

Innovationsreport: Transportgewerbe und Postdienste

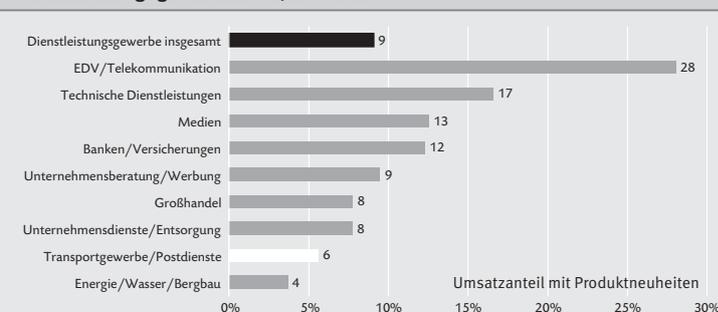
Der Innovatorenanteil im Transportgewerbe und den Postdiensten ist im Jahr 2006 stark gefallen. Er sank von 28% auf nur mehr 23%. Dies ist im Branchenvergleich die niedrigste Quote. Die Innovationsaufwendungen der Branche nahmen nach der rückläufigen Tendenz der Vorjahre wieder zu. Im Jahr 2006 betrug sie 4,3 Mrd. € (+0,2 Mrd. €), dies sind 2,1% des gesamten Branchenumsatzes. Für die Jahre 2007 und 2008 planen die

Unternehmen leicht sinkende Aufwendungen (2008: 4,0 Mrd. €).

Neue Produkte leisteten im Jahr 2006 wie auch im Vorjahr nur einen Umsatzbeitrag von 6%. Immerhin konnte der Umsatzanteil von originär neuen Produkten auf 2,1% mehr als verdoppelt werden. Weniger erfolgreich waren dafür die prozessinnovationsbedingten Kostenreduktionen, sie lagen mit 2,0% unter dem Vorjahreswert (2,6%).

Insgesamt waren 30% der Unternehmen im Transportgewerbe und in den Postdiensten im Jahr 2006 innovativ tätig. Zum Befragungszeitpunkt im Frühjahr 2007 gingen 18% der Unternehmen sicher davon aus, auch im Jahr 2007 innovativ tätig zu sein. Für das Jahr 2008 waren sich bereits 17% sicher. Der Anteil der noch Unentschlossenen ist mit 16% (2007) und 17% (2008) im Vergleich zu anderen Branchen überdurchschnittlich.

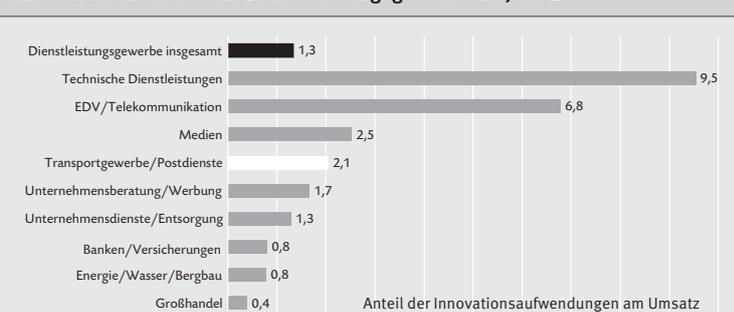
Umsatzanteil mit Produktneuheiten nach Branchen des Dienstleistungsgewerbes im Jahr 2006



Lesehilfe: Im Transportgewerbe und den Postdiensten wurden 2006 6% des Umsatzes mit Produktneuheiten generiert, d.h. mit neuen Dienstleistungsangeboten, deren Einführung nicht mehr als 3 Jahre zurückliegt. Quelle: ZEW/ISI (2008): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2007.

- Im Transportgewerbe und den Postdiensten wurden im Jahr 2006 6% des Umsatzes mit Produktneuheiten generiert. Die Branche liegt damit um 3 Prozentpunkte unter dem Durchschnitt des Dienstleistungsgewerbes.
- Innerhalb des Dienstleistungsgewerbes liegen das Transportgewerbe und die Postdienste auf dem vorletzten Platz, nur die Branche Energie/Wasser/Bergbau weist einen niedrigeren Wert auf.
- An erster Stelle liegt die EDV- und Telekommunikationsbranche.

