

Innovationsreport: Verkehrs- und Postdienstleister

In der Branche Verkehrsdienstleistungen (Land-, Schiffs- und Flugverkehr, Speditionen, Reisevermittlung, Postdienste) ist der Innovatorenanteil im Jahr 2003 konstant geblieben. Die Innovationsaufwendungen sind zum zweiten Mal in Folge gestiegen. Für 2004 prognostizieren die Unternehmen einen weiteren Anstieg der Innovationsausgaben und für 2005 eine leichte Abnahme.

Nachdem der Innovatorenanteil im deutschen Dienstleistungsgewerbe in den Jahren 1999-2002 kontinuierlich gesunken war, stabilisierte sich der Anteil 2003 auf ca. 40%. Dabei verringerte sich der Produktinnovatorenanteil um 4 Prozentpunkte auf 23%, während der Prozessinnovatorenanteil um die gleiche Differenz auf 30% stieg. Aufgrund der weiterhin kritischen Wirtschaftslage setzen die Unternehmen auch im Jahr 2003 auf Rationalisierungsinnovationen, um ihre Wettbewerbsposition zu sichern. Dementsprechend stieg der Anteil der Unternehmen mit innovationsbedingten Kostenreduktionen im Dienstleistungsgewerbe von 7,9% im Jahr 2002 auf 14,1% im Jahr 2003 an.

Die Innovationsaufwendungen hingegen gingen im Dienstleistungsgewerbe 2003 um 1,5 Mrd. € zurück und summierten sich auf insgesamt auf 24,9 Mrd. Für den Rückgang der Innovationsausgaben maßgeblich verantwortlich sind dabei die Kredit- und Versicherungsbranche sowie der Großhandel. Für das Jahr 2004 rechneten die Dienstleistungsunternehmen zum Befragungszeitpunkt (Frühjahr 2004) allerdings wieder mit steigenden Innovationsausgaben. Für das Jahr 2005 dann wieder mit leicht sinkenden Innovationsausgaben. Der Innovatorenanteil ist im Verkehrs-

Abbildung 1: Anteil der Innovatoren in den Verkehrsdienstleistungen (1997 bis 2003)

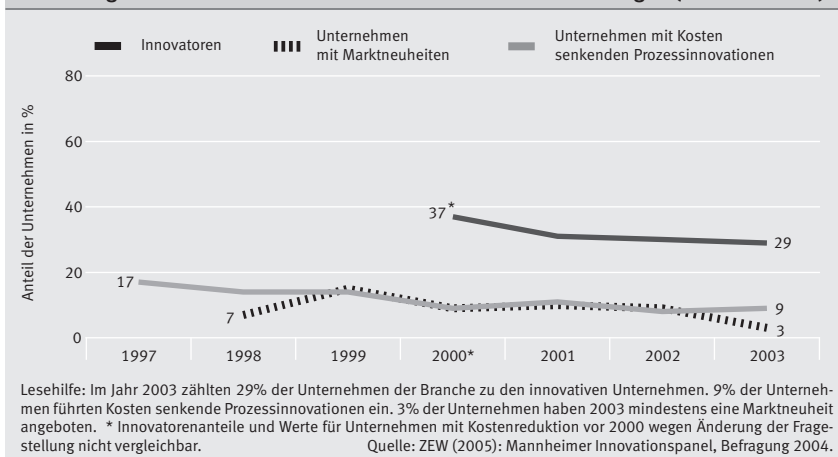
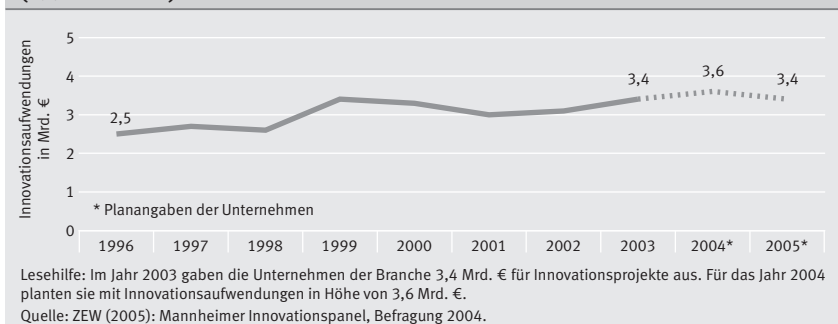


