

Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) (Ed.)

**Research Report**

## ZEW Branchenreport Innovationen. Ergebnisse der deutschen Innovationserhebung 2012: Mediendienstleistungen

ZEW Branchenreport Innovationen, No. 16, Januar 2013

**Provided in Cooperation with:**

ZEW - Leibniz Centre for European Economic Research

*Suggested Citation:* Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) (Ed.) (2013) : ZEW Branchenreport Innovationen. Ergebnisse der deutschen Innovationserhebung 2012: Mediendienstleistungen, ZEW Branchenreport Innovationen, No. 16, Januar 2013, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), Mannheim

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/172100>

**Standard-Nutzungsbedingungen:**

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

**Terms of use:**

*Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.*

*You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.*

*If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.*

# ZEW Branchenreport

## Innovationen

Jahrg. 20 · Nr. 16 · Januar 2013

Ergebnisse der deutschen Innovationserhebung 2012

## Mediendiensteleistungen

Die wirtschaftliche Entwicklung der Mediendiensteleistungen war im Jahr 2011 uneinheitlich. Während Druckereien und Verlage moderate Umsatzzuwächse verzeichneten, konnten die Filmproduktions- und Rundfunkunternehmen nicht vom Aufschwung nach der Wirtschaftskrise profitieren, sodass deren Umsätze stagnierten bzw. leicht rückläufig waren. Die Innovationsaktivitäten entwickelten sich 2011 für die gesamte Branche ungünstig. Erstmals haben weniger als die Hälfte der Unternehmen neue Produkte oder Prozesse eingeführt. Die Innovatorenquote sank um neun Prozentpunkte auf 43 %. Damit einher ging ein

deutlicher Rückgang des Anteils der Unternehmen mit Marktneuheiten von 16 % in 2010 auf 6 % im Jahr 2011.

Die Innovationsausgaben der Mediendiensteleistungen nahmen 2011 um 0,39 Mrd. € ab und lagen bei 1,55 Mrd. €. Gemessen am Branchenumsatz machten sie einen Anteil von 2,0 % aus (2010: 2,4 %). Sowohl die mit Marktneuheiten als auch die mit Nachahmerinnovationen erzielten Umsatzanteile waren im Berichtsjahr rückläufig. Demgegenüber entwickelten sich die prozesseitigen Innovationserfolge positiv. Qualitätsverbesserungen führten zu einem Umsatzanstieg von 1,6 % (2010: 1,2 %). Die

durch Prozessinnovationen erzielten Kosteneinsparungen stiegen um einen Prozentpunkt auf 2,7 % und erreichten somit annähernd das Niveau von 2009.

Für 2012 und 2013 planten die Unternehmen eine Erhöhung der Innovationsausgaben auf 1,68 Mrd. € bzw. 1,71 Mrd. €. Der Anteil der innovativ tätigen Unternehmen dürfte 2012 auf über 48 % steigen und ein Jahr später mit 43 % zumindest das Niveau von 2011 erreichen. Zudem waren sich noch 10 % der Unternehmen unsicher, ob sie im Jahr 2012 Innovationsprojekten durchführen werden. Für 2013 liegt der Anteil der unsicheren Unternehmen bei 11 %.

**ACHTUNG:** Mit dem Berichtsjahr 2008 wurde im internationalen System der Wirtschaftsstatistik eine neue Systematik der Wirtschaftszweige (WZ08) eingeführt. Dadurch ändert sich mitunter die Branchenzuordnung von Unternehmen. Dies betrifft in geringem Umfang auch die Mediendiensteleistungen. Im Vergleich zu früheren Ausgaben des ZEW-Berichtsjahres Innovationen umfasst die Branche nunmehr folgende Aktivitätsbereiche:

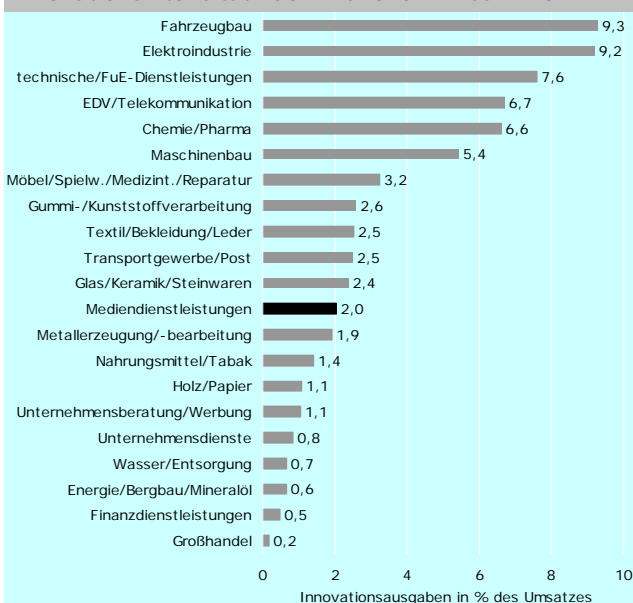
- Druckereien und Verlage (WZ08 18+58): Drucken von Zeitungen, Zeitschriften, Büchern und Prospekten sowie von sonstige Druckerzeugnissen, Druck- und Mediovorstufe, Binden von Druckerzeugnissen, Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern, Verlegen von Büchern, Zeitungen, Zeitschriften, Verzeichnissen, Computerspielen, Software und sonstige Medien, Online-Veröffentlichungen.
- Film und Rundfunk (WZ08 59-60): Herstellung von Filmen, Videofilmen und Fernsehprogrammen, Nachbearbeitung und sonstige Filmtechnik, Filmverleih und -vertrieb (ohne Videotheken), Kinos, Tonstudios, Herstellung von Hörfunkbeiträgen, Verlegen von Musikalien, Hörfunk- und Fernsehveranstalter, Übertragung von Hörfunk- und Fernsehsendungen, Ausstrahlung von Internet-Filmbeiträgen.

