ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of
ZBW
Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) (Ed.)

Research Report

ZEW Branchenreport Innovationen. Ergebnisse der deutschen Innovationserhebung 2013: Mediendienstleistungen

ZEW Branchenreport Innovationen, No. 16, Januar 2014

Provided in Cooperation with:
ZEW - Leibniz Centre for European Economic Research

Suggested Citation: Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) (Ed.) (2014) : ZEW Branchenreport Innovationen. Ergebnisse der deutschen Innovationserhebung 2013: Mediendienstleistungen, ZEW Branchenreport Innovationen, No. 16, Januar 2014, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), Mannheim

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/172121

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.

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Zentrum für Europäische
Wirtschaftsforschung GmbH
www.zew.de • www.zew.eu

ZEW Innovationen Branchenreport

Jahrg. 21 · Nr. 16 · Januar 2014

Ergebnisse der deutschen Innovationserhebung 2013

Mediendienstleistungen

Die Mediendienstleistungen (Druckgewerbe, Verlage, Filmindustrie, Tonstudios, Rundfunk) stehen noch immer vor großen Herausforderungen, wie etwa der Digitalisierung von Produkten und Vertriebswegen. Die uneinheitliche wirtschaftliche Lage der Branche spiegelte sich in den Innovationsaktivitäten der Unternehmen wider. Die Talfahrt aus dem Jahr 2011 scheint noch nicht vollends beendet, was auch an den Innovationsindikatoren abzulesen ist.

Der Anteil der Innovatoren stieg 2012 leicht auf 44 % (2011: 43 %), was besonders am Film- und Rundfunksektor lag, der seine Quote von 45 % auf 54 % erhöht hat. Die Innovationsausgaben folgten dem seit 2009 anhaltenden Abwärtstrend und sanken 2012 weiter auf 1,60 Mrd. € (2011: 1,72 Mrd. €). Das entspricht, wie im Vorjahr, 2,1 % des Branchenumsatzes. Die Film- und Rundfunksparte zeigt sich mit einer Innovationsintensität von 2,6 % besonders innovationsfreudig. Der Umsatzanteil von Produktneuheiten ging deutlich von 12,2 % auf 8,2 % zurück, was vor allem an niedrigeren Umsätzen mit Nachahmerinnovationen lag. Die Einführung von Marktneuheiten brachte hingegen ein leichtes Plus auf 1,9 %. Durch Prozessinnovationen konnten die Druckereien und Verlage eine durchschnittliche Kostensenkung von 3,0 % (2011: 2,8 %) erzielen. Der Anteil der Unternehmen mit FuE-Aktivitäten blieb bei 18 % stabil.

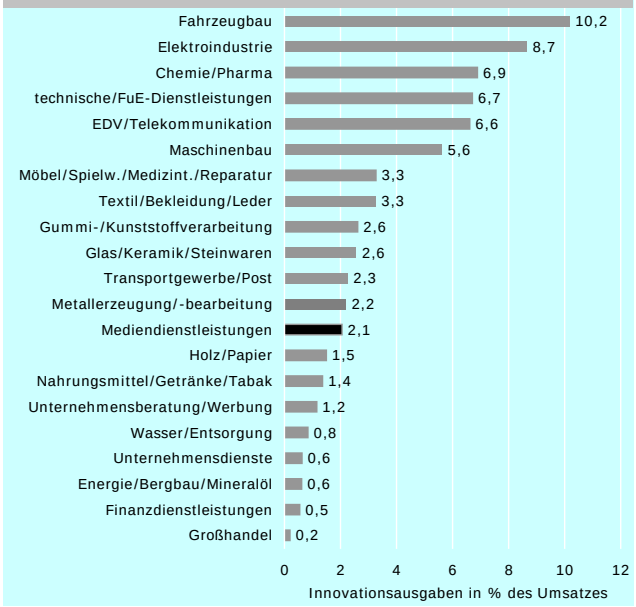
Die Planungen der Unternehmen für 2013 und 2014 sehen weitere Einschnitte beim Innovationsbudget vor. 2013 sollen die Ausgaben auf 1,37 Mrd. € und 2014 auf 1,27 Mrd. € sinken. Der Anteil der innovativ tätigen Unternehmen (2012: 47 %) könnte 2013 leicht steigen. 45 % planten fest mit Innovationsaktivitäten, weitere 10 % waren noch unsicher. 2014 wird die Innovationsbeteiligung wohl zurückgehen, da nur 31 % sicher innovativ tätig werden wollen und 16 % noch unsicher sind.

