

Innovationsreport: Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe

In der Branche Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe ist der Innovatorenanteil im Jahr 2002 mit 37% nahezu konstant. Ebenfalls kaum verändert hat sich der Anteil der Unternehmen mit originären Produktinnovation und Rationalisierungsinnovationen. Die Innovationsaufwendungen sollen bis 2004 auf 1 Mrd. € steigen.

Nachdem die Unternehmen der deutschen Wirtschaft im Jahr 2001 trotz anhaltender Wachstumsschwäche die Durchführung von Innovationsaktivitäten nicht zurückgefahren hatten, kam es nun im Jahr 2002 zu Einschnitten auch in diesem Bereich. Der Innovatorenanteil bei den distributiven Dienstleistern ging von allen Wirtschaftszweigen noch am geringsten zurück, von 37 auf 35%.

Die Innovationsaufwendungen erreichten 2002 jedoch erneut einen neuen Höchststand, da vor allem die industriellen Großunternehmen in Summe weiter kräftig in Innovationen investierten. Die Innovationsaufwendungen der distributiven Dienstleister blieben konstant bei gut 9 Mrd. €. Im Jahr 2003 sollen die Aufwendungen, insbesondere im Verkehrssektor merklich steigen, auf bis zu 10 Mrd. €. Für 2004 rechnen die distributiven Dienstleister mit gegenüber 2003 konstanten Innovationsaufwendungen.

Nur sehr leicht zurückgegangen ist im Jahr 2002 der Innovatorenanteil im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe. Erneut haben 37% der Unternehmen in der Branche innovative Dienstleistungen und Prozesse eingeführt (2001:38%). Der Anteil von Unternehmen mit Marktneuheiten hat sich auch nur geringfügig verän-

Abbildung 1: Anteil der Innovatoren im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe (2000 bis 2002)

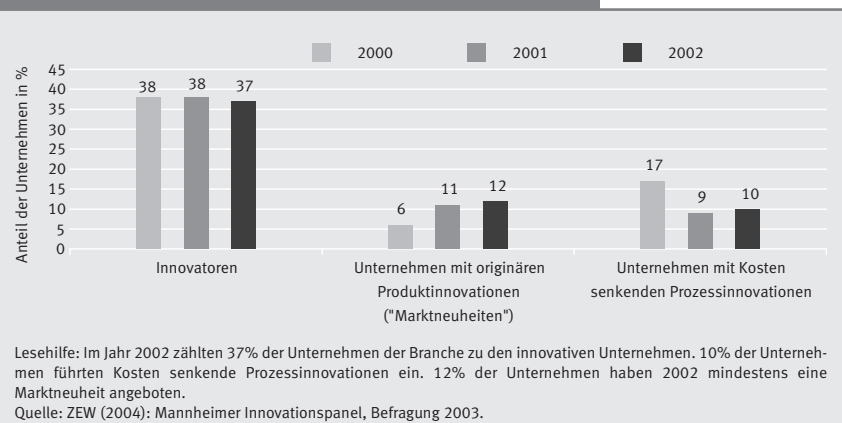
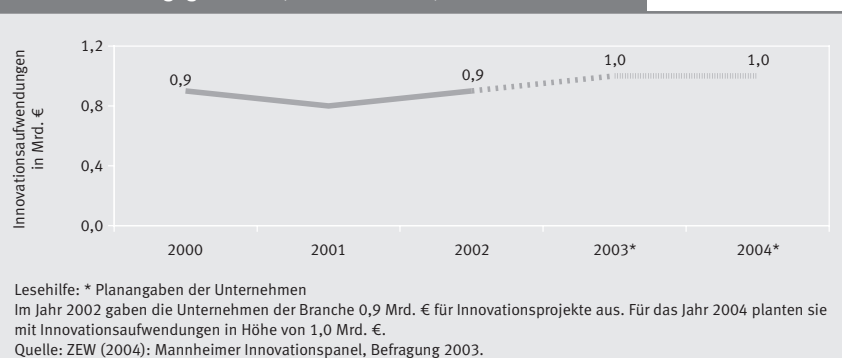


Abbildung 2: Innovationsaufwendungen im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe (2000 bis 2004)



dert. Er liegt für die Branche im Jahr 2002 bei 12%, nach 11% im Jahr davor. Etwa 10% der Unternehmen im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe konnten durch den Einsatz innovativer Verfahren und Prozesse ihre Stückkosten senken. Damit bleibt dieser Wert auf dem niedrigen Niveau des Jahres 2001. 2000 hatten noch 17% der Unternehmen Kosten senkende Prozessinnovationen eingeführt.

