

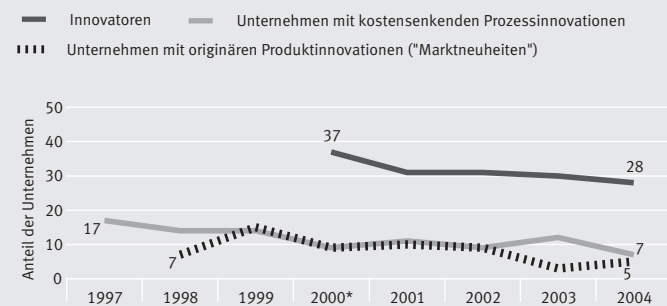
Transportgewerbe und Postdienste

Das Geschäftsjahr 2004 war mit leichten Umsatzsteigerungen für das Transportgewerbe und die Postdienste im Großen und Ganzen erfolgreich. Auf der Grundlage der positiven Entwicklung der Innovationsaufwendungen in den Jahren 2002 und 2003 stieg im Jahr 2004 die Anzahl der Unternehmen, die originäre Produktinnovationen (Marktneuheiten) einführen konnten. Auch der mit diesen Marktneuheiten erzielte Umsatz konnte 2004 gesteigert werden und trug 2,1% zum Gesamtumsatz der Branche bei (nach 0,9% im Jahr 2003). Die finanziellen Auf-

wendungen für Innovationsprojekte gingen im Jahr 2004 im Vergleich zum Vorjahr dagegen deutlich um fast 1 Mrd. € auf 3,6 Mrd. € zurück. Für die Jahre 2005 und 2006 sollen laut Planungen der Unternehmen die Innovationsaufwendungen weiter auf 2,8 Mrd. € fallen. Damit liegen die Innovationsaufwendungen allerdings immer noch über dem Niveau von 1998. Ursächlich für den Rückgang der Innovationsaufwendungen im Jahr 2004 war die Reduktion der investiven und insofern langfristig ausgerichteten Innovationsaufwendungen. Die Innovations-

intensität (Innovationsaufwendungen in Relation zum Umsatz) ist gegenüber 2003 um 0,6 Prozentpunkte auf nun 2,1% gefallen; sie liegt aber immer noch 0,4 Prozentpunkte über dem Durchschnitt des Dienstleistungsgewerbes. Der Innovatorenanteil im Transportgewerbe und bei den Postdiensten hat 2004 mit 28% den niedrigsten Wert seit 2000 erreicht. Für 2005 ist eine Stagnation der Innovationsbeteiligung wahrscheinlich. Für 2006 waren sich im Frühjahr 2005 erst 22% der Unternehmen sicher, Innovationsprojekte durchzuführen.

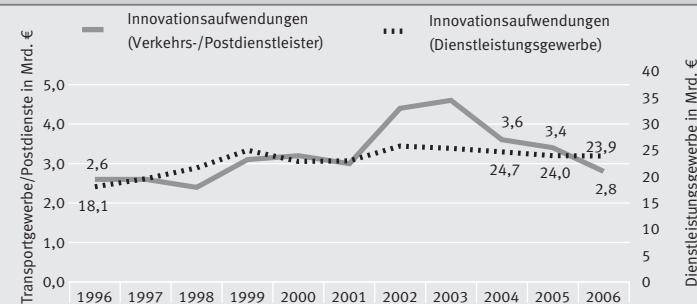
Anteil der Innovatoren im Transportgewerbe und in den Postdiensten (1997-2004)



Lesehilfe: Im Jahr 2004 konnten 28% der Unternehmen der Branche erfolgreich neue Produkte oder Prozesse einführen. 7% der Unternehmen führten kostensenkende Prozessinnovationen ein. 5% der Unternehmen haben 2004 mindestens eine Marktneuheit angeboten. *Innovatorenanteil vor dem Jahr 2000 mit Folgejahren nicht vergleichbar.
Quelle: ZEW/ISI (2006): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2005.

