

# Innovation in den neuen Mitgliedstaaten und den Kandidatenländern

## Innovationsoutput, -hemmnisse und -schutz

Statistik  
kurz gefasst

WISSENSCHAFT UND  
TECHNOLOGIE

13/2004

Autor  
Paul Crowley

### Inhalt

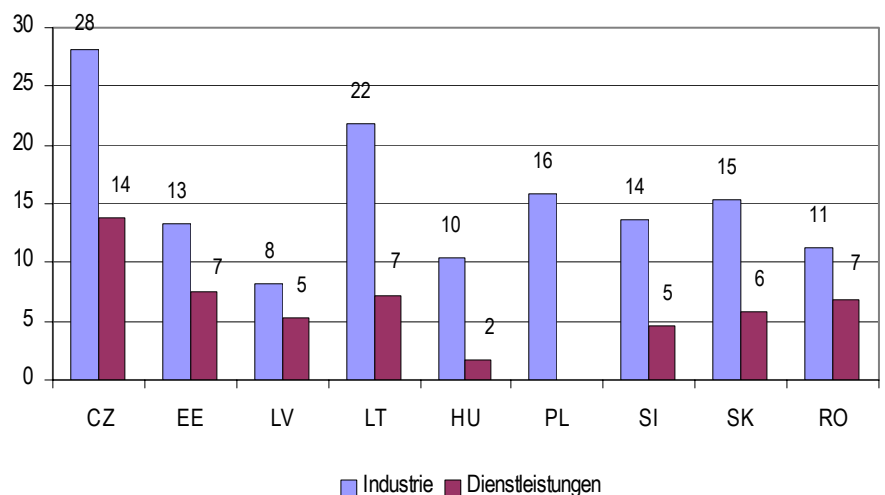
Verkauf neuer oder verbesserter Produkte.....	1
Auswirkungen von Innovationen.....	3
Innovationshemmende Faktoren.....	5
Innovationsschutz.....	6

In dieser Veröffentlichung werden Ergebnisse von Innovationserhebungen in den neuen Mitgliedstaaten (außer Malta und Zypern) und den Kandidatenländern (außer Bulgarien und Kroatien) vorgestellt. Einige Ergebnisse werden mit einem Durchschnitt für die „alten“ EU-Mitgliedstaaten (EU-15 außer Irland, Luxemburg und Vereinigtes Königreich) verglichen. Gegenstand der Darstellung sind folgende Themen:

- Verkauf neuer und verbesserter Produkte
- Auswirkungen von Innovationsaktivitäten
- Innovationshemmende Faktoren
- Innovationsschutz

### Verkauf neuer oder verbesserter Produkte

Abb. 1: Umsatz mit neuen und verbesserten Produkten in Prozent des Gesamtumsatzes aller Unternehmen



Ein allgemein üblicher Outputindikator für Innovation ist der Verkauf neuer oder verbesserter Produkte, die vom Unternehmen in den letzten drei Jahren auf dem Markt eingeführt wurden (dieser Indikator ist nur für Unternehmen mit Produktinnovationen relevant). Ferner kann bei neuen Produkten nach Unternehmensneuheiten (Produkte nur neu für das Unternehmen) und Marktneuheiten (Produkte auch neu für den Markt) unterschieden werden. Die Daten in Abb. 1 und Tab. 1 beziehen sich auf Unternehmensneuheiten.

In Bezug auf den Umsatz mit neuen oder verbesserten Produkten, gemessen in Prozent des Gesamtumsatzes aller Unternehmen, lassen sich je nach Land erhebliche Unterschiede feststellen. In der Tschechischen Republik wurden 28 %, in Litauen 22 % des Industrieumsatzes mit für die Unternehmen neuen oder merklich verbesserten Produkten erzielt (vgl. Abb. 1). In Lettland betrug der entsprechende Wert nur 8 %.