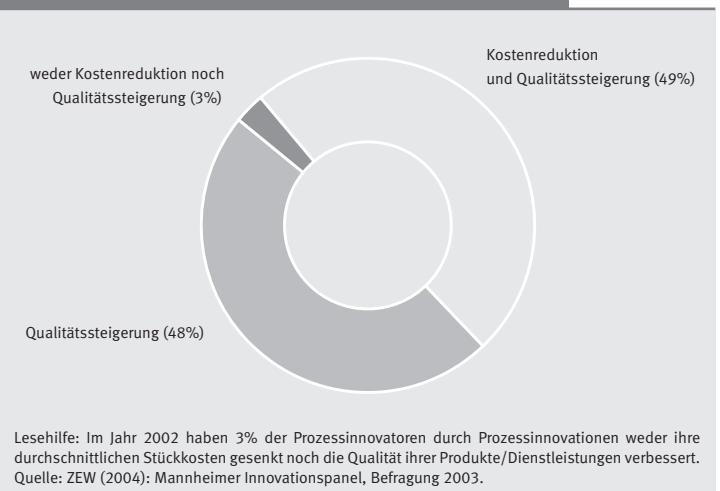
Die Innovationsaufwendungen im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe sind im Jahr 2002 um 100 Mio. € auf 900 Mio. € gestiegen. Im Jahr 2003 sollen sie erstmals seit Beginn der Erhebung die 1 Mrd. € Grenze übertreffen. Auch für 2004 rechnen die Unternehmen der Branche wieder mit Aufwendungen für Innovationsaktivitäten in Höhe von 1 Mrd. €.

Prozessinnovationen erhöhen die Qualität

In der Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe haben 21% der Unternehmen Prozessinnovationen eingeführt. Der häufigste Effekt dieser Innovationen war die Verbesserung der Qualität der angebotenen Dienstleistungen. 97% und damit so viele wie in keiner anderen Branche stellten diese Auswirkung von innovativen Verfahren fest. Bei 49% der Prozessinnovatoren kam es gleichzeitig noch zu Kostensenkungen.

Nur 3% der Prozessinnovatoren führten neue Prozesse und Verfahren ein, die weder zu Kostenersparnissen noch zu Qualitätssteigerungen führten. Dies bedeutet jedoch nicht, dass die Prozessinnovationen dieser Unternehmen ohne Auswirkung geblieben sind. Prozessinnovationen können zum Beispiel auch darauf abzielen, die Flexibilität zu verbessern.

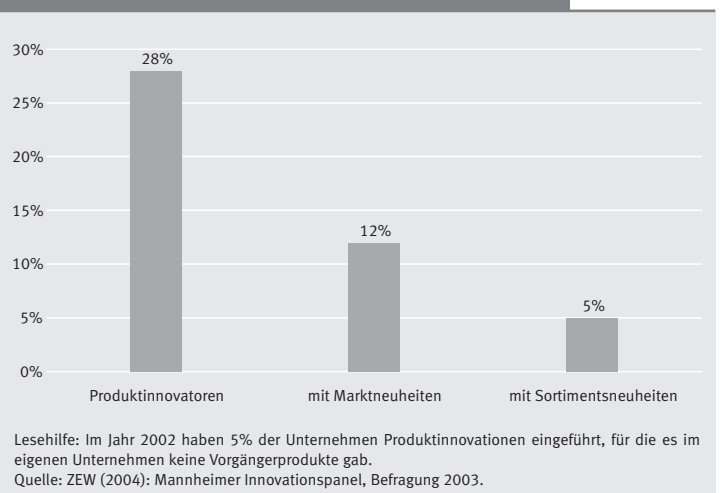
Abbildung 3: Effekte von Prozessinnovationen im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe (2002)