- In den Jahren 2000 bis 2004 ist der Anteil der Innovatoren (= Unternehmen, die erfolgreich neue Produkte oder Prozesse einführen konnten) von 37% auf 28% zurückgegangen.
- Der Anteil der Unternehmen mit Marktneuheiten ist von 3% im Jahr 2003 auf 5% im Jahr 2004 gestiegen. Er liegt aber immer noch unter dem Niveau der Jahre 1998 bis 2002.
- Der Anteil der Unternehmen mit kostensenkenden Prozessinnovationen ist von 12% im Jahr 2003 auf 7% im Jahr 2004 gefallen. Er hat damit den tiefsten Stand seit 1997 erreicht.

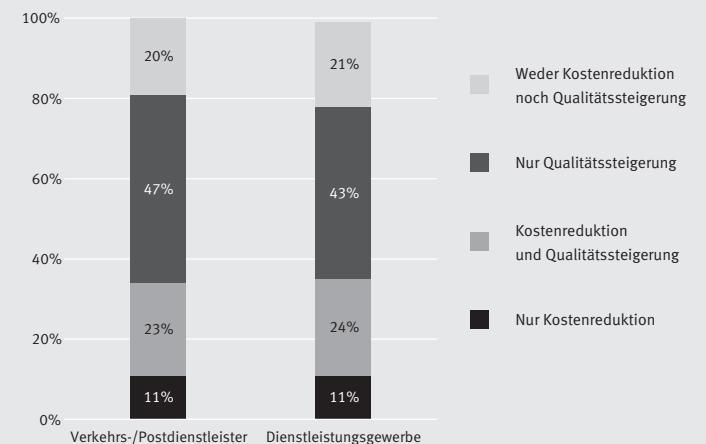
Innovationsaufwendungen im Transportgewerbe und in den Postdiensten (1996-2006)



Lesehilfe: Im Jahr 2004 gaben die Unternehmen der Branche 3,6 Mrd. € für Innovationsprojekte aus. Für das Jahr 2005 planten sie mit Innovationsaufwendungen in Höhe von 3,4 Mrd. €. Quelle: ZEW/ISI (2006): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2005.

- Nach einem Höchstwert im Jahr 2003 nahmen die Innovationsaufwendungen im Jahr 2004 deutlich auf 3,6 Mrd. € ab.
- Für die Jahre 2005 und 2006 ist ein weiterer Rückgang auf 3,4 bzw. 2,8 Mrd. € in 2006 geplant.
- Nachdem das Wachstum der Innovationsaufwendungen in der Branche in den Jahren 2001 und 2002 über den Wachstumsraten des Dienstleistungsgewerbes lagen, zeichnet sich für die Jahre 2004 bis 2006 eine ungünstigere Entwicklung ab.

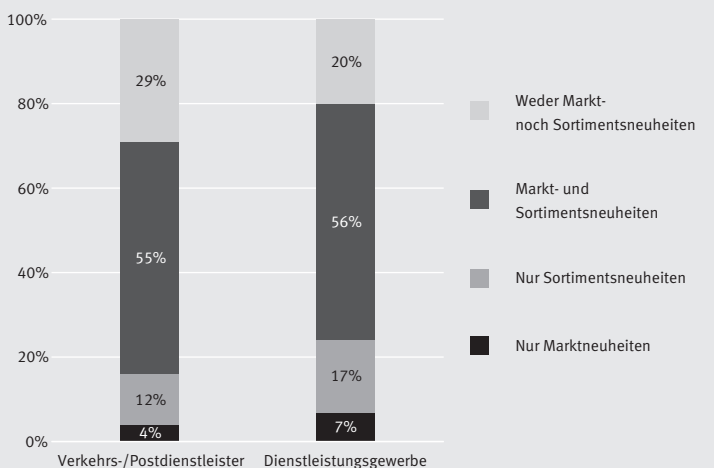
Effekte von Prozessinnovationen im Transportgewerbe und in den Postdiensten (2004)



Lesehilfe: Im Jahr 2004 haben 20% der Prozessinnovatoren durch Prozessinnovationen weder ihre durchschnittlichen Stückkosten gesenkt noch die Qualität ihrer Dienstleistungen verbessert.
Quelle: ZEW/ISI (2006): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2005.

