

ZEW Branchenreport

Jahrg. 13 · Nr. 5 · Mai 2006

Ergebnisse der deutschen Innovationserhebung 2005

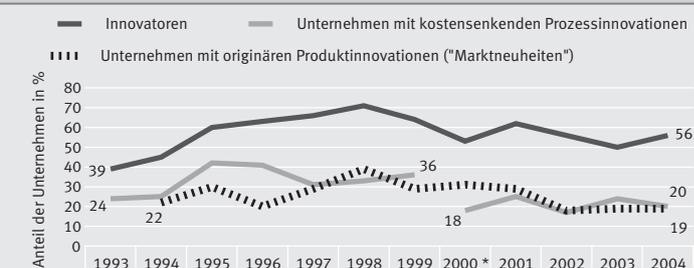
Möbel, Spiel-/Sportwaren, Recycling

Im Jahr 2004 zeigten die meisten Innovationsindikatoren in der Möbel-, Spielwaren und Sportwarenindustrie wieder nach oben. Der Anteil der erfolgreich innovierenden Unternehmen stieg von 50% im Jahr 2003 auf 56%, die Innovationsaufwendungen legten dank höherer investiver Ausgaben auf rund 580 Mio. € (nach ca. 520 Mio. € im Vorjahr) zu, wodurch die Innovationsintensität (Innovationsaufwendungen in % des Umsatzes) leicht auf 1,9% anstieg. Auch die kostenseitigen Innovationserfolge erhöhten sich: Mit Hilfe neuer Verfahren konnte eine durchschnittliche Stückkosten-

senkung von knapp 3% erreicht werden, nach unter 2% im Jahr 2003. Auf Seite der Produktinnovationen war der Markterfolg jedoch weiter enttäuschend. Im Jahr 2004 wurden mit Marktneuheiten weniger als 4% des Umsatzes erzielt. Das ist der niedrigste Wert seit 1994. Auf neue Produkte (d.h. Produkte, die nicht älter als 3 Jahre sind) entfielen 25% des Gesamtumsatzes in der Branche. Dies ist etwas weniger als im Mittel des verarbeitenden Gewerbes. Für das Jahr 2005 waren die Unternehmen der Möbel-, Spielwaren-, Sportwaren- und Recyclingindustrie zum Befragungszeitpunkt

(Frühjahr 2005) verhalten zuversichtlich. Die Innovationsaufwendungen sollen sehr kräftig auf fast 1 Mrd. € zunehmen, was wohl vorrangig auf größere, 2004 bereits begonnene Investitionsvorhaben zurückzuführen ist. Für 2006 ist wieder mit einem Rückgang auf dann 800 Mio. € zu rechnen. Allerdings waren sich Mitte 2005 noch viele kleinere Unternehmen der Branche über ihre Innovationsaktivitäten in den Jahren 2005 und 2006 unsicher: 11% der Unternehmen hatten noch nicht entschieden, ob sie 2005 Innovationsprojekte durchführen werden, für 2006 liegt diese Quote bei 15%.

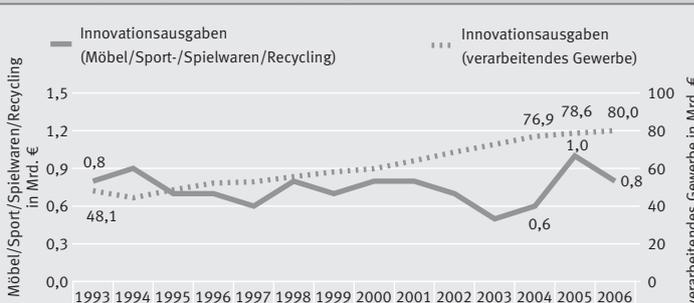
Anteil der Innovatoren in der Möbel-/Sport-/Spielwaren-/Recyclingindustrie (1993-2004)



Lesehilfe: Im Jahr 2004 konnten 56% der Unternehmen der Branche erfolgreich neue Produkte oder neue Prozesse einführen. 20% der Unternehmen führten kostensenkende Prozessinnovationen ein. 19% der Unternehmen haben 2004 mindestens eine Marktneuheit angeboten. * Werte für Unternehmen mit Kostenreduktion ab 2000 mit den Vorjahren nicht mehr direkt vergleichbar.
Quelle: ZEW/ISI (2006): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2005.