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 Mediendienstleistungen. Im Vergleich zu früheren Ausgaben des ZEW-Branchenreport 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 Medienvorstufe, 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.

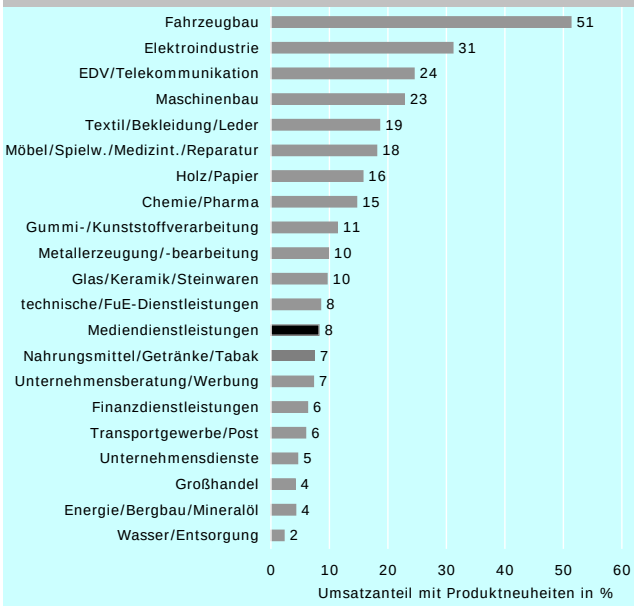
Neu zu der Branche zählen Online-Veröffentlichungen, das Verlegen von Software und Computerspielen, die Übertragung von Hörfunk- und Fernsehsendungen und die Ausstrahlung von Internet-Filmbeiträgen. Sie waren zuvor Teil der Branche EDV/Telekommunikation.
Die neue Brancheneinteilung wird zurück bis zum 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 2012



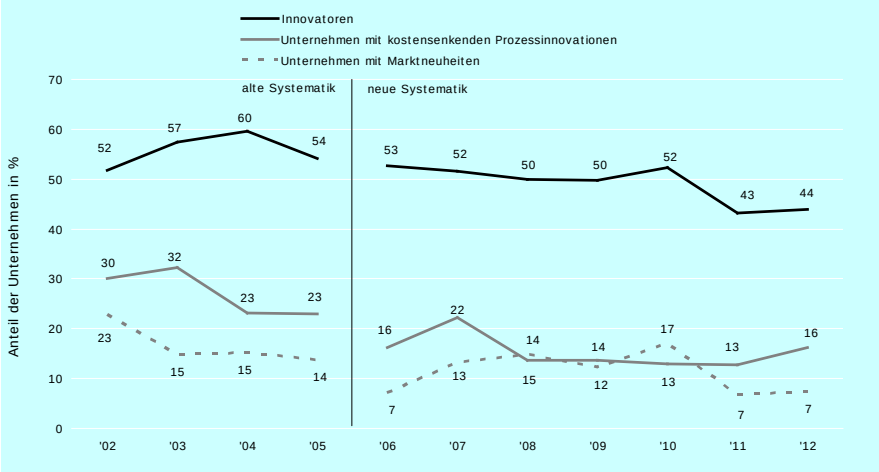
Lesehilfe: Die Unternehmen der Mediendienstleistungen gaben im Jahr 2012 2,1 % ihres Umsatzes für Innovationsprojekte aus.
Quelle: ZEW/ISI (2014): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2013.

Umsatzanteil mit Produktneuheiten im Jahr 2012



Lesehilfe: In den Mediendienstleistungen wurden im Jahr 2012 8 % des Branchenumsatzes mit Produktneuheiten (= Produkte, die jünger als 3 Jahre sind) generiert.
Quelle: ZEW/ISI (2014): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2013.