- Der Anteil der Unternehmen, die neue Verfahren eingeführt haben (Prozessinnovatoren), fiel von 25% im Jahr 2003 auf 22% im Jahr 2004.
- Der Anteil der Prozessinnovatoren, die Kostenreduktionen realisieren konnten, ging leicht von 36% im Jahr 2003 auf 34% im Jahr 2004 zurück und entspricht damit etwa dem Mittel in den Dienstleistungsbranchen.
- Der Anteil der Prozessinnovatoren, die Qualitätssteigerungen erzielen konnten, ist mit 70% im Jahr 2004 annähernd konstant geblieben.
- Fast ein Viertel aller Prozessinnovatoren konnten sowohl die Qualität steigern als auch die Kosten senken. Im Jahr 2003 war dies nur 20% der Prozessinnovatoren gelungen.

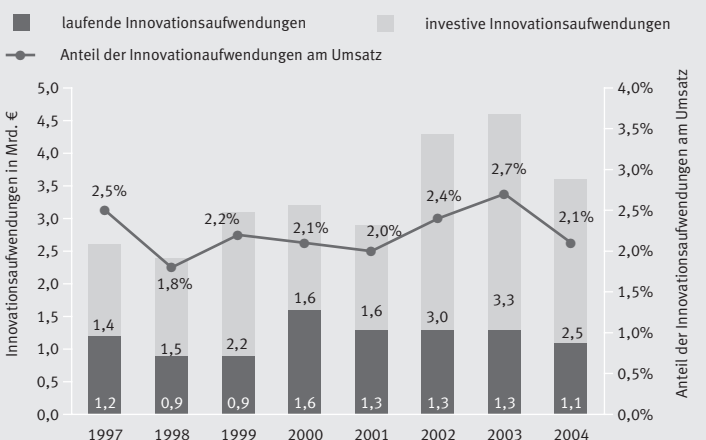
Arten von Produktinnovationen in Transportgewerbe und Postdiensten (2004)



Lesehilfe: Im Jahr 2004 haben 29% der Produktinnovatoren neue Dienstleistungen eingeführt, die weder Markt- noch Sortimentsneuheiten waren.
Quelle: ZEW/ISI (2006): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2005.

- Im Jahr 2004 zählten 20% der Unternehmen des Transportgewerbes und der Postdienste zu Produktinnovatoren, d.h. sie konnten im zurückliegenden Dreijahreszeitraum erfolgreich neue Produktangebote im Markt einführen
- Der Anteil der Produktinnovatoren, die weder Marktneuheiten noch Sortimentsneuheiten aufweisen (d.h. Nachahmerprodukte, die im Unternehmen bereits Vorgängerprodukt haben), ist im Transportgewerbe und bei den Postdiensten mit 29% höher als im Durchschnitt des Dienstleistungsgewerbes (20%).
- Der Anteil der Produktinnovatoren mit Sortimentsneuheiten stieg stark von 27% im Jahr 2003 auf 67% im Jahr 2004. Nur 16% der Produktinnovatoren konnten Marktneuheiten einführen, im Vergleich zu 24% im Dienstleistungsgewerbe.

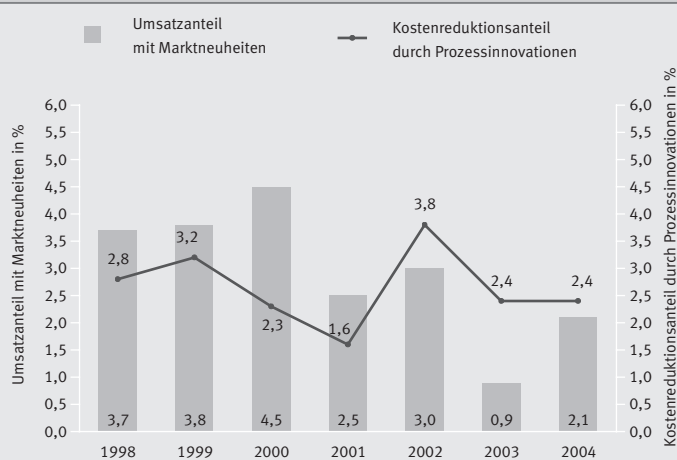
Struktur der Innovationsaufwendungen im Transportgewerbe und in den Postdiensten (1997-2004)



