

Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) (Ed.)

**Research Report**

## ZEW Branchenreport Innovationen. Ergebnisse der deutschen Innovationserhebung 2015: Mediendienstleistungen

ZEW Branchenreport Innovationen, No. 16, Januar 2016

**Provided in Cooperation with:**

ZEW - Leibniz Centre for European Economic Research

*Suggested Citation:* Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) (Ed.) (2016) : ZEW Branchenreport Innovationen. Ergebnisse der deutschen Innovationserhebung 2015: Mediendienstleistungen, ZEW Branchenreport Innovationen, No. 16, Januar 2016, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), Mannheim

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/172163>

**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.*

## Mediendiensteleistungen

Die Mediendiensteleistungen stehen noch immer vor großen Herausforderungen, wie etwa der Digitalisierung von Produkten und Vertriebswegen. Viele Unternehmen begegnen dieser Situation mit einer verminderten Innovationsanstrengung. Der Anteil der Innovatoren fiel 2014 leicht auf 42 % (2013: 43 %). Die Innovationsausgaben wurden 2014 um 0,28 auf 1,51 Mrd. € verringert. Das entspricht 2,0 % des Branchenumsatzes und stellt gegenüber 2013 ein Minus von 0,3 Punkten dar. Die Film- und Rundfunksparte ist mit einem Wert von 2,4 % deutlich innovationsfreudiger als die Sparte Druckereien und Verlage (1,7 %).

Der Umsatzanteil von Produktneuheiten fiel von 10,8 auf 9,7 %, was vor allem auf geringere Umsätze mit Nachahmerinnovationen zurückzuführen ist. Deren Anteil verringerte sich von 8,6 auf 7,8 %. Der Umsatzanteil von Marktneuheiten nahm von 2,2 auf 1,9 % ab. Der Prozessinnovationserfolg zeigte dagegen nach oben. Die durchschnittlichen Kosteneinsparungen lagen 2014 mit 2,4 % merklich über dem Vorjahreswert (1,8 %). Insbesondere bei Film und Rundfunk stieg dieser Wert deutlich. Der Umsatzanstieg durch Qualitätsverbesserungen erreichte mit 1,5 % das Vorjahresniveau. Der Anteil der Unternehmen mit FuE-

Aktivitäten sank auf 12 %. 8 % befassten sich kontinuierlich mit FuE.

2015 sollen die Innovationsausgaben leicht auf 1,54 Mrd. € erhöht werden. Für 2016 sind dann verringerte Innovationsbudgets von insgesamt 1,45 Mrd. € vorgesehen. Der Anteil der innovativ tätigen Unternehmen könnte 2015 über das Niveau von 2014 (44 %) steigen: 42 % planten fest mit Innovationsaktivitäten, weitere 12 % waren noch unsicher. Für 2016 ist eine sinkende Innovationsbeteiligung absehbar: Nur 26 % werden sicher Innovationsprojekte vorantreiben, während 23 % sich noch nicht entschieden hatten.

**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-Berichtsjahrs Innovationen umfasst die Branche nunmehr folgende Aktivitätsbereiche:

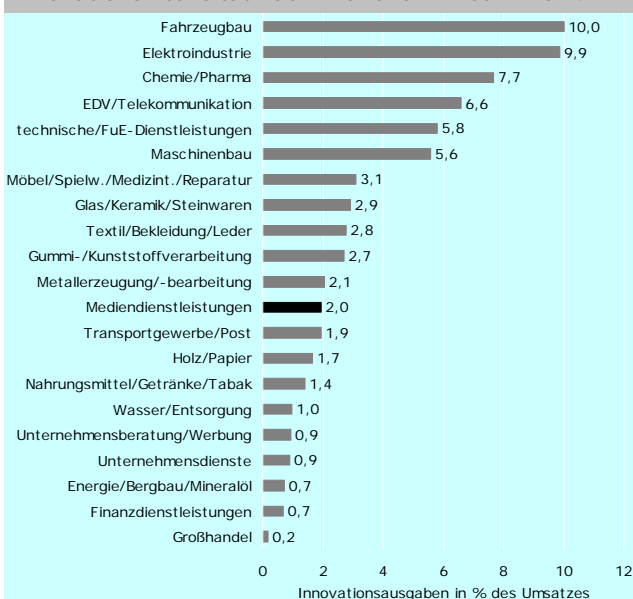
- **Druckereien und Verlage** (WZ08 18, 58): Drucken von Zeitungen, Zeitschriften, Büchern und Prospekten sowie von sonstige Druckerzeugnissen, Druck- und Mediovorstufe, Binden von Druckerzeugnissen, Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern, Verlegen von Büchern, Zeitungen, Zeitschriften, 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.

