

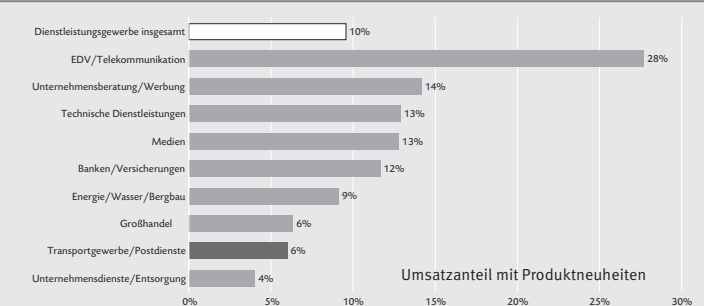
Transportgewerbe und Postdienste

Das Geschäftsjahr 2005 war mit leichten Umsatzsteigerungen für das Transportgewerbe und die Postdienste im Großen und Ganzen erfolgreich. Dies wirkte sich vor allem positiv auf die für Innovationsprojekte bereitgestellten Mittel aus. Die Innovationsaufwendungen stiegen im Jahr 2005 im Vergleich zum Vorjahr um 0,1 Mrd. € auf 4,2 Mrd. €. Auch der Anteil der Innovationsaufwendungen am Umsatz (Innovationsintensität) nahm im Berichtsjahr leicht um 0,1 Prozentpunkte auf nunmehr 2,3% zu. Laut Planungen der Unternehmen vom Frühjahr 2006 sollen die In-

novationsaufwendungen im Jahr 2006 weiter steigen und ein Rekordhoch von 5,0 Mrd. € erreichen. Für 2007 ist allerdings wieder ein Rückgang auf 4,5 Mrd. € beabsichtigt. Der Innovatorenanteil (Unternehmen, die erfolgreich neue Produkte und Prozesse einführen konnten) hat im Transportgewerbe und den Postdiensten 2005 mit 27% den niedrigsten Wert seit 2000 erreicht. Vor allem kleine Unternehmen haben von Innovationsaktivitäten Abstand genommen. Trotz dieses Rückgangs ist sowohl der Anteil der Unternehmen, die die originäre Produktinno-

novationen (Marktneuheiten) auf den Markt bringen konnten, als auch der Anteil der Unternehmen, die Kosten senkende Prozessinnovationen einführen, merklich gestiegen. Für 2006 und 2007 ist ein Anstieg der Innovationsbeteiligung wahrscheinlich, wenngleich noch ein sehr hoher Anteil der Unternehmen unsicher war. Prozessinnovationen werden dabei eine immer stärkere Rolle spielen, während Produktinnovationen an Bedeutung verlieren. Im Frühjahr 2006 gingen 22% bzw. 23% sicher davon aus, in den Jahren 2006 bzw. 2007 neue Verfahren einzuführen.

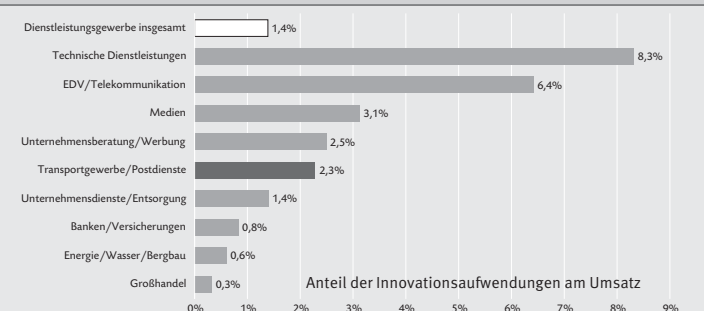
Umsatzanteil mit Produktneuheiten nach Branchen des Dienstleistungsgewerbes im Jahr 2005



Lesehilfe: Im Transportgewerbe und Postdienst werden 6% des Umsatzes mit Produktneuheiten generiert, d.h. mit Produkten, die innerhalb der letzten drei Jahre neu eingeführt wurden. Quelle: ZEW/ISI (2007): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2006.

