

ZEW Branchenreport

Jahrg. 13 · Nr. 16 · Mai 2006

Ergebnisse der deutschen Innovationserhebung 2005

Großhandel

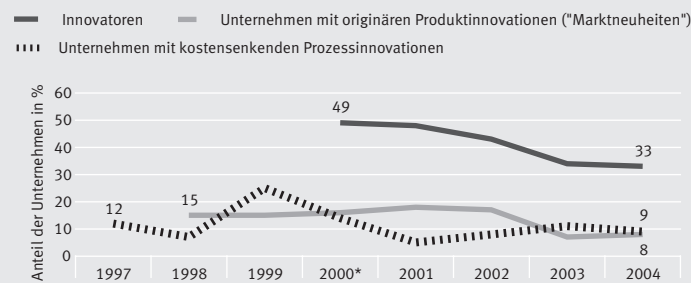
Der deutsche Großhandel setzte 2004 den in 2003 begonnen Erholungsprozess fort. Dies spiegelte sich auch in den Innovationsaktivitäten wider. Hier konnte der Abwärtstrend der vergangenen Jahre gestoppt werden. Der Anteil der Innovatoren blieb mit 33% im Jahr 2004 gegenüber dem Vorjahr unverändert. Für 2005 ist nach den vorliegenden Planzahlen allerdings wieder ein leichter Rückgang der Innovationsbeteiligung zu erwarten. Aussagen für 2006 sind wegen eines hohen Anteils noch unentschiedener Unternehmen unsicher. Die Innovationsaufwendungen erhöhten sich im

Jahr 2004 im Vergleich zu 2003 leicht auf 2,5 Mrd. €. Für das Jahr 2005 gehen die Unternehmen von weiter steigenden Innovationsaufwendungen aus (2,6 Mrd. €), 2006 sollen die Innovationsbudgets 3,0 Mrd. € betragen. Insgesamt liegt der Fokus der Innovationsaktivitäten im Großhandel auf kostensenkenden Prozessinnovationen. Mit einer durchschnittlichen Reduktion der Stückkosten um 3,5% waren die Bemühungen im Jahr 2004 im Vergleich zu den Vorjahren besonders erfolgreich.

Die Innovationsaktivitäten des Großhandels sind im Branchenvergleich jedoch

unterdurchschnittlich: Die Innovationsaufwendungen machten 2004 nur 0,4% des Umsatzes aus. Dagegen liegt der Umsatzanteil mit neuen Produkten mit 11% nahe am Durchschnitt des Dienstleistungsgewerbes (12%). Trotz der vergleichsweise geringeren Bedeutung innovativer Aktivitäten im Großhandel zeigt sich ein deutlicher Zusammenhang zwischen Innovationstätigkeit und Unternehmenserfolg. Unternehmen mit der höchsten Umsatzrendite weisen auch die höchste Innovationsintensität und den höchsten Umsatzanteil mit Marktneuheiten auf.

Anteil der Innovatoren im Großhandel (1997-2004)

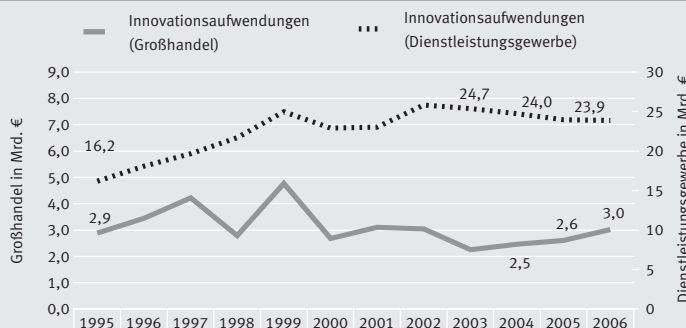


Lesehilfe: Im Jahr 2004 konnten 33% der Großhandelsunternehmen erfolgreich neue Produkte oder Prozesse einführen. 9% der Unternehmen führten kostensenkende Prozessinnovationen ein. 8% der Unternehmen haben 2004 mindestens eine Marktneuheit angeboten. *Innovatorenanteil vor dem Jahr 2000 mit den Folgejahren nicht vergleichbar.

Quelle: ZEW/ISI (2006): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2005.