Neu zu der Branche zählen Online-Veröffentlichungen, das Verlegen von Software und Computerspielen, die Übertragung von Hörfunk- und Fernsehsendungen und die Ausstrahlung von Internet-Filmbeiträgen. Sie waren zuvor Teil der Branche EDV/Telekommunikation.

Die neue Brancheneinteilung wird zurück bis zum Berichtsjahr 2006 ausgewiesen. Zwischen 2005 und 2006 besteht ein Bruch in der Zeitreihe.

Der Bruch in der Zeitreihe wird außerdem dadurch verstärkt, dass gleichzeitig die statistischen Basiszahlen (Anzahl der Unternehmen und Beschäftigten, Umsatz) ab 2006 aus dem Unternehmensregister des Statistischen Bundesamts und nicht mehr, wie zuvor, aus den Fachstatistiken stammen.

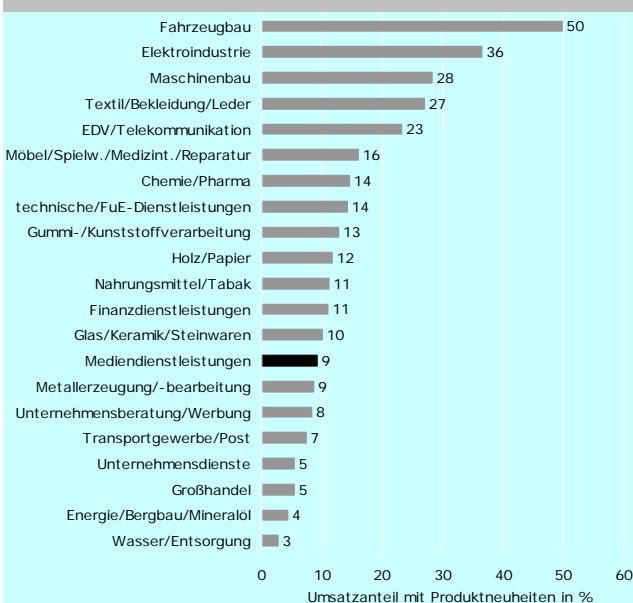
Innovationsintensität nach Branchen im Jahr 2011



Lesehilfe: Die Unternehmen der Mediendiensteleistungen gaben im Jahr 2011 2,0 % ihres Umsatzes für Innovationsprojekte aus.

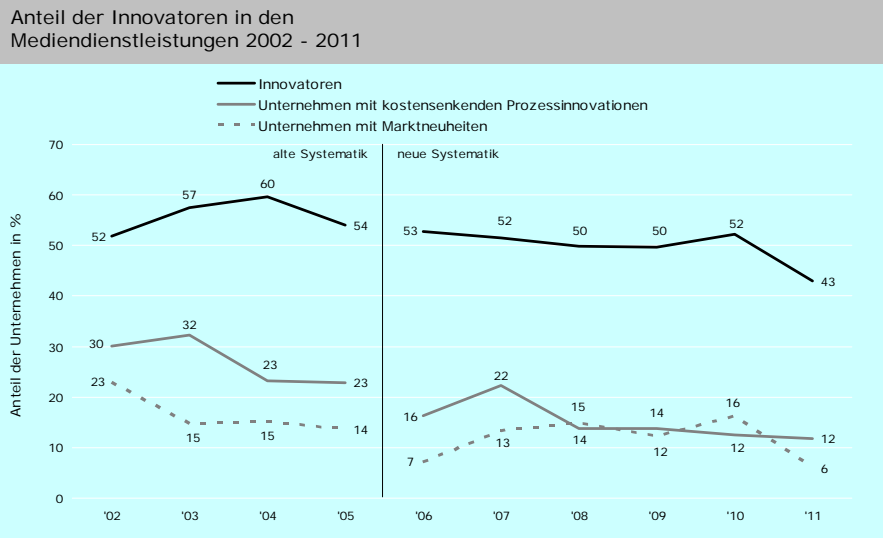
Quelle: ZEW/ISI (2013): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2012.

