

Holz, Papier, Druck, Verlag

Das für das deutsche Holz-, Papier-, Druck- und Verlagsgewerbe erfolgreiche Geschäftsjahr 2005 schlug sich auch in einer Erhöhung der Innovationsaufwendungen nieder. Diese legten 2005 auf 2,8 Mrd. € zu. Hierzu haben insbesondere die laufenden und damit am aktuellen Erfolg orientierten Innovationsaufwendungen beigetragen. Für 2006 und 2007 ist allerdings wieder ein Rückgang auf 2,5 Mrd. € zu erwarten.

Der positive Wachstumstrend des Innovatorenanteils konnte im Jahr 2005 nicht fortgesetzt werden. Dieser sank im Berichtsjahr auf 48%, bleibt damit aber

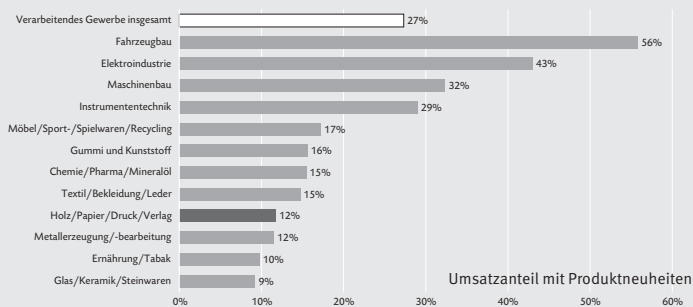
immer noch über dem Wert des Jahres 2003 (45%). Für die Folgejahre sind sich noch viele Unternehmen unsicher, ob sie Innovationsprojekte verfolgen werden, tendenziell könnte die Innovationsbeteiligung aber wieder steigen.

Korrespondierend mit dem Rückgang des Anteils der Unternehmen mit Marktneuheiten ging der Umsatzanteil, der mit diesen originären Produktinnovationen erzielt werden konnte, geringfügig auf 2,7% zurück. Trotz eines im Jahr 2005 niedrigeren Anteils von Unternehmen mit Prozessinnovationen konnten die mit Hilfe

neuer Verfahren erzielten Kostenreduktionen erhöht werden. Umgelegt auf alle Unternehmen der Branche stieg die durchschnittliche Stückkostensenkung auf 3,5%, nach 2,3% im Jahr 2004.

Im Branchenvergleich des verarbeitenden Gewerbes liegt die Holz-, Papier-, Druck- und Verlagsindustrie mit einer Innovationsintensität von 2,8% im der unteren Hälfte. Besonders niedrig ist der Umsatzanteil mit neuen Produkten. Er erreicht mit 12% nicht einmal die Hälfte des Industriedurchschnitts. 2000 bis 2002 lag diese Quote noch bei 19%.

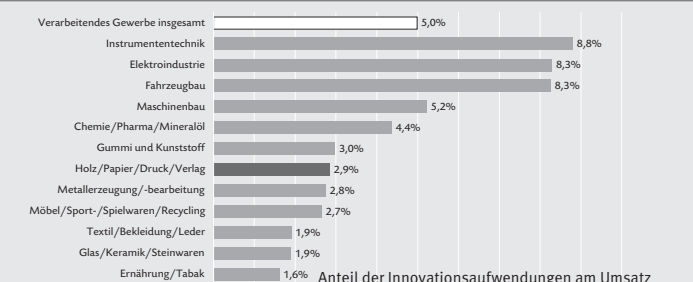
Umsatzanteil mit Produktneuheiten nach Branchen des verarbeitenden Gewerbes im Jahr 2005



Lesehilfe: In der Holz-, Papier-, Druck- und Verlagsindustrie wurden im Jahr 2005 12% des Umsatzes mit Produktneuheiten generiert, d.h. mit Produkten, die jünger als drei Jahre sind.
Quelle: ZEW/ISI (2007): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2006.

- In der Holz-, Papier-, Druck- und Verlagsindustrie wurden 2005 12% des Umsatzes mit Produktneuheiten generiert, d.h. mit Produkten, die nicht älter als drei Jahre sind.
- Der niedrige Wert unterstreicht die relativ geringe Rolle von Produktinnovationen für den Erfolg der Unternehmen in der Branche. Es zeigt aber auch an, dass die Produktlebenszyklen vergleichsweise lang sind, so dass junge Produkte nur geringe Umsatzanteile erreichen.
- Auf Platz 1 liegt der Fahrzeugbau (56%), gefolgt von der Elektroindustrie (43%).