Abbildung 2: Innovationsaufwendungen bei den Verkehrsdienstleistern (1996 bis 2005)



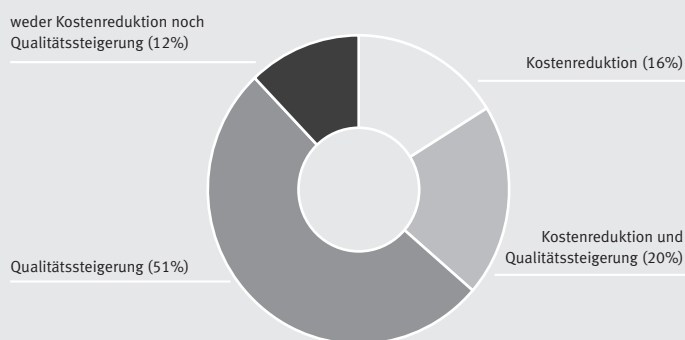
dienstleistungsgewerbe im Jahr 2003 unverändert geblieben: Ebenso wie 2002 führten auch 2003 knapp 30% der Unternehmen neue Produkte oder Prozesse ein. Wie bereits 2002 ging auch im Jahr 2003 die Anzahl der Unternehmen mit originären Produktinnovationen („Marktneuheiten“) zurück. Der Anteil der Unternehmen mit Marktneuheiten sank 2003 im Vergleich zum Vorjahr um 6 Prozentpunkte. Dagegen blieb die Anzahl der Unternehmen mit Rationalisierungsinnovationen gleich (je-

weils rund 9%). Die Verkehrs- und Postdienstleister versuchen dem harten Preiswettbewerb vor allem durch innovative Kosteneinsparungen zu begegnen, was auch an den Innovationsausgaben ersichtlich ist, die 2003 mit ca. 3,4 Mrd. € einen neuen Höchststand erreichten. Im Jahr 2004 sollen die Innovationsausgaben um ca. 200 Mio. € weiter auf 3,6 Mrd. € ansteigen. Im Jahr 2005 ist von den Unternehmen wieder ein Rückgang auf das Niveau von 2003 geplant.

Prozessinnovationen erhöhen die Qualität

Etwa 23% der Verkehrsdienstleister haben 2003 Prozessinnovationen eingeführt. 71% der Prozessinnovationen führten zu Qualitätssteigerungen der angebotenen Produkte und Dienstleistungen. Die deutschen Verkehrsdienstleistungsunternehmen versuchen anscheinend besonders über die Qualität sich gegenüber den ausländischen Anbietern auf dem Markt zu behaupten. Eine Kostenreduktion bewirkten 36% der Prozessinnovationen. Damit hat das Rationalisierungsmotiv 2003 gegenüber dem Vorjahr an Bedeutung gewonnen: 2002 gaben lediglich 29% der Unternehmen an, dass sich die durchgeführten Prozessinnovationen Kosten senkend ausgewirkt hätten. 12% der Prozessinnovatoren führten neue Verfahren ein, die weder zu Kostenersparnissen noch zu Qualitätssteigerungen führten. Solche Innovationen können zum Beispiel dazu dienen, die Flexibilität der Dienst-

Abbildung 3: Effekte von Prozessinnovationen bei den Verkehrs- und Postdienstleistern (2003)

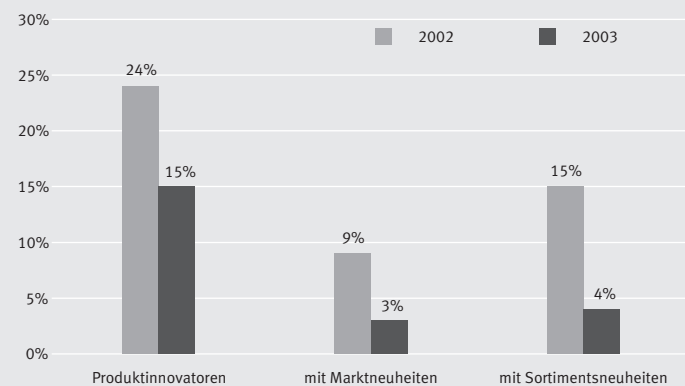


Lesehilfe: Im Jahr 2003 haben 20% der Prozessinnovatoren durch Prozessinnovationen sowohl ihre durchschnittlichen Stückkosten gesenkt als auch die Qualität ihrer Produkte/Dienstleistungen verbessert.
Quelle: ZEW (2005): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2004.