Umsatzanteil mit Produktneuheiten im Jahr 2011



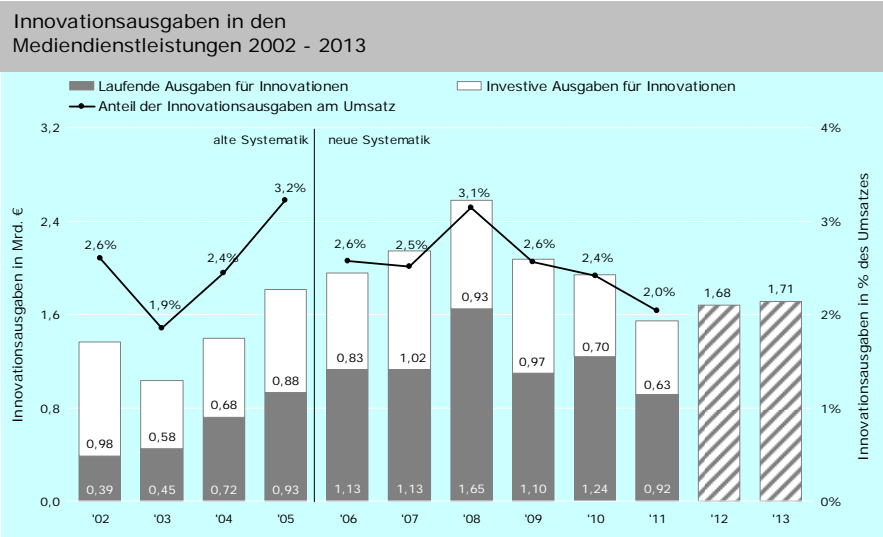
Lesehilfe: In den Mediendiensteleistungen wurden im Jahr 2011 9 % des Branchenumsatzes mit Produktneuheiten (= Produkte, die jünger als 3 Jahre sind) generiert.

Quelle: ZEW/ISI (2013): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2012.



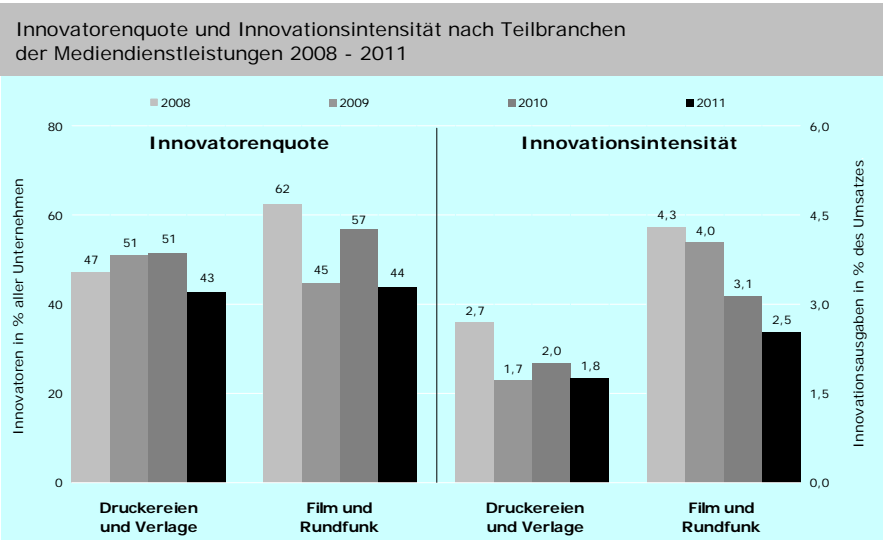
Lesehilfe: Im Jahr 2011 konnten 43 % der Unternehmen der Mediendiensteleistungen erfolgreich neue Produkte oder Prozesse einführen. 12 % der Unternehmen führten kostensenkende Prozessinnovationen ein, 6 % der Unternehmen haben 2011 mindestens eine Marktneuheit angeboten. Quelle: ZEW/ISI (2013): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2012.

- **Innovatoren** sind Unternehmen, die innerhalb eines zurückliegenden Dreijahreszeitraums zumindest ein Innovationsprojekt erfolgreich abgeschlossen haben, d.h. zumindest ein Produkt- oder Prozessinnovation eingeführt haben. Es kommt nicht darauf an, ob ein anderes Unternehmen diese Innovation bereits eingeführt hat.
- **Unternehmen mit Marktneuheiten** haben im zurückliegenden Dreijahreszeitraum zumindest ein neues oder merklich verbessertes Produkt als erster Anbieter auf dem für das Unternehmen relevanten Markt eingeführt. Der Indikator misst den Anteil der Unternehmen, die das Angebot einer Branche an originär neuen Produkten erweitern.
- **Unternehmen mit kostensenkenden Prozessinnovationen** haben im zurückliegenden Dreijahreszeitraum zumindest einen neuen oder merklich verbesserten Prozess eingeführt, der zu einer Senkung der durchschnittlichen Kosten je Stück oder Vorgang geführt hat. Der Indikator misst somit den Anteil der Unternehmen, die mit Hilfe von Innovationen ihre preisliche Wettbewerbsfähigkeit verbessern.