- Im Jahr 2004 verharrte der Anteil der Innovatoren nach Jahren rückläufiger Entwicklung bei 33%.
- Der Anteil der Unternehmen mit kostensenkenden Prozessinnovationen fiel am aktuellen Rand um 2 Prozentpunkte auf nun 9%. Der positive Trend der Jahre 2002 und 2003 konnte somit nicht fortgesetzt werden.
- Der Anteil der Unternehmen, die erfolgreich originäre Produktinnovationen einführen konnten, stieg von 7% im Jahr 2003 auf 8% im Jahr 2004 leicht an. Im Vergleich zu den Jahren 1998 bis 2002 ist dieser Wert jedoch klar unterdurchschnittlich.

Innovationsaufwendungen im Großhandel (1995-2006)

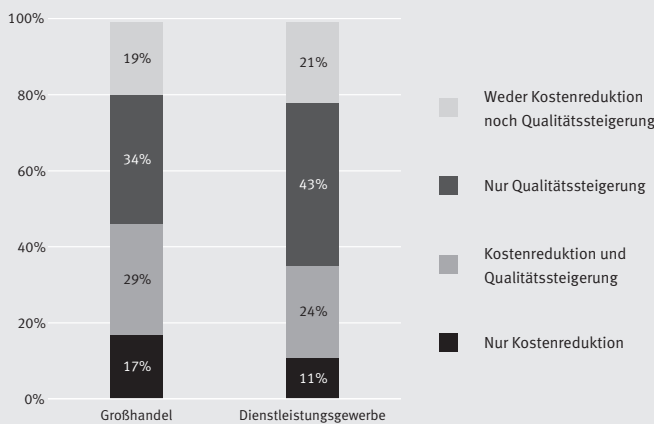


Lesehilfe: Im Jahr 2004 gaben die Unternehmen der Branche 2,5 Mrd. € für Innovationsprojekte aus. Für das Jahr 2005 planten sie mit Innovationsaufwendungen in Höhe von 2,6 Mrd. €.

Quelle: ZEW/ISI (2006): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2005.

- Die Innovationsaufwendungen im Großhandel unterlagen in den letzten Jahren starken Schwankungen.
- Insgesamt konnte nach der Jahrtausendwende das Niveau der 1990er Jahre nicht gehalten werden. Im Jahr 2004 gab die Branche insgesamt 2,5 Mrd. € für Innovationsprojekte aus. 1999 waren es noch 4,8 Mrd. € gewesen.
- Für 2005 ist ein leichter Anstieg auf 2,6 Mrd. € geplant, für das Jahr 2006 planten die Unternehmen Mitte 2005 ein deutlich erhöhtes Ausgaben-niveau von 3,0 Mrd. €.

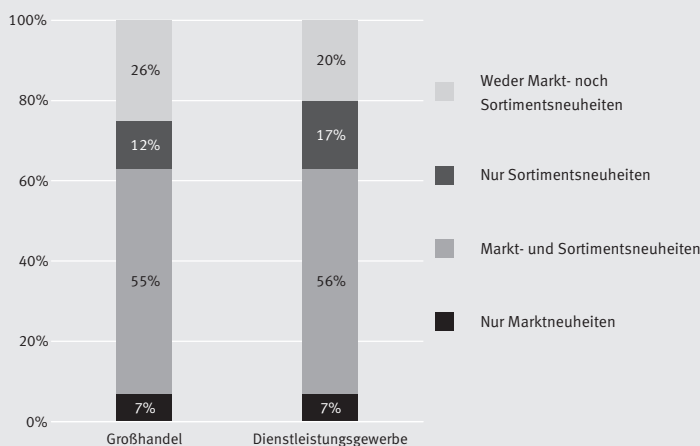
Effekte von Prozessinnovationen im Großhandel (2004)



Lesehilfe: Im Jahr 2004 haben 19% der Prozessinnovatoren im Großhandel durch Prozessinnovationen weder ihre durchschnittlichen Stückkosten gesenkt noch die Qualität ihrer Produkte/Dienstleistungen verbessert.
Quelle: ZEW/ISI (2006): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2005.

- Qualitätssteigerungen wurden im Berichtsjahr 2004 von fast zwei Dritteln der Prozessinnovatoren im Großhandel realisiert. Das sind 21 Prozentpunkte mehr als im Vorjahr, aber etwa 3 Prozentpunkte weniger als im Durchschnitt des Dienstleistungssektors.
- 19% der Prozessinnovatoren erzielten weder Qualitätssteigerungen noch Kostensenkungen. Dies sind 2 Prozentpunkte weniger als im Durchschnitt des Dienstleistungsgewerbes.
- Der Anteil der Prozessinnovatoren mit Kostensenkungseffekten verringerte sich gegenüber 2003 um 10 Prozentpunkte und betrug im Jahr 2004 46%. Dies ist aber weiterhin mehr als im Mittel der Dienstleistungsbranchen (35%).