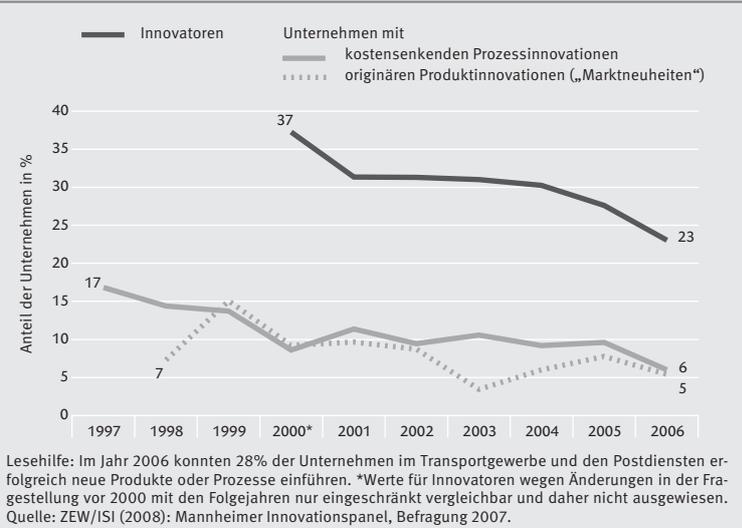
Innovationsintensität im Dienstleistungsgewerbe im Jahr 2006



Lesehilfe: Das Transportgewerbe und die Postdienste gaben im Jahr 2006 2,1% ihres Umsatzes für Innovationsprojekte aus. Quelle: ZEW/ISI (2008): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2007.

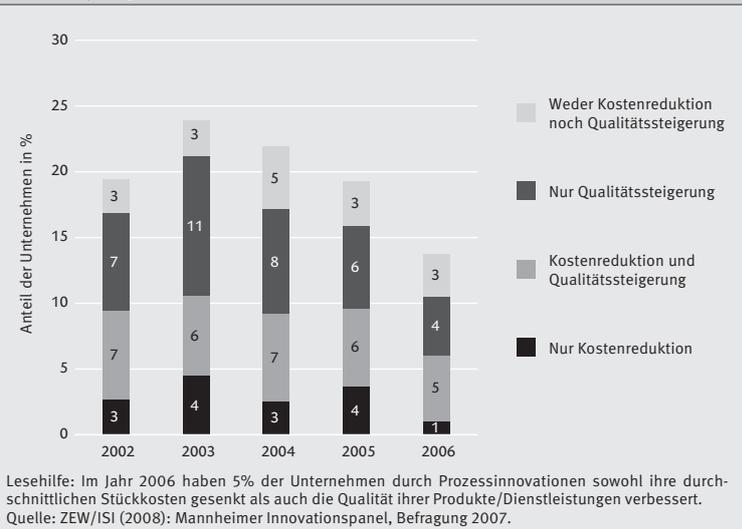
- Im Transportgewerbe und in den Postdiensten wurden im Jahr 2006 2,1% des Umsatzes für Innovationsprojekte bereitgestellt.
- Damit liegt die Branche um 0,8 Prozentpunkte über dem Durchschnitt des Dienstleistungsgewerbes.
- Die Technischen Dienstleistungen (9,5%) und die EDV/Telekommunikation (6,8%) weisen die höchste Innovationsintensität im Dienstleistungsgewerbe auf. An letzter Stelle des Branchenrankings liegt der Großhandel mit 0,4%.