Im Durchschnitt entfällt in größeren Unternehmen ein höherer Anteil des Umsatzes auf neue oder verbesserte Produkte als in kleineren Unternehmen (Tab. 1). In einigen Ländern ist diese Tendenz sehr ausgeprägt, so in der Tschechischen Republik, wo 39 % des Umsatzes in großen Industrieunternehmen mit neuen oder verbesserten Produkten erwirtschaftet werden, während der Anteil in kleinen Unternehmen nur 5 % beträgt. Demgegenüber sind die Unterschiede zwischen den Größenklassen in der Industrie in Ländern wie Estland, Ungarn und Lettland recht gering.

In allen Ländern fallen die Umsatzanteile neuer oder verbesserter Produkte in der Industrie höher aus als im Dienstleistungssektor. Auch im Dienstleistungssektor verzeichnete die Tschechische Republik den höchsten relativen Anteil: 14 % des Umsatzes wurden mit neuen oder verbesserten Produkten erzielt (Industrie: 28 %). In den übrigen Ländern lagen die Werte zwischen 5 % und 7 %, außer in Ungarn (2 %). Ein Grund für den Unterschied zwischen beiden Sektoren besteht wahrscheinlich darin, dass die Abgrenzung neuer und verbesserter Produkte im Dienstleistungssektor schwieriger ist.

Beschränkt man die Analyse auf Produkte, die auch für den Markt Neuheiten oder Verbesserungen darstellen, ergeben sich natürlich niedrigere Werte (vgl. Tab. 2). Die Tschechische Republik und Rumänien wiesen sowohl in der Industrie (9 %) als auch im Dienstleistungssektor (5 %) die höchsten Anteile auf, während Ungarn in beiden Sektoren die niedrigsten Werte verzeichnete (2 % bzw. 1 %). Auch die Unterschiede zwischen den Größenklassen fallen tendenziell geringer aus. Am stärksten klaffen die Werte wiederum in der Tschechischen Republik auseinander, und zwar in der Industrie (2 % für kleine Unternehmen gegenüber 13 % für große Unternehmen), während die Werte der kleinen Unternehmen in Estland und Ungarn jeweils etwas höher als die der großen Unternehmen sind.

Für dieses je nach Land recht unterschiedliche Bild lassen sich jedoch kaum überzeugende Erklärungen anführen.

Tab. 1: Umsatz mit neuen und verbesserten Produkten in Prozent des Gesamtumsatzes aller Unternehmen, nach Sektoren und Größenklassen

Nace	Größenklasse	EU-15	Tschech. Republik	Estland	Lettland	Litauen	Ungarn	Polen	Slowenien	Slowakei	Rumänien	Türkei
Gesamt	Klein	:	5	7	2	4	4	:	4	3	5	:
	Mittel	:	14	12	10	8	3	:	8	4	9	:
	Groß	:	33	12	7	22	10	:	13	18	11	:
	Alle	:	22	10	6	15	6	:	10	12	9	:
Industrie	Klein	:	5	12	7	6	10	:	7	2	7	:
	Mittel	:	12	16	10	13	7	11	10	6	12	:
	Groß	:	39	11	7	25	11	20	15	19	11	:
	Alle	:	28	13	8	22	10	16	14	15	11	:
Dienstleistungen	Klein	:	6	6	1	4	1	:	3	3	5	:
	Mittel	:	16	7	10	5	1	:	5	3	7	:
	Groß	:	21	12	7	14	4	:	6	13	9	:
	Alle	:	14	7	5	7	2	:	5	6	7	:

NB: Daten für Ungarn ohne Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden

Tab. 2: Umsatz mit für den Markt neuen und verbesserten Produkten in Prozent des Gesamtumsatzes aller Unternehmen, nach Sektoren und Größenklassen