Anteil der Produktinnovatoren fällt weiter

Innovative Dienstleistungen sind bei den Verkehrsdienstleistern auch 2003 nicht sehr weit verbreitet. Nur 15% der Unternehmen konnten im Jahr 2003 Produktinnovationen auf den Markt bringen. 2002 haben noch 24% der Unternehmen neuartige Dienstleistungen oder Produkte eingeführt. Der Anteil der Unternehmen, die Produktinnovationen einführen, für die es im eigenen Unternehmen keine Vorgängerprodukte gab („Sortimentsneuheiten“) verringerte sich drastisch von 15% im Jahr 2002 auf 4% im Jahr 2003. Da die Einführung von Sortimentsneuheiten oftmals mit dem Eintritt in ein neues Marktsegment verbunden ist, lässt sich erkennen, dass sich die Unternehmen 2003 aufgrund der schwierigen wirtschaftlichen Lage vorrangig auf ihre bestehenden Kernprodukte und Kernkompetenzen konzentriert haben.

Abbildung 4: Arten von Produktinnovationen bei den Verkehrs- und Postdienstleistern (2003)

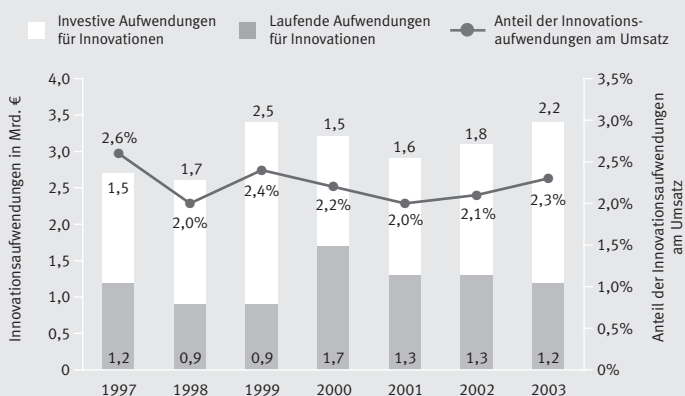


Lesehilfe: Im Jahr 2003 zählten 15% der Unternehmen bei den Verkehrsdienstleistern zu den Produktinnovatoren.
Quelle: ZEW (2005): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2004.

Aufwendungen für Innovationsaktivitäten steigen an

Die Innovationsaufwendungen in der Verkehrs- und Postdienstleistungsbranche stiegen 2003 zum zweiten Mal in Folge an und erreichten 3,4 Mrd. €. Das sind rund 300 Mio. € mehr als im Jahr 2002. Dabei erhöhten sich vor allem die investiven Innovationsaufwendungen: Sie stiegen 2003 um ca. 400 Mio. € auf 2,2 Mrd. €. Die Höhe der laufenden Innovationsausgaben blieb 2003 im Vergleich zum Vorjahr hingegen nahezu unverändert. Auch der Anteil der Innovationsaufwendungen am Umsatz stieg im Jahr 2003 gegenüber dem Vorjahr an: Im Jahr 2003 gaben die Unternehmen rund 2,3% ihres Umsatzes für innovative Zwecke aus, 2002 waren es lediglich 2,1% gewesen. Die Innovationsaufwendungen im Verkehrsgewerbe sind dabei stark durch einzelne Großinvestitionen (z.B. neue ICE-Strecken, Neubeschaffungen im Fuhrpark, neue Umschlagsanlagen) geprägt.

Abbildung 5: Innovationsaufwendungen bei den Verkehrs- und Postdienstleistern (1997 bis 2003)