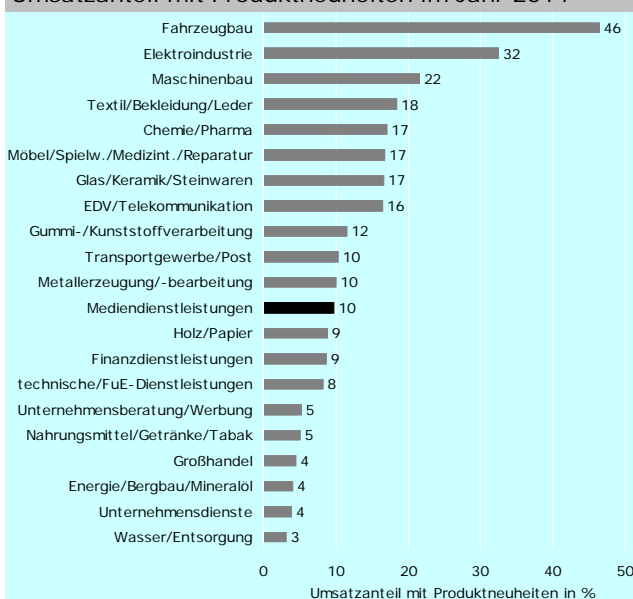
Innovationsintensität nach Branchen im Jahr 2014



Lesehilfe: Die Unternehmen der Mediendiensteleistungen gaben im Jahr 2014 2 % ihres Umsatzes für Innovationsprojekte aus.

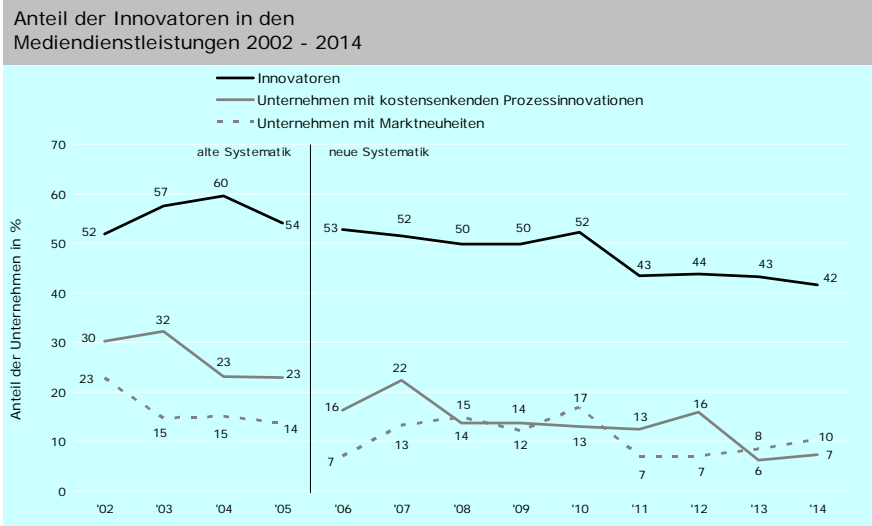
Quelle: ZEW/ISI (2016): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2015.