Nace	Größenklasse	EU-15	Tschech. Republik	Estland	Lettland	Litauen	Ungarn	Polen	Slowenien	Slowakei	Rumänien	Türkei
Gesamt	Klein	:	2	4	1	2	3	:	3	1	5	:
	Mittel	:	4	5	2	4	1	:	4	3	7	:
	Groß	:	11	5	3	5	2	:	7	9	9	:
	Alle	:	7	4	2	4	1	:	5	6	8	:
Industrie	Klein	:	2	5	3	4	7	:	4	1	6	:
	Mittel	:	3	7	4	7	2	2	4	3	9	:
	Groß	:	13	4	2	4	1	7	9	10	10	:
	Alle	:	9	5	3	5	2	5	7	8	9	:
Dienstleistungen	Klein	:	2	3	1	2	1	:	2	1	4	:
	Mittel	:	4	3	1	3	0	:	3	2	5	:
	Groß	:	7	7	6	8	2	:	1	6	7	:
	Alle	:	5	4	2	4	1	:	2	3	5	:

NB: Daten für Ungarn ohne Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden.

## Auswirkungen von Innovationen

Über den im letzten Abschnitt behandelten spezifischen Outputindikator (Verkauf neuer und verbesserter Produkte) hinaus wurden die Unternehmen in der Erhebung auch befragt, wie sie die Relevanz bestimmter Auswirkungen von Innovationen bewerten. Allgemein hatten produktorientierte Auswirkungen einen hohen Stellenwert. Für die Industrie nannten die Unternehmen aller Länder außer Litauens eine Verbesserung der Qualität ihrer Waren oder Dienstleistungen als wichtigste Auswirkung (vgl. Tab. 3a). Zwar unterscheiden sich die in der Tabelle aufgeführten Werte je nach Land beträchtlich, doch sollte sich das Hauptaugenmerk auf die Reihenfolge der angegebenen Wirkungen richten. Mit nur einer Ausnahme (Ungarn) gaben alle Länder die Erweiterung der Produkt- oder Dienstleistungspalette als zweitwichtigste Auswirkung an. Auch die Vergrößerung des Marktanteils wurde in vielen Ländern als bedeutsam eingestuft.

Bei den prozessorientierten Auswirkungen wurde die Erhöhung der Produktionskapazität am häufigsten genannt (von recht hoher Relevanz für türkische Industrieunternehmen), während Kostensenkungen weniger oft als sehr wichtig angegeben wurden. In Litauen wurden allerdings die Senkung der Arbeitskosten und die Verringerung der Material- und Energiekosten als wichtige Auswirkungen angeführt.

Der Einhaltung gesetzlicher Vorgaben oder Normen wurde allgemein eine größere Bedeutung als der Kostensenkung und der Verringerung der Umweltbelastung beigemessen.

Zwischen den Sektoren und Größenklassen lassen sich in Bezug auf Innovationsauswirkungen keine nennenswerten Unterschiede feststellen. Das Bild entspricht im Wesentlichen den bereits für die EU-15-Länder getroffenen Aussagen.

Tab. 3a: Unternehmen, die folgende Auswirkungen als sehr wichtig bewerten, in Prozent aller innovativen Industrieunternehmen

	EU-15	Tschech. Republik	Estland	Lettland	Litauen	Ungarn	Polen	Slowenien	Slowakei	Rumänien	Türkei
<b>Produktorientierte Auswirkungen</b>											
Erweiterung der Produkt- oder Dienstleistungspalette	29	26	24	22	12	48	:	43	13	31	40
Eintritt in neue Märkte oder Erhöhung des Marktanteils	24	18	19	18	15	65	:	29	10	25	35
Verbesserung der Qualität der Waren oder Dienstleistungen	41	31	29	26	7	68	:	44	23	46	64
<b>Prozessorientierte Auswirkungen</b>											
Verbesserung der Flexibilität der Produktion	23	18	21	13	9	34	:	25	13	25	24
Erhöhung der Produktionskapazität	29	17	23	14	11	30	:	26	12	30	38
Senkung der Arbeitskosten je Produktionseinheit	20	13	11	9	12	25	:	11	6	12	28
Senkung des Material- und Energieverbrauchs je Produktionseinheit	11	8	9	9	12	37	:	13	6	12	15
<b>Andere Auswirkungen</b>											
Senkung der Umweltbelastung oder Verbesserung von Gesundheit&Sicherheit	18	12	9	14	9	43	:	19	9	20	22
Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben	21	11	12	19	5	47	:	31	8	15	37

