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 2014: Beratung und Werbung

ZEW Branchenreport Innovationen, No. 20, Januar 2015

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

Suggested Citation: Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) (Ed.) (2015) : ZEW Branchenreport Innovationen. Ergebnisse der deutschen Innovationserhebung 2014: Beratung und Werbung, ZEW Branchenreport Innovationen, No. 20, Januar 2015, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), Mannheim

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/172146

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. 22 · Nr. 20 · Januar 2015

Ergebnisse der deutschen Innovationserhebung 2014

Beratung und Werbung

Die Beratungs- und Werbebranche gehörte 2013 mit einer Innovationsintensität von 1,3 % zu den weniger innovativen Branchen in Deutschland. Die Innovationsausgaben stiegen gleichwohl von 0,83 Mrd. € (2012) auf 0,96 Mrd. € im Jahr 2013. 2014 sollen die Innovationsbudgets dann wieder auf 0,84 Mrd. € zurückgenommen werden. Für 2015 ist ein geringfügiger Anstieg auf 0,87 Mrd. € geplant.

Die Innovatorenquote (Anteil der Unternehmen mit Produkt- oder Prozessinnovationen) sank in fast allen Bereichen der Branche. Lediglich in der Werbung blieb sie mit 44 % konstant. In der Wirtschafts-, Steuer- und Rechtsberatung ging die Innovatorenquote von 27 auf 24 % zurück. Auch die Unternehmensberatung verzeichnete einen deutlichen Rückgang um 5 Prozentpunkte auf 48 %.

Die Erfolgsindikatoren von Prozessinnovationen entwickelten sich 2013 unterschiedlich: Der Umsatzanstieg durch Qualitätsverbesserungen sank von 1,8 auf 1,3 %. Der Kostensenkungsanteil stieg hingegen leicht von 0,7 auf 0,8 %. Der Umsatzanteil mit neuen Produkten fiel gegenüber dem Vorjahr um einen Prozentpunkt auf 6,3 %. Dies lag vor allem am deutlich geringeren Umsatzanteil mit Marktneuheiten, der sich gegenüber dem Vorjahr mehr als halbierte und nur noch bei 0,7 % lag. Der Umsatzanteil mit Nachahmerinnovationen blieb hingegen mit 5,6 % nur geringfügig unter dem Vorjahreswert. Der Anteil der Unternehmen, die eigene Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten aufweisen, erhöhte sich 2013 auf 16 % (2012: 13 %).

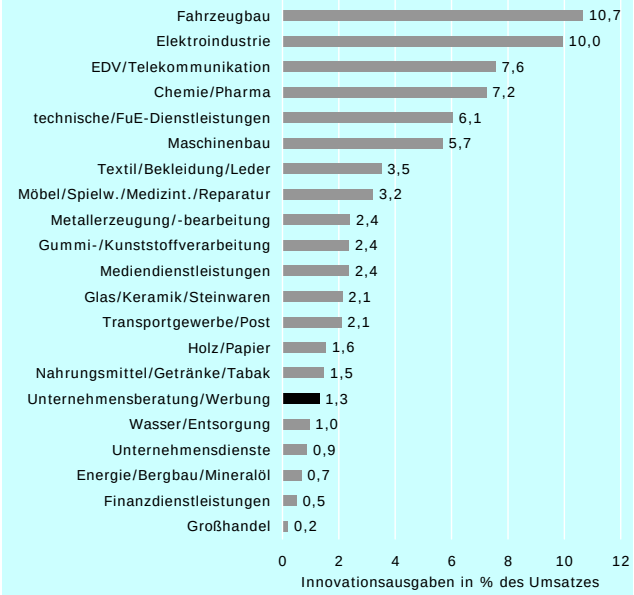
Der Anteil innovativ tätiger Unternehmen dürfte 2014 bestenfalls auf dem niedrigen Niveau von 2013 (32 %) konstant bleiben. So planten für 2014 lediglich 26 % der Unternehmen fest mit Innovationsaktivitäten, weitere 6 % waren noch unsicher. 2015 wollen 24 % Innovationsvorhaben umsetzen, weitere 10 % waren noch unentschieden. Insgesamt stehen 2014 und 2015 Prozessinnovationen im Vordergrund.