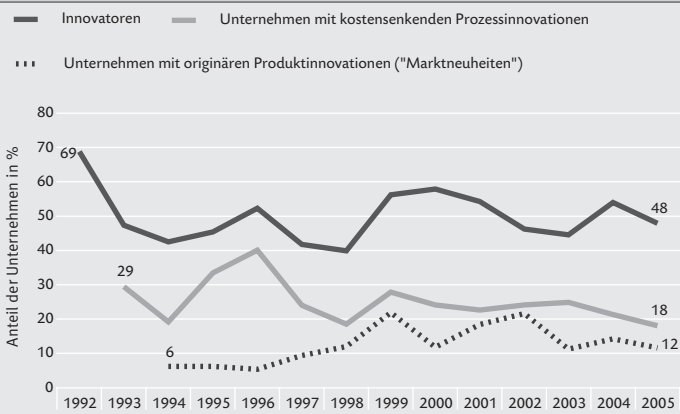
Innovationsintensität nach Branchen des verarbeitenden Gewerbes im Jahr 2005



Lesehilfe: Die Unternehmen der Holz-, Papier-, Druck- und Verlagsindustrie gaben im Jahr 2005 2,9% ihres Umsatzes für Innovationsprojekte aus.
Quelle: ZEW/ISI (2007): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2006.

- Mit einer Innovationsintensität von 2,9% im Jahr 2005 verbesserte sich das Holz-, Papier-, Druck- und Verlagsgewerbe auf Platz 7 und liegt nun in der Reihenfolge der Industriebranchen vor der Metallindustrie.
- Der Abstand des Holz-, Papier-, Druck- und Verlagsgewerbes zum Durchschnitt des verarbeitenden Gewerbes hat sich gegenüber 2004 leicht auf 2,1 Prozentpunkte verringert.
- Die höchsten Innovationsintensitäten zeigen die Instrumententechnik, der Fahrzeugbau und die Elektroindustrie.

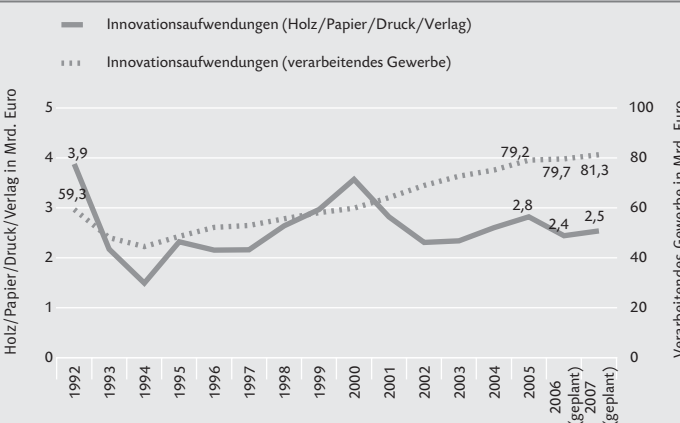
Anteil der Innovatoren im Holz-, Papier-, Druck- und Verlagsgewerbe 1992-2005



Lesehilfe: Im Jahr 2005 konnten 48% der Unternehmen der Holz-, Papier-, Druck- und Verlagsindustrie erfolgreich neue Produkte oder Prozesse einführen. 18% der Unternehmen führten kostensenkende Prozessinnovationen ein. 12% der Unternehmen haben 2005 mindestens eine Marktneuheit angeboten. Quelle: ZEW/ISI (2007): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2006.

- Nach dem starken Anstieg auf 54% Jahr 2004 ist der Innovatorenanteil (= Anteil der erfolgreich innovierenden Unternehmen) wieder um 6 Prozentpunkte auf 48% gefallen.
- Der Anteil der Unternehmen, die mit Hilfe von neuen Verfahren ihre Stückkosten senken konnten, wies im Jahr 2005 den niedrigsten Wert seit 1993 von 18% auf.
- Der Anteil der Unternehmen, die originäre Produktinnovationen („Marktneuheiten“) auf den Markt bringen konnten, ist von 14% im Jahr 2004 auf 12% im Jahr 2005 gefallen.