Tab. 3b: Unternehmen, die folgende Auswirkungen als sehr wichtig bewerten, in Prozent aller innovativen Dienstleistungsunternehmen

	EU-15	Tschech. Republik	Estland	Lettland	Litauen	Ungarn	Polen	Slowenien	Slowakei	Rumänien	Türkei
<b>Produktorientierte Auswirkungen</b>											
Erweiterung der Produkt- oder Dienstleistungspalette	30	29	30	26	17	52	:	42	12	42	:
Eintritt in neue Märkte oder Erhöhung des Marktanteils	25	18	24	20	18	59	:	24	4	35	:
Verbesserung der Qualität der Waren oder Dienstleistungen	38	29	30	23	8	51	:	51	17	52	:
<b>Prozessorientierte Auswirkungen</b>											
Verbesserung der Flexibilität der Produktion	15	12	14	8	7	16	:	25	4	22	:
Erhöhung der Produktionskapazität	16	7	12	18	5	7	:	20	4	22	:
Senkung der Arbeitskosten je Produktionseinheit	11	6	8	7	7	4	:	4	1	12	:
Senkung des Material- und Energieverbrauchs je Produktionseinheit	6	4	5	5	8	11	:	10	3	16	:
<b>Andere Auswirkungen</b>											
Senkung der Umweltbelastung oder Verbesserung von Gesundheit&Sicherheit	9	7	6	7	3	35	:	10	4	22	:
Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben	16	9	10	20	3	37	:	27	0	18	:

NB: Daten für Ungarn ohne Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden. Daten für Türkei nur Verarbeitendes Gewerbe.

## Innovationshemmende Faktoren

Die Innovationsaktivitäten von Unternehmen können durch mehrere Faktoren beeinträchtigt werden. Die wichtigsten innovationshemmenden Faktoren sind in Tab. 4 aufgeführt.

Wirtschaftliche Faktoren werden allgemein als größte Barriere für Innovationsaktivitäten angesehen. Dabei stellen Probleme mit Finanzierungsquellen in sieben der zehn Länder für den Industriesektor das gravierendste Hemmnis dar. Zu hohe Innovationskosten werden ebenfalls als wichtiges Hemmnis genannt: für die tschechischen und türkischen Unternehmen stand dieser Faktor an erster Stelle. Auch wirtschaftliche Risiken wirkten sich stark

innovationshemmend aus. Nur die litauischen Unternehmen gaben wirtschaftliche Faktoren nicht als größtes Innovationshemmnis an.

Der Mangel an qualifiziertem Personal wurde ebenso wie der Mangel an Informationen über Technologie oder Märkte nicht als wesentlicher Negativfaktor bewertet. Nach Sektoren oder Größenklassen betrachtet sind keine erheblichen Unterschiede in Bezug auf die Relevanz der einzelnen Hemmnisse zu erkennen. Auffällig ist, dass der Mangel an qualifiziertem Personal für die EU-15-Länder ein größeres Hemmnis als für die neuen Mitgliedstaaten und die Kandidatenländer darstellte.

Tab. 4a: Unternehmen, die folgende Hemmnisse als sehr wichtig bewerten, in Prozent aller innovativen Industrieunternehmen

	EU-15	Tschech. Republik	Estland	Lettland	Litauen	Ungarn	Polen	Slowenien	Slowakei	Rumänien	Türkei
<b>Wirtschaftliche Faktoren</b>											
Wirtschaftliche Risiken	16	9	14	9	4	16	15	11	14	8	43
Innovationskosten	23	22	25	21	0	19	19	21	26	22	44
Finanzierungsquellen	17	8	31	27	1	27	21	24	41	31	31
<b>Interne Faktoren</b>											
Organisatorische Zwänge	5	2	3	4	7	6	5	4	3	2	7
Qualifiziertes Personal	15	7	13	9	6	8	4	13	4	5	9
Informationen über Technologie	5	1	6	6	7	5	4	4	2	3	8
Informationen über Märkte	5	3	8	7	6	11	4	8	4	4	7
<b>Andere Faktoren</b>											
Gesetzliche Vorgaben und Normen	9	3	8	6	5	10	7	4	7	7	13
Kundeninteresse	5	5	10	6	5	18	8	5	9	3	6