Lesehilfe: Im Jahr 2011 entfielen von den insgesamt 1,55 Mrd. € Innovationsausgaben der Mediendiensteleistungen 0,92 Mrd. € auf laufende und 0,63 Mrd. € auf investive Innovationsausgaben. Die Innovationsintensität betrug 2,0 %. Quelle: ZEW/ISI (2013): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2012.

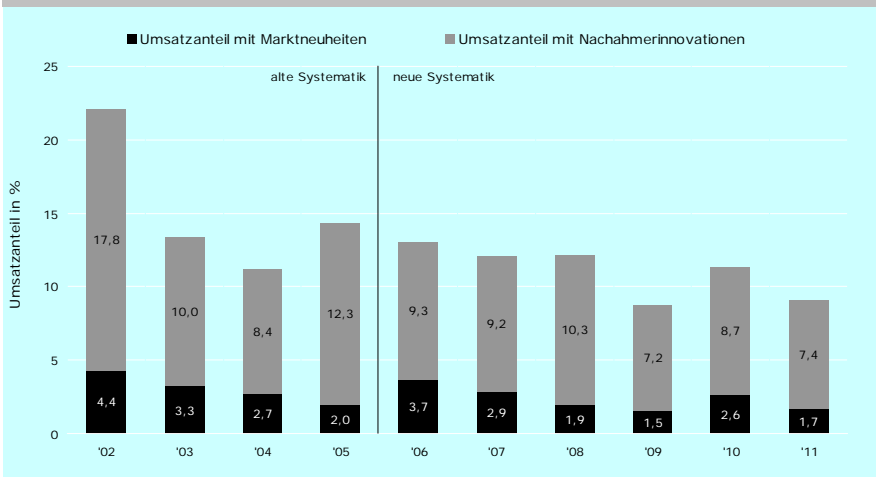
- **Innovationsausgaben** beziehen sich auf die Aufwendungen für laufende, abgeschlossene und abgebrochene Projekte, die die Entwicklung und Einführung von Produkt- oder Prozessinnovationen zum Ziel haben. Dazu zählen interne und externe FuE sowie innovationsbezogene Ausgaben für Sachanlagen und immaterielle Wirtschaftsgüter, Weiterbildung, Marketing, Konzeption, Konstruktion, Design sowie Produktions- und Vertriebsvorbereitung.
- **Laufende Innovationsausgaben** umfassen Personal- und Sachaufwendungen inkl. Dienstleistungsaufträge an Dritte, **investive Ausgaben für Innovationen** umfassen Investitionen in Maschinen, Fahrzeuge, Geräte, Gebäude, Software und gewerbliche Schutzrechte.
- Die **Innovationsintensität** misst die gesamten Innovationsausgaben der Unternehmen einer Branche in % des gesamten Branchenumsatzes (inkl. des Umsatzes nicht innovativ tätiger Unternehmen).
- **Planzahlen** für die Innovationsausgaben der Jahre 2012 und 2013 wurden im Frühjahr und Sommer 2012 erhoben.



Lesehilfe: Im Druckerei- und Verlagsgewerbe lag die Innovatorenquote 2011 bei 43 %, in der Film- und Rundfunkbranche bei 44 %. Die Innovationsintensität des Druckerei- und Verlagsgewerbes betrug 2011 1,8 %, in der Film- und Rundfunkbranche beliefen sich die Innovationsausgaben auf 2,5 % des Umsatzes. Quelle: ZEW/ISI (2013): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2012.

- **Druckereien und Verlage (WZ08 18+58):** Drucken von Zeitungen, Zeitschriften, Büchern, Prospekten und sonstigen Druckerzeugnissen, Druck- und Mediovorstufe, Bindereien, Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern, Verlegen von Büchern, Zeitungen, Zeitschriften, Verzeichnissen, Software und sonstige Medien, Online-Veröffentlichungen.
- **Film und Rundfunk (WZ08 59-60):** Herstellung von Filmen, Fernsehprogrammen und Hörfunkbeiträgen, Nachbearbeitung und sonstige Filmtechnik, Filmverleih und -vertrieb, Kinos, Tonstudios, Verlegen von Musikalien, Rundfunkveranstalter, Übertragung von Rundfunksendungen, Ausstrahlung von Internet-Filmbeiträgen.
- Neu zur Branche zählen Online-Veröffentlichungen, Softwareverlage, die Übertragung von Rundfunksendungen und die Ausstrahlung von Internet-Filmbeiträgen. Sie waren zuvor Teil der Branche EDV/Telekommunikation.
- Die **Zuordnung der Unternehmen** zu einer Branche erfolgt auf Basis der umsatzstärksten Produktgruppe.