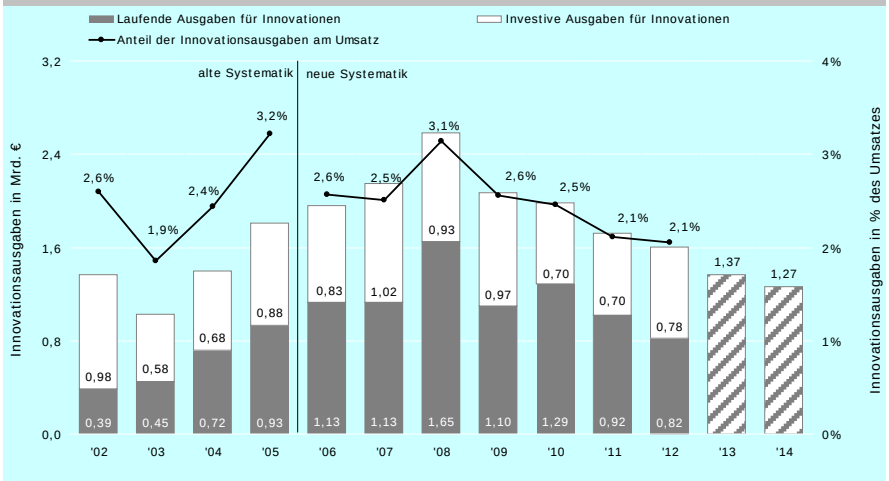
Anteil der Innovatoren in den Mediendienstleistungen 2002 - 2012



Lesehilfe: Im Jahr 2012 konnten 44 % der Unternehmen der Mediendienstleistungen erfolgreich neue Produkte oder Prozesse einführen. 16 % der Unternehmen führten kostensenkende Prozessinnovationen ein, 7 % der Unternehmen haben 2012 mindestens eine Marktneuheit angeboten. Quelle: ZEW/ISI (2014): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2013.

- **Innovatoren** sind Unternehmen, die innerhalb eines zurückliegenden Dreijahreszeitraums zumindest ein Innovationsprojekt erfolgreich abgeschlossen haben, d.h. zumindest eine 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.

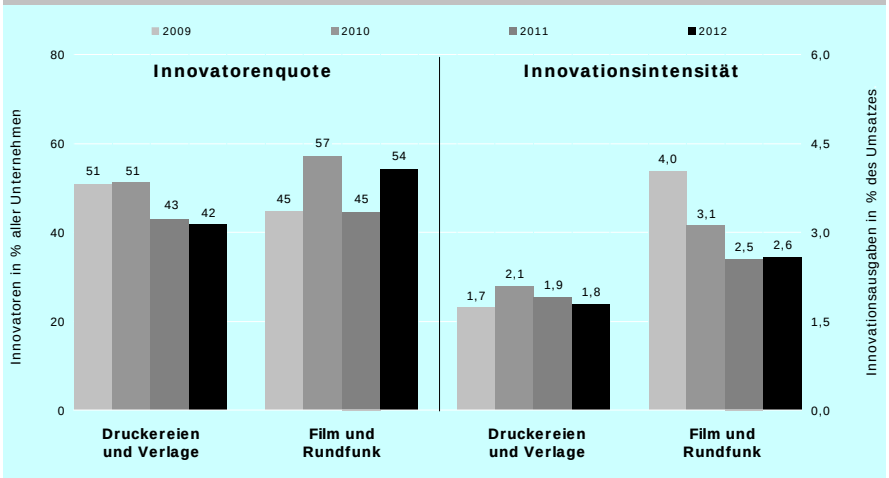
Innovationsausgaben in den Mediendienstleistungen 2002 - 2014



Lesehilfe: Im Jahr 2012 entfielen von den insgesamt 1,60 Mrd. € Innovationsausgaben der Mediendienstleistungen 0,82 Mrd. € auf laufende und 0,78 Mrd. € auf investive Innovationsausgaben. Die Innovationsintensität betrug 2,1 %.
Quelle: ZEW/ISI (2014): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2013.