Umsatzanteil mit Produktneuheiten im Jahr 2014



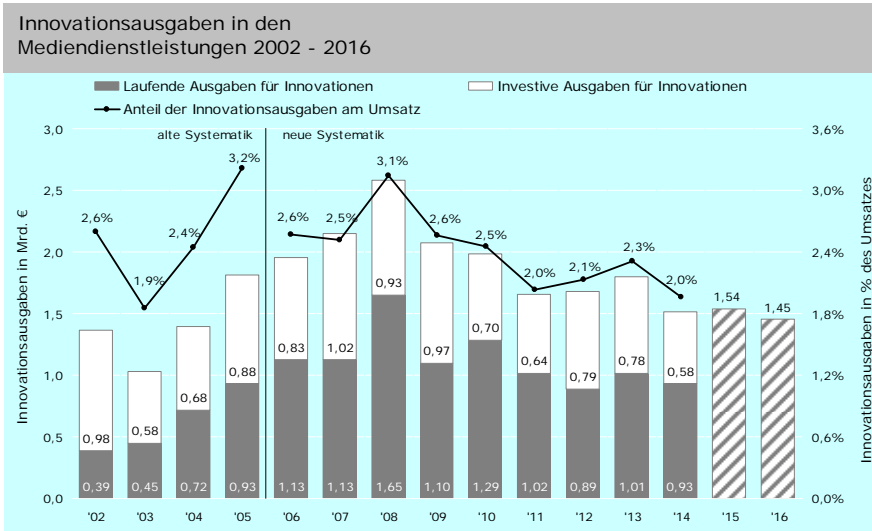
Lesehilfe: In den Mediendiensteleistungen wurden im Jahr 2014 10 % des Branchenumsatzes mit Produktneuheiten (= Produkte, die jünger als 3 Jahre sind) generiert.

Quelle: ZEW/ISI (2016): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2015.



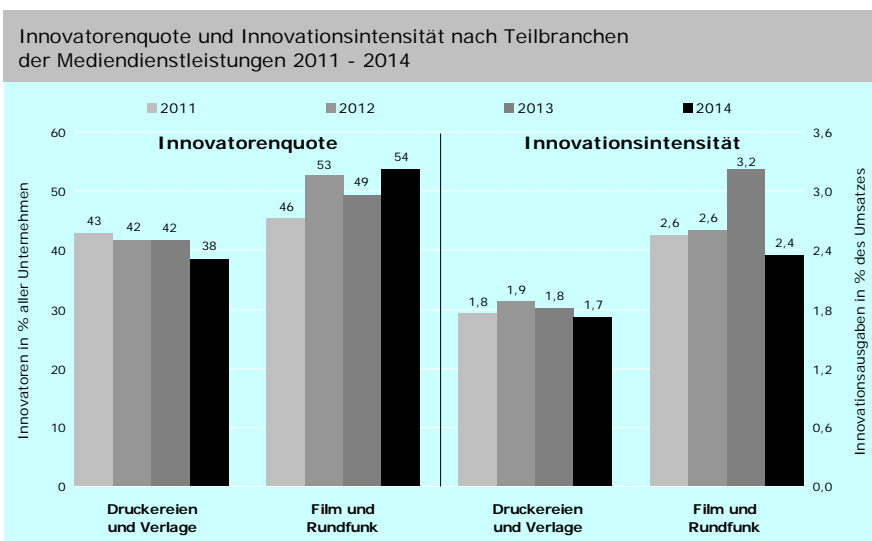
Lesehilfe: Im Jahr 2014 konnten 42 % der Unternehmen der Mediendienstleistungen erfolgreich neue Produkte oder Prozesse einführen. 7 % der Unternehmen führten kostensenkende Prozessinnovationen ein, 10 % der Unternehmen haben 2014 mindestens eine Marktneuheit angeboten. Quelle: ZEW/ISI (2016): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2015.

- **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.