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 Ausmaß auch die Beratung und Werbung. Im ZEW-Branchenreport Innovationen umfasst die Branche nunmehr folgende Aktivitätsbereiche:

- **Wirtschafts-, Steuer-, Rechtsberatung** (WZ08 69): Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Buchführung, Rechtsberatung, Notariate.
- **Unternehmensberatung** (WZ08 70.2): Strategie-, Management-, Organisations-, Personal-, Innovations- und sonstige Unternehmensberatung, Public-Relations-Beratung.
- **Werbung** (WZ08 73): Werbeagenturen, Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten und Werbeflächen, Markt- und Meinungsforschung.

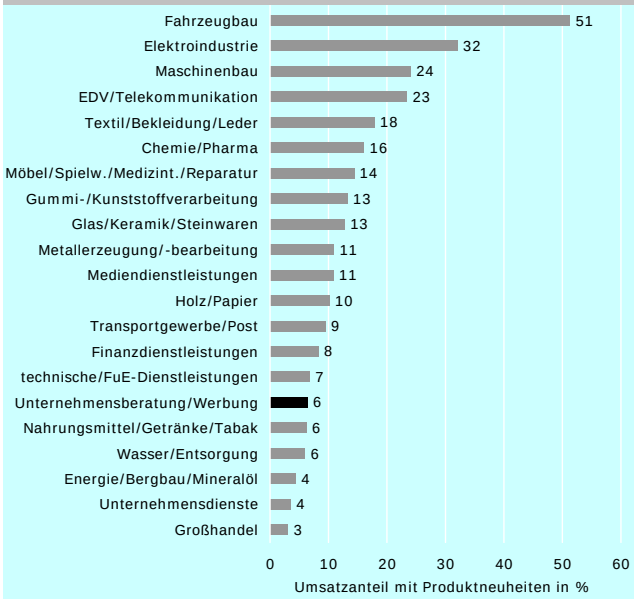
Die Verwaltung von Unternehmen sowie Holdinggesellschaften (WZ08 70.1) sind ab 2006 nicht mehr Teil der Branche Beratung/Werbung.
Die neue Brancheneinteilung wird zurück bis zum Berichtsjahr 2006 ausgewiesen. Zwischen 2005 und 2006 besteht ein Bruch in der Zeitreihe. Dieser betrifft insbesondere die Höhe der Innovationsausgaben, die nach neuer Brancheneinteilung deutlich niedriger liegt als nach alter Brancheneinteilung.
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. Dies betrifft insbesondere die Beratungs- und Werbebranche, da die Umsatz-, Beschäftigten- und Unternehmenszahlen laut Unternehmensregister deutlich von denen der zuvor den Hochrechnungen zugrunde gelegten Dienstleistungsstatistik abweichen.

Innovationsintensität nach Branchen im Jahr 2013



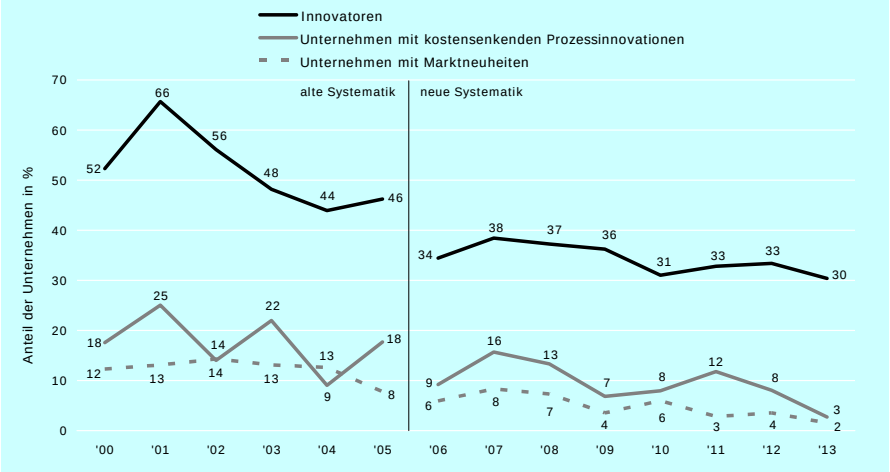
Lesehilfe: Die Unternehmen der Beratungs- und Werbebranche gaben im Jahr 2013 1,3 % ihres Umsatzes für Innovationsprojekte aus. Quelle: ZEW/ISI (2015): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2014.