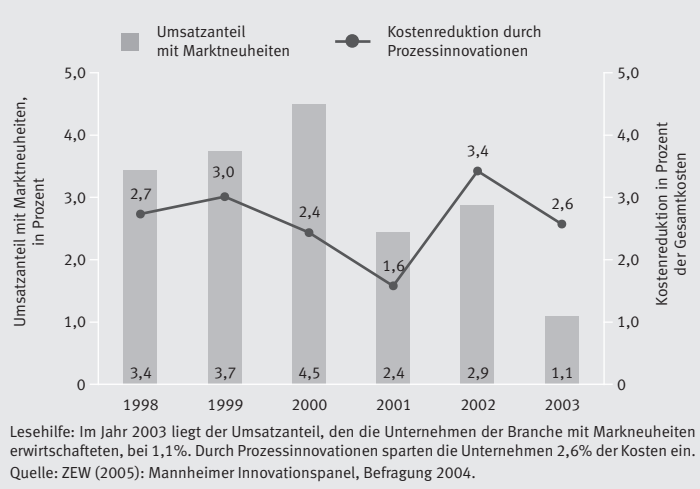


Lesehilfe: Im Jahr 2003 wendete die Branche 3,4 Mrd. € für Innovationsaktivitäten auf. Die Innovationsintensität beträgt 2,3%.
Quelle: ZEW (2005): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2004.

Umsatzanteil mit Marktneuheiten deutlich gesunken

In der Verkehrsdienstleistungsbranche ist der Umsatz, den die Unternehmen mit Marktneuheiten erzielen konnten, 2003 deutlich gesunken. Während die Unternehmen 2002 noch 2,9% ihres Umsatzes mit Produkten erzielen konnten, die zuvor noch von keinem Unternehmen im Markt angeboten wurden, waren es 2003 lediglich 1,1%. Im Vergleich zum Jahr 2000 ist der Umsatzanteil mit Marktneuheiten damit um mehr als 3 Prozentpunkte zurückgegangen. Aufgrund der anhaltenden Wachstumsschwäche setzen die Verkehrsdienstleister 2003 weiterhin auf Kosteneinsparungen, um ihre Wettbewerbsfähigkeit zu sichern. Auch die Kostenreduktion durch Prozessinnovationen nahm 2003 gegenüber dem Vorjahr ab. Allerdings verringerte sich der Reduktionsanteil nur um 0,8% auf 2,6%. Damit liegt der Rationalisierungseffekt 2003 nach wie vor auf einem deutlich höheren Niveau als 2000 und 2001.

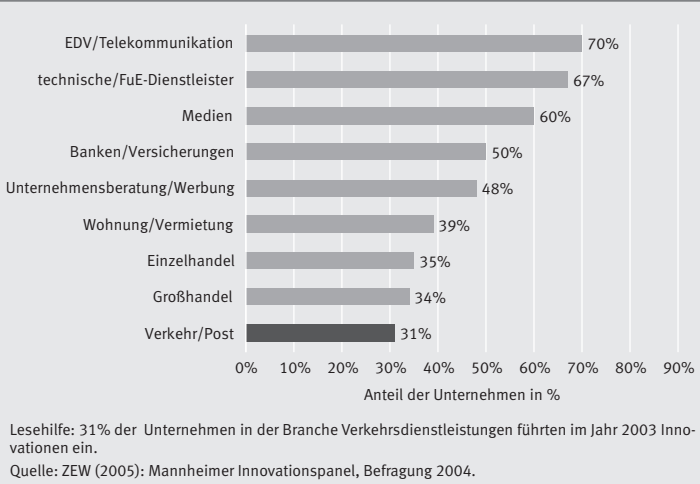
Abbildung 6: Umsatzanteile mit Marktneuheiten und Kostenreduktion bei den Verkehrsdienstleistern (1998 bis 2003)



Beim Innovatorenanteil auf dem letzten Platz

Mit einem Innovatorenanteil von 31% liegt die Branche Verkehrsdienstleistungen im Jahr 2003 erneut auf dem letzten Platz unter den Dienstleistern. Im Vergleich zur Dienstleistungsbranche mit dem höchsten Innovatorenanteil, den EDV- und Telekommunikationsdienstleistern, liegt der Innovatorenanteil um fast 40% niedriger. Der Abstand zwischen den beiden Branchen ist 2003 mit 39 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr nahezu konstant geblieben (2002: 38 Prozentpunkte). Generell zeigt sich, dass die Branchen, die unternehmensnahe Dienstleistungen erbringen, wie die EDV-/Telekommunikationsdienstleister oder die technischen/FuE-Dienstleister, einen höheren Innovatorenanteil aufweisen als solche Branchen, die eher distributive Dienstleistungen erbringen (Einzelhandel, Großhandel oder Verkehrsdienstleister).