Lesehilfe: Im Jahr 2004 entfielen von den insgesamt 3,6 Mrd. € Innovationsaufwendungen 1,1 Mrd. € auf laufende und weitere 2,5 Mrd. € auf investive Innovationsausgaben. Die Innovationsintensität betrug 2,1%.
Quelle: ZEW/ISI (2006): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2005.

- Nachdem die Innovationsaufwendungen im Transportgewerbe und in den Postdiensten im Jahr 2003 einen Höchststand von 4,6 Mrd. € erreicht hatten, sind sie im Jahr 2004 auf 3,6 Mrd. € gefallen.
- Die investiven Innovationsaufwendungen erreichten 2004 2,5 Mrd. € und nahmen damit um 0,8 Mrd. € ab.
- Die laufenden Innovationsaufwendungen fielen 2004 ebenfalls, wenn auch weniger stark, auf 1,1 Mrd. €.
- Simultan zum Rückgang der Innovationsaufwendungen fiel auch die Innovationsintensität von 2,7% in 2003 auf 2,1% in 2004.

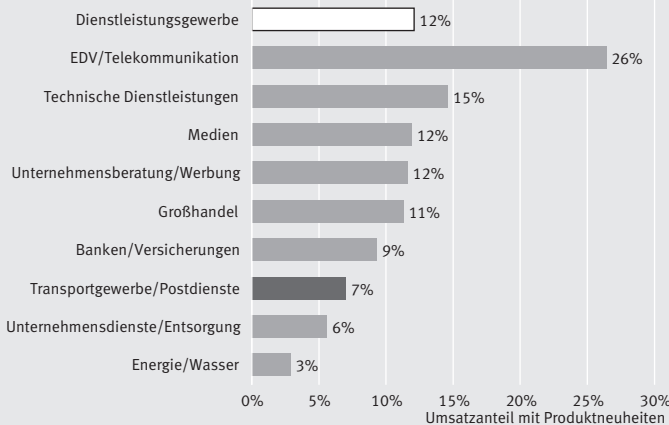
Umsatzanteile mit Marktneuheiten und Kostenreduktionsanteile im Transportgewerbe und in den Postdiensten (1998-2004)



Lesehilfe: Im Jahr 2004 lag der Umsatzanteil, den die Unternehmen der Branche mit Marktneuheiten erwirtschafteten, bei 2,1%. Durch Prozessinnovationen verringerten die Unternehmen ihre Stückkosten um 2,4%.
Quelle: ZEW/ISI (2006): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2005.

- Prozessinnovationen haben im Transportgewerbe und in den Postdiensten im Jahr 2004 zu Kostenreduktionen von durchschnittlich 2,4% geführt. Damit wurde der gleiche Wert wie im Vorjahr erreicht.
- Parallel zum steigenden Anteil von Unternehmen mit Marktneuheiten ist auch der Umsatzanteil mit Marktneuheiten nach schwachem Vorjahresergebnis 2004 gestiegen. Er liegt mit 2,1% deutlich über dem Wert von 2003 (0,9%).
- Im Mehrjahresvergleich ist der Umsatzanteil mit Marktneuheiten des Jahres 2004 als niedrig zu bewerten. In den Jahren 1998 bis 2000 konnten zwischen 3,7 und 4,5% des Umsatzes mit originären Produktneuheiten erzielt werden. Der im Jahr 2004 mit Hilfe von Prozessinnovationen erreichte Rationalisierungserfolg liegt dagegen im Mittel.