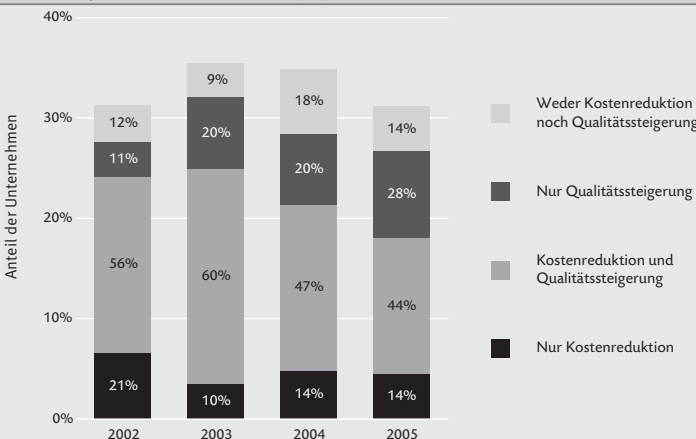
Innovationsaufwendungen im Holz-, Papier-, Druck- und Verlagsgewerbe 1992-2007



Lesehilfe: Im Jahr 2005 gaben die Unternehmen der Holz-, Papier-, Druck- und Verlagsindustrie 2,8 Mrd. € für Innovationsprojekte aus. Für das Jahr 2006 planen sie mit Innovationsaufwendungen in Höhe von 2,4 Mrd. €. Quelle: ZEW/ISI (2007): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2006.

- Die Innovationsaufwendungen wurden zum dritten Mal in Folge erhöht. Sie stiegen 2005 um 0,2 Mrd. € auf 2,8 Mrd. €.
- Für die Jahre 2006 und 2007 ist kein weiterer Anstieg der Innovationsausgaben geplant. Sie werden voraussichtlich leicht auf 2,4 Mrd. € (2006) fallen und sollen 2007 mit 2,5 Mrd. € etwa auf diesem Niveau verharren.
- Lagen die Wachstumsraten der Innovationsaufwendungen im Holz-, Papier-, Druck- und Verlagsgewerbe am Ende der 1990er Jahre weit über dem Durchschnitt des verarbeitenden Gewerbes, so liegen sie seit 2001 darunter.

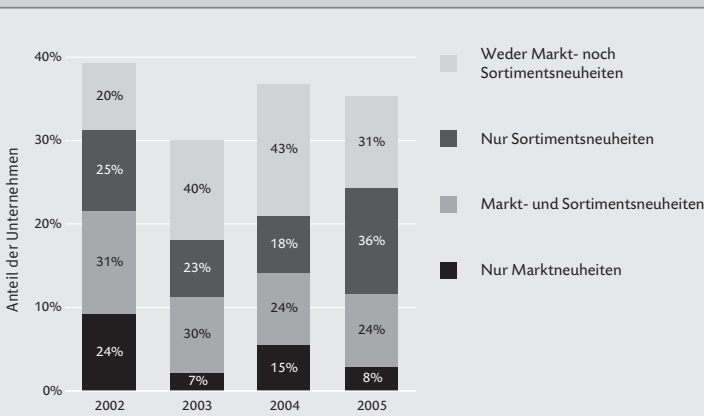
Effekte von Prozessinnovationen im Holz-, Papier-, Druck- und Verlagsgewerbe 2002-2005



Lesehilfe: Im Jahr 2005 haben 14% der Unternehmen der Holz-, Papier-, Druck- und Verlagsindustrie durch Prozessinnovationen sowohl ihre durchschnittlichen Stückkosten gesenkt als auch die Qualität ihrer Produkte/Dienstleistungen verbessert. Quelle: ZEW/ISI (2007): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2006.

- Der Anteil der Prozessinnovatoren ging 2005 von 35% auf 31% zurück.
- Der Anteil der Unternehmen, die mit neuen Verfahren Kostenreduktionen realisieren konnten, fiel parallel dazu 21 auf 19%.
- Der Anteil der Unternehmen mit prozessinnovationsbedingten Qualitätssteigerungen blieb im Jahr 2005 auf dem Vorjahresniveau von 23%.
- 14% der Unternehmen konnten im Berichtsjahr sowohl die Qualität steigern als auch die Kosten senken. Im Jahr 2005 war dies noch 16% gelungen.

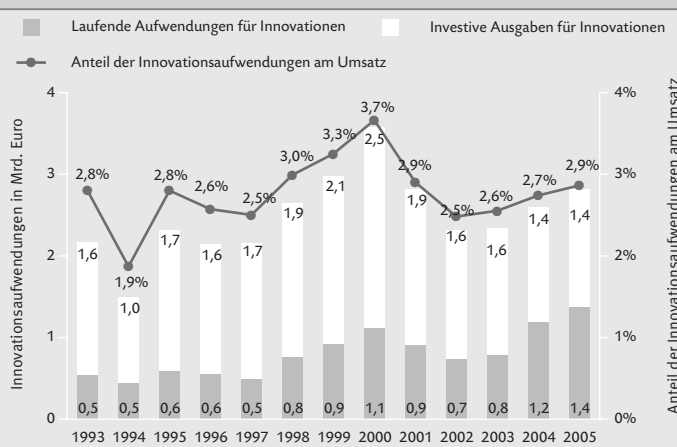
Arten von Produktinnovationen im Holz-, Papier-, Druck- und Verlagsgewerbe 2002-2005



