

ZEW Innovationen Branchenreport

Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung, Mannheim

Jahrgang 10 · Nummer 12 · Mai 2003

Innovationsreport: Möbel, Schmuck, Spielwaren, Musikinstrumente und Sportgeräte

In der Branche Möbel, Schmuck, Spielwaren, Musikinstrumente und Sportgeräte hat sich 2001 der Innovatorenanteil deutlich erhöht. Besonders stark gestiegen ist der Anteil der Unternehmen mit Kosten senkenden Prozessinnovationen. Die Innovationsaufwendungen erreichen in etwa wieder das Vorjahresniveau, sollen bis 2003 allerdings erheblich sinken.

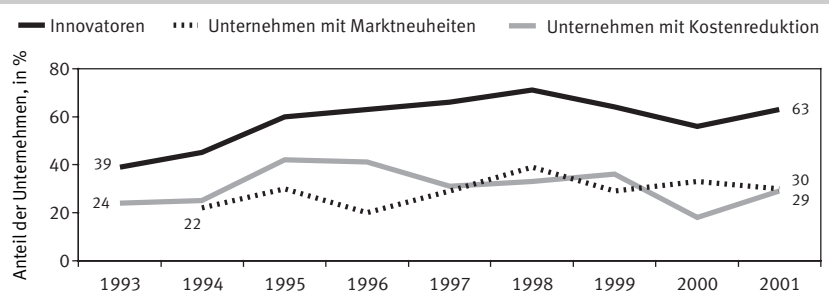
Die deutsche Wirtschaft hat trotz der seit Ende 2000 anhaltenden Wachstumsschwäche im Jahr 2001 ihre Innovationsaktivitäten nicht zurückgefahren. In der deutschen Industrie ist der Innovatorenanteil mit 61% nahezu konstant geblieben (2000: 62%). Die Innovationsaufwendungen des verarbeitenden Gewerbes erreichten mit 60,6 Mrd. € einen neuen Höchststand. Im Jahr 2003 will die Industrie ihre Innovationsbudgets auf knapp 62 Mrd. € ausweiten.

Der Innovatorenanteil in der Branche Möbel, Schmuck, Spielwaren, Musikinstrumente und Sportgeräte ist zum ersten Mal seit 1998 wieder deutlich angestiegen. Mit gut 63% haben wieder in etwa so viele Unternehmen Innovationen eingeführt wie 1996 und 1999.

Stark zugenommen hat auch der Anteil der Unternehmen mit Kosten senkenden Prozessinnovationen. Der Anstieg dieser Kennzahl fiel mit 11 Prozentpunkten (von 18% auf 29%) sogar noch höher aus als der des Innovatorenanteils.

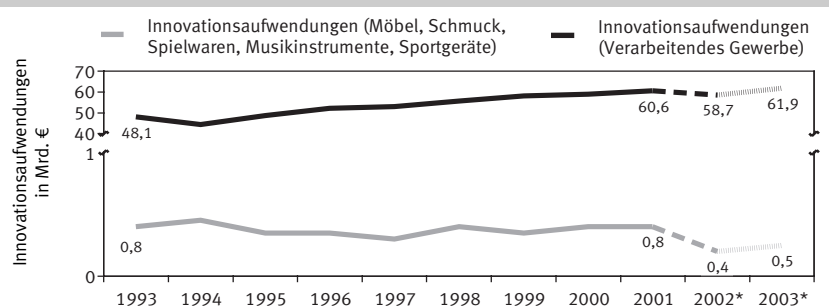
Die Entwicklung bei den Marktneuheiten läuft nun bereits seit einigen Jahren entgegengesetzt zu der Entwicklung bei den Kosten senkenden Prozessinnovationen. Konsequenterweise hat sich der Anteil von Unternehmen mit Marktneuheiten auch 2001 wieder leicht verringert. Er fiel von 33% auf

Abbildung 1: Anteil der Innovatoren in der Branche Möbel, Schmuck, Spielwaren, Musikinstrumente und Sportgeräte (1993 bis 2001)



Lesehilfe: Im Jahr 2001 zählten 63% der Unternehmen der Branche zu den innovativen Unternehmen. 29% der Unternehmen führten Prozessinnovationen ein, die zu Kostenreduktionen führten. 30% der Unternehmen haben 2001 mindestens eine Marktneuheit angeboten.
Quelle: ZEW (2003): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2002.