Anteil der Innovatoren im Transportgewerbe und in den Postdiensten 1997-2006



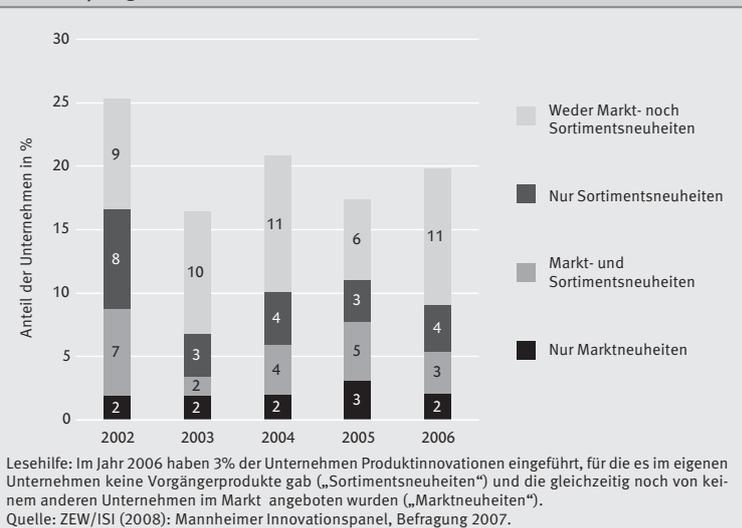
- Der Innovatorenanteil ist 2006 im fünften Jahr in Folge zurückgegangen. Nur mehr 23% der Unternehmen waren mit Innovationen erfolgreich (Vorjahr: 28%).
- Auch der Anteil der Unternehmen mit Marktneuheiten ging im Berichtsjahr zurück. Er sank von 8% (2005) auf 5% (2006). Auch der Anteil der Unternehmen mit kostensenkenden Prozessinnovationen ist im Vergleich zum Vorjahr um 4 Prozentpunkte gefallen und betrug im Berichtsjahr 6%.
- Das Transportgewerbe und die Postdienste sind die Branche mit der niedrigsten Innovatorenquote.

Effekte von Prozessinnovationen im Transportgewerbe und in den Postdiensten 2002-2006



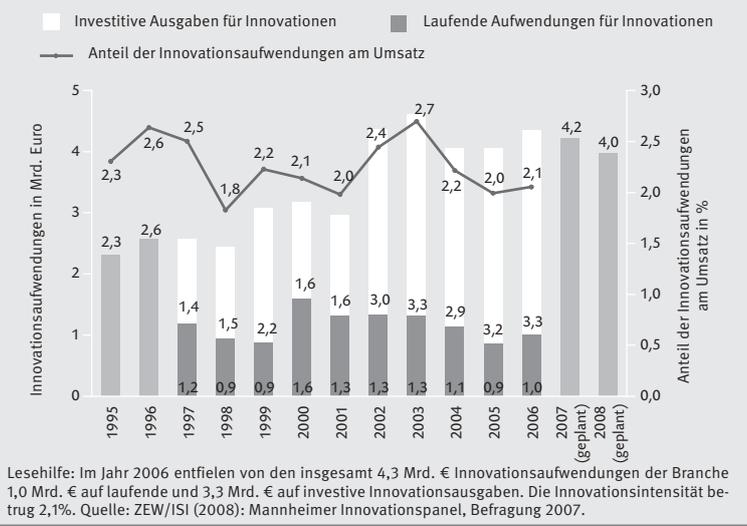
- Im Jahr 2006 führten nur 13% der Unternehmen neue Prozesse ein. Das sind 6 Prozentpunkte weniger als noch im Jahr 2005.
- Der Anteil der Unternehmen, die Kostenreduktionen realisieren konnten, ist mit 6% im Jahr 2006 gegenüber dem Vorjahr um 4 Prozentpunkte gesunken.
- Auch der Anteil der Unternehmen, die Qualitätssteigerungen erzielen konnten, ist im Vergleich zum Jahr 2005 um 3 Prozentpunkte auf 9% im Jahr 2006 gesunken.
- 5% der Unternehmen konnten im Berichtsjahr sowohl die Qualität steigern als auch die Kosten senken. Das ist 1 Prozentpunkt weniger als im Vorjahr.