- Im Jahr 2004 konnten 56% der Unternehmen in der Möbel-/Sportwaren-/Spielwaren-/Recyclingindustrie erfolgreich neue Produkte oder neue Prozesse einführen. Der Innovatorenanteil ist im Jahr 2004 um 6 Prozentpunkte angestiegen.
- Der Anteil an Unternehmen mit kostensenkenden Prozessinnovationen hat sich leicht von 24% im Jahr 2003 auf 20% im Jahr 2004 reduziert.
- Mit 19% ist der Anteil der Unternehmen mit Marktneuheiten („originäre Produktinnovationen“) gegenüber dem Vorjahr unverändert geblieben.

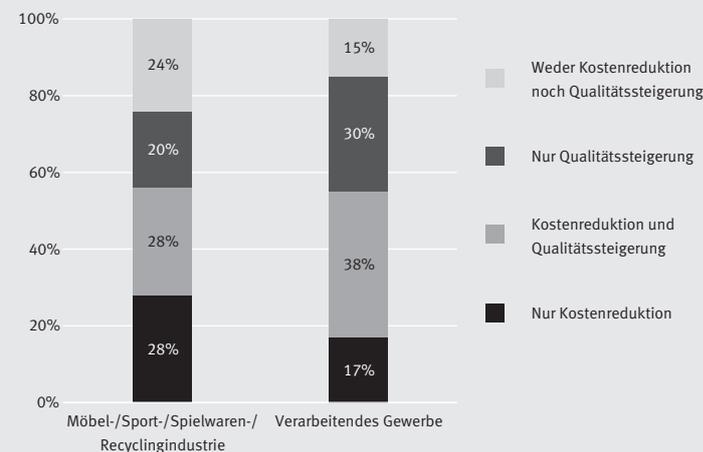
Innovationsaufwendungen in der Möbel-/Sport-/Spielwaren-/Recyclingindustrie (1993-2006)



Lesehilfe: Lesehilfe: Im Jahr 2004 gaben die Unternehmen der Branche 0,6 Mrd. € für Innovationsprojekte aus. Für das Jahr 2005 planten sie mit Innovationsaufwendungen in Höhe von 1,0 Mrd. €. Quelle: ZEW/ISI (2006): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2005.

- Die Innovationsaufwendungen in der Möbel-/Sportwaren-/Spielwaren-/Recyclingindustrie sind im Jahr 2004 auf 0,58 Mrd. € angestiegen (+0,6 Mrd. €). Ebenso wie beim Innovatorenanteil wurde damit der seit 2001 rückläufige Trend beendet.
- Die Planzahlen vom Frühjahr 2005 deuten eine weitere deutliche Steigerung für das Jahr 2005 an (1,0 Mrd. €). Die Innovationsaufwendungen würden damit weit über den Höchstständen von 2001 liegen. Ob diese Planungen auch tatsächlich realisiert wurden, ist jedoch aufgrund der konjunkturellen Abkühlung in der zweiten Jahreshälfte 2005 unsicher. Für 2006 planten die Unternehmen Innovationsaufwendungen von 0,8 Mrd. €.

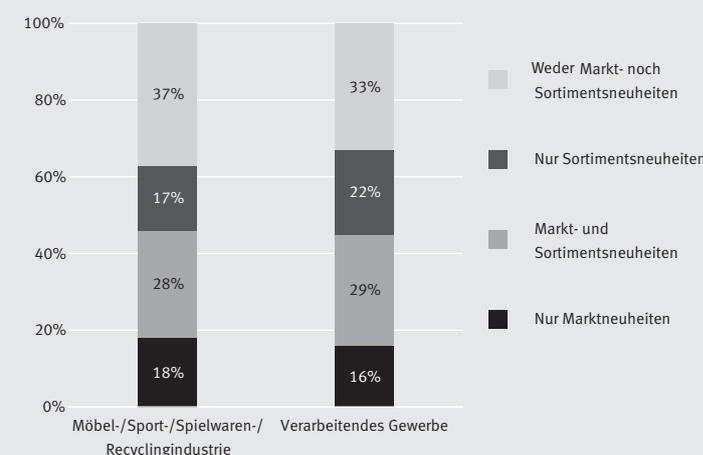
Effekte von Prozessinnovationen in der Möbel-/Sport-/Spielwaren-/Recyclingindustrie (2004)



Lesehilfe: Im Jahr 2004 haben 24% der Prozessinnovatoren durch Prozessinnovationen weder ihre durchschnittlichen Stückkosten gesenkt noch die Qualität ihrer Produkte verbessert.
Quelle: ZEW/ISI (2006): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2005.