Abbildung 2: Innovationsaufwendungen in der Branche Möbel, Schmuck, Spielwaren, Musikinstrumente und Sportgeräte (1993 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 0,5 Mrd. €.
Quelle: ZEW (2003): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2002

30%. Im Jahr 2001 wendeten die Unternehmen der Branche erneut etwa 800 Mio. € für innovative Vorhaben auf. Werden die Pläne der Unternehmen umgesetzt, dann haben sie 2002 allerdings mit 400 Mio. € erstmalig weniger als eine halbe Milliarde Euro für Innovationsaktivitäten ausgegeben. Die anhaltende Konjunkturlaute in der Möbelin-

dustrie hat die Einschätzungen sicher beeinflusst. Laut Hauptverband der deutschen Holz und Kunststoffe verarbeitenden Industrie (HDH) ist der Umsatz der Möbelindustrie im ersten Halbjahr 2002 um 10% zurückgegangen. Für 2003 rechnen die Unternehmen mit Innovationsaufwendungen von 500 Mio. €.

Innovationsintensität leicht gestiegen

In der Branche Möbel, Schmuck, Spielwaren, Musikinstrumente und Sportgeräte ist die Innovationsintensität, gemessen als Anteil der Innovationsaufwendungen am Umsatz, 2001 leicht gestiegen. Der Anstieg um 0,2 Prozentpunkte auf 2,6% ist allerdings allein auf den gefallen Umsatz der Branche zurückzuführen. Im Vergleich zum verarbeitenden Gewerbe insgesamt ist die Innovationsintensität immer noch ziemlich gering. Dort summierten sich die Innovationsaufwendungen auf 4,3% des Umsatzes.

Absolut gesehen sind die Innovationsaufwendungen bei 800 Mio. € konstant geblieben. Der Anteil der investiven Innovationsaufwendungen an den gesamten Aufwendungen ist von 50% auf 42% gesunken. Die laufenden Aufwendungen haben sich dagegen um 100 Mio. € auf 500 Mio. € erhöht.

Kostenreduktionsanteil nimmt stark zu

Die Unternehmen der Branche Möbel, Schmuck, Spielwaren, Musikinstrumente und Sportgeräte konnten durch neue Prozesse und Verfahren wieder deutlich mehr Kosten einsparen als 2000. Der Kostenreduktionsanteil stieg von 1,9% auf 3,4%. Die Kostenreduktionsanteile am Ende der 90er Jahre wurden nicht wieder erreicht. Im verarbeitenden Gewerbe insgesamt ist der Einsparungsanteil mit 6,3% erneut deutlich höher.

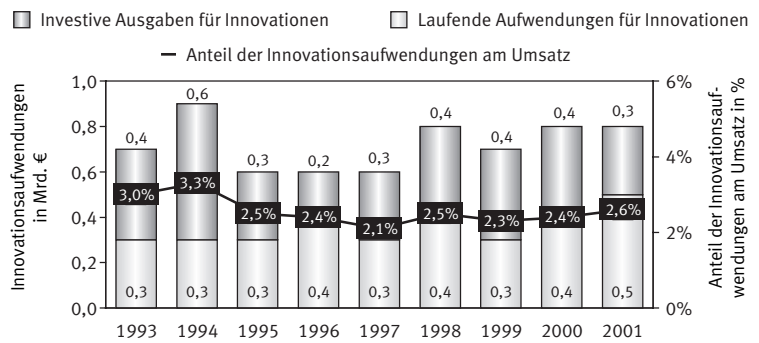
Ebenfalls gestiegen ist der Umsatzanteil mit Marktneuheiten. Mit 9,1% erwirtschafteten die Unternehmen einen größeren Teil ihres Umsatzes mit marktneuen Produkten als die deutsche Industrie im Durchschnitt (8,2%). Gegenüber 2000 stieg der Anteil in der Branche um nicht ganz 2 Prozentpunkte an, während er im verarbeitenden Gewerbe nur um 0,4 Prozentpunkte zulegte.