Lesehilfe: Im Jahr 2005 haben 9% der Unternehmen der Holz-, Papier-, Druck- und Verlagsindustrie 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 Unternehmen mit Produktinnovationen nahm 2005 von 37% auf 35% leicht ab.
- Gegenüber 2004 fiel der Anteil der Unternehmen mit Marktneuheiten (= originären Produktinnovationen) von 15% auf 12%. Er liegt damit merklich unter dem Anteil im Jahr 2002 (21%).
- Der Anteil der Unternehmen mit Sortimentsneuheiten stieg im Jahr 2005 dagegen auf 22% kräftig an (2004: 16%). Dies zeigt an, dass die Unternehmen zunehmend versuchen, mit neuen Produkten neue Kundengruppen zu erschließen und ihr Produktsortiment auszuweiten.

Struktur der Innovationsaufwendungen im Holz-, Papier-, Druck- und Verlagsgewerbe 1992-2005



Lesehilfe: Im Jahr 2005 entfielen von den insgesamt 2,8 Mrd. € Innovationsaufwendungen in der Holz-, Papier-, Druck- und Verlagsindustrie 1,4 Mrd. € auf laufende und ebenfalls 1,4 Mrd. € auf investive Innovationsausgaben. Die Innovationsintensität betrug 2,9%.
Quelle: ZEW/ISI (2007): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2006.

- Die gesamten Innovationsaufwendungen sind im Jahr 2005 zum dritten Mal in Folge auf 2,8 Mrd. € gestiegen.
- Die laufenden Innovationsaufwendungen stiegen um 0,2 Mrd. € auf 1,4 Mrd. €.
- Die Investitionen im Rahmen von Innovationsprojekten blieben im Jahr 2005 konstant. Sie betragen wie im Vorjahr 1,4 Mrd. €.
- Auch der Anteil der Innovationsaufwendungen am Umsatz konnte 2005 einen Anstieg um 0,2 Prozentpunkte auf 2,9% verzeichnen. Die Innovationsaufwendungen wurden somit rascher als der Umsatz ausgeweitet.

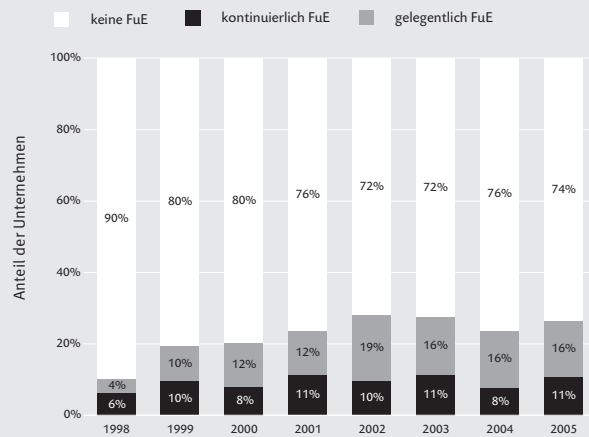
Umsatzanteil mit Marktneuheiten und Kostenreduktionsanteil durch Prozessinnovationen im Holz-, Papier-, Druck- und Verlagsgewerbe 1993-2005



Lesehilfe: Im Jahr 2005 lag der Umsatzanteil, den die Unternehmen der Holz-, Papier-, Druck- und Verlagsindustrie mit Marktneuheiten erwirtschafteten, bei 2,7%. Durch Prozessinnovationen verringerten die Unternehmen ihre durchschnittlichen Stückkosten um 3,5%.
Quelle: ZEW/ISI (2007): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2006.

- Prozessinnovationen in der Holz-, Papier-, Druck- und Verlagsindustrie haben 2005 zu Kostenreduktionen von durchschnittlich 3,5% geführt. Dies liegt deutlich über dem sehr niedrigen Kostenreduktionsniveau vom Vorjahr (2,3%).
- Der Umsatzanteil mit Marktneuheiten ist zum dritten Mal in Folge gesunken und liegt nun bei 2,7%.
- Die Ertragsituation des Holz-, Papier-, Druck- und Verlagsgewerbes wurde 2005 sowohl durch Kostenreduktionen als auch durch originäre Innovationen gestützt. Der Beitrag beider Innovationsarten bleibt jedoch im Vergleich zu den Jahren 2001 bzw. 2002 noch gering.