- Der Anteil der Prozessinnovatoren, die weder Kostenreduktionen noch Qualitätssteigerungen realisieren konnten, ist im Zeitraum 2003 bis 2004 um 2 Prozentpunkte auf 24% gestiegen. Dieser Anteil liegt deutlich über dem im verarbeitenden Gewerbe (15%).
- 48% der Prozessinnovatoren haben Qualitätssteigerungen realisiert. Im Industriemittel konnten im Jahr 2004 dagegen 68% der Prozessinnovatoren Qualitätsziele erreichen.
- Der Anteil Prozessinnovatoren, die Kostenreduktionen erreichen konnten, blieb im Jahresvergleich konstant bei 56%. Dies entspricht dem Durchschnittswert für das verarbeitende Gewerbe.

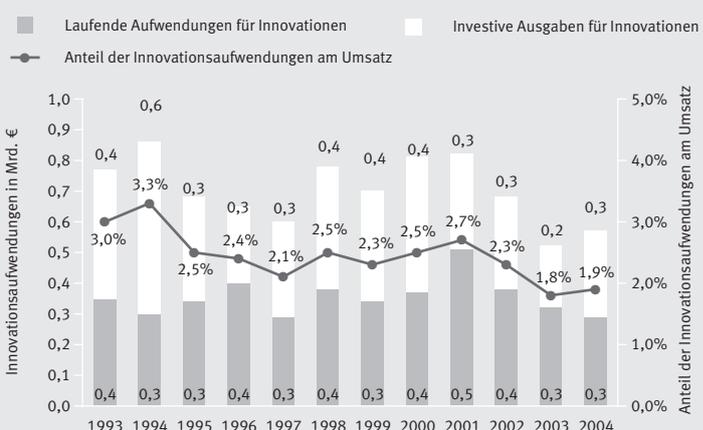
Arten von Produktinnovationen in der Möbel-/Sport-/Spielwaren-/Recyclingindustrie (2004)



Lesehilfe: Im Jahr 2004 haben 37% der Produktinnovatoren neue Produkte auf den Markt gebracht, die weder Sortimentsneuheiten noch Marktneuheiten darstellen.
Quelle: ZEW/ISI (2006): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2005.

- Der Anteil der Produktinnovatoren ohne Markt- und Sortimentsneuheiten ist in der Möbel-/Sportwaren-/Spielwaren-/Recyclingindustrie mit 37% höher als im verarbeitenden Gewerbe (33%). Diese Produktinnovatoren haben somit lediglich Nachahmerprodukte innerhalb ihres angestammten Produktsortiments eingeführt.
- Der Anteil der Produktinnovatoren, die auch Marktneuheiten einführen konnten, betrug im Jahr 2004 46%. Im Vorjahr waren es noch 49% gewesen. Damit liegt die Branche etwa im Durchschnitt des verarbeitenden Gewerbes.
- Der im Vergleich zum verarbeitenden Gewerbe geringere Anteil von Produktinnovatoren mit Sortimentsneuheiten (45% gegenüber 51%) zeigt an, dass die Unternehmen bereits mit einem verhältnismäßig breiten Sortiment im Markt sind.

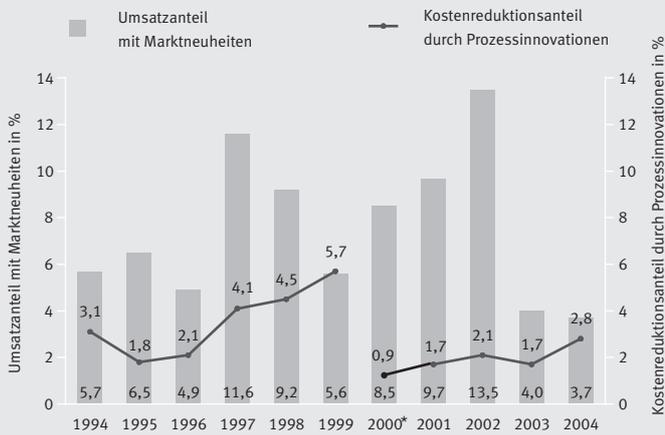
Struktur der Innovationsaufwendungen in der Möbel-/Sport-/Spielwaren-/Recyclingindustrie (1993-2004)



Lesehilfe: Im Jahr 2004 entfielen von den insgesamt 0,6 Mrd. € Innovationsaufwendungen 0,3 Mrd. € auf laufende und weitere 0,3 Mrd. € auf investive Innovationsausgaben. Die Innovationsintensität betrug 1,9%.
Quelle: ZEW/ISI (2006): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2005.