- **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 2013 und 2014 wurden im Frühjahr und Sommer 2013 erhoben.

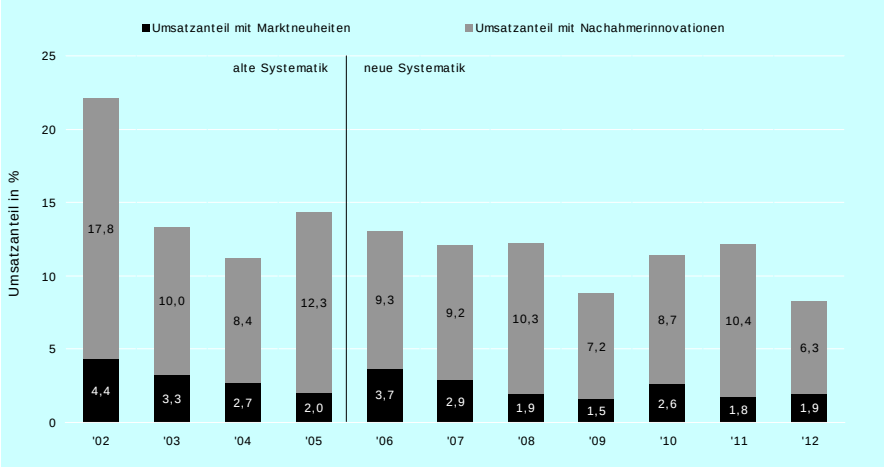
Innovatorenquote und Innovationsintensität nach Teilbranchen der Mediendienstleistungen 2009 - 2012



Lesehilfe: Im Druckerei- und Verlagsgewerbe lag die Innovatorenquote 2012 bei 42 %, in der Film- und Rundfunkbranche bei 54 %. Die Innovationsintensität des Druckerei- und Verlagsgewerbes betrug 2012 1,8 %, in der Film- und Rundfunkbranche beliefen sich die Innovationsausgaben auf 2,6 % des Umsatzes. Quelle: ZEW/ISI (2014): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2013.

- **Druckereien und Verlage** (WZ08 18+58): Drucken von Zeitungen, Zeitschriften, Büchern, Prospekten und sonstigen Druckerzeugnissen, Druck- und Medienvorstufe, 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.

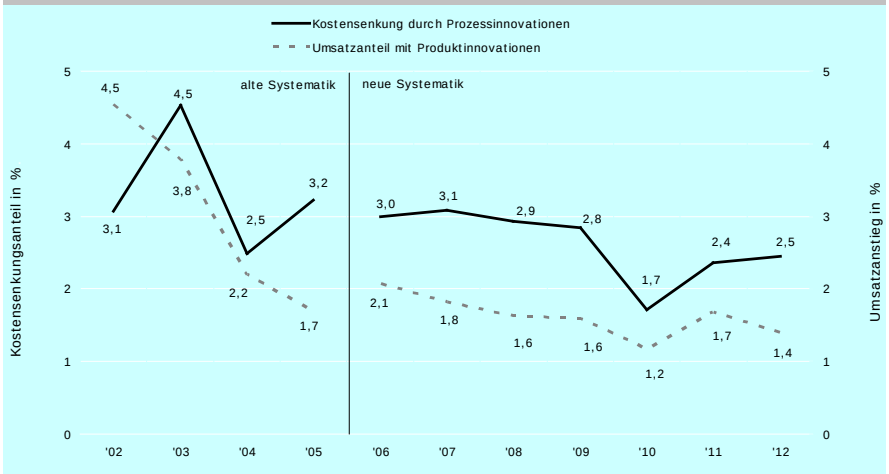
Umsatzanteil mit Produktneuheiten in den Mediendienstleistungen 2002 - 2012



Lesehilfe: Im Jahr 2012 lag der Umsatzanteil, den die Unternehmen der Mediendienstleistungen mit Marktneuheiten erwirtschafteten, bei 1,9 %. 6,3 % des Branchenumsatzes waren Nachahmerinnovationen. Produktneuheiten machten 2012 insgesamt 8,2 % des Branchenumsatzes aus. Quelle: ZEW/ISI (2014): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2013.

