

**Abteilung 8 - Landesinstitut für Statistik**

Kanonikus-Michael-Gamper-Str. 1 • 39100 Bozen

Tel. 0471 41 84 04-05 • Fax 0471 41 84 19

www.provinz.bz.it/astat • astat@provinz.bz.it

Auszugsweiser oder vollständiger Nachdruck mit Quellenangabe (Herausgeber und Titel) gestattet
Halbmonatliche Druckschrift, eingetragen mit Nr. 10 vom 06.04.89 beim Landesgericht Bozen
Verantwortlicher Direktor: Alfred Aberer

**Ripartizione 8 - Istituto provinciale di statistica**

Via Canonico Michael Gamper 1 • 39100 Bolzano

Tel. 0471 41 84 04-05 • Fax 0471 41 84 19

www.provincia.bz.it/astat • astat@provincia.bz.it

Riproduzione parziale o totale autorizzata con la citazione della fonte (titolo ed edizione)
Pubblicazione quindicinale iscritta al Tribunale di Bolzano al n. 10 del 06.04.89
Direttore responsabile: Alfred Aberer

astatinfo

Nr. 52**12/2011**

Innovation in den Unternehmen

2006-2008

Innovation in all ihren Formen stellt einen Schlüsselfaktor zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit, Produktivität und des Unternehmenswachstums dar. Die vorliegende Studie veröffentlicht die Hauptergebnisse der europäischen Erhebung über Innovation in den Unternehmen des Produzierenden Gewerbes und Dienstleistungssektors CIS 2008 (*Community Innovation Survey*). In Südtirol führt das ASTAT diese Erhebung durch.⁽¹⁾

27,2% der Südtiroler Unternehmen sind innovierende Unternehmen

Zwischen 2006 und 2008 haben 875 Unternehmen mit 10 oder mehr Beschäftigten Innovationstätigkeiten durchgeführt. Das entspricht 31,5% aller berücksichtigten Unternehmen (2.782 Unternehmen).

758 Unternehmen (27,2% aller Unternehmen) haben mindestens eine Innovation auf dem Markt oder im eigenen Produktionsprozess eingeführt und gelten deshalb als *innovierende Unternehmen*. Die übrigen 4,2% sind Unternehmen mit Innovationstätigkeiten, die bis Ende 2008 nicht zur Entwicklung neuer Produkte, Dienstleistungen oder Prozesse geführt haben.

Innovazione nelle imprese

2006-2008

L'innovazione nelle sue varie forme è considerata una chiave fondamentale per l'aumento di competitività e produttività e per la crescita delle imprese. Il presente studio diffonde i principali risultati della rilevazione europea sull'innovazione nelle imprese industriali e del terziario CIS 2008 (*Community Innovation Survey*), condotta in Alto Adige dall'ASTAT.⁽¹⁾

Il 27,2% delle imprese altoatesine sono innovatrici

Tra il 2006 e il 2008 le imprese altoatesine con 10 o più addetti che hanno svolto attività di innovazione sono state 875, cifra pari al 31,5% dell'universo considerato (2.782 imprese).

Sono 758 (27,2% sul totale) le imprese che hanno introdotto sul mercato o nel proprio processo produttivo almeno un'innovazione e quindi che si possono definire *imprese innovatrici*. Il restante 4,2% è costituito da imprese con attività di innovazione che non ha portato allo sviluppo di nuovi prodotti, servizi o processi alla fine del 2008.

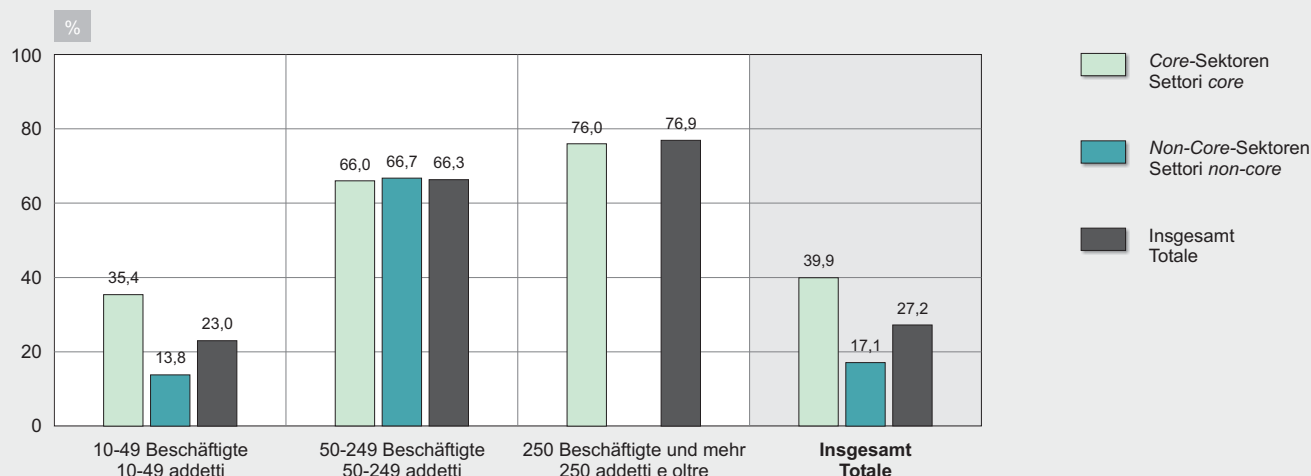
⁽¹⁾ Einige Ergebnisse, insbesondere bezogen auf die Kategorie der Klein- und Mittelunternehmen (10 bis 249 Beschäftigte), finden sich in der Publikation des Astat „Die Südtiroler Wirtschaft - 2010, ASTAT-Schriftenreihe Nr. 167“. Alcuni risultati, in particolare riferiti alla categoria delle piccole e medie imprese (10 fino a 249 addetti), sono stati anticipati in Astat "Rapporto sull'economia dell'Alto Adige, ASTAT-collana n. 167".