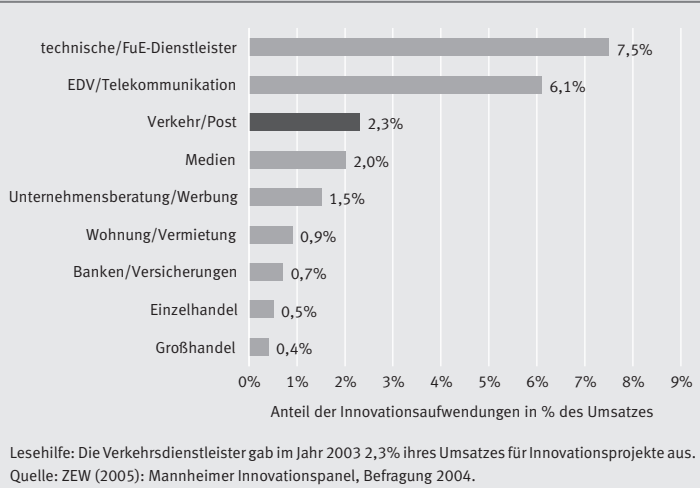
Abbildung 7: Innovatorenanteil in ausgewählten Branchen des Dienstleistungssektors (2003)



Bei der Innovationsintensität auf dem dritten Platz

Im Jahr 2003 wendeten die Verkehrsdienstleister 2,3% ihres Umsatzes für innovative Projekte auf. Damit hat sich die Innovationsintensität in der Verkehrsdienstleistungsbranche im Vergleich zum letzten Jahr kaum verändert (2002: 2,2%). Auch der Abstand zu der Branche mit der zweit höchsten Innovationsintensität, der EDV-/Telekommunikationsdienstleistungsbranche blieb mit 3,8 Prozentpunkten gegenüber 2002 unverändert. Dagegen ist der Abstand auf die technischen/FuE-Dienstleister im Jahr 2003 auf über 5 Prozentpunkte angewachsen (2002: 4,2 Prozentpunkte). Die Schlusslichter hinsichtlich der Innovationsintensität bilden die beiden Branchen Einzelhandel und Großhandel die besonders mit der stagnierenden Inlandsnachfrage zu kämpfen haben.

Abbildung 8: Innovationsintensität in ausgewählten Branchen des Dienstleistungssektors (2003)



Hohe Unsicherheit über künftige Innovationsaktivitäten

2003 haben 29% der Verkehrs- und Postdienstleister innovative Projekte durchgeführt. 21% der Unternehmen in der Verkehrs- und Postdienstleistungsbranche gaben zum Untersuchungszeitpunkt (Frühjahr 2004) an, dass sie 2004 auf jeden Fall innovieren würden. 33% der Unternehmen waren sich zum Untersuchungszeitpunkt über ihre Innovationsaktivitäten im Jahr 2004 jedoch noch nicht sicher. 47% der Unternehmen schlossen zum Untersuchungszeitpunkt aus, dass sie 2004 innovativ tätig sein würden.

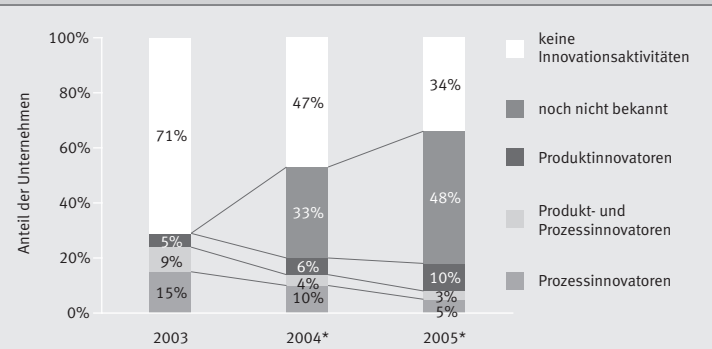
Für das Jahr 2005 gaben nur 18% der Verkehrs- und Postdienstleister an, dass sie auf jeden Fall innovieren werden. Fast jedes zweite Unternehmen ist sich dagegen noch nicht sicher, ob es Innovationsprojekte in Angriff nehmen wird.