Tab. 4b: Unternehmen, die folgende Hemmnisse als sehr wichtig bewerten, in Prozent aller innovativen Dienstleistungsunternehmen

	EU-15	Tschech. Republik	Estland	Lettland	Litauen	Ungarn	Polen	Slowenien	Slowakei	Rumänien	Türkei
<b>Wirtschaftliche Faktoren</b>											
Wirtschaftliche Risiken	19	8	11	8	5	7	3	14	6	9	:
Innovationskosten	26	16	19	18	1	25	20	22	15	20	:
Finanzierungsquellen	22	6	23	22	2	25	14	25	16	28	:
<b>Interne Faktoren</b>											
Organisatorische Zwänge	7	1	6	5	11	1	2	6	3	2	:
Qualifiziertes Personal	19	4	14	5	9	6	6	10	3	3	:
Informationen über Technologie	4	1	3	3	8	0	2	1	1	3	:
Informationen über Märkte	5	2	4	1	8	4	4	2	1	2	:
<b>Andere Faktoren</b>											
Gesetzliche Vorgaben und Normen	15	3	8	11	8	10	5	5	3	13	:
Kundeninteresse	8	3	9	3	6	8	5	8	10	5	:

NB: Daten für Ungarn ohne Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden. Daten für Türkei nur Verarbeitendes Gewerbe.

## Innovationsschutz

Für den Schutz ihrer Innovationen vor der Konkurrenz steht den Unternehmen ein umfangreiches Methodeninventar zur Verfügung (vgl. Tab. 5). Die gängigste formale Methode ist für alle Länder die Eintragung von Handelsmarken. Jedes vierte innovative Unternehmen in der Tschechischen Republik, Estland, Lettland und Litauen gab an, sich dieses Instruments zu bedienen.

Ausgeglichenere ist die Verteilung bei der Nutzung strategischer Methoden, von denen sowohl Geheimhaltung und zeitlicher Vorsprung bei der Markteinführung als wichtig eingestuft werden. Etwa 40 % der innovativen Unternehmen in Estland setzten auf Marktvorsprung, 44 % der innovativen Unternehmen in Slowenien auf Geheimhaltung. Auf Instrumente wie Patente, Geschmacksmuster oder Urheberrechte wurde weitaus seltener zurückgegriffen. In den meisten Ländern liegt der Anteil dieser Schutzmethoden bei 10 % oder darunter.

Die Angaben der Länder lassen auf einen deutlichen Größeneffekt schließen: größere Unternehmen sind am Schutz ihrer Innovationen viel stärker als kleinere Unternehmen interessiert. In Lettland etwa differierte der Einsatz von Schutzmethoden zwischen großen und kleinen Unternehmen generell um 8 bis 21 Prozentpunkte. Ähnlich verhält es sich auch in allen anderen Ländern. Estland war allgemein das Land mit den geringsten Unterschieden zwischen den Größenklassen, insbesondere bei den strategischen Methoden. Ein plausibler Grund für diesen Größeneffekt kann darin bestehen, dass größere Unternehmen ein höheres Maß an Ressourcen in ihre Innovationsaktivitäten investieren und eine höhere Zahl von Marktneuheiten einführen, die stärker geschützt werden müssen.