Umsatzanteil mit Produktneuheiten im Jahr 2013



Lesehilfe: In der Beratungs- und Werbebranche wurden im Jahr 2013 6 % des Branchenumsatzes mit Produktneuheiten (= Produkte, die jünger als 3 Jahre sind) generiert. Quelle: ZEW/ISI (2015): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2014.

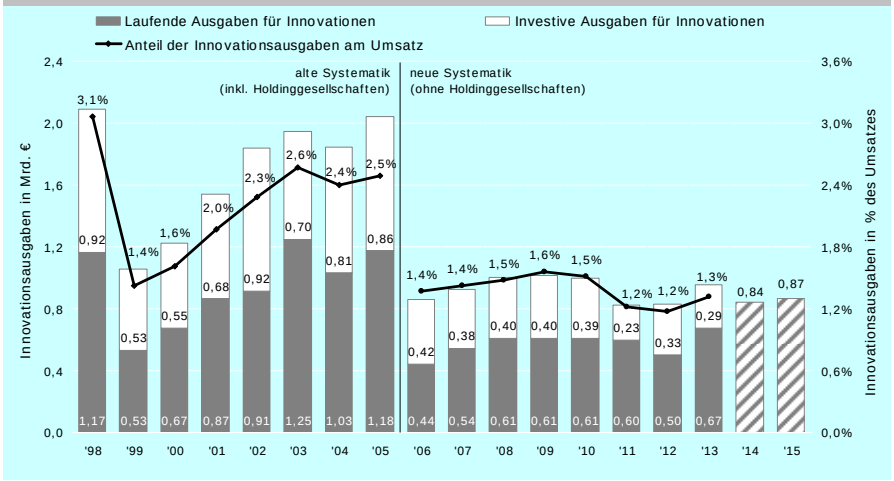
Anteil der Innovatoren in der Beratung und Werbung 2000 - 2013



Lesehilfe: Im Jahr 2013 konnten 30 % der Unternehmen in der Beratungs- und Werbebranche erfolgreich neue Produkte oder Prozesse einführen. 3 % führten kostensenkende Prozessinnovationen ein, 2 % der Unternehmen haben 2013 mindestens eine Marktneuheit angeboten. Quelle: ZEW/ISI (2015): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2014.

- **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.

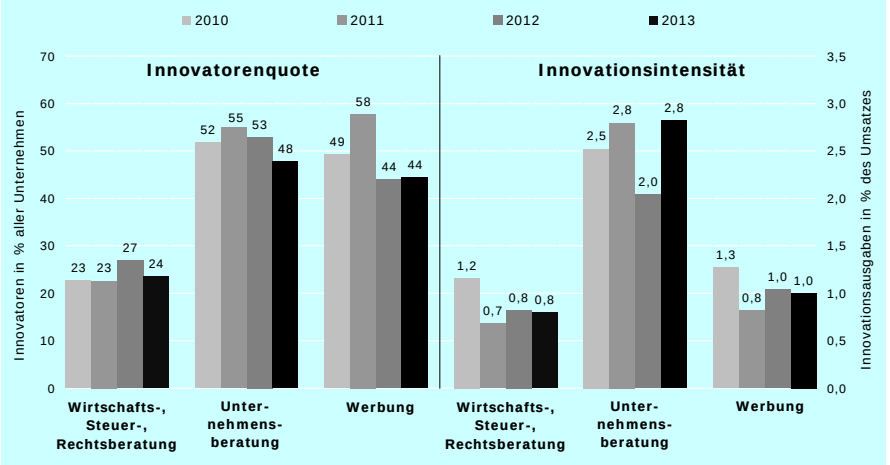
Innovationsausgaben in der Beratung und Werbung 1998 - 2015



Lesehilfe: Im Jahr 2013 entfielen von den insgesamt (gerundet) 0,96 Mrd. € Innovationsausgaben der Beratungs- und Werbebranche 0,67 Mrd. € auf laufende und 0,29 Mrd. € auf investive Innovationsausgaben. Die Innovationsintensität betrug 1,3 %.
Quelle: ZEW/ISI (2015): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2014.