Marktneuheiten wichtig für große Unternehmen

Beim Umsatzanteil mit Marktneuheiten hat sich die Größenklassenstruktur nahezu umgekehrt. Waren 2000 noch die kleinen Unternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten diejenigen, die mit 16% den größten Umsatzanteil vorweisen konnten, sind es nun mit 14% die Unternehmen mit 200 und mehr Mitarbeitern. In der mittleren Größenklasse steuerten im Jahr 2001 marktneue Produkte nur 2% zum Umsatz der Unternehmen bei. Bei den kleinen Unternehmen lag der Anteil bei 4%.

Auch beim Anteil der Unternehmen mit Marktneuheiten ergeben sich deutliche Unterschiede zwischen den Größenklassen. In der obersten Größenklasse haben 63% der Unternehmen marktneue Produkte eingeführt. Bei den kleinen und mittleren Unternehmen liegt der Anteil dagegen nur bei 27% bzw. 30%.

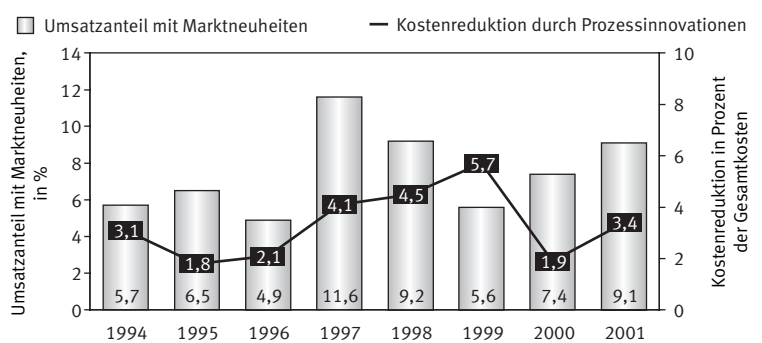
Abbildung 3: Innovationsaufwendungen in der Branche Möbel, Schmuck, Spielwaren, Musikinstrumente und Sportgeräte (1993 bis 2001)



Lesehilfe: Im Jahr 2001 entfallen von den insgesamt 0,8 Mrd. € Innovationsaufwendungen 0,5 Mrd. € auf laufende und weitere 0,3 Mrd. € auf investive Innovationsausgaben. Die Innovationsintensität beträgt 2,6%.

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

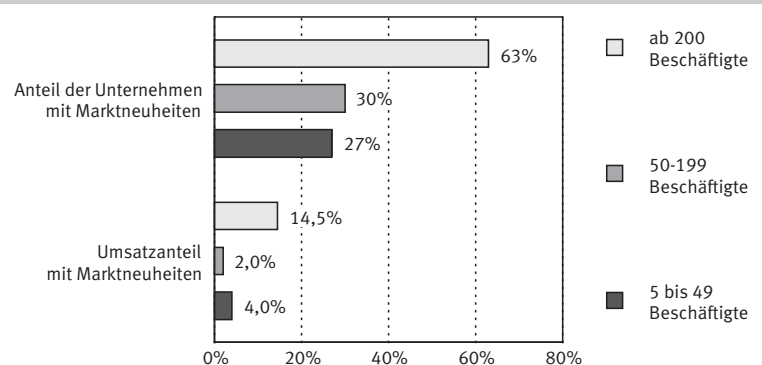
Abbildung 4: Umsatzanteile mit Marktneuheiten und Kostenreduktion in der Branche Möbel, Schmuck, Spielwaren, Musikinstrumente und Sportgeräte (1994 bis 2001)



Lesehilfe: Im Jahr 2001 liegt der Umsatzanteil, den die Unternehmen der Branche mit Marktneuheiten erwirtschafteten, bei 9,1%. Durch Prozessinnovationen sparten die Unternehmen 3,4% der Kosten ein.