Arten von Produktinnovationen im Transportgewerbe und in den Postdiensten 2002-2006



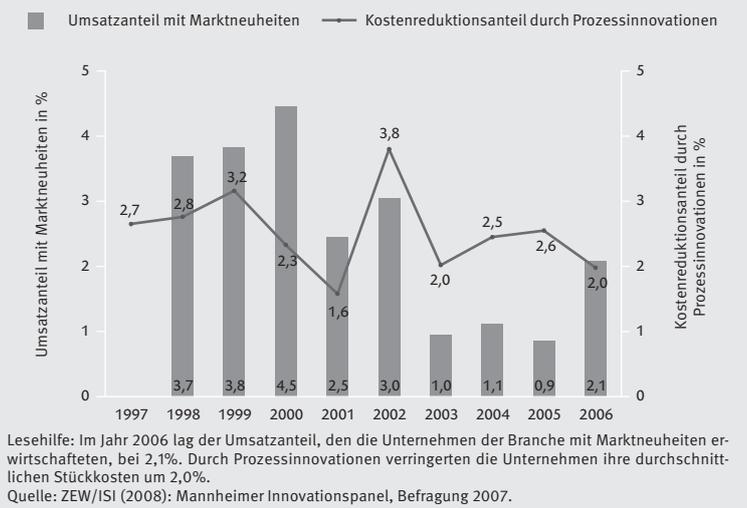
- Der Anteil der Produktinnovatoren ist im Jahr 2006 im Vergleich zum Vorjahr um 3 Prozentpunkte auf 20% angestiegen.
- Gegenüber 2005 sank der Anteil der Unternehmen, die Marktneuheiten realisieren konnten, von 8% auf 5%. Auch der Anteil der Innovatoren, die Sortimentsneuheiten einführten, ging zurück und betrug im Berichtsjahr 7%.
- Der Anstieg der Produktinnovatorenquote ist somit einzig auf eine gestiegene Zahl von Unternehmen zurückzuführen, die zwar neue Dienstleistungsangebote in den Markt brachten, damit aber weder originäre Neuheiten hervorbrachten noch das eigene Sortiment erweiterten. Bei ihnen handelt es sich somit um eher „defensive“ Innovatoren.

Struktur der Innovationsaufwendungen im Transportgewerbe und in den Postdiensten 1995-2008



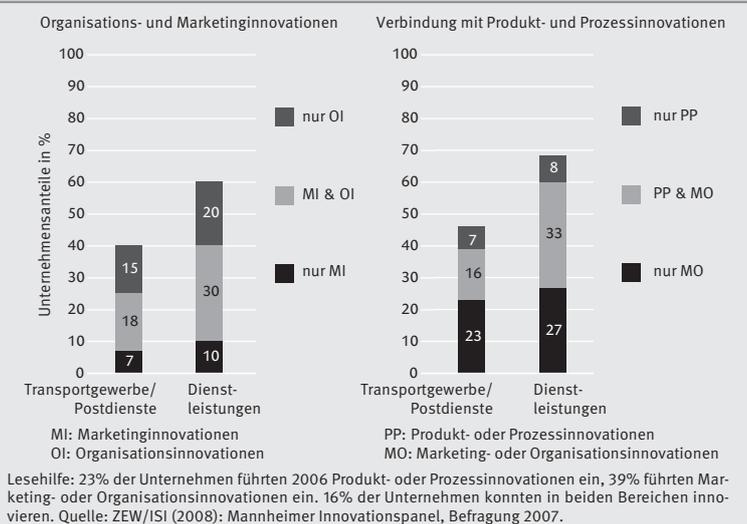
- Nach einer rückläufigen Tendenz in den Vorjahren sind die gesamten Innovationsaufwendungen im Transportgewerbe und den Postdiensten wieder gestiegen und betrugen im Jahr 2006 4,3 Mrd. € (Vorjahr: 4,1 Mrd. €).
- Der größte Teil der Innovationsaufwendungen kam den investiven Innovationsaufwendungen zugute. Sie stiegen um 0,1 Mrd. € auf 3,3 Mrd. €. Auch die laufenden Innovationsaufwendungen nahmen um 0,1 Mrd. € zu und erreichten 1,0 Mrd. €.
- Die Innovationsintensität stieg leicht auf 2,1%.
- 2007 sollen die Innovationsaufwendungen geringfügig auf 4,2 Mrd. € fallen, für 2008 ist ein etwas stärkerer Rückgang auf 4,0 Mrd. € geplant.