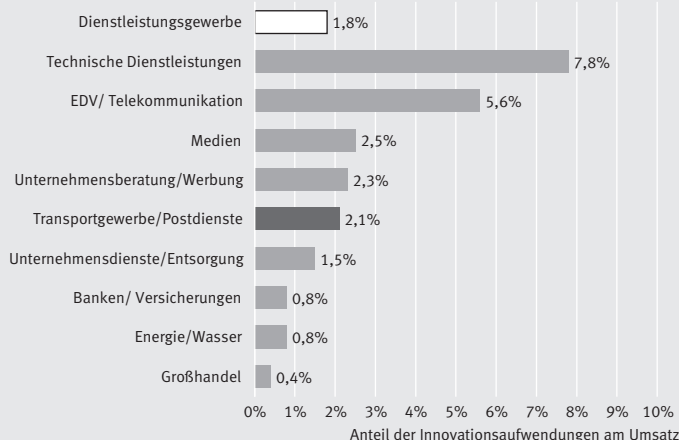
Umsatzanteil mit Produktneuheiten in ausgewählten Branchen des Dienstleistungsgewerbes (2004)



Lesehilfe: 7% des im Transportgewerbe und in den Postdiensten erwirtschafteten Umsatzes geht auf neue Produkte zurück, d.h. auf Produkte, die nicht älter als 3 Jahre sind.
Quelle: ZEW/ISI (2006): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2005.

- Im Transportgewerbe und in den Postdiensten gingen im Jahr 2004 fast 7% des Gesamtumsatzes auf Produktneuheiten zurück, d.h. auf Produktangebote, die nicht älter als 3 Jahre sind. Im Durchschnitt des Dienstleistungsgewerbe wird ein doppelt so hoher Umsatzanteil mit neuen Produkten erzielt.
- Innerhalb der Dienstleistungsbranchen liegen das Transportgewerbe und die Postdienste im unteren Drittel, jedoch noch vor den Unternehmensdienstleistern und der Energie- und Wasserversorgung.
- Führend, mit einem Umsatzanteil von 26% aus neuen Produkten, ist die EDV- und Telekommunikationsbranche.

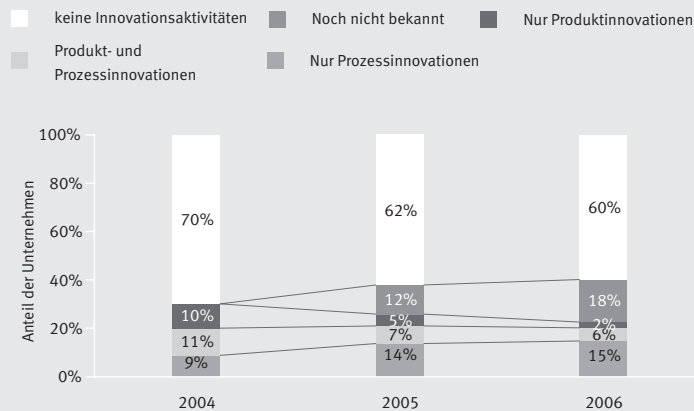
Innovationsintensität in ausgewählten Branchen des Dienstleistungsgewerbes (2004)



Lesehilfe: Im Transportgewerbe und in den Postdiensten wurden im Jahr 2004 2,1% des Umsatzes für Innovationsprojekte ausgegeben.
Quelle: ZEW/ISI (2006): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2005.

- Im Transportgewerbe und in den Postdiensten wurden 2004 2,1% des Umsatzes für Innovationstätigkeiten ausgegeben.
- Damit liegen das Transportgewerbe und die Postdienste zwar über dem Durchschnitt des Dienstleistungsgewerbes, im Vergleich zu 2003 hat sich der Abstand jedoch um 0,2 Prozentpunkte verringert.
- Im Ranking der Dienstleistungsbranchen liegen die Technischen Dienstleistungen mit einer Innovationsintensität von 7,8% an der Spitze.
- Der Großhandel ist mit 0,4% die Dienstleistungsbranche mit der geringsten Innovationsintensität.