- Der Anteil der Innovationsaufwendungen am Umsatz ist im Jahr 2004 auf 1,9% leicht gestiegen. Gleichwohl ist dies der zweitniedrigste Wert in den vergangenen zwölf Jahren. Die schwache Nachfrageentwicklung am deutschen Markt hat somit deutliche Spuren im Umfang der Innovationsaktivitäten hinterlassen.
- Der aktuelle Anstieg der Innovationsaufwendungen geht auf höhere investive Ausgaben zurück. Diese machten 2004 mit 0,3 Mrd. € etwa die Hälfte aller Innovationsaufwendungen aus. Sie liegen aber noch immer unter dem Niveau der Jahre 1998-2000 (jeweils ca. 0,4 Mrd. €).
- Die laufenden Aufwendungen (FuE, Konstruktion, Design, Marketing etc.) für neue Produkte und Verfahren verharrten mit 0,3 Mrd. € auf niedrigem Niveau.

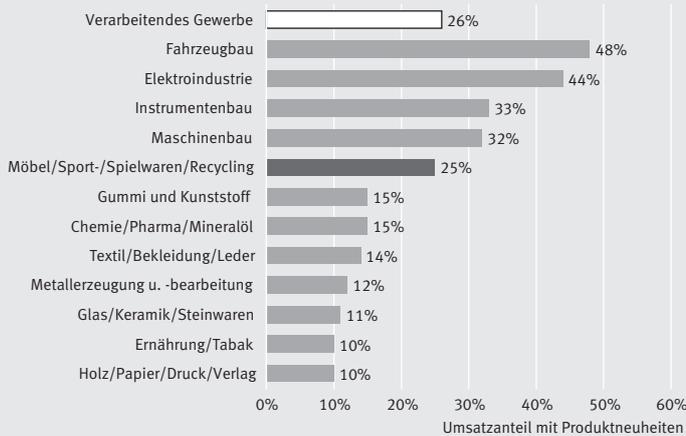
Umsatzanteile mit Marktneuheiten und Kostenreduktionsanteile in der Möbel-/Sport-/Spielwaren-/Recyclingindustrie (1994-2004)



Lesehilfe: Im Jahr 2004 lag der Umsatzanteil, der mit Marktneuheiten erzielt wurde, bei 3,7%. Durch Prozessinnovationen verringerten die Unternehmen ihre Stückkosten um durchschnittlich 2,8%. *Zwischen 1999 und 2000 erhebungsbedingter Bruch in der Zeitreihe der Kostenreduktionsanteile.
Quelle: ZEW/ISI (2006): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2005.

- Die durchschnittliche Kostenreduktion durch Prozessinnovationen stieg im Jahr 2004 auf 2,8% der Gesamtkosten der Branche an. Dies ist der höchste Wert seit 2000. Vergleiche mit den Jahren vor 2000 sind wegen Änderungen in der Fragestellung nicht aussagekräftig.
- Der Umsatzanteil mit Marktneuheiten ist im Vergleich zum Vorjahr leicht gefallen (3,7% im Jahr 2004, -0,3 Prozentpunkte). Dieser Anteil ist damit weit entfernt von den hohen Werten der Jahre 1997 bis 2002.
- Die höheren Kostensenkungserfolge können im Zusammenhang mit den gestiegenen investiven Aufwendungen gesehen werden, da diese in erster Linie auf rationellere Produktionsverfahren abzielen.

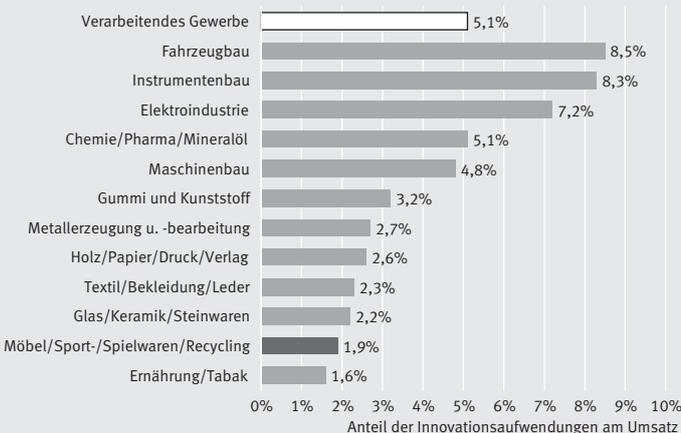
Umsatzanteil mit Produktneuheiten nach Branchen des verarbeitenden Gewerbes (2004)