Produktinnovationen nur selten Sortimentsneuheiten

Im Jahr 2002 haben 28% der Unternehmen im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe innovative Dienstleistungen in den Markt eingeführt. 12% der Unternehmen führten Innovationen ein, die nicht nur für das eigene Unternehmen, sondern für den Markt neu waren. Etwa 5% der Unternehmen haben im Jahr 2002 sog. „Sortimentsneuheiten“ eingeführt, d.h. innovative Produkte, für die es im eigenen Unternehmen keine Vorgängerprodukte gab. Aus Sicht der Unternehmen bedeutet diese Art von Innovation meist den Eintritt in ein neues Marktsegment bzw. die Gewinnung neuer Kundengruppen. So gering ist der Anteil in keiner anderen Branche, allerdings bieten sich den Unternehmen auch nicht so viele Möglichkeiten ihr Sortiment durch Innovationen zu erweitern.

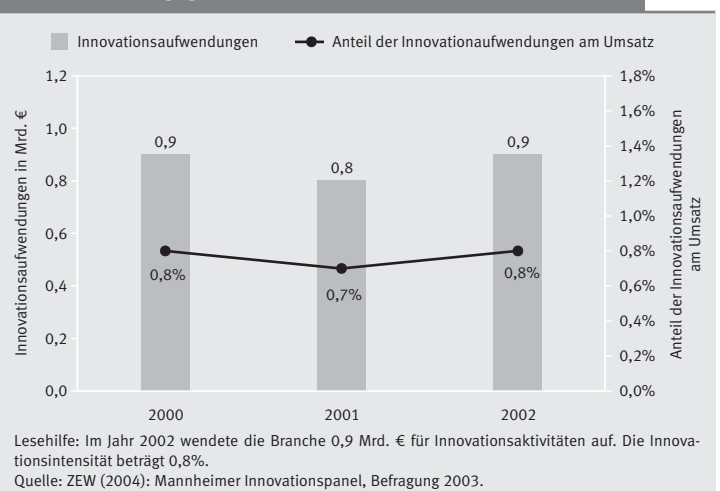
Abbildung 4: Arten von Produktinnovationen im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe (2002)



Innovationsaufwendungen steigen leicht

Die Innovationsaufwendungen im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe sind im Jahr 2002 auf 900 Mio. € gestiegen. So gering sind die Aufwendungen in keiner anderen Dienstleistungsbranche. Allerdings sind die Aufwendungen gegenüber dem Jahr 2001 um 100 Mio. € bzw. 12% angestiegen. Zu den gesamten Aufwendungen der distributiven Dienstleister trägt die Branche damit etwa 10% bei. Auch gemessen am Umsatz sind die Innovationsaufwendungen der Branche gestiegen. Die Innovationsintensität erhöhte sich von 0,7% auf 0,8%. Damit ist der Anteil der Innovationsaufwendungen am Umsatz doppelt so hoch wie im Einzelhandel. Für die distributiven Dienstleister insgesamt ergibt sich eine Intensität von 0,7%, für die unternehmensnahen Dienstleister liegt sie bei 3,4%.

Abbildung 5: Innovationsaufwendungen im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe (2000 bis 2002)



Kostenreduktionsanteil stark gestiegen

Der Anteil der Unternehmen mit Prozessinnovationen hat sich im Jahr 2002 gegenüber 2001 im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe kaum verändert. Die Rationalisierungserfolge waren aber 2002 wesentlich größer als 2001. Die Stückkosten der Branche sanken in Folge von Prozessinnovationen um 3,1%. 2001 konnten die Unternehmen dagegen nur 2,3% ihrer Kosten durch den Einsatz innovativer Verfahren einsparen. Gegenläufig dazu verläuft die Entwicklung beim Umsatzanteil mit Marktneuheiten. Nachdem 2001 noch 3,8% des Umsatzes in der Branche auf originäre Produktinnovationen zurückzuführen waren, waren es 2002 noch 2,7%. Die Konjunkturlaute hat wohl dazu geführt, dass die Absatzchancen für marktneue Dienstleistungen sich verschlechterten und die Unternehmen daher verstärkt versuchten Kosten zu sparen.