- **Innovationsausgaben** beziehen sich auf die Ausgaben 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 Sachausgaben 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 2014 und 2015 wurden im Frühjahr und Sommer 2014 erhoben.

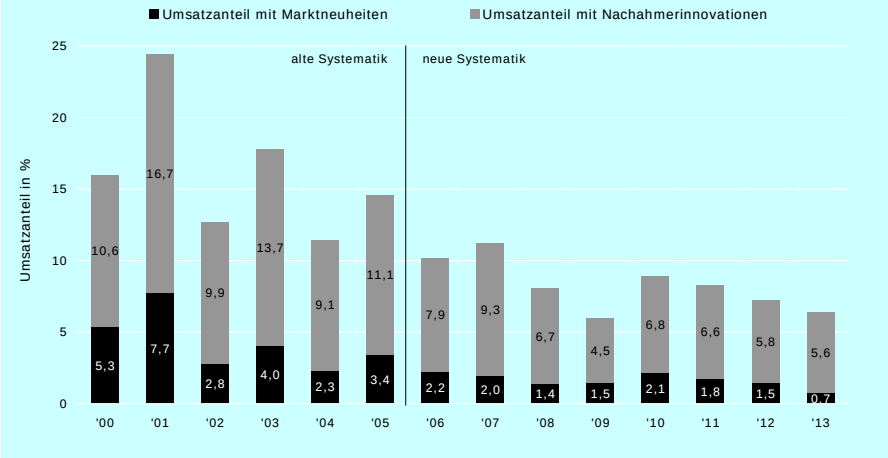
Innovatorenquote und Innovationsintensität nach Teilbranchen der Beratung und Werbung 2010 - 2013



Lesehilfe: In der Wirtschafts-/Steuer-/Rechtsberatung lag die Innovatorenquote 2013 bei 24 %, der Unternehmensberatung bei 48 % und der Werbung bei 44 %. Die Innovationsintensität betrug 2013 in der Wirtschafts-/Steuer-/Rechtsberatung 0,8 %, der Unternehmensberatung 2,8 % und der Werbung 1,0 %.
Quelle: ZEW/ISI (2015): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2014.

- **Wirtschafts-, Steuer- und Rechtsberatung** (WZ08 69): Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Buchführung, Rechtsberatung, Notariate.
- **Unternehmensberatung** (WZ08 70 ohne 70.1): Strategie-, Management-, Organisations-, Personal-, Innovations- und sonstige Unternehmensberatung, Public-Relations-Beratung.
- **Werbung** (WZ08 73): Werbeagenturen, Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten und Werbeflächen, Markt- und Meinungsforschung.
- Die Verwaltung von Unternehmen sowie Holdinggesellschaften (WZ08 70.1) sind nicht Teil der Branche Beratung und Werbung.
- Die **Zuordnung der Unternehmen** zu einer Branche erfolgt auf Basis der umsatzstärksten Produktgruppe.

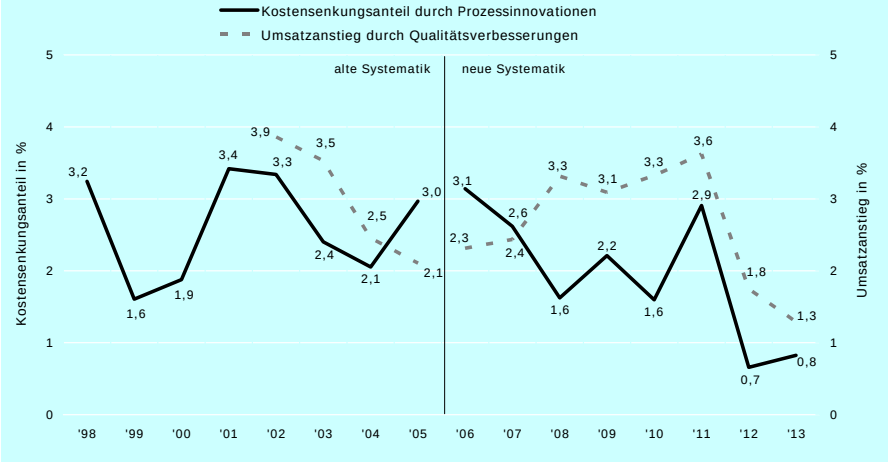
Umsatzanteil mit Produktneuheiten in der Beratung und Werbung 2000 - 2013



