

ZEW Innovationen Branchenreport

Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung, Mannheim

Jahrgang 9 · Nummer 20 · Oktober 2002

Innovationsreport: Wohnungswesen und Vermietung

Der Anteil der Unternehmen mit Innovationen liegt im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe über dem Durchschnitt bei den distributiven Dienstleistern. Marktneuheiten sind eher selten anzutreffen, trotzdem spielen sie für den Umsatz der Branche eine wichtige Rolle. Besonders die wachstumsstärksten Unternehmen der Branche erwirtschaften einen großen Teil des Umsatzes mit Marktneuheiten.

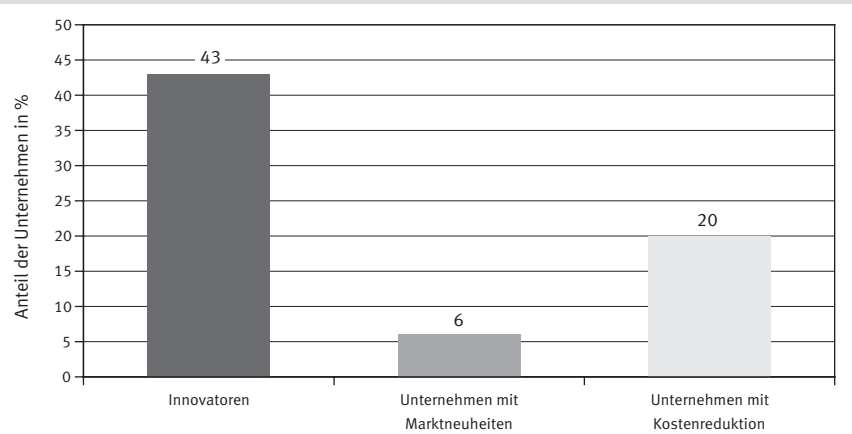
Von den distributiven Dienstleistern führten im Jahr 2000 etwa vier von zehn Unternehmen neue oder merklich verbesserte Dienstleistungen in den Markt ein bzw. setzten neue Verfahren im Unternehmen ein. Im Vergleich dazu sind bei den unternehmensnahen Dienstleistern sechs von zehn Unternehmen Innovatoren. Bei den ostdeutschen distributiven Dienstleistern liegt der Innovatorenanteil bei 42%, bei den westdeutschen dagegen bei 40%. In der Industrie und bei den unternehmensnahen Dienstleistern ist das Verhältnis von Ost und West umgekehrt.

In der Branche Wohnungswesen und Vermietungen waren 43% der Unternehmen Innovatoren und damit mehr als im Einzelhandel und den Verkehrs- und Postdiensten. Nur die Großhandelsunternehmen haben häufiger Innovationen eingeführt.

Wenige Unternehmen mit Marktneuheiten

Von den distributiven Dienstleistern boten im Jahr 2000 rund 10% der Unternehmen ihren Kunden Marktneuheiten, d.h. Produkte und Dienstleistungen, die nicht nur für das Unternehmen sondern für den gesamten Markt neu waren, an.

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



Lesehilfe: Im Jahr 2000 zählten 43% der Unternehmen der Branche zu den innovativen Unternehmen. 6% der Unternehmen haben 2000 mindestens eine Marktneuheit angeboten. 20% der Unternehmen führten Kosten senkende Prozessinnovationen ein.

Quelle: ZEW (2002): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2001.

Deutliche Unterschiede gibt es zwischen den einzelnen Größenklassen. Der Anteil der Unternehmen mit Marktneuheiten liegt bei den kleinen und mittleren Unternehmen, die die gesamte Entwicklung dominieren, bei gut 10% und bei den großen bei etwa 23%.

Im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe spielen Marktneuheiten kaum eine

Rolle. Lediglich 6% der Unternehmen führten Marktneuheiten ein. Bei anderen Branchen der distributiven Dienstleister ist der Anteil der Unternehmen mit Marktneuheiten deutlich höher.