Innovierende Unternehmen nach Sektor und Anzahl der Beschäftigten - 2006-2008

Prozentwerte

Imprese innovatrici per settore e classe di addetti - 2006-2008

Valori percentuali



© astat 2011 - sr



Auf gesamtstaatlicher Ebene ist sowohl der Anteil der Unternehmen mit Innovationstätigkeiten (33,1%) als auch jener der innovierenden Unternehmen (30,7%) etwas höher. Im Vergleich zum Dreijahreszeitraum 2002-2004 ist die Anzahl der innovierenden Unternehmen in Südtirol um mehr als drei Prozentpunkte gesunken, während sie in Italien konstant geblieben ist.⁽²⁾

Auf Sektorebene verteilen sich die innovierenden Unternehmen zu 39,9% auf die Core-Sektoren (Hauptsektoren der Erhebung) und zu 17,1% auf die Non-Core-Sektoren (Nebensektoren der Erhebung). Zu den Core-Sektoren zählen das Verarbeitende Gewerbe und die Telekommunikation, das Baugewerbe und Gastgewerbe gelten hingegen als Non-Core-Sektoren. Die gesamte Strukturierung der Sektoren in Core und Non-Core wurde von der Europäischen Kommission festgelegt und kann im Glossar nachgeschlagen werden. Da es sich um eine Stichprobenerhebung handelt und aus Gründen der Repräsentativität kann keine Detailanalyse der verschiedenen Wirtschaftssektoren für Südtirol durchgeführt werden.

Die Innovationsintensität nimmt mit steigender Unternehmensgröße zu. 23,0% der Unternehmen mit 10-49 Beschäftigten und 66,3% jener mit 50-249 Beschäftigten haben Innovationen eingeführt. Bei den Unternehmen mit 250 und mehr Beschäftigten sind es 76,9%. Die Südtiroler Unternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten sind weniger innovationsfreudig als die italienischen Unternehmen derselben Größe, bei den Unternehmen mit mehr als 50 Beschäftigten verhält es sich umgekehrt.

A livello nazionale è leggermente superiore sia la percentuale delle imprese che ha svolto attività di innovazione (33,1%), sia quella delle imprese innovatrici (30,7%). Rispetto al triennio 2002-2004 il numero di imprese innovatrici in Alto Adige è diminuito di oltre tre punti percentuali, mentre in Italia è rimasto stabile.⁽²⁾

A livello settoriale, la diffusione delle imprese innovatrici è stata pari al 39,9% nei settori core (settori principali per l'indagine) e al 17,1% nei settori non-core (settori secondari per l'indagine). Rientrano tra i settori core le Attività manifatturiere e le Telecomunicazioni, mentre le Costruzioni e le Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione fanno parte dei settori non-core. L'articolazione completa dei settori in core e non-core è stata definita dalla Commissione Europea ed è consultabile nel glossario. Per motivi di disegno campionario e rappresentatività, un'analisi più dettagliata dei vari settori economici non è possibile per la provincia di Bolzano.

L'intensità dell'innovazione aumenta con il crescere della dimensione aziendale. Il 23,0% delle imprese nella classe 10-49 addetti ha introdotto innovazioni, così come il 66,3% di quelle con 50-249 addetti e il 76,9% di quelle con 250 addetti e oltre. Rispetto alle imprese italiane quelle altoatesine con meno di 50 addetti hanno innovato meno, mentre quelle con più di 50 addetti sono risultate più innovative.

⁽²⁾ Die gesamtstaatlichen Ergebnisse wurden vom Istat in „L'innovazione nelle imprese italiane - 2006-2008, Comunicato stampa, 9 dicembre 2010“ veröffentlicht. I risultati a livello nazionale sono stati pubblicati in Istat "L'innovazione nelle imprese italiane - 2006-2008, Comunicato stampa, 9 dicembre 2010".