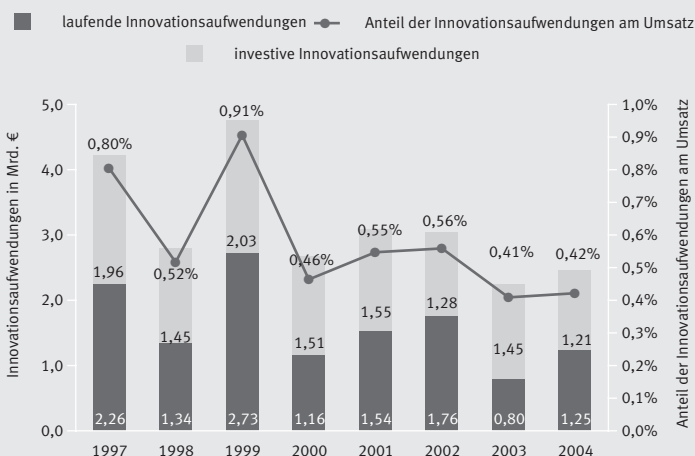
Arten von Produktinnovationen im Großhandel (2004)



Lesehilfe: Im Jahr 2004 haben 26% der Produktinnovatoren im Großhandel neue Produkte eingeführt, die weder Marktneuheiten noch Sortimentsneuheiten waren.
Quelle: ZEW/ISI (2006): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2005.

- 26% der Produktinnovatoren im Großhandel führten im Jahr 2004 weder Markt- noch Sortimentsneuheiten ein. Ihr Anteil liegt um 6 Prozentpunkte höher als im gesamten Dienstleistungssektor.
- Der überwiegende Teil – 56% der Unternehmen mit Produktinnovationen – führte sowohl Markt- als auch Sortimentsneuheiten ein. Dieser Anteil entspricht dem Durchschnitt im Dienstleistungsgewerbe.
- Knapp zwei Drittel (63%) der Produktinnovatoren führten im Jahr 2004 auch Marktneuheiten ein. Damit stieg dieser Anteil um beinahe 50% gegenüber dem Vorjahr.

Struktur der Innovationsaufwendungen im Großhandel (1997-2004)



Lesehilfe: Im Jahr 2004 entfielen von den insgesamt 2,5 Mrd. € Innovationsaufwendungen 1,3 Mrd. € auf laufende und weitere 1,2 Mrd. € auf investive Innovationsausgaben. Die Innovationsintensität betrug 0,4%.
Quelle: ZEW/ISI (2006): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2005.

- Die Höhe der Innovationsaufwendungen, gemessen am Umsatz, stabilisierte sich 2004 bei etwa 0,4%. In absoluten Werten stiegen die Innovationsaufwendungen auf 2,5 Mrd. €.
- Hierfür waren die laufenden Aufwendungen für Innovationsvorhaben verantwortlich. Sie nahmen um 0,5 Mrd. € auf 1,3 Mrd. € zu. Die investiven Innovationsaufwendungen sanken dagegen auf einen Tiefststand von 1,2 Mrd. €.
- Im Vergleich zu den starken Schwankungen am Ende der 1990er Jahre scheinen sich die Innovationsaufwendungen auf niedrigerem Niveau zu stabilisieren.

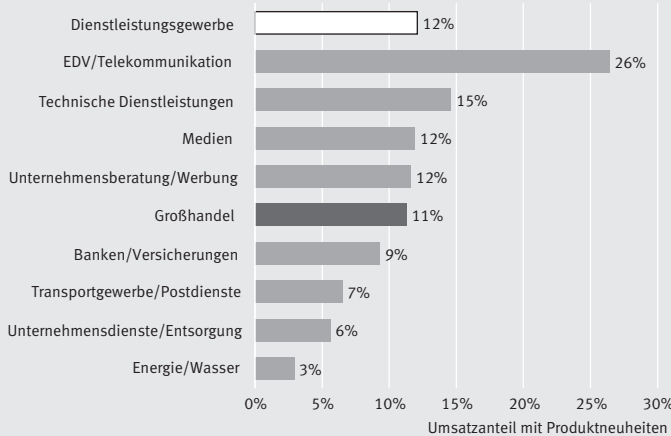
Umsatzanteile mit Marktneuheiten und Kostenreduktionsanteile im Großhandel (1997-2004)



Lesehilfe: Im Jahr 2004 lag der Umsatzanteil, den die Unternehmen der Branche mit Marktneuheiten erwirtschaften konnten, bei 2,6%. Durch Prozessinnovationen verringerten die Unternehmen ihre Stückkosten um 3,5%.
Quelle: ZEW/ISI (2006): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2005.