Auch im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe sind die großen Unternehmen häufiger mit originären Dienstleistungsinnovationen am Markt vertreten, als

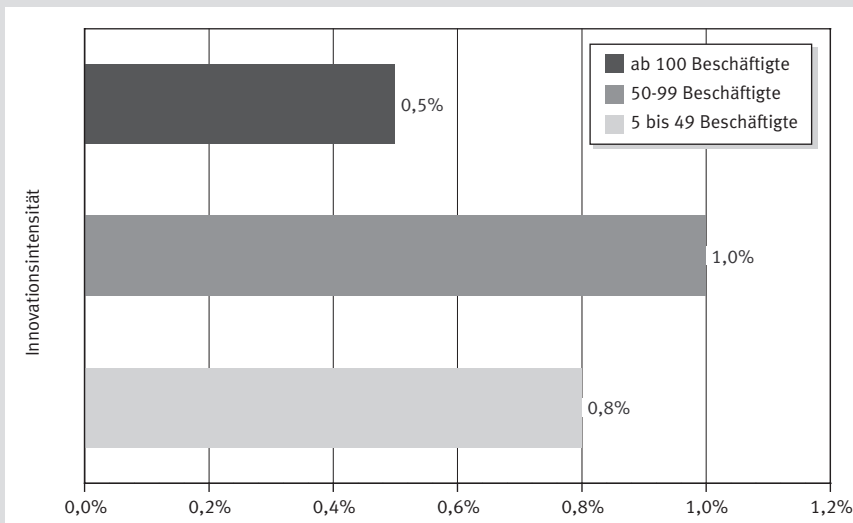
Wichtiger Hinweis

Die ZEW-Innovationserhebungen des Jahres 2001 sind der deutsche Beitrag zu den europaweit harmonisierten dritten Community Innovation Surveys (CIS 3). Auf Grund der Vorgaben von Eurostat mussten einige Definitionen leicht verändert und Teile des Fragebogens umstrukturiert werden. Die Harmonisierung des Erhebungsinstrumentariums hat Umstellungen in den Branchenberichten erforderlich gemacht.

Bei einigen Fragen kann ein verändertes Antwortverhalten der Unternehmen nicht ausgeschlossen werden. Aus Vorsicht werden daher für das aktuelle Jahr 2000 einige Indikatoren nicht ausgewiesen. Dies sind die Anteile von Unternehmen mit Produktinnovationen, die Anteile von Unternehmen mit Prozessinnovationen und die Umsatzanteile mit Produktinnovationen.

Für den distributiven Dienstleistungssektor werden nur Werte für das Jahr 2000 ausgewiesen, da bei allen Indikatoren ein Vergleich mit den Vorjahren nicht möglich ist.

Abbildung 2: Innovationsintensität im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe nach Größenklassen (2000)



Lesehilfe: Die Innovationsintensität lag bei den Unternehmen mit 50-99 Beschäftigten der Branche bei 1%.
Quelle: ZEW (2002): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2001.

die kleinen. In der Größenklasse ab 100 Mitarbeiter bot mehr als jedes fünfte Unternehmen Marktneuheiten an, von den kleinen Unternehmen mit weniger als 50 Mitarbeitern dagegen nicht einmal jedes zwanzigste.

Innovationsaufwendungen sehr gering

Die Innovationsaufwendungen der distributiven Dienstleister summieren sich im Jahr 2000 auf 10 Mrd. €. Die kleinen Dienstleistungsunternehmen steuerten dazu 5,3 Mrd. € bei, die wenigen großen (ca. 1,3% der Unternehmen) dagegen 4,7 Mrd. €.

Die Innovationsintensität, gemessen als Anteil der Innovationsaufwendungen am Umsatz, liegt für die distributiven Dienstleister bei etwas weniger als einem Prozent. Im Vergleich zur Industrie (4,4%) und den unternehmensnahen Dienstleistern (3,1%) stellen die Handels- und Verkehrsunternehmen damit einen relativ geringen Teil ihres Umsatzes für Innovationsprojekte zur Verfügung.

Die Unternehmen des Wohnungswesens und Vermietungsgewerbes steuerten im Jahr 2000 nur 0,6% zu den Innovationsaufwendungen der distributiven Dienstleister bei. Mit Aufwendungen in Höhe von 600 Mio. € investierten sie um 1,9 Mrd. € weniger in Innovationsprojekte als z.B. der Einzelhandel.