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

Abbildung 5: Unternehmen mit Marktneuheiten und Umsatzanteile mit Marktneuheiten in der Branche Möbel, Schmuck, Spielwaren, Musikinstrumente und Sportgeräte nach Größenklassen (2001)



Lesehilfe: In der Branche haben 63% der großen Unternehmen Marktneuheiten eingeführt und mit diesen 14,5% ihres Umsatzes erwirtschaftet.

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

Rationalisierungsinnovationen bei großen Unternehmen wirkungsvoller

Die Verbreitung von Kosten reduzierenden Prozessinnovationen sinkt in der Branche Möbel, Schmuck, Spielwaren, Musikinstrumente und Sportgeräte mit zunehmender Unternehmensgröße. Der Anteil der Unternehmen mit Rationalisierungsinnovationen verringert sich mit zunehmender Unternehmensgröße von 31%, über 27% auf 19%.

Beim Kostenreduktionsanteil ist die Struktur genau umgekehrt. In allen Größenklassen erhöhte sich der Anteil um etwa 1,5 Prozentpunkte gegenüber 2000, so dass nach wie vor die größten Unternehmen (>199 Beschäftigte) mit 3,6% den höchsten Kostenreduktionsanteil erreichen, gefolgt von den mittleren Unternehmen (50-199 Beschäftigte) mit 2,7% und den kleinen Unternehmen (<50 Beschäftigte) mit 2,4%.

Beim Innovatorenanteil im Mittelfeld

Die Branche Möbel, Schmuck, Spielwaren, Musikinstrumente und Sportgeräte erreichte 2001 mit einem Innovatorenanteil von 63% unter den 12 Branchen des verarbeitenden Gewerbes den siebten Platz. Im verarbeitenden Gewerbe insgesamt liegt der Anteil bei 61%. Auf den vorderen Plätzen konnten sich auch 2001 die bereits als hoch-innovativ bekannten Branchen, wie die chemische Industrie oder die Elektroindustrie einreihen. In diesen Branchen liegt der Innovatorenanteil teilweise über der 70%-Marke.

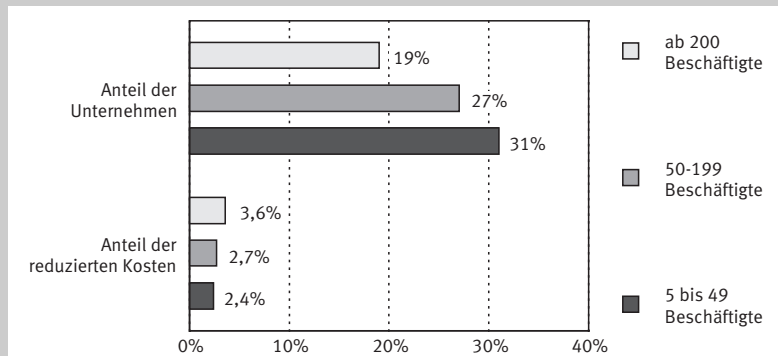
Das Ranking zeigt zudem, dass auch in den weniger innovativen Branchen noch mehr als die Hälfte aller Unternehmen Produktinnovationen oder Prozessinnovationen einführte. Am geringsten ist der Innovatorenanteil mit 52% in der Glas- und Keramikindustrie.