- Im Transportgewerbe und in den Postdiensten wurden im Jahr 2005 6% des Umsatzes mit Produktneuheiten generiert. Diese Quote liegt damit um 4 Prozentpunkte unter dem Durchschnitt des Dienstleistungsgewerbes.
- Innerhalb des Dienstleistungsgewerbes liegen das Transportgewerbe und die Postdienste auf dem vorletzten Platz, noch vor den Unternehmensdiensten und dem Entsorgungsgewerbe.
- Führend, mit einem Umsatzanteil von 28% aus neuen Produkten, ist die EDV- und Telekommunikationsbranche.

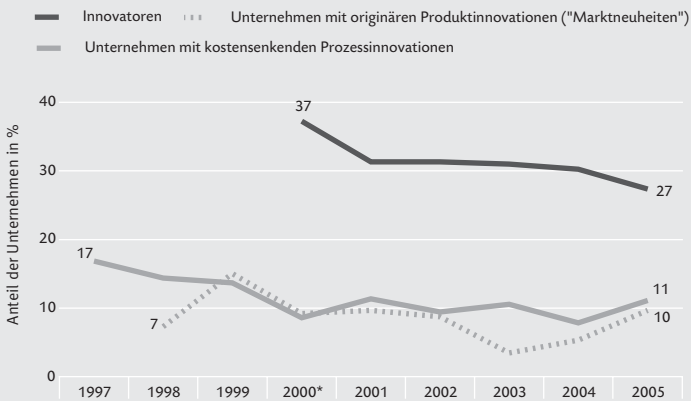
Innovationsintensität nach Branchen des Dienstleistungsgewerbes im Jahr 2005



Lesehilfe: Die Transportgewerbe/Postdienste gaben im Jahr 2005 2,3% ihres Umsatzes für Innovationsprojekte aus. Quelle: ZEW/ISI (2007): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2006.

- Im Transportgewerbe und in den Postdiensten wurden im Jahr 2005 2,3% des Umsatzes für Innovationstätigkeiten ausgegeben.
- Damit liegen das Transportgewerbe und die Postdienste um 0,9 Prozentpunkte über dem Durchschnitt des Dienstleistungsgewerbes.
- Maßgebend für die hohe Quote sind insbesondere Investitionen in die Verkehrsinfrastruktur im Zusammenhang mit neuen Produktangeboten oder verbesserten Verfahren.

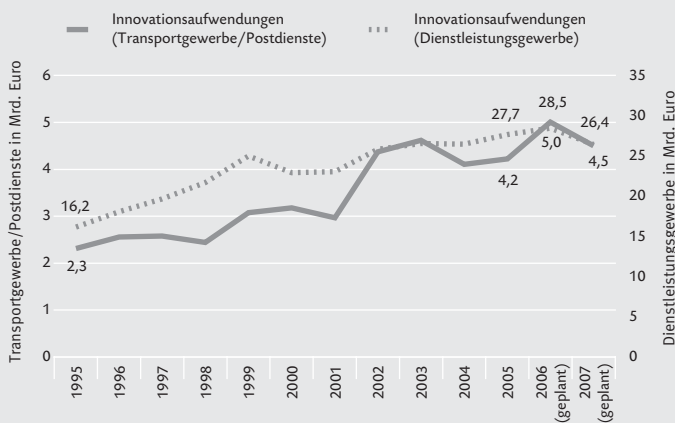
Anteil der Innovatoren im Transportgewerbe und in den Postdiensten 1997-2005



Lesehilfe: Im Jahr 2005 konnten 27% der Unternehmen des Transportgewerbes erfolgreich neue Produkte oder Prozesse einführen. 11% der Unternehmen führten kostensenkende Prozessinnovationen ein. 10% der Unternehmen haben 2005 mindestens eine Marktneuheit angeboten. *Anteil der Innovatoren vor 2000 mit den Folgejahren nicht vergleichbar und daher nicht ausgewiesen. Quelle: ZEW/ISI (2007): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2006.