Auch die Innovationsintensität der Branche ist geringer als bei den anderen distributiven Dienstleistern. Sie liegt bei weniger als 0,6%.

Die mittleren Unternehmen mit 50-99 Beschäftigten gaben mit 1% noch den größten Teil ihres Umsatzes für Innovationsaktivitäten aus. Bei den großen Unternehmen dagegen summieren sich die Innovationsaufwendungen auf gerade einmal 0,5% des Umsatzes.

Marktneuheiten wichtig für den Umsatz

Im Jahr 2000 erwirtschafteten die distributiven Dienstleister knapp 3% ihres Umsatzes mit Marktneuheiten.

Die kleinen und mittleren Handels- und Verkehrsunternehmen sind bei der Vermarktung von Marktneuheiten erfolgreicher als die großen Unternehmen. Bei ihnen liegt der Anteil der Marktneuheiten am Umsatz bei 3,9%.

Bemerkenswert ist, dass gerade im Osten Marktneuheiten im Umsatz-Portfolio der Unternehmen eine wichtige Rolle spielen. In den neuen Ländern stammten 4,4% des Umsatzes aus dem Verkauf von originären Produktinnovationen.

Die Unternehmen des Wohnungswesens und Vermietungsgewerbes erwirtschafteten einen überdurchschnittlich großen Anteil ihres Umsatzes mit Marktneuheiten. Ganze 4,2% des Umsatzes der Branche, und damit um 1,2 Prozentpunkte mehr als die distributiven Dienstleister im Schnitt, stammt aus dem Verkauf von Marktneuheiten.

Ein besonderes Gewicht haben marktneue Dienstleistungen im Umsatz-Portfolio der kleinen Unternehmen. Die Betriebe mit

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 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 nicht mehr mit den Vorjahren vergleichbar sind. Dies betrifft in erster Linie Ergebnisse für die Dienstleistungsunternehmen, aber auch einzelne Branchen des verarbeitenden Gewerbes. Daher können die Umsatzanteile mit Produktneuheiten bzw. neuen Dienstleistungen nicht mehr mit denen der Vorjahre verglichen werden.

Kosten senkende Prozessinnovationen beziehen sich auf Prozessinnovationen, die zu einer Senkung der durchschnittlichen Kosten geführt haben. **Kostenenkungsanteile** beziehen sich auf Kosten des vorangegangenen Jahres, die durch Kosten senkende Innovationen eines Drei-Jahreszeitraums gesenkt wurden.

weniger als 50 Beschäftigten realisierten einen Umsatzanteil mit Marktneuheiten von 5,9%. Bei den großen Unternehmen lag der Anteil bei 3,8%.

Rationalisierung wichtiges Innovationsmotiv

Der Erfolg von Prozessinnovationen ist schwierig zu messen, da der Erneuerung des Produktionsapparats unterschiedliche Motive zu Grunde liegen können. Prozessinnovationen können zum Beispiel zum Ziel haben Kosteneinsparungen zu realisieren, die Qualität von Produkten und Dienstleistungen zu verbessern, Kapazitäten zu erweitern oder Umweltauflagen zu erfüllen. Werden Prozessinnovationen aus Rationalisierungsgründen eingeführt, kann der Anteil der eingesparten Material- und Personalkosten an den gesamten Kosten als Indikator für die Effizienz der Rationalisierungsmaßnahmen dienen.

Im Jahr 2000 konnte gut jeder zehnte distributive Dienstleister durch neue Verfahren Kosten einzusparen. Der Kostenreduktionsanteil lag in diesem Sektor bei 2,2%.

Unterschiede bestehen vor allem zwischen ostdeutschen und westdeutschen Unternehmen. Während knapp 14% der westdeutschen Handels- und Verkehrsunternehmen Rationalisierungsinnovationen einführten waren es in Ostdeutschland nur rund 7%. Die auch in der konjunkturellen Erholungsphase deutlich geringere Kapazitätsauslastung in Ostdeutschland verringert die Anreize für die Unternehmen in den neuen Bundesländern, in effizienzsteigernde Maßnahmen zu investieren.