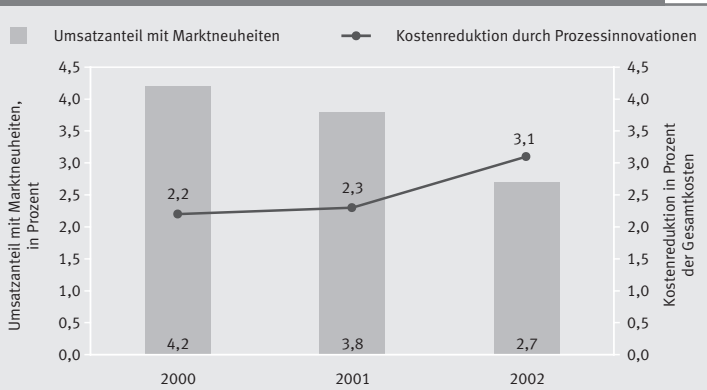
Beim Innovatorenanteil auf Platz 2

Die Branche Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe liegt im Jahr 2002 beim Ranking der distributiven Dienstleister nach dem Innovatorenanteil auf dem 2. Platz hinter dem Großhandel. Im Jahr 2001 lag man noch hinter dem Einzelhandel auf Platz 3. Für die distributiven Dienstleister insgesamt ist der Innovatorenanteil mit 35% etwas geringer als in der Branche. Am Ende des Rankings befindet sich wie schon 2001 die Branche Verkehrs- und Postdienstleister. In dieser Branche haben 30% der Unternehmen ihren Kunden neue Dienstleistungen angeboten oder innovative Verfahren eingesetzt. Bei den Dienstleistern, die vorwiegend Dienste für Unternehmen erbringen, liegt der Innovatorenanteil traditionell höher. Gut die Hälfte der unternehmensnahen Dienstleister hat 2002 Innovationen eingeführt.

Bei der Innovationsintensität auf Platz 2

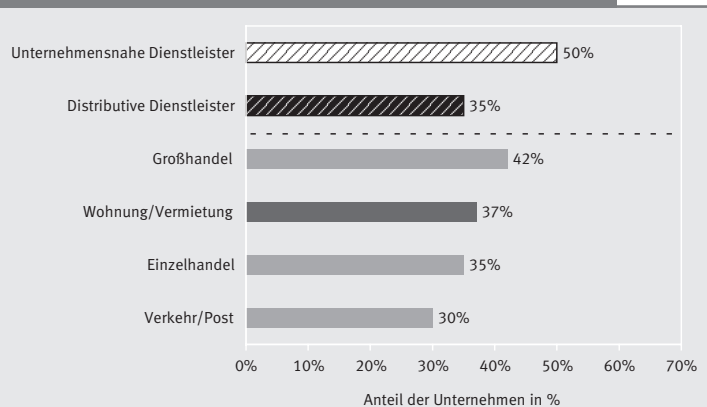
Die Innovationsaufwendungen im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe summieren sich im Jahr 2002 auf 0,8% des Umsatzes. Damit liegt die Branche auf dem zweiten Platz. Der Abstand zu den Verkehrs- und Postdienstleistern, die 2,2% ihres Umsatzes für Innovationsaktivitäten zur Verfügung stellten und damit an der Spitze liegen, hat sich auf 1,4 Prozentpunkte vergrößert. Nur geringfügig kleiner sind die Innovationsintensitäten der Handelsunternehmen. Allerdings sind die Handelsbranchen nur bedingt mit anderen Branchen zu vergleichen, da die Wertschöpfungsanteile gemessen am Umsatz ebenfalls sehr niedrig sind. Im Vergleich zu den unternehmensnahen Dienstleistern, deren Innovationsintensität bei 3,5% liegt, ist die Intensität mit 0,7% bei den distributiven Dienstleistern relativ gering.

