat koordinierten Europäischen Innovationserhebung (Community Innovation Survey - CIS). Alle Werte sind hochgerechnet auf die Grundgesamtheit der Unternehmen ab 5 Beschäftigte in Deutschland. An der Innovationserhebung 2013 haben sich über 16.100 Unternehmen beteiligt (= 53 % des Stichprobenumfanges), darunter 544 aus dem Großhandel.



ZEW Branchenreport Innovationen – erscheint jährlich

Herausgeber: Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW) Mannheim · L 7, 1 · 68161 Mannheim

Postanschrift: Postfach 103443 · 68034 Mannheim · Internet: www.zew.de, www.zew.eu

Prof. Dr. Clemens Fuest (Präsident) · Thomas Kohl (Kaufmännischer Direktor)

Redaktion: Prof. Dr. Torben Schubert, Telefon 0721 6809 357, Telefax 0721 6809 260, E-Mail: t.schubert@isi.fraunhofer.de

Dr. Christian Rammer, Telefon 0621/1235-184, Telefax 0621/1235-170, E-Mail: rammer@zew.de

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

© Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW), Mannheim, 2014

Weitere Informationen: www.zew.de/innovation