Lesehilfe: In der Möbel-, Spielwaren-, Sportwaren- und Recyclingindustrie wurden im Jahr 2004 25% des Umsatzes mit Produktneuheiten (d.h. mit Produkten, die nicht älter als drei Jahre sind) erzielt.
Quelle: ZEW/ISI (2006): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2005.

- Der Umsatzanteil mit Produktneuheiten - d.h. mit Produkten, die nicht älter als drei Jahre sind - lag in der Möbel-/Sportwaren-/Spielwaren-/Recyclingindustrie im Jahr 2004 bei 25%. Damit liegt die Branche etwa im Durchschnitt des verarbeitenden Gewerbes.
- Dass jeder vierte Euro in der Branche mit neuen Produkten umgesetzt wird, unterstreicht die verhältnismäßig kurzen Produktlebenszyklen und die Abhängigkeit des Erfolges der Branche von Produktinnovationen.
- Auf Platz 1 beim Umsatzanteil mit neuen Produkten liegt der Fahrzeugbau. Dessen Umsatzanteil mit neuen Produkten ist mit 48% fast doppelt so hoch ist wie derjenige der Möbel-/Sportwaren-/Spielwaren-/Recyclingindustrie.

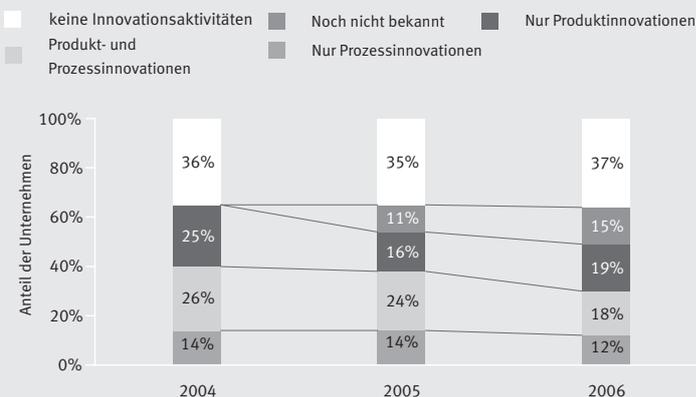
Innovationsintensität nach Branchen des verarbeitenden Gewerbes (2004)



Lesehilfe: Die Unternehmen in der Möbel-, Sportwaren-, Spielwaren- und Recyclingindustrie gaben im Jahr 2004 1,9% ihres Umsatzes für Innovationsprojekte aus.
Quelle: ZEW/ISI (2006): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2005.

- Gemessen an der Innovationsintensität liegt die Möbel-, Sportwaren-, Spielwaren- und Recyclingindustrie mit 1,9% auf dem vorletzten Platz. Hinter ihr liegt nur noch die Ernährungs- und Tabakindustrie (1,6%).
- Der Durchschnitt im verarbeitenden Gewerbe von 5,1% wird damit deutlich unterschritten.
- Die hohe Bedeutung von Produktneuheiten in Verbindung mit der niedrigen Innovationsintensität deutet auf einen – im Vergleich zu anderen Branchen – geringeren technischen Aufwand und eine geringere Komplexität bei der Entwicklung neuer Produkte hin.

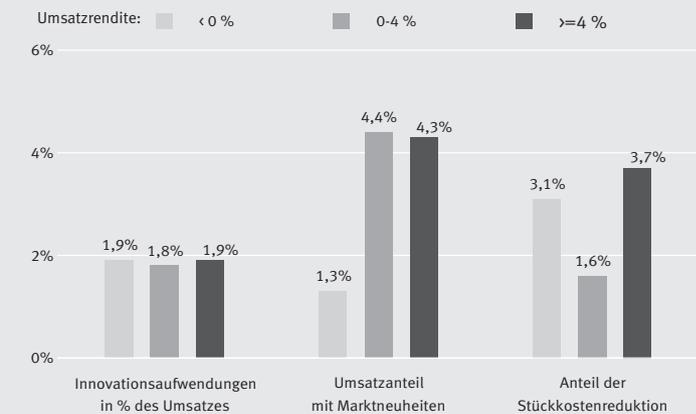
Geplante Innovationsaktivitäten in der Möbel-/Sport-/Spielwaren-/Recyclingindustrie (2004-2006)