Lesehilfe: Im Jahr 2013 lag der Umsatzanteil, den die Unternehmen der Beratungs- und Werbebranche mit Marktneuheiten erwirtschafteten, bei 0,7 %. 5,6 % des Branchenumsatzes waren Nachahmerinnovationen. Produktneuheiten machten 2013 somit 6,3 % des Umsatzes aus. Quelle: ZEW/ISI (2015): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2014.

- 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 2013: 2011-2013) eingeführt wurden.
- Die Umsatzanteile von Marktneuheiten und Nachahmerinnovationen ergeben zusammen den **Umsatzanteil mit Produktneuheiten**.

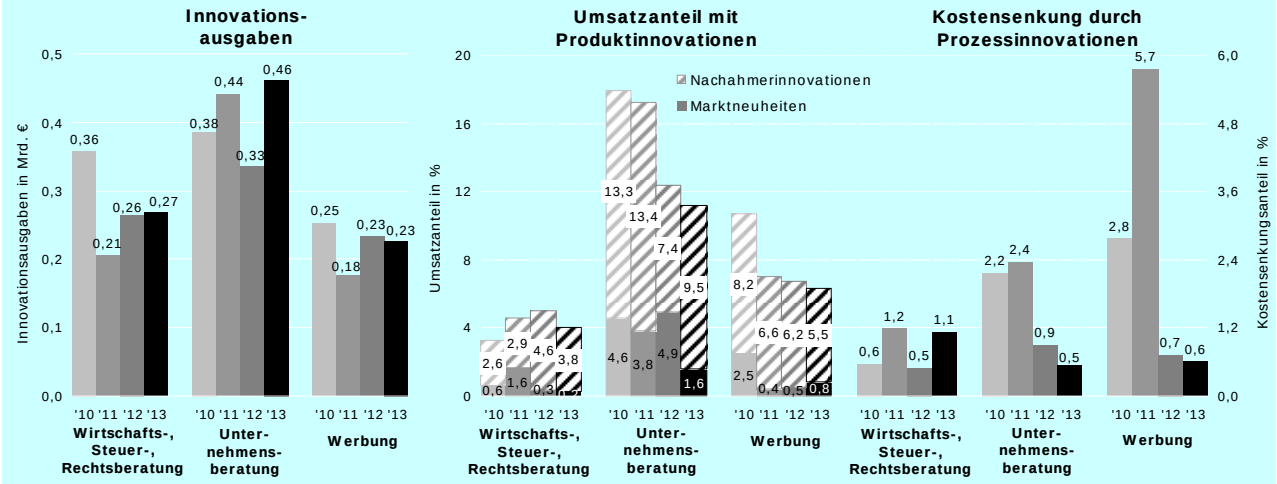
Erfolgsindikatoren von Prozessinnovationen in der Beratung und Werbung 1998 - 2013



Lesehilfe: Durch Prozessinnovationen verringerten die Unternehmen der Beratungs- und Werbebranche ihre durchschnittlichen Stückkosten im Jahr 2013 um 0,8 %. Qualitätsverbesserungen führten 2013 zu einem Umsatzanstieg von 1,3 %.
Quelle: ZEW/ISI (2015): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2014.