Im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe spielt das Rationalisierungsmotiv bei Innovationsentscheidungen eine besonders wichtige Rolle. Jedes fünfte Unternehmen der Branche konnte durch neue Verfahren seine Kosten senken, von den Betrieben mit 50-99 Mitarbeitern sogar fast jedes dritte. Aber auch etwa jedes fünfte von den großen und kleinen Unternehmen reduzierte durch Innovationen seine Kosten.

Überdurchschnittlich ist auch der Kostenreduktionsanteil der Branche. Im Schnitt konnten die Unternehmen ihre Kosten um 2,8% reduzieren. Besonders erfolgreich mit Rationalisierungsinnovationen sind die großen Betriebe. Sie sparten 3,5% ihrer Kosten ein, die kleinen Unternehmen dagegen nicht einmal 1%.

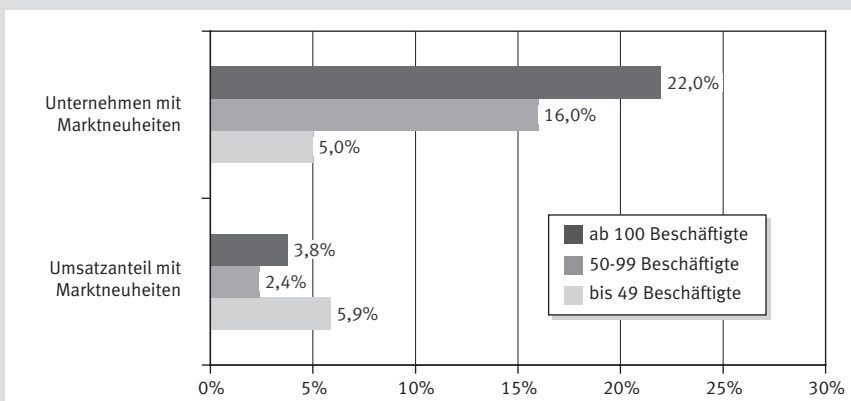
Abbildung 3: Umsatzanteile mit Marktneuheiten und Kostenreduktion im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe (2000)



Lesehilfe: Im Jahr 2000 liegt der Umsatzanteil, den die Unternehmen der Branche mit Marktneuheiten erwirtschafteten, bei 4,2%. Durch Prozessinnovationen sparten die Unternehmen 2,8% der Kosten ein.

Quelle: ZEW (2002): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2001.

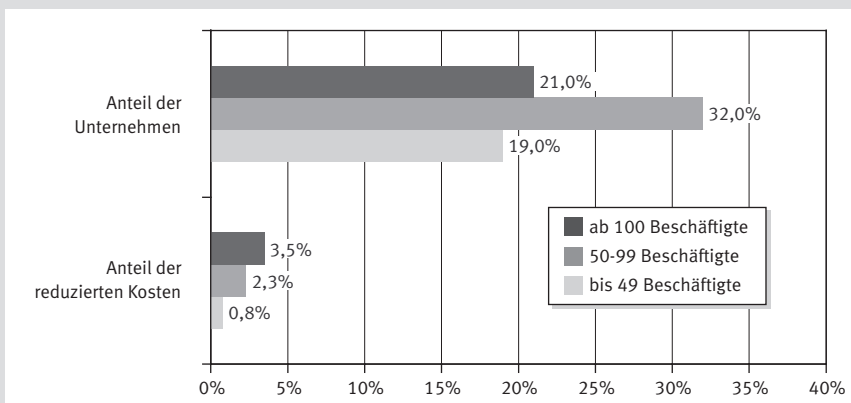
Abbildung 4: Unternehmen mit Marktneuheiten und Umsatzanteile mit Marktneuheiten im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe nach Größenklassen (2000)



Lesehilfe: In der Branche haben 22% der großen Unternehmen Marktneuheiten eingeführt und mit diesen 3,8% ihres Umsatzes erwirtschaftet.

Quelle: ZEW (2002): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2001.