- Der Innovatorenanteil ist im Jahr 2005 weiter gesunken und beträgt nun 27%. Dies ist der tiefste Stand seit Beginn der Erhebung.
- Der Anteil der Unternehmen mit Marktneuheiten ist von 5% im Jahr 2004 auf 10% im Jahr 2005 kräftig gestiegen.
- Der Anteil der Unternehmen mit kostensenkenden Prozessinnovationen hat im Vergleich zum Vorjahr um 3 Prozentpunkte auf 11% im Jahr 2005 zugenommen.
- Die Innovationstätigkeit hat sich somit auf originäre Prozessinnovationen und Rationalisierungsinnovationen konzentriert.

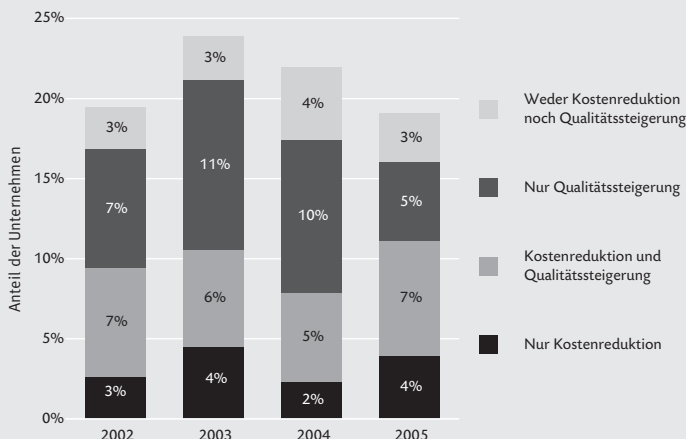
Innovationsaufwendungen im Transportgewerbe und in den Postdiensten 1995-2007



Lesehilfe: Im Jahr 2005 gaben die Unternehmen des Transportgewerbes 4,2 Mrd. € für Innovationsprojekte aus. Für das Jahr 2006 planten sie mit Innovationsaufwendungen in Höhe von 5,0 Mrd. €. Quelle: ZEW/ISI (2007): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2006.

- Nach einem Rückgang im Jahr 2004 stiegen die Innovationsaufwendungen im Berichtsjahr geringfügig um 0,1 Mrd. € auf 4,2 Mrd. € an. Damit konnte das hohe Niveau, das ab 2002 erreicht wurde, gehalten werden.
- Für das Jahr 2006 ist eine deutliche Zunahme von 0,8 Mrd. € auf den neuen Spitzenwert von 5,0 Mrd. € geplant. 2007 sollen die Innovationsaufwendungen aber wieder auf 4,5 Mrd. € sinken.
- Der leichte Zuwachs 2005 lag im Trend des Dienstleistungssektors, während die Ausweitung 2006 klar nach oben abweicht.

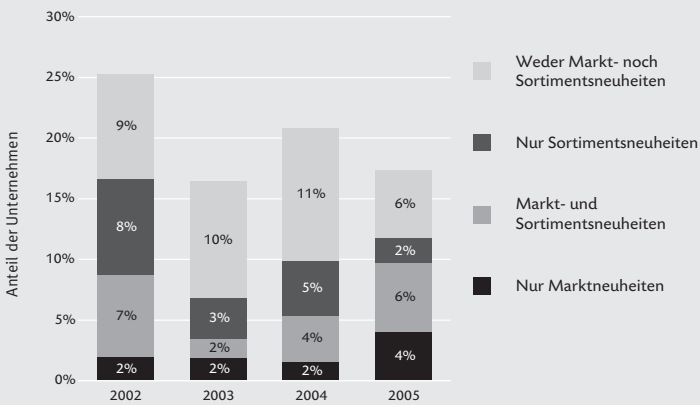
Effekte von Prozessinnovationen im Transportgewerbe und in den Postdiensten 2002-2005



Lesehilfe: Im Jahr 2005 haben 7% der Unternehmen des Transportgewerbes durch Prozessinnovationen sowohl ihre durchschnittlichen Stückkosten gesenkt als auch die Qualität ihrer Produkte/Dienstleistungen verbessert. Quelle: ZEW/ISI (2007): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2006.