- 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 2012: 2010-2012) eingeführt wurden.
- Die Umsatzanteile von Marktneuheiten und Nachahmerinnovationen ergeben zusammen den **Umsatzanteil mit Produktneuheiten**.

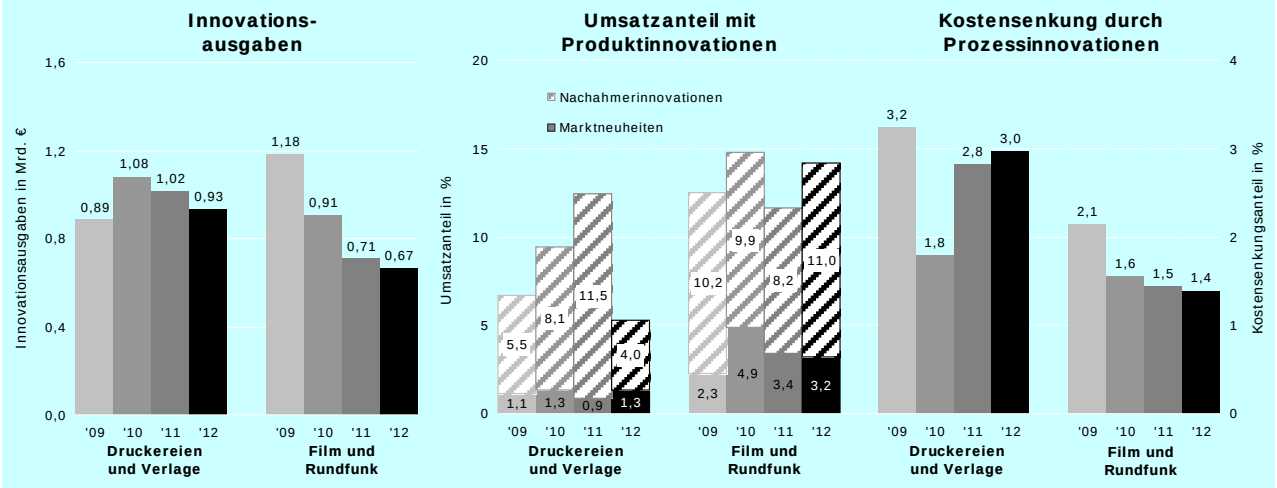
Erfolgsindikatoren von Prozessinnovationen in den Mediendienstleistungen 2002 - 2012



Lesehilfe: Durch Prozessinnovationen verringerten die Unternehmen in den Mediendienstleistungen ihre durchschnittlichen Stückkosten im Jahr 2012 um 2,5 %. Qualitätsverbesserungen führten 2012 zu einem Umsatzanstieg von 1,4 %.
Quelle: ZEW/ISI (2014): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2013.

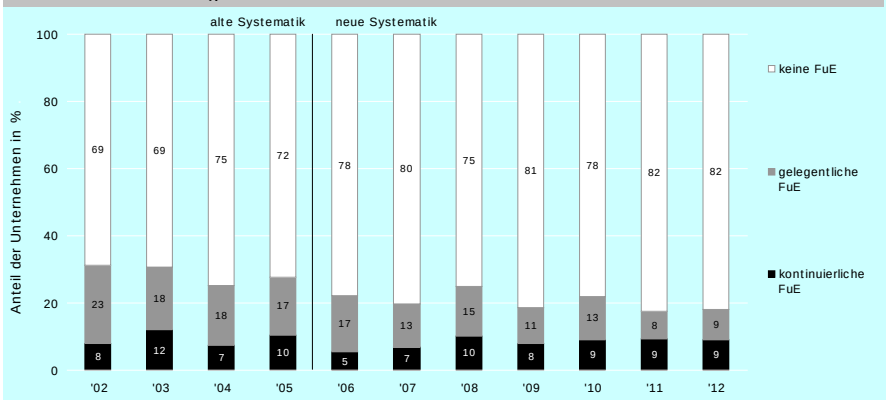
- Der **Kostensenkungsanteil durch Prozessinnovationen** bezieht sich auf die Kosten je Stück bzw. Vorgang des betreffenden Jahres, die durch Prozessinnovationen eingespart werden konnten, die im zurückliegenden Dreijahreszeitraum eingeführt worden waren. Der Indikator drückt den Umfang der innovationsbedingten 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 2009 - 2012