Innovationsintensität in der Branche unterdurchschnittlich

Mit einem Anteil der Innovationsaufwendungen am Umsatz von 2,6%, erreicht die Branche Möbel, Schmuck, Spielwaren, Musikinstrumente und Sportgeräte 2001 nur den drittletzten Platz unter allen Branchen der deutschen Industrie. Allerdings ist der Abstand zum Vorletzten, der Glas- und Keramikindustrie, mit 0,7 Prozentpunkten schon sehr groß. Andererseits bleibt die Innovationsintensität aber um 1,7 Prozentpunkte unter den Mittelwert für das verarbeitende Gewerbe (4,3%).

Die ersten Plätze bei diesem Ranking nehmen die Elektroindustrie (7,8%), der Fahrzeugbau (6,2%) und die Optik, Medizin-, Mess-, Steuer- und Regelungstechnik (5,5%) ein. Ihre Innovationsintensität ist deutlich höher als in allen anderen Branchen des verarbeitenden Gewerbes.

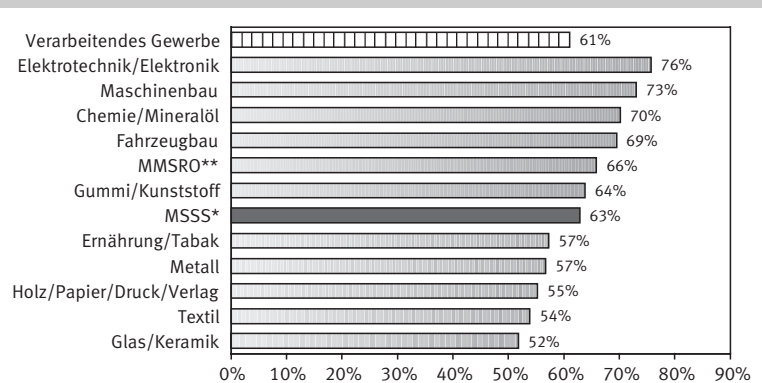
Abbildung 6: Unternehmen mit Kostenreduktion und eingesparten Kosten in der Branche Möbel, Schmuck, Spielwaren, Musikinstrumente und Sportgeräte nach Größenklassen (2001)



Lesehilfe: 27% der Unternehmen mit 50-199 Beschäftigten der Branche führten Kosten reduzierende Prozessinnovationen durch. Dadurch verminderten sich die durchschnittlichen Kosten in dieser Größenklasse um 2,7%.

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

Abbildung 7: Innovatorenanteil in ausgewählten Branchen des verarbeitenden Gewerbes (2001)

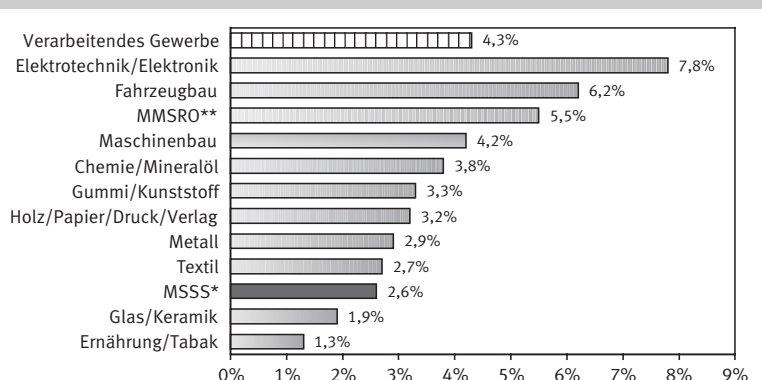


*MSSS: Möbel, Schmuck, Spielwaren und Sportgeräte **MMSRO: Medizin-, Mess-, Steuer- und Regelungstechnik, Optik

Lesehilfe: 70% der Chemie-Unternehmen führten im Jahr 2001 Innovationen ein.