Abbildung 6: Umsatzanteile mit Marktneuheiten und Kostenreduktion im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe (2000 bis 2002)



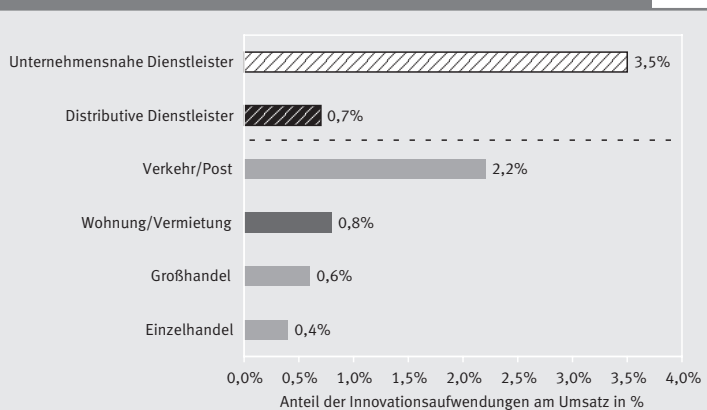
Lesehilfe: Im Jahr 2002 liegt der Umsatzanteil, den die Unternehmen der Branche mit Marktneuheiten erwirtschafteten, bei 2,7%. Durch Prozessinnovationen sparten die Unternehmen 3,1% der Kosten ein. Quelle: ZEW (2004): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2003.

Abbildung 7: Innovatorenanteil in ausgewählten Branchen des distributiven Dienstleistungssektors (2002)



Lesehilfe: 37% der Unternehmen im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe führten im Jahr 2002 Innovationen ein. Quelle: ZEW (2004): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2003.

Abbildung 8: Innovationsintensität in ausgewählten Branchen des distributiven Dienstleistungssektors (2002)



Lesehilfe: Die Branche Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe gab im Jahr 2002 0,8% ihres Umsatzes für Innovationsprojekte aus. Quelle: ZEW (2004): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2003.

MARKTNEUHEITEN ERHÖHEN UMSATZRENDITE

Die in der Erhebung 2003 erstmals abgefragte Umsatzrendite für das Jahr 2002 bietet eine gute Möglichkeit, den Zusammenhang zwischen Rentabilität und Innovationsaktivitäten zu untersuchen. Die für den Vergleich herangezogenen 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, während die Innovationsaufwendungen für das Jahr 2002 abgefragt wurden.

Die Unternehmen im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe mit einer Umsatzrendite von 4% und mehr haben einen wesentlich größeren Teil ihres Umsatzes für Innovationsaktivitäten ausgegeben, als die ökonomisch weniger erfolgreichen Unternehmen. Die Innovationsintensität ist in der obersten Renditegruppe mit 0,9% mehr als viermal so hoch wie in den unteren Renditeklassen. Die höheren Innovationsaufwendungen schlagen sich auch in einem besseren Innovationsergebnis und höheren Ren-

diteerfolgen nieder. Den Unternehmen mit hohen Umsatzrenditen gelang es wohl häufiger als den anderen Unternehmen marktneue Dienstleistungen anzubieten, dafür hohe Preise zu erzielen und somit die Renditen zu steigern. Der Umsatzanteil von Marktneuheiten liegt in der Gruppe der Unternehmen mit Renditen von 4% und mehr bei 5,1%. Der im Vergleich zu den Unternehmen mit negativen Renditen hohe Wert in der mittleren Renditegruppe, trotz geringer Innovationsintensitäten, könnte durch eine zeitliche Verzögerung zwischen Innovationsaktivitäten und dem Output dieser Aktivitäten zu erklären sein, d.h. die Unternehmen mit Renditen von 0 bis 4% erzielen vermutlich einen großen Teil ihres Umsatzes mit Marktneuheiten, die sie in den vergangenen Jahren entwickelt haben, während die Unternehmen mit sehr hohen Renditen auch aktuell intensiv an der Verbesserung ihrer Dienstleistungen arbeiten.