- Die erzielten Kostenreduktionen durch Prozessinnovationen stiegen nach 2001 kontinuierlich an. Im Jahr 2004 erreichten sie mit 3,5% ein neues Rekordhoch.
- Der Umsatzanteil, der mit originären Produktinnovationen erzielt wurde (d.h. Marktneuheiten, die im zurückliegenden Dreijahreszeitraum erstmals eingeführt worden waren) betrug 2004 2,6%.
- Dieser Anteil ist zum zweiten Mal in Folge gestiegen, hat aber noch nicht die Höhe von Ende der 90er Jahre erreicht. Damals wurden von jedem umgesetzten Euro über 6 Cent durch Marktneuheiten erwirtschaftet.
- Seit 2000 hat sich der Umsatzanteil mit Marktneuheiten auf vergleichsweise niedrigem Niveau stabilisiert.

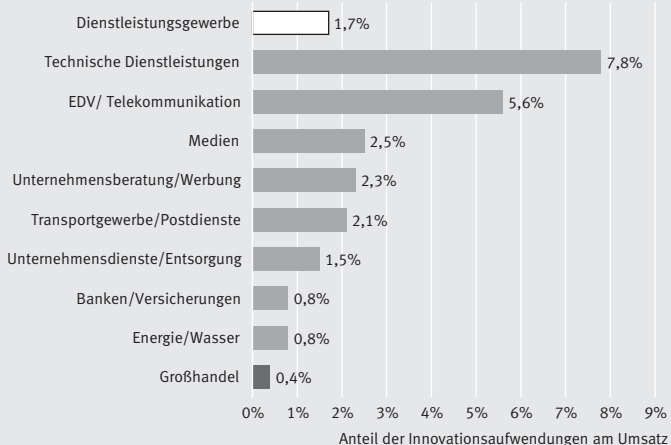
Umsatzanteil mit Produktneuheiten in ausgewählten Branchen des Dienstleistungsgewerbes (2004)



Lesehilfe: Im Großhandel wurden im Jahr 2004 11% des Umsatzes mit neuen Produkten erwirtschaftet.
Quelle: ZEW/ISI (2006): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2005.

- Der Umsatzanteil mit Produktneuheiten – das sind Produkte, die nicht älter als 3 Jahre sind – liegt im Großhandel mit 11% im Mittelfeld des Dienstleistungsgewerbes.
- Angeführt wird die Liste von der EDV- und Telekommunikationsbranche, in der von jedem umgesetzten Euro 26 Cent auf neue Produkte und Dienstleistungen zurückgehen.
- Auf den letzten drei Plätzen des Branchenvergleichs liegen das Transportgewerbe (7%), die Unternehmensdienste/Entsorgung (6%) und die Medien (3%).

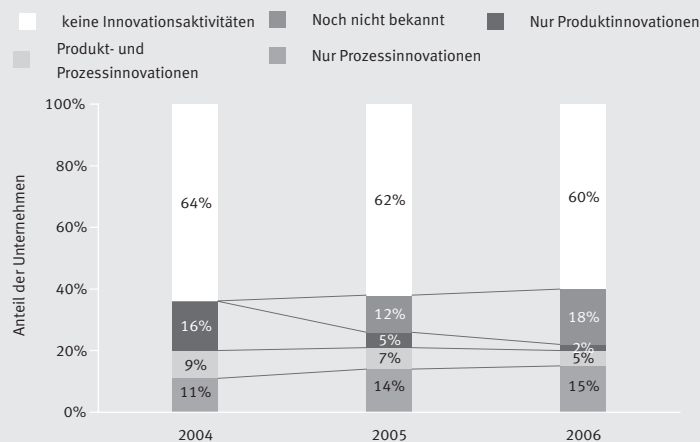
Innovationsintensität in ausgewählten Branchen des Dienstleistungsgewerbes (2004)



Lesehilfe: Der Großhandel gab im Jahr 2004 0,4% seines Umsatzes für Innovationsprojekte aus.
Quelle: ZEW/ISI (2006): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2005.