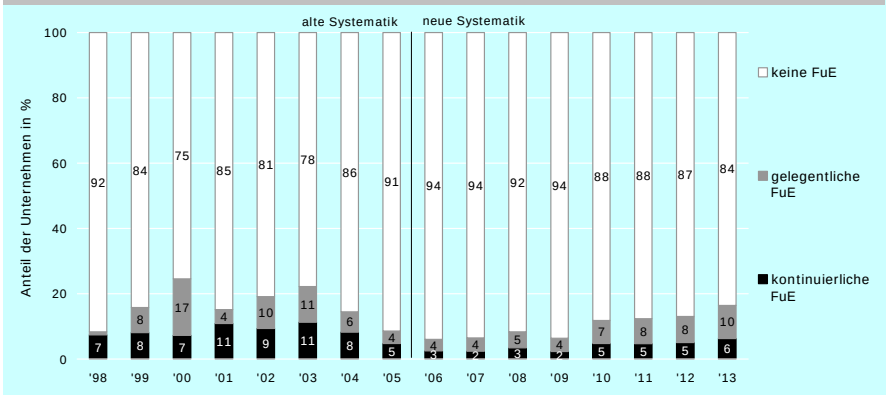
- Der **Kostensenkungsanteil durch Prozessinnovationen** bezieht sich auf die Kosten je Stück bzw. Vorgang des betreffenden Jahres, die durch Prozessinnovationen eingespart werden konnten, die im zurückliegenden Dreijahreszeitraum eingeführt worden waren. Der Indikator drückt den Umfang der innovationsbedingten 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 Beratung und Werbung 2010 - 2013



Lesehilfe: Die Innovationsausgaben der Wirtschafts-/Steuer-/Rechtsberatung beliefen sich 2013 auf 0,27 Mrd. €, in der Unternehmensberatung betrugen sie 0,46 Mrd. € und in der Werbung 0,23 Mrd. €. In der Wirtschafts-/Steuer-/Rechtsberatung lag der Umsatzanteil mit Marktneuheiten 2013 bei 0,2 %, in der Unternehmensberatung bei 1,6 % und in der Werbung bei 0,8 %. Quelle: ZEW/ISI (2015): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2014.

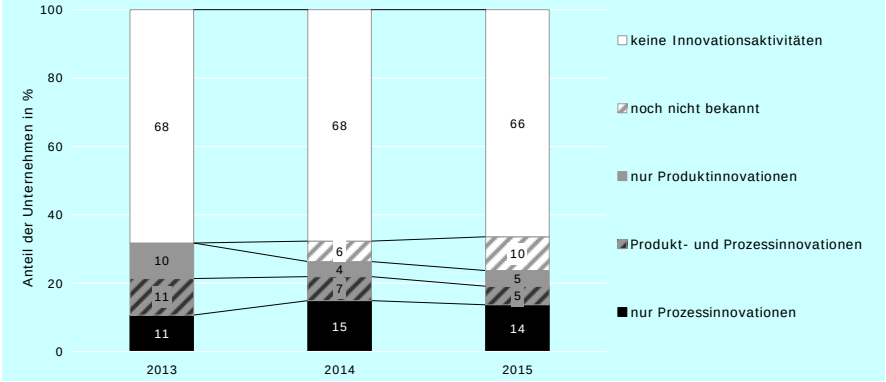
Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten in der Beratung und Werbung 1998 - 2013



Lesehilfe: 84 % der Unternehmen in der Beratungs- und Werbebranche führten 2013 keine FuE-Aktivitäten durch, 6 % betrieben FuE kontinuierlich. Quelle: ZEW/ISI (2015): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2014.

- **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 der Beratung und Werbung 2013 bis 2015



Lesehilfe: 68 % der Unternehmen in der Beratungs- und Werbebranche waren 2013 nicht innovativ tätig. Im Frühjahr/Sommer 2014 planten 68 % der Unternehmen, im Jahr 2014 keine Innovationsaktivitäten durchzuführen, 6 % waren noch unsicher. 4 % wollten ausschließlich Produktinnovationen, 15 % ausschließlich Prozessinnovationen und 7 % sowohl Produkt- als auch Prozessinnovationen vorantreiben. Quelle: ZEW/ISI (2015): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2014.

- **Innovationsaktivitäten** stellen alle mit finanziellen Ausgaben verbundenen Aktivitäten dar, die auf Produkt- oder Prozessinnovationen abzielen.
- Die für 2014 und 2015 **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 2014 und 2015 basieren auf **Planangaben und Erwartungen** der Unternehmen und sind stark von den im Befragungszeitraum - März bis Juli 2014 - verfügbaren Informationen über die wahrscheinliche wirtschaftliche Entwicklung in der 2. Jahreshälfte 2014 und im Jahr 2015 beeinflusst. Im Frühjahresgutachten 2014 gingen die Wirtschaftsforschungsinstitute von einem realen BIP-Wachstum von 1,9 % für 2014 und von 2,0 % für 2015 aus.