Lesehilfe: Im Jahr 2014 entfielen von den insgesamt 1,51 Mrd. € Innovationsausgaben der Mediendienstleistungen 0,93 Mrd. € auf laufende und 0,58 Mrd. € auf investive Innovationsausgaben. Die Innovationsintensität betrug 2 %. Quelle: ZEW/ISI (2016): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2015.

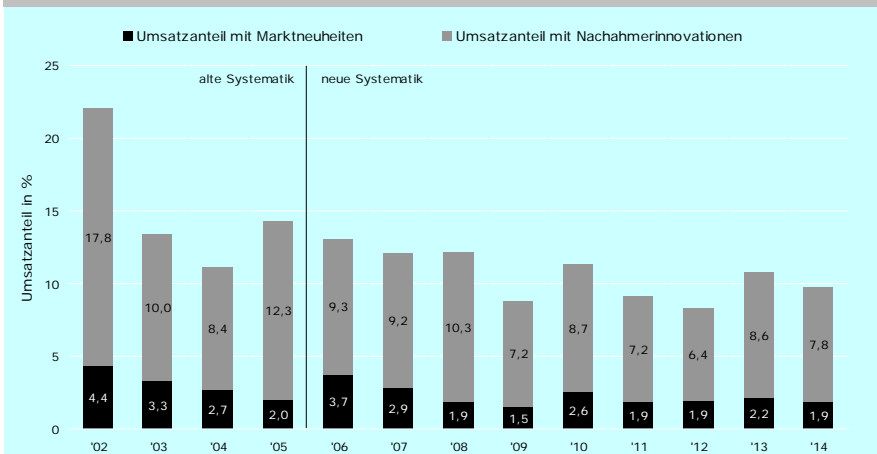
- **Innovationsausgaben** beziehen sich auf die Aufwendungen für laufende, abgeschlossene und abgebrochene Projekte, die die Entwicklung und Einführung von Produkt- oder Prozessinnovationen zum Ziel haben. Dazu zählen interne und externe FuE sowie innovationsbezogene Ausgaben für Sachanlagen und immaterielle 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 2015 und 2016 wurden im Frühjahr und Sommer 2015 erhoben.



Lesehilfe: Im Druckerei- und Verlagsgewerbe lag die Innovatorenquote 2014 bei 38 %, in der Film- und Rundfunkbranche bei 54 %. Die Innovationsintensität des Druckerei- und Verlagsgewerbes betrug 2014 1,7 %, in der Film- und Rundfunkbranche beliefen sich die Innovationsausgaben auf 2,4 % des Umsatzes. Quelle: ZEW/ISI (2016): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2015.

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

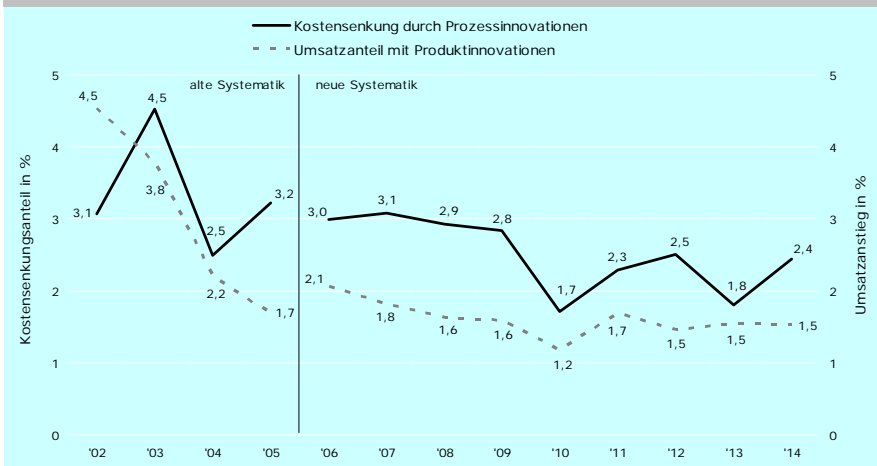
Umsatzanteil mit Produktneuheiten in den Mediendienstleistungen 2002 - 2014



Lesehilfe: Im Jahr 2014 lag der Umsatzanteil, den die Unternehmen der Mediendienstleistungen mit Marktneuheiten erwirtschafteten, bei 1,9 %. 7,8 % des Branchenumsatzes waren Nachahmerinnovationen. Produktneuheiten machten 2014 insgesamt 9,7 % des Branchenumsatzes aus. Quelle: ZEW/ISI (2016): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2015.