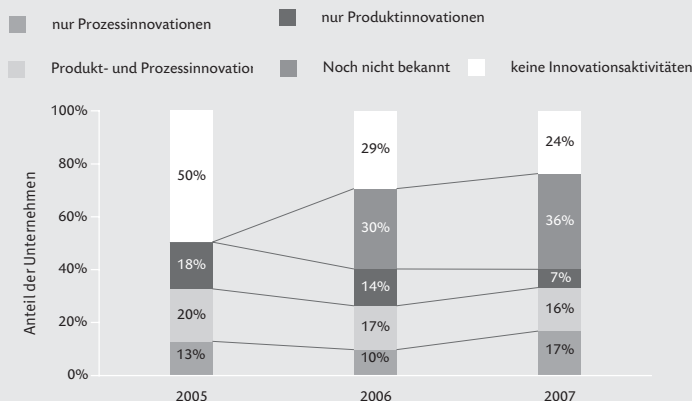
Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten im Holz-, Papier-, Druck- und Verlagsgewerbe 1998-2005



Lesehilfe: 11% der Unternehmen der Holz-, Papier-, Druck-, und Verlagsindustrie betrieben 2005 kontinuierlich Forschung und Entwicklung (FuE). Weitere 16% betrieben FuE gelegentlich, 74% der Unternehmen führten 2005 keine FuE-Aktivitäten durch.
Quelle: ZEW/ISI (2007): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2006.

- Der Anteil der FuE betreibenden Unternehmen ist 2005 leicht auf 26% gestiegen. 11% der Unternehmen betrieben FuE auf kontinuierlicher Basis. Damit lag dieser Anteil 2005 wieder auf dem Niveau der Jahre 2001 und 2003, nachdem er zwischenzeitlich leicht gesunken war.
- Der Anteil der Unternehmen, die sich nur gelegentlich mit FuE-Aktivitäten befassen, betrug 2005 im dritten Jahr in Folge 16%.
- Im Vergleich zu anderen Industriebranchen ist die FuE-Beteiligung im Holz-, Papier-, Druck- und Verlagsgewerbe niedrig.

Geplante Innovationsaktivitäten im Holz-, Papier-, Druck- und Verlagsgewerbe 2006 und 2007



Lesehilfe: 50% der Unternehmen in der Holz-, Papier-, Druck-, und Verlagsindustrie waren 2005 nicht innovativ tätig. Im Frühjahr 2006 planten 29% der Unternehmen, im Jahr 2006 keine Innovationsaktivitäten durchzuführen, 30% waren noch unsicher. 14% wollten ausschließlich Produktinnovationen, 10% ausschließlich Prozessinnovationen und 17% sowohl Produkt- als auch Prozessinnovationen vorantreiben.
Quelle: ZEW/ISI (2007): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2006.

- 50% der Unternehmen der Branche Holz, Papier, Druck und Verlag waren 2005 innovativ tätig. 33% der Unternehmen zielten auf Produktinnovationen, 38% auf Prozessinnovationen ab.
- 41% der Unternehmen planten im Frühjahr 2006 fest damit, auch im Jahr 2006 Innovationsprojekte durchzuführen. Für 2007 waren sich 40% der Unternehmen sicher, innovativ tätig zu werden.
- Der Anteil der Unternehmen, die sich über ihre Innovationstätigkeit in den Jahren 2006 und 2007 noch unsicher sind, ist mit 30% (2006) und 36% (2007) im Vergleich zu anderen Branchen des verarbeitenden Gewerbes hoch.

Das Holz-, Papier-, Verlags- und Druckgewerbe umfasst die in der europäischen Wirtschaftszweigsystematik (NACE) in den Unterabschnitten 20 bis 22 zusammengefassten Branchen. Dazu zählen das Holzgewerbe (ohne Herstellung von Möbeln), die Papiererzeugung und -verarbeitung, das Verlagsgewerbe und das Druckgewerbe. In den Unterabschnitt Holzgewerbe fallen Säge-, Hobel- und Holzimprägnierwerke, die Herstellung von Konstruktionsteilen, Fertigteilen, Ausbauelementen, Verpackungsmitteln und Lagerbehältern aus Holz. Zum Unterabschnitt Papiergewerbe gehören die Herstellung von Zellstoff, Papier, Pappe sowie die Weiterverarbeitung dieser Produkte. Zum Verlags- und Druckgewerbe zählen Buch-, Musik- und Zeitungsverlage, Druckereien und Druckweiterverarbeitung sowie die Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern. Die Branche beschäftigte 2005 in Deutschland knapp 550.000 Arbeitnehmer.

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