- Im Jahr 2005 führten 19% der Unternehmen neue Prozesse ein. Das sind 3 Prozentpunkte weniger als noch im Jahr 2004.
- Der Anteil der Unternehmen, die Kostenreduktionen realisieren konnten, stieg mit 11% im Jahr 2005 gegenüber dem Vorjahr um 4 Prozentpunkte an.
- Der Anteil der Unternehmen, die Qualitätssteigerungen erzielen konnten, sank dagegen im Vergleich zum Jahr 2004 um 4 Prozentpunkte auf 12%.
- 7% der Unternehmen konnten im Berichtsjahr sowohl die Qualität steigern als auch die Kosten senken. Das sind 2 Prozentpunkte mehr als im Vorjahr.

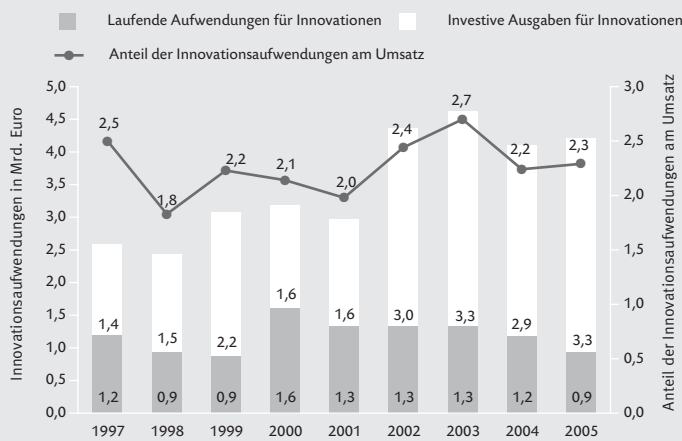
Arten von Produktinnovationen im Transportgewerbe und in den Postdiensten 2002-2005



Lesehilfe: Im Jahr 2005 haben 6% der Unternehmen des Transportgewerbes Produktinnovationen eingeführt, für die es im eigenen Unternehmen keine Vorgängerprodukte gab („Sortimentsneuheiten“) und die gleichzeitig noch von keinem anderen Unternehmen im Markt angeboten wurden („Marktneuheiten“).
Quelle: ZEW/ISI (2007): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2006.

- Der Anteil der Produktinnovatoren sank im Jahr 2005 (17%) im Vergleich zum Jahr 2004 (21%) um 4 Prozentpunkte.
- Gegenüber 2004 stieg der Anteil der Unternehmen, die Marktneuheiten einführen konnten, von 6% auf 10%.
- Im Vergleich zum Jahr 2004 sank der Anteil der Innovatoren, die Sortimentsneuheiten einführen, geringfügig von 9% auf 8%.
- Nur mehr 6% der Unternehmen führten neue Produkte ein, die weder Markt- noch Sortimentsneuheiten waren. Bei diesen Nachahmerinnovationen innerhalb des bestehenden Produktsortiments handelt es sich oft um „defensive“ Innovatoren, die auf einen Innovationsdruck durch Wettbewerber reagieren.

Struktur der Innovationsaufwendungen im Transportgewerbe und in den Postdiensten 1997-2005



Lesehilfe: Im Jahr 2005 entfielen im Transportgewerbe von den insgesamt 4,2 Mrd. € Innovationsaufwendungen 0,9 Mrd. € auf laufende und 3,3 Mrd. € auf investive Innovationsausgaben. Die Innovationsintensität betrug 2,3%.
Quelle: ZEW/ISI (2007): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2006.