- 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 2014: 2012-2014) eingeführt wurden.
- Die Umsatzanteile von Marktneuheiten und Nachahmerinnovationen ergeben zusammen den **Umsatzanteil mit Produktneuheiten**.

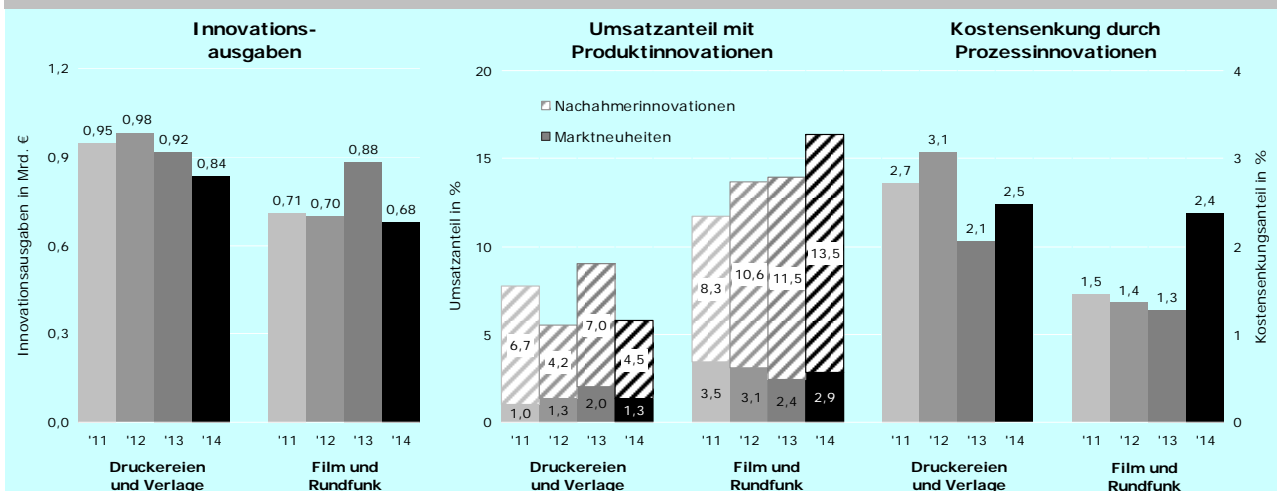
Erfolgsindikatoren von Prozessinnovationen in den Mediendienstleistungen 2002 - 2014



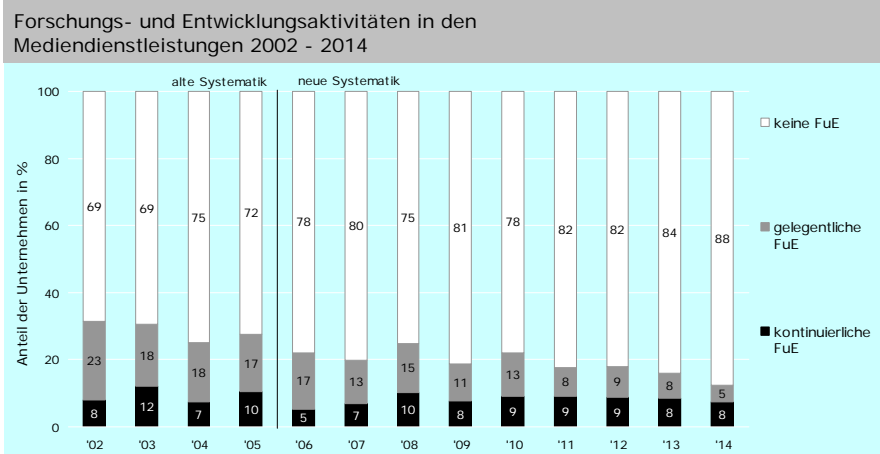
Lesehilfe: Durch Prozessinnovationen verringerten die Unternehmen in den Mediendienstleistungen ihre durchschnittlichen Stückkosten im Jahr 2014 um 2,4 %. Qualitätsverbesserungen führten 2014 zu einem Umsatzanstieg von 1,5 %. Quelle: ZEW/ISI (2016): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2015.