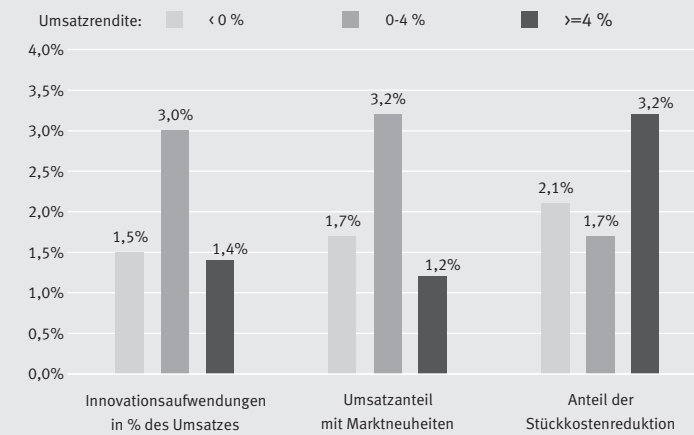
Geplante Innovationsaktivitäten im Transportgewerbe und in den Postdiensten (2004-2006)



Lesehilfe: 30% der Unternehmen im Transportgewerbe und Postdiensten führten 2004 Innovationsprojekte durch. Zum Befragungszeitpunkt (Frühjahr 2005) gaben 26% der Unternehmen an, dass sie im Jahr 2005 innovativ tätig sein werden. 12% der Unternehmen waren sich noch unsicher, 62% werden 2005 keine Innovationsaktivitäten verfolgen.
Quelle: ZEW/ISI (2006): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2005.

- Im Jahr 2004 waren 30% der Unternehmen im Transportgewerbe und in den Postdiensten innovativ tätig. Diese Quote ist etwas höher als der Innovatorenanteil (vgl. Abb. 1), da hier auch Unternehmen mit (noch) nicht erfolgreich abgeschlossenen Innovationsprojekten mitgezählt werden.
- Zum Befragungszeitpunkt (Frühjahr 2005) gingen 26% bzw. 22% der Unternehmen sicher davon aus, im Jahr 2005 bzw. 2006 innovativ tätig zu sein. 12% bzw. 18% waren sich noch unsicher.
- In den Jahren 2005 und 2006 dürften sich die Innovationsaktivitäten stärker hin zu Prozessinnovationen verschieben. Für 2005 waren sich bereits 21% der Unternehmen sicher, neue Verfahren einführen zu wollen, gegenüber 20% im Jahr 2004.

Benchmarking: Innovationen und Umsatzrendite im Transportgewerbe und in den Postdiensten (2004)



Lesehilfe: Die Unternehmen der Branche mit einer Umsatzrendite von mehr als 4% verdienten im Jahr 2004 1,2% ihres Umsatzes mit Marktneuheiten.
Quelle: ZEW/ISI (2006): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2005.

- Unternehmen mit einer positiver Umsatzrendite von bis zu 4% gaben deutlich mehr für Innovationsaktivitäten aus als die Unternehmen mit negativer Umsatzrendite oder Unternehmen mit einer Umsatzrendite von mehr als 4%.
- Auch der Umsatzanteil, der mit Marktneuheiten erzielt wurde (3,6%), war im Vergleich der Renditeklassen bei den Unternehmen der mittleren Renditeklasse am höchsten.
- Eine hohe Rendite geht mit hohen Kostensenkungserfolgen durch Prozessinnovationen einher: Unternehmen mit mehr als 4% Umsatzrendite konnten im Mittel 3,7% ihrer Stückkosten einsparen, gegenüber rund 2% in Unternehmen mit niedriger oder negativer Rendite.

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 beschäftigte im Jahr 2004 rund 1,385 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 für das Jahr 2005 auch mit dem Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung (ISI), das Innovationsverhalten der deutschen Wirtschaft. Ein repräsentativer Querschnitt von über 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 2004 vorläufige) Grundgesamtheit in Deutschland. Die Werte für 2003 und 2004 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)
Redaktion: Dr. Bernd Ebersberger, Telefon 0721 6809 134, Telefax 0721 6809 260, E-Mail: b.ebersberger@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. Bernd Ebersberger, Dr. 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, 2006
 Weitere Informationen: www.zew.de/innovation