- Nach der rückläufigen Entwicklung im Jahr 2004, sind die Innovationsaufwendungen 2005 um rund 0,1 Mrd. € auf 4,2 Mrd. € gestiegen.
- Ausschlaggebend waren höhere Investitionen im Rahmen von Innovationsvorhaben. Hier ist ein Zuwachs von 0,4 Mrd. € auf 3,3 Mrd. € festzustellen.
- Die laufenden Innovationsaufwendungen fielen dagegen im Jahr 2005 um 0,3 Mrd. € auf nur mehr 0,9 Mrd. €.
- Gleichzeitig mit der Erhöhung der Innovationsaufwendungen stieg auch die Innovationsintensität leicht von 2,2% im Jahr 2004 auf 2,3% im Jahr 2005.

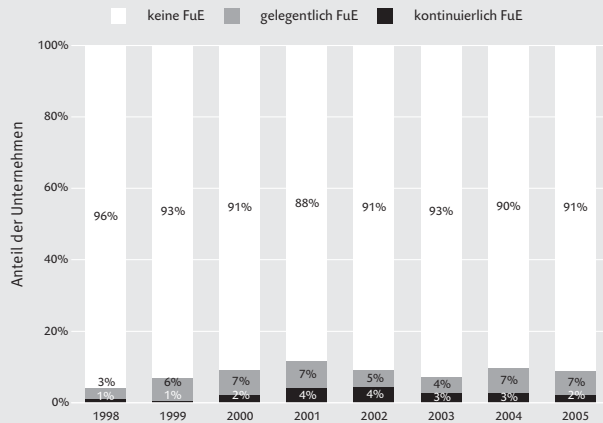
Umsatzanteil mit Marktneuheiten und Kostenreduktionsanteil durch Prozessinnovationen im Transportgewerbe und den Postdiensten 1997-2005



Lesehilfe: Im Jahr 2005 lag der Umsatzanteil, den die Unternehmen des Transportgewerbes erwirtschafteten, bei 1,0%. Durch Prozessinnovationen verringerten die Unternehmen ihre durchschnittlichen Stückkosten um 2,5%.
Quelle: ZEW/ISI (2007): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2006.

- Prozessinnovationen im Transportgewerbe haben 2005 zu Kostenreduktionen von durchschnittlich 2,5% geführt. Dies entspricht sowohl dem Vorjahreswert als auch dem langfristigen Durchschnitt.
- Der Umsatzanteil mit Marktneuheiten ist dagegen im Vergleich zum Jahr 2004 leicht gefallen. 2005 entfielen nur mehr 1,0% des gesamten Branchenumsatzes auf originäre Produktinnovationen.
- Im Vergleich zu den hohen Werten bis zum Jahr 2002 ist der Erfolg mit Marktneuheiten stark gesunken. Derzeit tragen in erster Linie Prozessinnovationen zur Stützung der Ertragslage in der Branche bei.

Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten im Transportgewerbe und in den Postdiensten 1998-2005

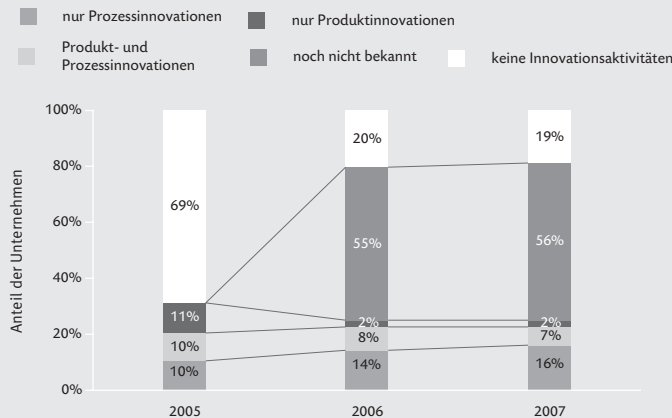


Lesehilfe: 2% der Unternehmen des Transportgewerbes betrieben 2005 kontinuierlich Forschung und Entwicklung (FuE). Weitere 7% betrieben FuE gelegentlich, 91% der Unternehmen führten 2005 keine FuE-Aktivitäten durch.