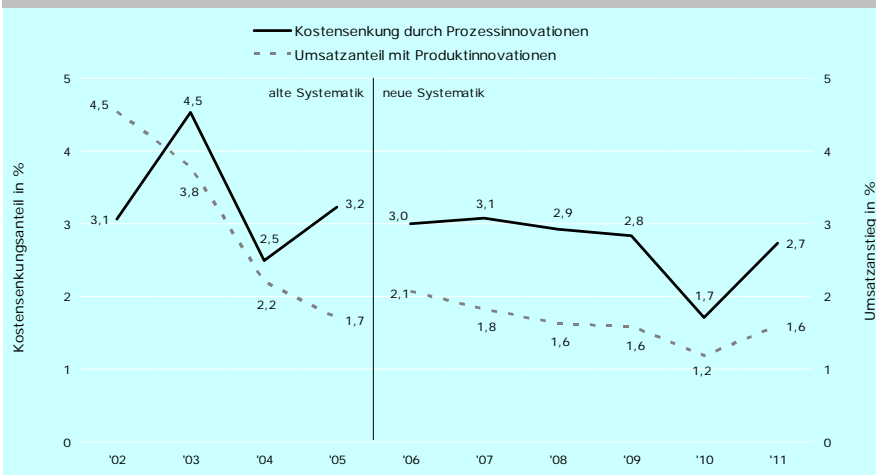
Umsatzanteil mit Produktneuheiten in den Mediendienstleistungen 2002 - 2011



Lesehilfe: Im Jahr 2011 lag der Umsatzanteil, den die Unternehmen der Mediendienstleistungen mit Marktneuheiten erwirtschafteten, bei 1,7 %. 7,4 % des Branchenumsatzes waren Nachahmerinnovationen. Produktneuheiten machten 2011 insgesamt 9,1 % des Branchenumsatzes aus. Quelle: ZEW/ISI (2013): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2012.

- Der **Umsatzanteil mit Marktneuheiten** bzw. mit **Nachahmerinnovationen** misst den Umsatz, der von den Unternehmen einer Branche mit den entsprechenden Innovationen erzielt wurde, in Prozent des gesamten Branchenumsatzes (inkl. des Umsatzes nicht innovativ tätiger Unternehmen).
- Marktneuheiten** sind neue Produkte, die ein Unternehmen als erster Anbieter auf dem für das Unternehmen relevanten Markt eingeführt hat.
- Nachahmerinnovationen** sind neue Produkte eines Unternehmens, die zum Einführungszeitpunkt schon von anderen Unternehmen in gleicher oder sehr ähnlicher Form angeboten wurden.
- Der Umsatz mit Marktneuheiten bzw. Nachahmerinnovationen bezieht sich auf entsprechende Innovationen, die im **zurückliegenden Dreijahreszeitraum** (für 2011: 2009-2011) eingeführt wurden.
- Die Umsatzanteile von Marktneuheiten und Nachahmerinnovationen ergeben zusammen den **Umsatzanteil mit Produktneuheiten**.

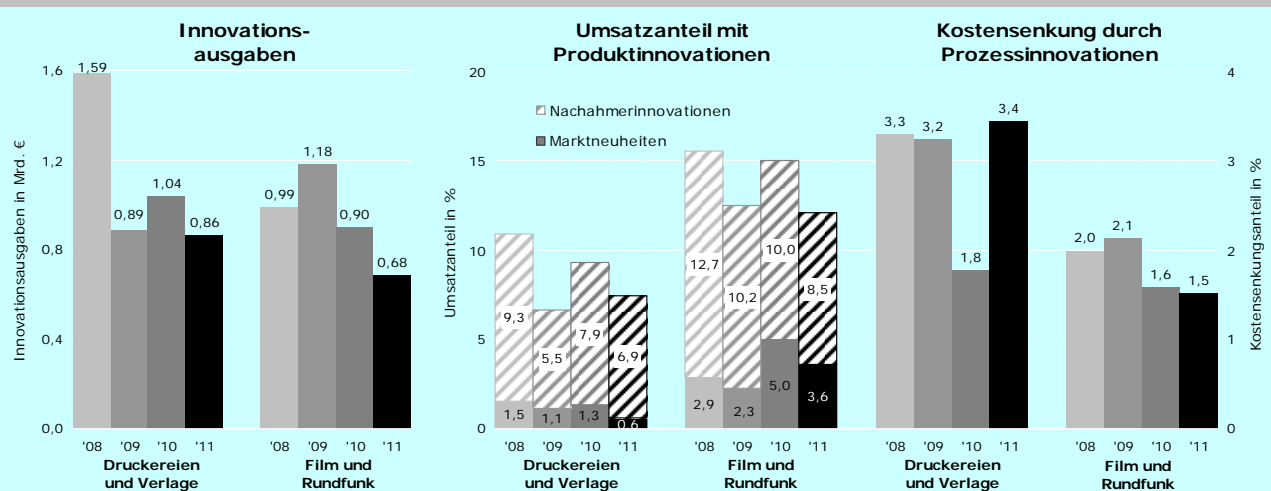
Erfolgsindikatoren von Prozessinnovationen in den Mediendienstleistungen 2002 - 2011