Abbildung 5: Unternehmen mit Kostenreduktion und eingesparten Kosten im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe nach Größenklassen (2000)



Lesehilfe: 32% der Unternehmen mit 50-99 Beschäftigten der Branche führten Kosten reduzierende Prozessinnovationen durch. Dadurch verminderten sich die durchschnittlichen Kosten in dieser Größenklasse um 2,3%.

Quelle: ZEW (2002): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2001.

Wachstum durch Marktneuheiten

Das in diesem Jahr zum zweiten Mal durchgeführte Innovations-Benchmarking 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 ist das Umsatzwachstum von 1999 auf 2000 relevant.

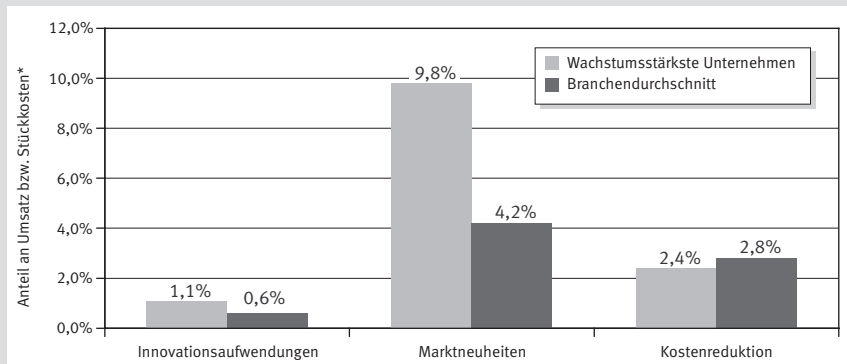
Die Benchmark-Größen umfassen in diesem Jahr die Innovationsaufwendungen pro Umsatz (Innovationsinput), den Umsatzanteil mit Marktneuheiten und die prozentuale Kostenreduktion durch Prozessinnovationen (Innovationsergebnis). Die Umsatz- und Kostenreduktionsanteile stellen das Ergebnis von Innovationen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

Die wachstumsstärksten Unternehmen des Wohnungswesens und Vermietungsgewerbes stellen einen größeren Teil ihres Umsatzes für Innovationsprojekte zur Verfügung als die Branche im Durchschnitt. Die Innovationsintensität liegt in der Benchmark-Gruppe bei 1,1%, im Branchendurchschnitt dagegen bei lediglich 0,6%.

Für das Umsatzwachstum der Branche besonders wichtig sind offensichtlich Marktneuheiten. Die am stärksten gewachsenen Unternehmen erwirtschaften einen um 5,6 Prozentpunkte höheren Anteil ihres Umsatzes mit Marktneuheiten als die Branche im Mittel. Der Anteil der Marktneuheiten am Umsatz liegt bei der Referenzgruppe bei 9,8%, im Branchendurchschnitt bei 4,2%.

Im Gegensatz dazu konnten die dynamischeren Unternehmen geringere Rationalisierungserfolge mit Prozessinnovationen erzielen als die Branchen im Durchschnitt. Der Kostenreduktionsanteil beträgt bei den Benchmark-Unternehmen 2,4%, während im Branchenmittel 2,8% der Kosten durch neue Verfahren eingespart werden konnten.

Abbildung 6: Benchmarking für Innovationsinput und -ergebnis im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe (2000)



Lesehilfe: Die wachstumsstärksten Unternehmen der Branche erzielten 9,8% ihres Umsatzes mit Marktneuheiten, während der Umsatzanteil mit Marktneuheiten im Branchendurchschnitt bei 4,2% lag.

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

Quelle: ZEW (2002): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2001.

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 4.500 Unternehmen gibt jährlich zu seinen Innovationsaktivitäten und -strategien Auskunft. Die Angaben werden hochgerechnet auf die (für das Jahr 2000 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: Günther Ebling, Sandra Gottschalk, Dr. Norbert Janz (Leitung), Bettina Peters, Tobias Schmidt

Nachdruck und sonstige Verbreitung: mit Quellenangabe und Zusendung eines Belegexemplares

Druck: Offset-Friedrich, Ubstadt-Weiher