Datentabelle

	Innovatorenquote (in %)				Anteil Unternehmen mit Marktneuheiten (in %)				Ant. Unt. m. kostensenkend. Proz.innov. (in %)				Innovationsausgaben (in Mrd. €)				Innovationsintensität (in %)			
	'10	'11	'12	'13	'10	'11	'12	'13	'10	'11	'12	'13	'10	'11	'12	'13	'10	'11	'12	'13
Wirtschafts-/Steuer-/Rechtsberatung (WZ08 69)	23	23	27	24	1	1	0	0	5	10	7	1	0,36	0,21	0,26	0,27	1,2	0,7	0,8	0,8
Unternehmensberatung (WZ08 70.2)	52	55	53	48	23	10	19	5	16	17	14	8	0,38	0,44	0,33	0,46	2,5	2,8	2,0	2,8
Werbung (WZ08 73)	49	58	44	44	11	4	4	5	15	14	7	3	0,25	0,18	0,23	0,23	1,3	0,8	1,0	1,0
Beratung und Werbung (WZ08 69, 70.2, 73)	**31**	**33**	**33**	**30**	**6**	**3**	**4**	**2**	**8**	**12**	**8**	**3**	**1,00**	**0,82**	**0,83**	**0,96**	**1,5**	**1,2**	**1,2**	**1,3**

	Umsatzanteil mit Marktneuheiten (in %)				Umsatzanteil mit Nachahmerinnovat. (in %)				Umsatzanteil mit Sortimentsneuheiten (in %)				Kostensenkungsanteil d. Prozessinnovat. (in %)				Umsatzanstieg d. Qualitätsverbesser. (in %)			
	'10	'11	'12	'13	'10	'11	'12	'13	'10	'11	'12	'13	'10	'11	'12	'13	'10	'11	'12	'13
Wirtschafts-/Steuer-/Rechtsberatung (WZ08 69)	0,6	1,6	0,3	0,2	2,6	2,9	4,6	3,8	0,5	2,3	1,2	1,2	0,6	1,2	0,5	1,1	2,6	2,8	1,7	1,7
Unternehmensberatung (WZ08 70.2)	4,6	3,8	4,9	1,6	13,3	13,4	7,4	9,5	4,6	7,4	4,4	2,8	2,2	2,4	0,9	0,5	3,5	4,5	2,4	1,0
Werbung (WZ08 73))	2,5	0,4	0,5	0,8	8,2	6,6	6,2	5,5	2,0	2,2	1,0	0,3	2,8	5,7	0,7	0,6	4,4	4,1	1,4	0,9
Beratung und Werbung (WZ08 69, 70.2, 73)	**2,1**	**1,8**	**1,5**	**0,7**	**6,8**	**6,6**	**5,8**	**5,6**	**1,9**	**3,5**	**1,9**	**1,3**	**1,6**	**2,9**	**0,7**	**0,8**	**3,3**	**3,6**	**1,8**	**1,3**

	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. €)			
	'10	'11	'12	'13	'10	'11	'12	'13	'12	'13	'14*	'15*	'12	'13	'14*	'15*	'12	'13	'14*	'15*
Wirtschafts-/Steuer-/Rechtsberatung (WZ08 69)	1	1	1	2	2	2	2	6	34	25	21	83	0	0	7	11	0,26	0,27	0,26	0,26
Unternehmensberatung (WZ08 70.2)	15	11	17	21	12	24	30	24	60	55	36	34	0	0	0	5	0,33	0,46	0,40	0,40
Werbung (WZ08 73))	12	13	10	11	25	16	12	16	39	39	43	37	0	0	8	10	0,23	0,23	0,18	0,21
Beratung und Werbung (WZ08 69, 70.2, 73)	**5**	**5**	**5**	**6**	**7**	**8**	**8**	**10**	**38**	**32**	**26**	**24**	**0**	**0**	**6**	**10**	**0,83**	**0,96**	**0,84**	**0,87**

* Planzahlen vom Frühjahr/Sommer 2014. Werte für 2013 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 2014 haben sich über 12.900 Unternehmen beteiligt (= 58 % des Stichprobenumfangs), darunter 551 aus der Beratung und Werbung.

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, 2015
Weitere Informationen: www.zew.de/innovation