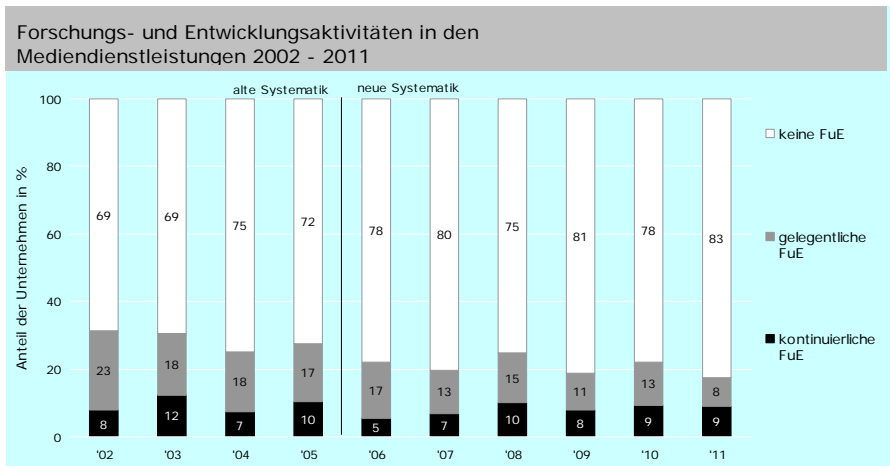
Lesehilfe: Durch Prozessinnovationen verringerten die Unternehmen in den Mediendienstleistungen ihre durchschnittlichen Stückkosten im Jahr 2011 um 2,7 %. Qualitätsverbesserungen führten 2011 zu einem Umsatzanstieg von 1,6 %. Quelle: ZEW/ISI (2013): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2012.

- Der **Kostensenkungsanteil durch Prozessinnovationen** bezieht sich auf die Kosten je Stück bzw. Vorgang des betreffenden Jahres, die durch Prozessinnovationen eingespart werden konnten, die im zurückliegenden Dreijahreszeitraum eingeführt worden waren. Der Indikator drückt den Umfang der innovationsbedingten Kostensenkungen in einer Branche an den Gesamtkosten aller Unternehmen der Branche aus.
- Der **Umsatzanstieg durch Qualitätsverbesserungen** misst die Umsatzausweitung im Vergleich zum Vorjahresumsatz, die auf Qualitätsverbesserungen zurückgeführt werden kann, die mit Hilfe von im zurückliegenden Dreijahreszeitraum eingeführten Prozessinnovationen erreicht wurden. Der durch Qualitätsverbesserungen erzielte zusätzliche Umsatz wird dabei in Bezug zum Gesamtumsatz aller Unternehmen der Branche gesetzt. Der Indikator gibt somit das nominelle Umsatzwachstum in einer Branche an, das auf Qualitätsverbesserungen zurückgeht. Der Indikator wird erst seit 2002 erhoben.

Innovationsausgaben und Innovationserfolg nach Teilbranchen der Mediendienstleistungen 2008 - 2011