**Tab. 5:** Unternehmen, die Patentanmeldungen und andere Innovationsschutzmethoden verwenden, in Prozent aller innovativen Unternehmen in allen Sektoren, nach Größenklassen

	Größenklasse	Formale Methoden				Strategische Methoden		
		Anmeldung eines Patents	Eintragung eines Geschmacksmusters	Handelsmarken	Urheberrechte	Geheimhaltung	Komplexität des Designs	Zeitlicher Marktvorsprung
EU-15	Klein	:	:	:	:	:	:	:
	Mittel	:	:	:	:	:	:	:
	Groß	:	:	:	:	:	:	:
	Alle	17	14	21	6	27	19	36
Tschech. Republik	Klein	6	4	19	9	7	7	17
	Mittel	7	8	28	12	17	8	15
	Groß	16	16	38	11	20	13	19
	Alle	7	7	23	10	11	8	17
Estland	Klein	7	4	23	6	22	22	40
	Mittel	12	4	32	8	21	21	44
	Groß	18	9	41	8	27	20	35
	Alle	9	4	26	7	22	22	41
Lettland	Klein	4	4	16	7	21	21	31
	Mittel	14	14	30	10	24	22	29
	Groß	28	22	47	23	39	29	41
	Alle	10	9	24	10	24	22	32
Litauen	Klein	7	4	18	9	18	11	26
	Mittel	4	8	25	5	25	14	32
	Groß	8	17	43	11	35	26	41
	Alle	6	7	23	8	22	14	30
Ungarn	Klein	4	7	8	5	10	0	2
	Mittel	7	10	7	11	7	0	2
	Groß	12	11	22	24	15	0	13
	Alle	5	8	9	8	10	0	3
Polen	Klein	:	:	:	:	:	:	:
	Mittel	:	:	:	:	:	:	:
	Groß	:	:	:	:	:	:	:
	Alle	:	:	:	:	:	:	:
Slowenien	Klein	7	7	7	3	44	26	46
	Mittel	8	8	7	1	40	24	37
	Groß	13	13	14	3	51	28	38
	Alle	9	9	9	2	44	26	41
Slowakei	Klein	1	4	9	7	7	4	4
	Mittel	10	10	24	8	12	11	9
	Groß	14	15	36	9	23	13	23
	Alle	6	8	18	8	11	8	9
Rumänien	Klein	3	5	9	4	6	4	7
	Mittel	8	8	17	4	7	5	9
	Groß	14	17	24	5	12	8	9
	Alle	7	8	14	4	7	5	8
Türkei	Klein	:	:	:	:	:	:	:
	Mittel	:	:	:	:	:	:	:
	Groß	:	:	:	:	:	:	:
	Alle	:	:	:	:	:	:	:

NB: Daten für Ungarn ohne Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden.

## ➤ WISSENSWERTES ZUR METHODIK

Die Daten aller Länder stammen aus der Innovationserhebung der Gemeinschaft (CIS), und zwar aus der zuletzt durchgeführten Runde, der CIS 3 (Ausnahme: Polen). Die nationalen Fragebögen waren eng an den von Eurostat ausgearbeiteten allgemeinen CIS-3-Fragebogen angelehnt, wichen jedoch in einigen Ländern geringfügig davon ab. In Polen beruhten die Fragen im Wesentlichen auf dem CIS-2-Fragebogen, allerdings waren zahlreiche Variablen mit denen von CIS 3 vergleichbar. Grundlage für die CIS ist das Oslo-Handbuch (zweite Auflage von 1997), das Leitlinien zur Methodik und Definitionen der wichtigsten Innovationskonzepte enthält. Die Daten aus der Innovationserhebung beziehen sich in der Regel auf den Zeitraum 1998-2000 (Estland, Polen, Slowenien und Türkei) oder 1999-2001 (Tschechische Republik, Ungarn, Lettland, Litauen und Slowakei). In Rumänien ist der Berichtszeitraum 2000-2002. Bulgarien führte eine Erhebung für den Zeitraum 2001-2003 durch, doch liegen die Ergebnisse noch nicht vor. Die Zuständigkeit für die Durchführung der Erhebung lag in allen beitretenden Ländern beim nationalen statistischen Amt. Für die meisten Länder war es die erste umfassende Innovationserhebung.