Lesehilfe: Die Innovationsausgaben des Druckerei- und Verlagsgewerbes beliefen sich im Jahr 2012 auf 0,93 Mrd. € und in der Film- und Rundfunkbranche auf 0,67 Mrd. €. Im Druckerei- und Verlagsgewerbe lag der Umsatzanteil mit Marktneuheiten im Jahr 2012 bei 1,3 %, in der Film- und Rundfunkbranche bei 3,2 %. Der Kostensenkungsanteil durch Prozessinnovationen betrug 2012 im Druckerei- und Verlagsgewerbe 3,0 % und in der Film- und Rundfunkbranche 1,4 %. Quelle: ZEW/ISI (2014): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2013.

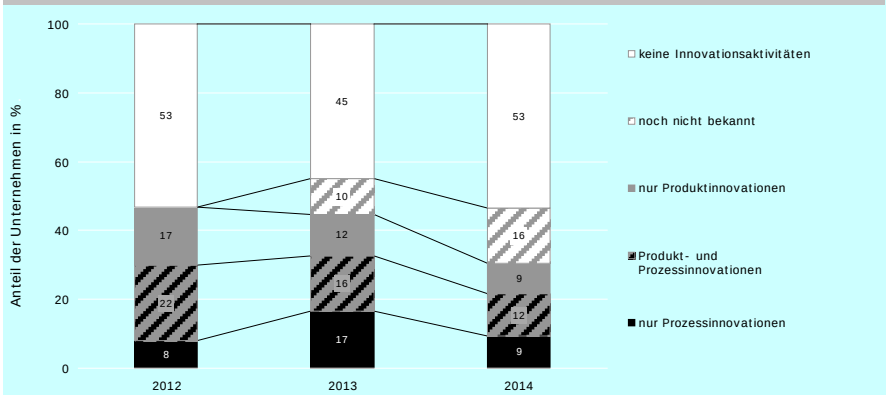
Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten in den Mediendienstleistungen 2002 - 2012



Lesehilfe: 82 % der Unternehmen in den Mediendienstleistungen führten 2012 keine FuE-Aktivitäten durch, 9 % betrieben FuE auf kontinuierlicher Basis. Quelle: ZEW/ISI (2014): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2013.

- **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.

Geplante Innovationsaktivitäten in den Mediendienstleistungen 2013 und 2014



Lesehilfe: 53 % der Unternehmen in den Mediendienstleistungen waren 2012 nicht innovativ tätig. Im Frühjahr/Sommer 2013 planten 45 % der Unternehmen, im Jahr 2013 keine Innovationsaktivitäten durchzuführen, 10 % waren noch unsicher. 12 % wollten ausschließlich Produktinnovationen, 17 % ausschließlich Prozessinnovationen und 16 % sowohl Produkt- als auch Prozessinnovationen vorantreiben. Quelle: ZEW/ISI (2014): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2013.

- **Innovationsaktivitäten** stellen alle mit finanziellen Aufwendungen verbundenen Aktivitäten dar, die auf Produkt- oder Prozessinnovationen abzielen.
- Die für 2013 und 2014 **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 2013 und 2014 basieren auf **Planangaben und Erwartungen** der Unternehmen und sind stark von den im Befragungszeitraum - März bis Juli 2013 - verfügbaren Informationen über die die wahrscheinliche wirtschaftliche Entwicklung in der 2. Jahreshälfte 2013 und im Jahr 2014 beeinflusst. Im Frühjahresgutachten 2013 gingen die Wirtschaftsforschungsinstitute von einem realen BIP-Wachstum von 0,8 % für 2013 und von 1,9 % für 2014 aus.