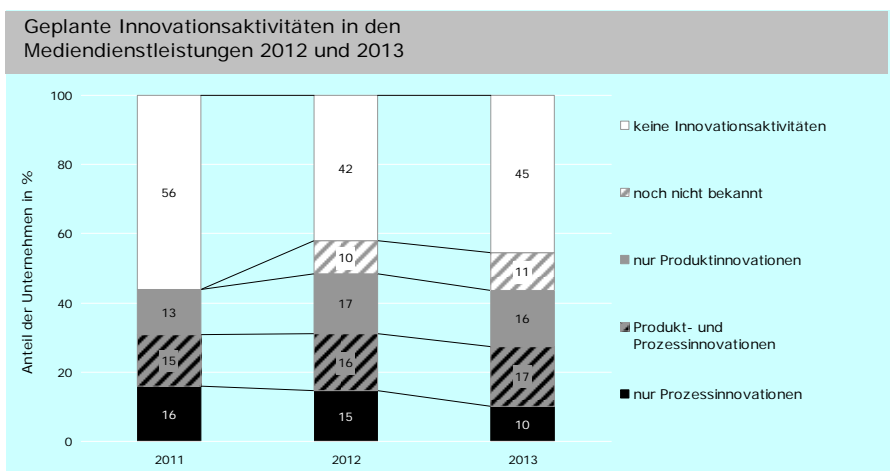


Lesehilfe: Die Innovationsausgaben des Druckerei- und Verlagsgewerbes beliefen sich im Jahr 2011 auf 0,86 Mrd. € und in der Film- und Rundfunkbranche auf 0,68 Mrd. €. Im Druckerei- und Verlagsgewerbe lag der Umsatzanteil mit Marktneuheiten im Jahr 2011 bei 0,6 %, in der Film- und Rundfunkbranche bei 3,6 %. Der Kostensenkungsanteil durch Prozessinnovationen betrug 2011 im Druckerei- und Verlagsgewerbe 3,4 % und in der Film- und Rundfunkbranche 1,5 %. Quelle: ZEW/ISI (2013): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2012.



Lesehilfe: 83 % der Unternehmen in den Mediendiensteleistungen führten 2011 keine FuE-Aktivitäten durch, 9 % betrieben FuE auf kontinuierlicher Basis. Quelle: ZEW/ISI (2013): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2012.

- **Forschung und experimentelle Entwicklung (FuE)** ist die systematische schöpferische Arbeit zur Erweiterung des vorhandenen Wissens und die Nutzung des so gewonnenen Wissens zur Entwicklung neuer Anwendungen wie z.B. neuer oder merklich verbesserter Produkte bzw. Dienstleistungen oder Prozesse bzw. Verfahren.
- **Kontinuierliche FuE** bezeichnet FuE-Aktivitäten von Unternehmen, die dauerhaft durchgeführt werden. Typischerweise sind einzelne Mitarbeiter überwiegend oder ausschließlich mit FuE-Aktivitäten betraut, in vielen Unternehmen geht eine kontinuierliche FuE-Tätigkeit mit dem Vorhandensein einer eigenen FuE-Abteilung oder eigener FuE-Infrastruktur (Labors etc.) einher.
- **Gelegentliche FuE** bezeichnet FuE-Aktivitäten von Unternehmen, die anlassbezogen aufgenommen werden, z.B. um ein bestimmtes technisches Problem im Rahmen eines Innovationsprojektes zu lösen.



Lesehilfe: 56 % der Unternehmen in den Mediendiensteleistungen waren 2011 nicht innovativ tätig. Im Frühjahr/Sommer 2012 planten 42 % der Unternehmen, im Jahr 2012 keine Innovationsaktivitäten durchzuführen, 10 % waren noch unsicher. 17 % wollten ausschließlich Produktinnovationen, 15 % ausschließlich Prozessinnovationen und 16 % sowohl Produkt- als auch Prozessinnovationen vorantreiben. Quelle: ZEW/ISI (2013): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2012.

- **Innovationsaktivitäten** stellen alle mit finanziellen Aufwendungen verbundenen Aktivitäten dar, die auf Produkt- oder Prozessinnovationen abzielen.
- Die für 2012 und 2013 **geplanten Innovationsaktivitäten** werden getrennt nach den beiden Innovationstypen erfasst. Unternehmen, die zum Befragungszeitpunkt noch nicht angeben konnten, ob sie Innovationsaktivitäten in diesen Jahren durchführen werden bzw. ob diese auf Produkt- oder Prozessinnovationen abzielen, sind unter „noch nicht bekannt“ zusammengefasst.
- Die Werte für 2012 und 2013 basieren auf **Planangaben und Erwartungen** der Unternehmen und sind stark von den im Befragungszeitraum - März bis Juli 2012 - verfügbaren Informationen über die die wahrscheinliche wirtschaftliche Entwicklung in der 2. Jahreshälfte 2012 und im Jahr 2013 beeinflusst. Im Frühjahrsgutachten 2012 gingen die Wirtschaftsforschungsinstitute von einem realen BIP-Wachstum von 0,9 % für 2012 und von 2,0 % für 2013 aus.