- 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 2011 - 2014

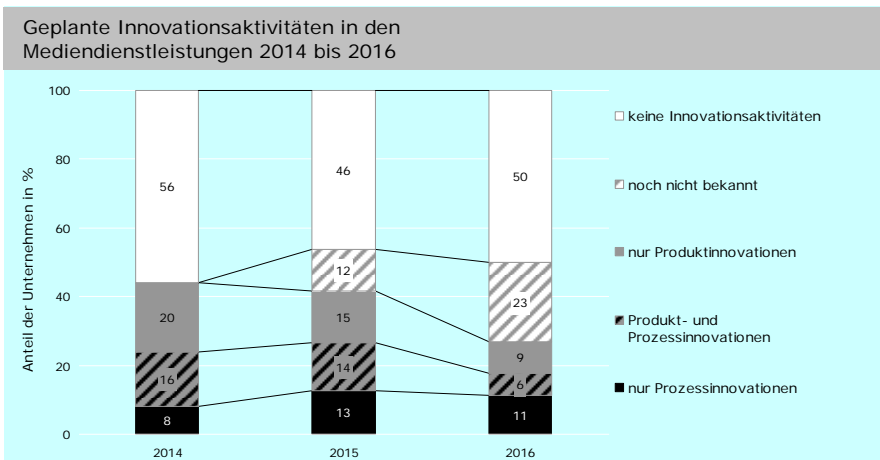


Lesehilfe: Die Innovationsausgaben des Druckerei- und Verlagsgewerbes beliefen sich im Jahr 2014 auf 0,84 Mrd. € und in der Film- und Rundfunkbranche auf 0,68 Mrd. €. Im Druckerei- und Verlagsgewerbe lag der Umsatzanteil mit Marktneuheiten im Jahr 2014 bei 1,3 %, in der Film- und Rundfunkbranche bei 2,9 %. Der Kostensenkungsanteil durch Prozessinnovationen betrug 2014 im Druckerei- und Verlagsgewerbe 2,5 % und in der Film- und Rundfunkbranche 2,4 %. Quelle: ZEW/ISI (2016): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2015.



Lesehilfe: 88 % der Unternehmen in den Mediendienstleistungen führten 2014 keine FuE-Aktivitäten durch, 8 % betrieben FuE auf kontinuierlicher Basis. Quelle: ZEW/ISI (2016): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2015.

- **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 Mediendienstleistungen waren 2014 nicht innovativ tätig. Im Frühjahr/Sommer 2015 planten 46 % der Unternehmen, im Jahr 2015 keine Innovationsaktivitäten durchzuführen, 12 % waren noch unsicher. 15 % wollten ausschließlich Produktinnovationen, 13 % ausschließlich Prozessinnovationen und 14 % sowohl Produkt- als auch Prozessinnovationen vorantreiben. Quelle: ZEW/ISI (2016): Mannheimer Innovationspanel, Befragung 2015.

- **Innovationsaktivitäten** stellen alle mit finanziellen Aufwendungen verbundenen Aktivitäten dar, die auf Produkt- oder Prozessinnovationen abzielen.
- Die für 2015 und 2016 **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, sind unter „noch nicht bekannt“ zusammengefasst.
- Die Werte für 2015 und 2016 basieren auf **Planangaben und Erwartungen** der Unternehmen und sind stark von den im Befragungszeitraum - März bis August 2015 - verfügbaren Informationen über die wahrscheinliche wirtschaftliche Entwicklung in der 2. Jahreshälfte 2015 und im Jahr 2016 beeinflusst. Im Frühjahrgutachten 2015 gingen die Wirtschaftsforschungsinstitute von einem realen BIP-Wachstum von 2,1 % für 2015 und von 1,9 % für 2016 aus.