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

Abbildung 8: Innovationsintensität in ausgewählten Branchen des verarbeitenden Gewerbes (2001)



*MSSS: Möbel, Schmuck, Spielwaren und Sportgeräte **MMSRO: Medizin-, Mess-, Steuer- und Regelungstechnik, Optik

Lesehilfe: Die Fahrzeugbauer gaben im Jahr 2001 6,2% ihres Umsatzes für Innovationsprojekte aus.

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

Marktneuheiten wichtig für das Umsatzwachstum

Das Innovationsbenchmarking liefert Anhaltspunkte für erfolgreiches Innovationsverhalten in der Branche. Als Referenzgruppe wurden die (hochgerechnet) 25% wachstumsstärksten Unternehmen in 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 am stärksten gewachsene Unternehmen der Branche Möbel, Schmuck, Spielwaren, Musikinstrumente und Sportgeräte haben im Jahr 2001 einen geringeren Anteil ihres Umsatzes für Innovationsprojekte aufgewendet als die Branche im Durchschnitt. Die Innovationsintensität der Benchmark-Gruppe lag bei 1,7%, während im Branchenmittel 2,6% des Umsatzes in innova-

tive Vorhaben investiert wurde. Deutlich setzten sich die am stärksten gewachsenen Unternehmen vom Branchendurchschnitt beim Umsatzanteil mit Marktneuheiten ab. Zum Umsatz der Benchmark-Unternehmen tragen marktneue Produkte 13% bei. Im Branchenmittel liegt dieser Umsatzanteil nur bei 9,1%.

Beide Kennzahlen zusammengenommen deuten darauf hin, dass sich die wachstumsstarken Unternehmen im Jahr 2001 vor allem auf die Vermarktung und weniger auf die häufig sehr teure Entwicklung von Marktneuheiten konzentrierten. Auch das Innovationsergebnis mit Prozessinnovationen ist bei den stark gewachsenen Unternehmen überdurchschnittlich ausgefallen. Während der Kostenreduktionsanteil im Branchendurchschnitt bei 3,4% liegt, konnten die Benchmark-Unternehmen ihre durchschnittlichen Kosten mit Hilfe von Innovationen um 4% reduzieren.

Insgesamt bestätigt das Benchmarking im Jahr 2001 die Ergebnisse aus dem Vorjahr. Der einzige Unterschied ergibt sich beim Kostenreduktionsanteil, der im Jahr 2000 in beide Gruppen bei 1,9% lag.

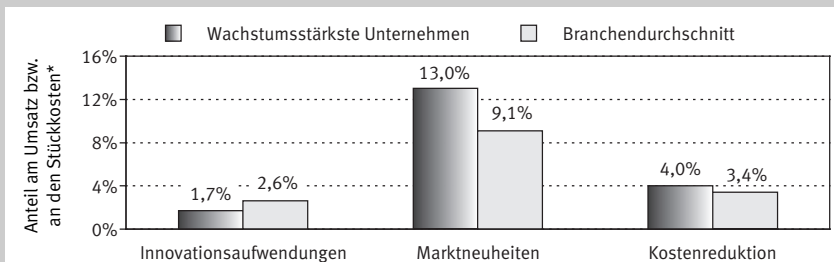
Definitionen und Abgrenzungen

Die Branche umfasst eine heterogene Struktur von Einzel- bzw. Teilbranchen, 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 230.000 Personen beschäftigt. **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. **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.

Abbildung 9: Benchmarking für Innovationsinput und -ergebnis in der Branche Möbel, Schmuck, Spielwaren, Musikinstrumente und Sportgeräte (2001)



Lesehilfe: Die wachstumsstärksten Unternehmen der Branche erzielten 13,0% ihres Umsatzes mit Marktneuheiten, während der Umsatzanteil mit Marktneuheiten im Branchendurchschnitt bei 9,1% lag.

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

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

Das Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), Mannheim, untersucht seit 1993 im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (bmb+f) in Zusammenarbeit mit ifas, 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 2001 vorläufige) Grundgesamtheit 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