Mehr Fremdkapital und mehr Fördermittel wichtig für die Ausweitung von Innovationsaktivitäten

Aufgrund der anhaltenden Wachstumsschwäche in Deutschland und in der EU und der unsicheren wirtschaftlichen Lage sehen die Unternehmen im Dienstleistungssektor die Stimulation der Nachfrage sowie die Erhöhung des Gewinns/Cash Flows als wichtigste Voraussetzungen für eine Ausweitung ihrer Innovationsaktivitäten. Auch die Verkehrsdienstleister sehen diese beiden Aspekte als vorrangig wichtig an.

Bei den Verkehrsdienstleistern zeigt sich zudem, dass eine Verbesserung des Fremdkapitals (61% der Unternehmen nennen dieses Kriterium) und eine Ausweitung der staatlichen Förderung (50% der Unternehmen nennen dieses Kriterium) zu einer Erhöhung der Innovationsaktivitäten führen könnten. Mit Fördermitteln und/oder Fremdkapital vermindern sich die eigenen Innovationskosten und das Innovationsrisiko wird auf mehrere Schultern verteilt.

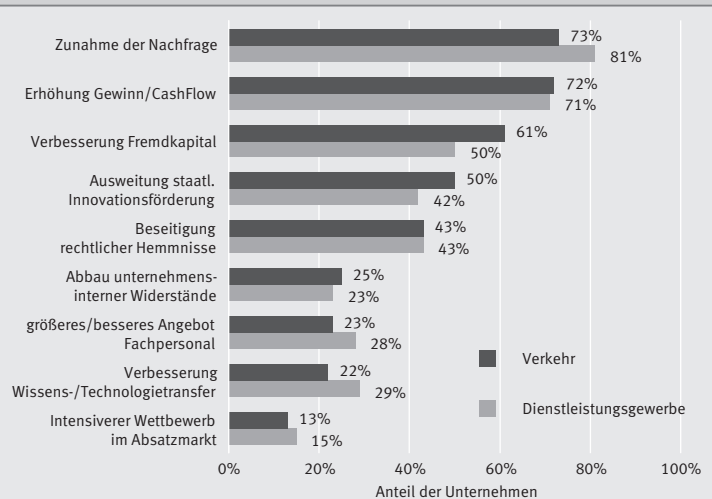
Abbildung 9: Geplante Innovationsaktivitäten (2003-2005)



Lesehilfe: 71% der Unternehmen in der Verkehrsdienstleistungsbranche wiesen 2003 keine Innovationstätigkeiten auf, 15% der Unternehmen führten 2003 neue Produkte ein (5% der Unternehmen führten ausschließlich neue Produkte ein, 9% der Unternehmen führten sowohl Produkt- als auch Prozessinnovationen ein). 24% der Unternehmen wiesen Prozessinnovationen auf (15% der Unternehmen führten ausschließlich Prozessinnovationen ein, 9% der Unternehmen führten sowohl Produkt- als auch Prozessinnovationen ein). Die Jahre 2004 und 2005 spiegeln die geplanten Innovationsaktivitäten der Unternehmen wider.

Quelle: ZEW (2005): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2004.

Abbildung 10: Kriterien für eine Ausweitung der Innovationsaktivitäten



Lesehilfe: 73% der befragten Unternehmen in der Verkehrsdienstleistungsbranche geben an, dass eine Zunahme der Nachfrage eine notwendige Voraussetzung für eine Ausweitung ihrer Innovationsaktivitäten ist.

Quelle: ZEW (2005): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2004.

Der Wirtschaftszweig Verkehr und Postdienste umfasst die in den NACE-Klassifikationen 60 bis 63 und 64.1 genannten Teilbranchen. Hierzu gehören beispielsweise der Landverkehr (Eisenbahnen, Straßengüterverkehr, Personenbeförderung, Taxis), die Schiff- und Luftfahrt, Lagerei und Speditionen, Reisebüros sowie die Post- und privaten Kurierdienste. Die Branche gehört zu den distributiven Dienstleistungen, die zusätzlich die Wirtschaftszweige Einzel- und Großhandel sowie Wohnungswesen und Vermietungsgewerbe umfassen.

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 (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. 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 2003 vorläufige) Grundgesamtheit in Deutschland. Die Werte für 2002 und 2003 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: Heide Löhlein, Telefon 0621/1235-179, Telefax 0621/1235-170, E-Mail: loehlein@zew.de

Projektteam: Dr. Christian Rammer, Birgit Aschhoff, Thorsten Doherr, 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, 2005
Weitere Informationen: www.zew.de/innovation