Quelle: ZEW/ISI (2007): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2006.

- Forschung und Entwicklung spielt für die Unternehmen des Transportgewerbes und der Postdienste eine eher untergeordnete Rolle. 2005 wiesen nur 9% der Unternehmen FuE-Aktivitäten auf.
- Der Anteil der kontinuierlich Forschung und Entwicklung betreibenden Unternehmen ist mit 2% der niedrigste unter allen Dienstleistungsbranchen.
- Mit 7% betreibt ein relevanter Anteil der Unternehmen zumindest gelegentlich FuE. Dieser Anteil blieb gegenüber dem Vorjahr unverändert.
- Nur im Jahr 2001 lag der Anteil der Unternehmen ohne FuE-Aktivitäten unter 90%.

Geplante Innovationsaktivitäten im Transportgewerbe und in den Postdiensten 2006 und 2007



Lesehilfe: 69% der Unternehmen im Transportgewerbe waren 2005 nicht innovativ tätig. Im Frühjahr 2006 planten 20% der Unternehmen, im Jahr 2006 keine Innovationsaktivitäten durchzuführen, 55% waren noch unsicher, 2% wollten ausschließlich Produktinnovationen, 14% ausschließlich Prozessinnovationen und 8% sowohl Produkt- als auch Prozessinnovationen vorantreiben.

Quelle: ZEW/ISI (2007): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2006

- 31% der Unternehmen der Branche Transportgewerbe und Postdienste waren 2005 innovativ tätig. Neben den erfolgreichen Innovatoren zählen hierzu auch Unternehmen mit noch laufenden oder abgebrochenen Innovationsaktivitäten im Jahr 2005.
- Zum Befragungszeitpunkt (Frühjahr 2006) gingen rund 25% der Unternehmen sicher davon aus, in den Jahren 2006 und 2007 innovativ tätig zu sein. Der Anteil der noch Unentschiedenen ist mit 55% (2006) und 56% (2007) im Vergleich zu anderen Branchen des Dienstleistungsgewerbes sehr hoch.
- 2006 und 2007 verschieben sich die Innovationsaktivitäten stärker hin zu Prozessinnovationen. Für 2006 waren sich bereits 22% der Unternehmen sicher, neue Verfahren einzuführen.

Der Wirtschaftszweig Verkehr und Postdienste umfasst die in der europäischen Wirtschaftszweigsystematik (NACE) in den Unterabschnitten 60 bis 63 sowie 64.1 zusammengefassten Branchen. Hierzu gehören der Landverkehr (Eisenbahnen, Straßengüterverkehr, öffentlicher Personennachverkehr, gewerbliche Personenbeförderung, Taxis), die Schiff- und Luftfahrt, der Transport in Rohrleitungen, die Lagerei, Verkehrsdienstleistungen (Flughäfen, Häfen, Umschlaggewerbe), Speditionen, Reisebüros sowie die Post- und privaten Kurierdienste. Die Branche beschäftigte im Jahr 2005 in Deutschland rund 1,58 Mio. 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 ifas, Institut für angewandte Sozialwissenschaft Bonn und seit dem Jahr 2005 auch mit dem Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung (ISI), das Innovationsverhalten der deutschen Wirtschaft. Ein repräsentativer Querschnitt von etwa 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 2005 vorläufige) Grundgesamtheit in Deutschland. Die Werte für 2004 und 2005 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: Torben Schubert, Telefon 0721 6809 357, Telefax 0721 6809 260, E-Mail: t.schubert@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. Sandra Gottschalk, Heide Löhlein, Dr. Bettina Peters, Tobias Schmidt, Torben Schubert, Franz Schwiebacher

Nachdruck und sonstige Verbreitung (auch auszugsweise): mit Quellenangabe und Zusendung eines Belegexemplars
© Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW), Mannheim, 2007

Weitere Informationen: www.zew.de/innovation