**Datentabelle**

	Innovatorenquote (in %)				Anteil Unternehmen mit Marktneuheiten (in %)				Anteil Unternehmen mit kostensenkenden Prozessinnovationen (in %)				Innovationsausgaben (in Mrd. €)				Innovationsintensität (in %)			
	'08	'09	'10	'11	'08	'09	'10	'11	'08	'09	'10	'11	'08	'09	'10	'11	'08	'09	'10	'11
Druckereien und Verlage (WZ08 18+58)	47	51	51	43	11	12	17	6	14	15	12	11	1,59	0,89	1,04	0,86	2,7	1,7	2,0	1,8
Film und Rundfunk (WZ08 59-60)	62	45	57	44	30	13	14	5	13	9	13	17	0,99	1,18	0,90	0,68	4,3	4,0	3,1	2,5
<b>Mediendiensteleistungen (WZ08 18, 58-60)</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>52</b>	<b>43</b>	<b>15</b>	<b>12</b>	<b>16</b>	<b>6</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>2,58</b>	<b>2,07</b>	<b>1,94</b>	<b>1,55</b>	<b>3,1</b>	<b>2,6</b>	<b>2,4</b>	<b>2,0</b>
	Umsatzanteil mit Marktneuheiten (in %)				Umsatzanteil mit Nachahmerinnovationen (in %)				Umsatzanteil mit Sortimentsneuheiten (in %)				Kostensenkungsanteil durch Prozessinnovationen (in %)				Umsatzanstieg durch Qualitätsverbesserungen (in %)			
Druckereien und Verlage (WZ08 18+58)	1,5	1,1	1,3	0,6	9,3	5,5	7,9	6,9	2,4	2,4	3,5	2,4	3,3	3,2	1,8	3,4	1,7	1,8	1,3	1,4
Film und Rundfunk (WZ08 59-60)	2,9	2,3	5,0	3,6	12,7	10,2	10,0	8,5	2,4	2,6	5,6	3,1	2,0	2,1	1,6	1,5	1,5	1,1	1,0	2,0
<b>Mediendiensteleistungen (WZ08 18, 58-60)</b>	<b>1,9</b>	<b>1,5</b>	<b>2,6</b>	<b>1,7</b>	<b>10,3</b>	<b>7,2</b>	<b>8,7</b>	<b>7,4</b>	<b>2,4</b>	<b>2,5</b>	<b>4,2</b>	<b>2,7</b>	<b>2,9</b>	<b>2,8</b>	<b>1,7</b>	<b>2,7</b>	<b>1,6</b>	<b>1,6</b>	<b>1,2</b>	<b>1,6</b>
	Anteil Unternehmen mit kontinuierlicher FuE (in %)				Anteil Unternehmen mit gelegentlicher FuE (in %)				Anteil Unternehmen mit fest geplanten Innovationsaktivitäten (in %)				Anteil Unternehmen mit noch unsicheren Innovationsaktivitäten (in %)				Geplante Innovationsausgaben (in Mrd. €)			
Druckereien und Verlage (WZ08 18+58)	10	8	9	8	15	13	12	8	51	43	46	42	0	0	10	10	1,04	0,86	0,97	1,04
Film und Rundfunk (WZ08 59-60)	13	6	11	14	14	3	17	8	57	46	59	51	0	0	10	15	0,90	0,68	0,71	0,67
<b>Mediendiensteleistungen (WZ08 18, 58-60)</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>15</b>	<b>11</b>	<b>13</b>	<b>8</b>	<b>52</b>	<b>44</b>	<b>48</b>	<b>44</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>1,94</b>	<b>1,55</b>	<b>1,68</b>	<b>1,71</b>

\* Planzahlen vom Frühjahr/Sommer 2012. Werte für 2011 sind vorläufig.

**Deutsche Innovationserhebung**

Die deutsche Innovationserhebung wird im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) vom Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW, Mannheim) seit 1993 in Zusammenarbeit mit infas (Institut für angewandte Sozialwissenschaft) sowie dem Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung (ISI) durchgeführt. Die Erhebung zielt auf alle Unternehmen in Deutschland mit mindestens 5 Beschäftigten und einem wirtschaftlichen Schwerpunkt in einer der auf S. 1 angeführten Branchengruppen ab. Die Definitionen und Messkonzepte entsprechen den internationalen Standards von OECD und Eurostat. Die Innovationserhebung ist alle zwei Jahre Teil der von Eurostat koordinierten Europäischen Innovationserhebung (Community Innovation Survey - CIS). Alle Werte sind hochgerechnet auf die Grundgesamtheit der Unternehmen ab 5 Beschäftigte in Deutschland. An der Innovationserhebung 2012 haben sich über 12.200 Unternehmen beteiligt (= 59 % des Stichprobenumfangs), darunter 522 aus den Mediendiensteleistungen.



ZEW Branchenreport Innovationen – erscheint jährlich

Herausgeber: Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW) Mannheim · L 7, 1 · 68161 Mannheim

Postanschrift: Postfach 103443 · 68034 Mannheim · Internet: www.zew.de, www.zew.eu

Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Wolfgang Franz (Präsident) · Thomas Kohl (Kaufmännischer Direktor)

Redaktion: Prof. Dr. Torben Schubert, Telefon 0721 6809 357, Telefax 0721 6809 260, E-Mail: t.schubert@isi.fraunhofer.de

Dr. Christian Rammer, Telefon 0621/1235-184, Telefax 0621/1235-170, E-Mail: rammer@zew.de

Nachdruck und sonstige Verbreitung (auch auszugsweise): mit Quellenangabe und Zusendung eines Belegexemplars

© Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW), Mannheim, 2013

Weitere Informationen: www.zew.de/innovation