### Grundgesamtheit

Die statistische Einheit war in allen Ländern das Unternehmen, außer in der Türkei, wo der Betrieb (fachliche Einheit auf örtlicher Ebene) verwendet wurde. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass die statistischen Unternehmensregister nicht die benötigten Unternehmensinformationen enthielten. Die Erhebung erstreckte sich in allen Ländern auf Unternehmen mit mindestens 10 Beschäftigten. Bei den vorgelegten Ergebnissen handelt es sich um hochgerechnete nationale Gesamtwerte für diese Größenklasse. Die meisten Länder hielten sich strikt an den von Eurostat für die CIS 3 empfohlenen NACE-Erfassungsbereich (vgl. Kasten). Nur die Türkei bezog mehrere, hauptsächlich im Dienstleistungssektor angesiedelte NACE-Klassen nicht in die Erhebung ein. Nicht einbezogen wurden ferner in Ungarn Abschnitt C (Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden), in Polen Abteilung 73 (Forschung und Entwicklung) und in der Slowakei Gruppe 74.3 (Technische, physikalische und chemische Untersuchung).

Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden	Abschnitt C
Verarbeitendes Gewerbe	Abschnitt D
Energie- und Wasserversorgung	Abschnitt E
Großhandel	Abteilung 51
Verkehr und Nachrichtenübermittlung	Abschnitt I
Kredit- und Versicherungsgewerbe	Abschnitt J
Datenverarbeitung und Datenbanken	Abteilung 72
Forschung und Entwicklung	Abteilung 73
Architektur- und Ingenieurbüros	Gruppe 74.2
Technische, physikalische und chemische Untersuchung	Gruppe 74.3

### Erhebungsmethode

In der CIS wird normalerweise eine Vollerhebung großer Unternehmen mit einer geschichteten Stichprobenerhebung kleiner Unternehmen kombiniert. In Estland, Slowenien und der Türkei (Dienstleistungssektor) wurde für alle Unternehmen (>10 Beschäftigte) eine Vollerhebung durchgeführt. In allen Ländern wurde die Erhebung als postalische Befragung durchgeführt. In den meisten Ländern bestand für die Unternehmen Auskunftspflicht, außer in Estland, Ungarn und der Türkei. Ungarn und die Türkei verzeichneten Antwortquoten von weniger als

40 %, in den anderen Ländern lagen diese zwischen 63 % und 88 % und damit deutlich über dem von den EU-Mitgliedstaaten bei CIS 3 erzielten Durchschnitt von etwa 55 %.

### Innovation

Unter *Innovation* versteht man die Einführung eines neuen oder merklich verbesserten Produkts (Ware oder Dienstleistung) auf dem Markt oder die Einführung eines neuen oder merklich verbesserten Prozesses in einem Unternehmen. Innovationen basieren auf den Ergebnissen neuer technologischer Entwicklungen, neuer Kombinationen existierender Technologien oder der Verwendung anderen Wissens, das vom betreffenden Unternehmen erworben wurde. Innovationen können von dem innovativen Unternehmen oder einem anderen Unternehmen entwickelt werden. Der reine Verkauf von Innovationen, die vollständig von anderen Unternehmen hergestellt und entwickelt wurden, gilt nicht als Innovationsaktivität. Die Innovation sollte neu für das betreffende Unternehmen sein. Produktinnovationen müssen nicht zwangsläufig eine Marktneuheit darstellen, Prozessinnovationen müssen nicht unbedingt zuerst von dem betreffenden Unternehmen eingeführt worden sein.

Als *Produktinnovation* gilt ein Produkt (Ware oder Dienstleistung), das hinsichtlich seiner grundlegenden Merkmale, seiner technischen Spezifikationen, seiner integrierten Software oder seiner anderen immateriellen Komponenten, seines vorgesehenen Verwendungszwecks oder seiner Benutzerfreundlichkeit entweder neu ist oder merklich verbessert wurde. Rein ästhetische Veränderungen werden nicht berücksichtigt.