Datentabelle

	Innovatorenquote (in %)				Anteil Unternehmen mit Marktneuheiten (in %)				Anteil Unternehmen mit kostensenkenden Prozessinnovationen (in %)				Innovationsausgaben (in Mrd. €)				Innovationsintensität (in %)			
	'09	*'10*	*'11*	*'12*	*'09*	*'10*	*'11*	*'12*	*'09*	*'10*	*'11*	*'12*	*'09*	*'10*	*'11*	*'12*	*'09*	*'10*	*'11*	*'12*
Druckereien und Verlage (WZ08 18+58)	51	51	43	42	12	18	7	7	15	13	12	18	0,89	1,08	1,02	0,93	1,7	2,1	1,9	1,8
Film und Rundfunk (WZ08 59-60)	45	57	45	54	13	14	5	9	9	13	17	6	1,18	0,91	0,71	0,67	4,0	3,1	2,5	2,6
Mediendienstleistungen (WZ08 18, 58-60)	**50**	**52**	**43**	**44**	**12**	**17**	**7**	**7**	**14**	**13**	**13**	**16**	**2,07**	**1,99**	**1,72**	**1,60**	**2,6**	**2,5**	**2,1**	**2,1**

	Umsatzanteil mit Marktneuheiten (in %)				Umsatzanteil mit Nachahmerinnovationen (in %)				Umsatzanteil mit Sortimentsneuheiten (in %)				Kostensenkungsanteil durch Prozessinnovationen (in %)				Umsatzanstieg durch Qualitätsverbesserungen (in %)			
	'09	*'10*	*'11*	*'12*	*'09*	*'10*	*'11*	*'12*	*'09*	*'10*	*'11*	*'12*	*'09*	*'10*	*'11*	*'12*	*'09*	*'10*	*'11*	*'12*
Druckereien und Verlage (WZ08 18+58)	1,1	1,3	0,9	1,3	5,5	8,1	11,5	4,0	2,4	3,5	2,4	1,9	3,2	1,8	2,8	3,0	1,8	1,3	1,6	1,2
Film und Rundfunk (WZ08 59-60)	2,3	4,9	3,4	3,2	10,2	9,9	8,2	11,0	2,6	5,5	3,0	2,5	2,1	1,6	1,5	1,4	1,1	1,0	1,9	1,7
Mediendienstleistungen (WZ08 18, 58-60)	**1,5**	**2,6**	**1,8**	**1,9**	**7,2**	**8,7**	**10,4**	**6,3**	**2,5**	**4,2**	**2,6**	**2,1**	**2,8**	**1,7**	**2,4**	**2,5**	**1,6**	**1,2**	**1,7**	**1,4**

	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. €)			
	'09	*'10*	*'11*	*'12*	*'09*	*'10*	*'11*	*'12*	*'11*	*'12*	*'13**	*'14**	*'11*	*'12*	*'13**	*'14**	*'11*	*'12*	*'13**	*'14**
Druckereien und Verlage (WZ08 18+58)	8	9	8	7	13	12	9	9	43	45	45	30	0	0	9	15	1,02	0,93	0,74	0,68
Film und Rundfunk (WZ08 59-60)	6	11	14	20	3	17	8	8	45	55	43	34	0	0	15	21	0,71	0,67	0,63	0,58
Mediendienstleistungen (WZ08 18, 58-60)	**8**	**9**	**9**	**9**	**11**	**13**	**8**	**9**	**43**	**47**	**45**	**31**	**0**	**0**	**10**	**16**	**1,72**	**1,60**	**1,37**	**1,27**

* Planzahlen vom Frühjahr/Sommer 2013. Werte für 2012 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 Europaweiten Innovationserhebung (Community Innovation Survey - CIS). Alle Werte sind hochgerechnet auf die Grundgesamtheit der Unternehmen ab 5 Beschäftigte in Deutschland. An der Innovationserhebung 2013 haben sich über 16.100 Unternehmen beteiligt (= 53 % des Stichprobenumfangs), darunter 715 aus den Mediendienstleistungen.

ZEW
Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH

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. Clemens Fuest (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, 2014
Weitere Informationen: www.zew.de/innovation