- Im Branchenvergleich weist der Großhandel die niedrigste Innovationsintensität auf. Von jedem umgesetzten Euro wird weniger als ein halber Cent für Innovationsaktivitäten bereitgestellt.
- Im Branchendurchschnitt beträgt diese Maßzahl mit 1,7% mehr als das Vierfache des Werts des Großhandels.
- Der niedrige Wert ist vor dem Hintergrund niedriger Umsatzmargen zu sehen. Dadurch stehen auch je umgesetzten Euro weniger Mittel für Investitionen und damit auch für Innovationen zur Verfügung.
- Der Branchenvergleich wird angeführt von den technischen Dienstleistungen mit 7,8% und der EDV/Telekommunikation mit 5,6%.

Geplante Innovationsaktivitäten im Großhandel (2004-2006)

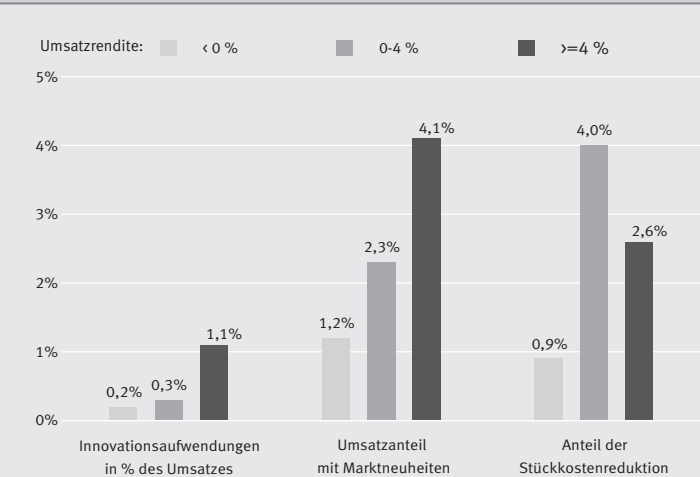


Lesehilfe: 36% der Großhandelsunternehmen führten 2004 Innovationsprojekte durch. Zum Befragungszeitpunkt (Frühjahr 2005) gaben 26% der Unternehmen an, dass sie im Jahr 2005 innovativ tätig sein werden. 12% der Unternehmen waren sich zum Befragungszeitpunkt noch unsicher, 62% werden 2005 keine Innovationsaktivitäten verfolgen.

Quelle: ZEW/ISI (2006): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2005.

- 64% der Unternehmen im Großhandel führten 2004 keine Innovationsprojekte durch. 9% befassten sich sowohl mit Produkt- als auch mit Prozessinnovationen.
- Mitte des Jahres 2005 waren sich 26% der Unternehmen bereits sicher, in diesem Jahr innovativ tätig zu werden. 12% der Unternehmen wussten noch nicht, ob sie Innovationsaktivitäten durchführen werden.
- Für 2006 liegt der Anteil der sicher innovativ tätigen bei 22%, 18% sind sich noch unsicher.
- Der Anteil der Unternehmen, die sich ausschließlich mit Prozessinnovationsaktivitäten beschäftigen, wird 2005 und 2006 ansteigen.

Benchmarking: Innovationen und Umsatzrendite im Großhandel (2004)



Lesehilfe: Die Unternehmen der Branche mit einer Umsatzrendite von mehr als 4% reduzierten im Jahr 2004 ihre Stückkosten um durchschnittlich 2,6%.

Quelle: ZEW/ISI/ISI (2006): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2005.

- Im Großhandel zeigt sich ein deutlicher positiver Zusammenhang zwischen Innovationsaktivitäten und Umsatzrendite.
- Unternehmen mit einer Umsatzrendite von mehr als 4% hatten sowohl den höchsten Umsatzanteil mit Marktneuheiten (4,1%) als auch die höchste Innovationsintensität (1,1%).
- Ertragsschwache Unternehmen weisen die niedrigste Innovationsintensität, den niedrigsten Umsatzanteil mit Marktneuheiten und die geringsten Kostenreduktionseffekte von Prozessinnovationen auf.
- Dies spricht trotz der eher geringen Spielräume dafür, dass Innovationen eine erfolgreiche Strategie für hohe Renditen im Großhandel sind.

Der Wirtschaftszweig Großhandel umfasst die in der NACE-Klassifikation 51 genannten Teilbranchen der Handelsvermittlung, des Großhandels mit landwirtschaftlichen Grundstoffen und lebenden Tieren, Nahrungsmitteln, Getränken, Tabakwaren, Gebrauchs- und Verbrauchsgütern, Halbwaren, Reststoffen, Maschinen und Ausrüstungen. Die Branche beschäftigte im Jahr 2004 über 920.000 Personen.

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 infas, 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