Eine *Prozessinnovation* beinhaltet neue und merklich verbesserte Produktionstechniken sowie Verfahren zur Erbringung von Dienstleistungen und zum Vertrieb von Produkten. Das Ergebnis (des Prozesses) sollte von wesentlicher Bedeutung für die Produktion, die Produktqualität oder die Kosten der Produktion und des Vertriebs sein. Rein organisatorische Veränderungen oder die Einführung von neuen Managementtechniken werden nicht berücksichtigt.

### Innovative Unternehmen

Als innovative Unternehmen gelten alle Unternehmen, die im Berichtszeitraum innovativ tätig waren, d. h. neue Produkte und/oder Prozesse eingeführt oder angewendet haben und/oder Innovationsaktivitäten aufwiesen, die nicht abgeschlossen waren oder die eingestellt wurden.

### Erfolgreiche Innovatoren

Unternehmen, die neue Produkte und/oder Prozesse eingeführt oder angewendet haben.

### Größenklassen

Bei der Zusammenstellung der aggregierten Ergebnisse wurden folgende, auf der Anzahl der Beschäftigten beruhende Größenklassen verwendet:

Kleine Unternehmen	10 bis 49 Beschäftigte
Mittlere Unternehmen	50 bis 249 Beschäftigte
Große Unternehmen	250 oder mehr Beschäftigte

**In dieser Veröffentlichung:** : nicht verfügbar

Die in dieser Publikation verwendeten Daten wurden am 15. Juni 2004 extrahiert.

## *Weitere Informationsquellen:*

### ➤ **Datenbanken**

[EUROSTAT Webseite/Erhebung über Innovation in EU-Unternehmen](#)

---

### **Journalisten können den Media Support Service kontaktieren:**

BECH Gebäude Büro A4/017 • L-2920 Luxembourg • Tel. (352) 4301 33408 • Fax (352) 4301 35349 •

E-mail: [eurostat-mediasupport@cec.eu.int](mailto:eurostat-mediasupport@cec.eu.int)

---

### **European Statistical Data Support:**

Eurostat hat zusammen mit den anderen Mitgliedern des „Europäischen Statistischen Systems“ ein Netz von Unterstützungszentren eingerichtet; diese Unterstützungszentren gibt es in fast allen Mitgliedstaaten der EU und in einigen EFTA-Ländern.

Sie sollen die Internetnutzer europäischer statistischer Daten beraten und unterstützen.

Ausführliche Informationen über dieses Unterstützungsnetz finden Sie auf unserer Webseite:

[www.europa.eu.int/comm/eurostat/](http://www.europa.eu.int/comm/eurostat/)

---

Ein Verzeichnis unserer Verkaufsstellen in der ganzen Welt erhalten Sie beim:

#### **Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften**

2, rue Mercier – L-2985 Luxembourg

URL: <http://publications.eu.int>

E-mail: [info-info-opoce@cec.eu.int](mailto:info-info-opoce@cec.eu.int)

BELGIEN/BELGIQUE/BELGIË - DANMARK - DEUTSCHLAND - EESTI – ELLÁDA - ESPAÑA - FRANCE - IRELAND - ITALIA - KYPROS/KIBRIS – LUXEMBOURG - MAGYARORSZÁG – MALTA - NEDERLAND - ÖSTERREICH - POLSKA - PORTUGAL - SLOVENIJA - SLOVENSKO - SUOMI/FINLAND - SVERIGE - UNITED KINGDOM - BALGARIJA - HRVATSKA - ÍSLAND – NORGE - SCHWEIZ/SUISSE/SVIZZERA - AUSTRALIA - BRASIL - CANADA - EGYPT - MALAYSIA - MÉXICO - SOUTH KOREA - SRI LANKA - T'AI-WAN -UNITED STATES OF AMERICA

---

Diese Veröffentlichung wurde in Zusammenarbeit mit Marie-Noëlle Dietsch und Frank Foyn erstellt.

ORIGINALTEXT: Englisch