**Datentabelle**

	Innovatorenquote (in %)				Anteil Unternehmen mit Marktneuheiten (in %)				Anteil Unternehmen mit kostensenkenden Prozessinnovationen (in %)				Innovationsausgaben (in Mrd. €)				Innovationsintensität (in %)			
	'11	'12	'13	'14	'11	'12	'13	'14	'11	'12	'13	'14	'11	'12	'13	'14	'11	'12	'13	'14
Druckereien und Verlage (WZ08 18+58)	43	42	42	38	7	6	9	11	11	18	7	8	0,95	0,98	0,92	0,84	1,8	1,9	1,8	1,7
Film und Rundfunk (WZ08 59-60)	46	53	49	54	5	9	5	7	18	6	4	5	0,71	0,70	0,88	0,68	2,6	2,6	3,2	2,4
<b>Mediendienstleistungen (WZ08 18, 58-60)</b>	<b>43</b>	<b>44</b>	<b>43</b>	<b>42</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>13</b>	<b>16</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>1,66</b>	<b>1,68</b>	<b>1,80</b>	<b>1,51</b>	<b>2,0</b>	<b>2,1</b>	<b>2,3</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 %)			
	'11	'12	'13	'14	'11	'12	'13	'14	'11	'12	'13	'14	'11	'12	'13	'14	'11	'12	'13	'14
Druckereien und Verlage (WZ08 18+58)	1,0	1,3	2,0	1,3	6,7	4,2	7,0	4,5	5,5	8,1	6,7	4,2	2,7	3,1	2,1	2,5	1,6	1,3	1,6	1,4
Film und Rundfunk (WZ08 59-60)	3,5	3,1	2,4	2,9	8,3	10,6	11,5	13,5	10,2	9,9	8,3	10,6	1,5	1,4	1,3	2,4	1,9	1,8	1,4	1,7
<b>Mediendienstleistungen (WZ08 18, 58-60)</b>	<b>1,9</b>	<b>1,9</b>	<b>2,2</b>	<b>1,9</b>	<b>7,2</b>	<b>6,4</b>	<b>8,6</b>	<b>7,8</b>	<b>7,2</b>	<b>8,7</b>	<b>7,2</b>	<b>6,4</b>	<b>2,3</b>	<b>2,5</b>	<b>1,8</b>	<b>2,4</b>	<b>1,7</b>	<b>1,5</b>	<b>1,5</b>	<b>1,5</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. €)			
	'11	'12	'13	'14	'11	'12	'13	'14	'13	'14	'15*	'16*	'13	'14	'15*	'16*	'13	'14	'15*	'16*
Druckereien und Verlage (WZ08 18+58)	8	7	9	6	8	10	9	4	48	40	39	24	0	0	11	23	0,92	0,84	0,87	0,81
Film und Rundfunk (WZ08 59-60)	14	15	7	14	8	7	4	10	46	60	52	38	0	0	15	23	0,88	0,68	0,66	0,65
<b>Mediendienstleistungen (WZ08 18, 58-60)</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>48</b>	<b>44</b>	<b>42</b>	<b>27</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>12</b>	<b>23</b>	<b>1,80</b>	<b>1,51</b>	<b>1,54</b>	<b>1,45</b>

\* Planzahlen vom Frühjahr/Sommer 2015. Werte für 2014 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 2015 haben sich fast 16.400 Unternehmen beteiligt (= 50 % des Stichprobenumfangs), darunter 831 aus den Mediendienstleistungen.



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, 2016

Weitere Informationen: www.zew.de/innovation