Umsatzanteil mit Marktneuheiten und Kostenreduktionsanteil im Transportgewerbe und in den Postdiensten 1997-2006



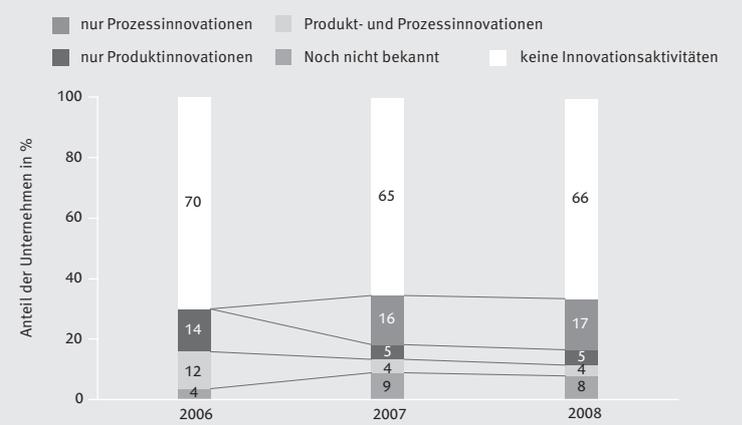
- Der Umsatzanteil mit Marktneuheiten hat sich im Vergleich zum Jahr 2005 mehr als verdoppelt. 2005 betrug er 0,9%, im Berichtsjahr waren es bereits 2,1%. An die hohen Werte der Jahre 1998-2002 konnte die Branche jedoch noch nicht wieder anschließen.
- Weniger erfolgreich verlief die Entwicklung bei der Kostenreduktion. Prozessinnovationen haben im Transport- und Postgewerbe 2006 zu Kostenreduktionen von durchschnittlich 2,0% geführt. Dieser Anteil ist im Vergleich zum Vorjahr um 0,6 Prozentpunkte gefallen und liegt nur wenig über dem bisherigen Tiefswert aus dem Jahr 2000.
- Die Ertragslage im Transportgewerbe und den Postdiensten wurden 2006 somit vorrangig durch höhere Umsätze mit originär neuen Dienstleistungsangeboten gestärkt.

Marketing- und Organisationsinnovationen im Transportgewerbe und in den Postdiensten 2006



- 40% der Unternehmen führten 2006 Marketing- oder Organisationsinnovationen ein. 25% der Unternehmen führten Marketinginnovationen ein, 33% Organisationsinnovationen. 18% innovierten in beiden Bereichen.
- Nimmt man Marketing- und Organisationsinnovationen sowie Produkt- und Prozessinnovationen zusammen, so lag der Anteil der innovativen Unternehmen bei 46%. Nur 7% der Unternehmen führten Produkt- oder Prozessinnovationen ein, ohne gleichzeitig Marketing- oder Organisationsinnovationen umgesetzt zu haben.
- Mit 23% ist der Anteil der Unternehmen, die zwar neue Marketing- oder Organisationsmethoden einführten, jedoch gleichzeitig keine Produkt- oder Prozessinnovationen vorwiesen, recht hoch und unterstreicht die Bedeutung nicht-technischer Innovationen in der Branche.

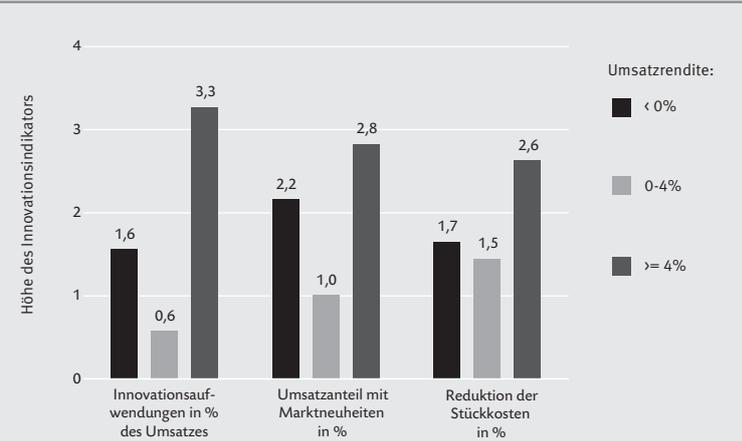
Geplante Innovationsaktivitäten im Transportgewerbe und in den Postdiensten 2007 und 2008