Zwischen dem Kostenreduktionsanteil mit Prozessinnovationen und der Umsatzrendite ist kein positiver Zusammenhang zu erkennen. Die Unternehmen mit negativen Renditen sparten die meisten Kosten ein (4,1%).

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, Einzelhandel 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.

Marktneuheiten sind neue oder merklich verbesserte Produkte bzw. Dienstleistungen, die ein Unternehmen als erster Anbieter auf dem Markt eingeführt hat. Der relevante Markt ist aus Sicht der Unternehmen definiert.

Sortimentsneuheiten sind neue oder merklich verbesserte Produkte bzw. Dienstleistungen, die keine Vorgängerprodukte bzw. -dienstleistungen im Unternehmen haben. Durch Angebotsneuheiten weiten Unternehmen ihre Angebotspalette aus und bedienen Kundenbedürfnisse, die bislang durch die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens nicht abgedeckt wurden. Angebotsneuheiten wurden erstmals 2002 erfasst.

Kosten senkende Prozessinnovationen beziehen sich auf Prozessinnovationen, die zu einer Senkung der durchschnittlichen Kosten geführt haben.

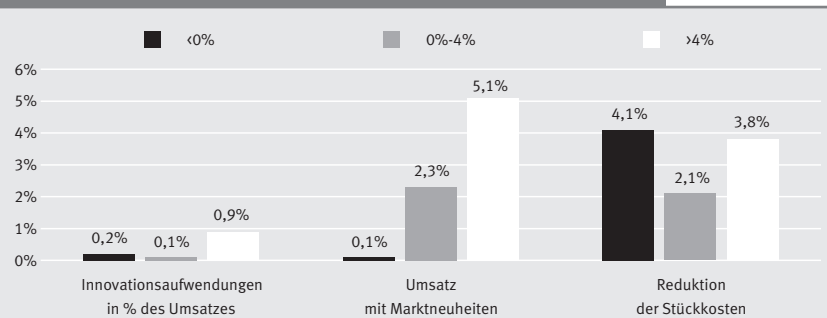
Qualitätssteigernde Prozessinnovationen sind Prozessinnovationen, die im Ergebnis die Produkt- bzw. Dienstleistungsqualität erhöhen. Sie gehen häufig mit Produktinnovationen einher. Qualitätsverbesserungen durch Prozessinnovationen wurden erstmals 2002 erfasst.

Umsatzanteile mit Marktneuheiten beziehen sich auf den Umsatz des betreffenden Jahres mit Marktneuheiten der jeweils letzten drei Jahre.

Kostensenkungsanteile beziehen sich auf Kosten des vorangegangenen Jahres, die durch Kosten senkende Innovationen eines Dreijahreszeitraums gesenkt wurden.

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, 2001 und 2002 nicht mehr mit den Vorjahren vergleichbar sind. Dies betrifft in erster Linie Ergebnisse für die Dienstleistungsunternehmen, aber auch einzelne Branchen des verarbeitenden Gewerbes.

Abbildung 9: Benchmarking für Innovationsinput und -ergebnis im Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe (2002)



Lesehilfe: Die Unternehmen der Branche mit einer Umsatzrendite von mehr als 4% reduzierten ihre Kosten durch Prozessinnovationen um 3,8%.
Quelle: ZEW (2004): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2003.

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 (bmb+f) in Zusammenarbeit mit infas, 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. Zusätzlich werden rund 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 2002 vorläufige) Grundgesamtheit in Deutschland. Die Werte für 2001 und 2002 sind vorläufig.



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
Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Wolfgang Franz (Präsident)
Redaktion: Tobias Schmidt, Telefon 0621/1235-235, Telefax 0621/1235-170, E-Mail: schmidt@zew.de
Projektteam: Dr. Christian Rammer, Thorsten Doherr, Bettina Peters, Tobias Schmidt
Nachdruck und sonstige Verbreitung (auch auszugsweise): mit Quellenangabe und Zusendung eines Belegexemplars
 © Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW), Mannheim, 2004
 Weitere Informationen: www.zew.de/innovation