Lesehilfe: Im Jahr 2004 waren 64% der Unternehmen in der Möbel-/Sportwaren-/Spielwaren-/Recyclingindustrie innovativ tätig. Für 2005 planten zum Befragungszeitpunkt (Frühjahr 2005) 54% fest mit Innovationsaktivitäten, 11% waren sich noch unsicher. Für 2006 liegt die Quote der sicher innovativ tätigen Unternehmen bei knapp 59%, 15% waren sich noch unsicher, 37% wussten bereits, dass sie 2006 keine Innovationsaktivitäten durchführen werden.
Quelle: ZEW/ISI (2006): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2005.

- Im Jahr 2004 waren 64% der Unternehmen innovativ tätig. Diese Quote liegt deutlich über dem Innovatorenanteil (56%, vgl. Abb. 1), da hier auch Unternehmen mit noch laufenden oder zwischenzeitlich abgebrochenen Innovationsaktivitäten mitgezählt sind.
- Für das Jahr 2005 gingen zum Befragungszeitpunkt (Frühjahr 2005) 54% der Unternehmen davon aus, Innovationsprojekte durchzuführen. Gegenüber 2004 verringerte sich vor allem der Anteil der Unternehmen, die nur Produktinnovationsaktivitäten betreiben.
- Für 2006 liegt die Quote der fest mit Innovationsaktivitäten planenden Unternehmen bei 49%. Der Anteil der noch unsicheren Unternehmen steigt von 11% im Jahr 2005 auf 15% im Jahr 2006.

Benchmarking: Innovationen und Umsatzrendite der Möbel-/Sport-/Spielwaren-/Recyclingindustrie (2004)



Lesehilfe: Die Unternehmen der Möbel-/Sportwaren-/Spielwaren-/Recyclingindustrie mit einer Umsatzrendite von mehr als 4% wandten im Jahr 2004 1,9% ihres Umsatzes für Innovationsprojekte auf, erzielten 4,3% ihres Umsatzes mit Marktneuheiten und konnten ihre Stückkosten mit Hilfe von Prozessinnovationen um 3,7% senken.
Quelle: ZEW/ISI (2006): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2005.

- Unternehmen mit einer positiven Rendite im Jahr 2004 (4% und mehr) erzielten überdurchschnittliche hohe Umsatzanteile mit Marktneuheiten. Renditestarke Unternehmen konnten außerdem ihre Stückkosten mit Hilfe von Prozessinnovationen um fast 4% senken. Diese Innovationserfolge gelangen ihnen mit vergleichsweise niedrigen Aufwendungen für Innovationen (1,9% des Umsatzes).
- Unternehmen mit einer negativen Rendite konnten zwar ebenfalls recht hohe Kosteneinsparungen durch neue Verfahren erzielen. Gleichzeitig blieb der marktseitige Innovationserfolg gering. Offenbar zielten diese Unternehmen auf Rationalisierungsinnovationen ab, wobei die dafür notwendigen Investitionen – zumindest kurzfristig – das Ergebnis belastet haben.

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 2004 rund 202.000 Personen beschäftigt.

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 (BMBF) in Zusammenarbeit mit ifas, Institut für angewandte Sozialwissenschaft Bonn und für das Jahr 2005 auch mit dem Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung (ISI), das Innovationsverhalten der deutschen Wirtschaft. Ein repräsentativer Querschnitt von über 5.000 Unternehmen gibt jährlich zu seinen Innovationsaktivitäten und -strategien Auskunft. Zusätzlich werden über 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 2004 vorläufige) Grundgesamtheit in Deutschland. Die Werte für 2003 und 2004 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, www.zew.eu
Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Wolfgang Franz (Präsident)

Redaktion: Dr. Bernd Ebersberger, Telefon 0721 6809 134, Telefax 0721 6809 260, E-Mail: b.ebersberger@isi.fraunhofer.de
Heide Löhlein, Telefon 0621/1235-179, Telefax 0621/1235-170, E-Mail: loehlein@zew.de

Projektteam: Dr. Christian Rammer, Birgit Aschhoff, PD Dr. Knut Blind, Thorsten Doherr, Dr. Bernd Ebersberger, Dr. 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, 2006

Weitere Informationen: www.zew.de/innovation