Lesehilfe: 70% der Unternehmen im Transportgewerbe und den Postdiensten waren 2006 nicht innovativ tätig. Im Frühjahr 2007 planten 65% der Unternehmen, im Jahr 2007 keine Innovationsaktivitäten durchzuführen, 16% waren noch unsicher. 5% wollten ausschließlich Produktinnovationen, 9% ausschließlich Prozessinnovationen und 4% sowohl Produkt- als auch Prozessinnovationen vorantreiben.
Quelle: ZEW/ISI (2008): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2007.

- 30% der Unternehmen im Transportgewerbe und den Postdiensten waren 2006 innovativ tätig. Hierzu zählen neben der erfolgreichen Innovatoren auch Unternehmen mit abgebrochenen oder noch laufenden Innovationsprojekten.
- Zum Befragungszeitpunkt im Frühjahr 2007 gingen 18% der Unternehmen sicher davon aus, auch im Jahr 2007 innovativ tätig zu sein. Für das Jahr 2008 beträgt dieser Anteil 17%.
- Der Anteil der noch Unentschiedenen ist mit 16% (2007) und 17% (2008) im Vergleich zu anderen Branchen des Dienstleistungsgewerbes eher durchschnittlich. Insgesamt dürfte die Innovationsbeteiligung auf niedrigem Niveau stabil bleiben.

Benchmarking: Umsatzrendite und Innovationsaktivitäten im Transportgewerbe und in den Postdiensten 2006



Lesehilfe: Unternehmen mit einer Umsatzrendite von weniger als 0% wendeten durchschnittlich 1,6% ihres Umsatzes für Innovationen auf, bei Unternehmen mit einer Umsatzrendite von 0-4% lag dieser Wert bei 0,6%. In Unternehmen mit einer Umsatzrendite von mehr als 4% betrug die Innovationsaufwendungen im Mittel 3,3% des Umsatzes. Quelle: ZEW/ISI (2008): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2007.

- Hohe Innovationsaufwendungen, hohe Innovationserfolge und hohe Umsatzrenditen gehen im Transportgewerbe und den Postdiensten häufig Hand in Hand. Die Unternehmen der höchsten Renditeklasse gaben mit 3,3% ihres Umsatzes im Mittel deutlich mehr für Innovationen aus als Unternehmen mit niedriger oder negativer Rendite.
- Unternehmen der höchsten Renditeklasse erwirtschafteten durchschnittlich 2,8% ihres Umsatzes mit Marktneuheiten und konnten 2,6% der Kosten mit Hilfe von Prozessinnovationen senken – mehr als in den anderen beiden Renditeklassen.
- Besonders niedrig sind die Innovationsindikatoren in der mittleren Renditeklasse.

Der Wirtschaftszweig Transportgewerbe 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 beschäftigte im Jahr 2006 in Unternehmen mit 5 oder mehr Mitarbeitern knapp 1,6 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 5.500 Unternehmen gibt jährlich zu seinen Innovationsaktivitäten und -strategien Auskunft. Zusätzlich werden über 4.500 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 2006 vorläufige) Grundgesamtheit in Deutschland. Die Werte für 2005 und 2006 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, www.zew.eu
Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Wolfgang Franz (Präsident) · Thomas Kohl (Kaufmännischer Direktor)

Redaktion: Torben Schubert, Telefon 0721 6809 357, Telefax 0721 6809 260, E-Mail: t.schubert@isi.fraunhofer.de
Heide Fier, Telefon 0621/1235-179, Telefax 0621/1235-170, E-Mail: fier@zew.de

Projektteam: Dr. Christian Rammer, Birgit Aschhoff, Prof. Dr. Knut Blind, Thorsten Doherr, Dr. Sandra Gottschalk, Heide Fier, Christian Köhler, Dr. Bettina Peters, Torben Schubert, Franz Schwiebacher

Nachdruck und sonstige Verbreitung (auch auszugsweise): mit Quellenangabe und Zusendung eines Belegexemplars
© Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW), Mannheim, 2008
Weitere Informationen: www.zew.de/innovation