Die meisten Unternehmen führen gleichzeitig Produkt- und Prozessinnovationen ein

Auf gesamtstaatlicher und Landesebene erkennt man deutlich die Tendenz der innovierenden Unternehmen, sowohl Produkt- als auch Prozessinnovationen einzuführen. Rund die Hälfte (48,8%) der Unternehmen haben sich für diese Art der kombinierten Innovation entschieden. Diese Kombination ist besonders bei den mittleren Unternehmen mit 50-249 Beschäftigten verbreitet (62,3%).

In Südtirol haben 21,5% der Unternehmen nur in Innovationen für Produktionsprozesse investiert und 29,7% nur in Innovationen von Produkten (oder Dienstleistungen). Auf gesamtstaatlicher Ebene überwiegen hingegen die reinen Prozessinnovationen (27,8%) über die Investitionen in Produkte oder Dienstleistungen (20,5%).

Le imprese introducono contemporaneamente innovazioni di prodotto e di processo

A livello provinciale, come anche a livello nazionale, emerge chiaramente la tendenza delle imprese innovatrici a innovare sia i prodotti (o servizi) che i processi di produzione (quasi la metà, ovvero il 48,8%, delle imprese ha scelto questo tipo di innovazione congiunta). A scegliere questa strategia combinata di innovazione sono soprattutto le imprese di medie dimensioni (50-249 addetti) con una percentuale pari al 62,3%.

In Alto Adige gli investimenti per l'innovazione destinati ai soli processi di produzione hanno riguardato il 21,5% delle imprese, mentre quelli rivolti ai soli prodotti (o servizi) hanno interessato il 29,7% delle imprese. In Italia, invece, gli investimenti innovativi rivolti ai soli processi (27,8%) hanno prevalso sugli investimenti destinati alle sole innovazioni di prodotti o servizi (20,5%).

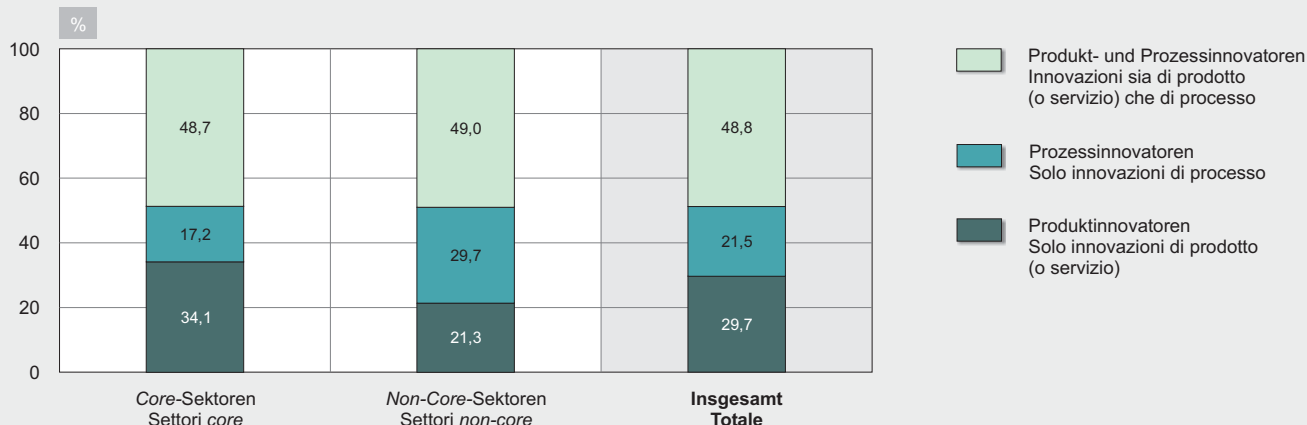
Graf. 2

Innovierende Unternehmen nach Art der Innovation und Sektor - 2006-2008

Prozentuelle Verteilung

Imprese innovatrici per tipologia di innovazione e settore - 2006-2008

Composizione percentuale



© astat 2011 - sr **astat**

In beiden untersuchten Gebieten stellt das Vorherrschen von kombinierten Innovationen (Produkt- und Prozessinnovationen) eine Neuheit gegenüber den Vorjahren dar. Bisher neigten die Unternehmen eher zu reinen Prozessinnovationen.

In entrambi gli ambiti territoriali considerati, la preferenza verso forme congiunte di innovazione (prodotto e processo) rappresenta una novità rispetto agli anni precedenti quando le imprese erano più orientate a introdurre innovazioni solo di processo.

Für Innovationen werden 7.100 Euro je Beschäftigten ausgegeben

Insgesamt geben die Unternehmen im Jahr 2008 294 Millionen Euro (+53,0% im Vergleich zu 2004) aus. Die durchschnittlichen Ausgaben je Beschäftigten be-

La spesa per innovazione ammonta a 7.100 euro per addetto

La spesa complessivamente sostenuta dalle imprese per le attività innovative è di 294 milioni di euro nel 2008 (+53,0% rispetto al 2004). La spesa media per

tragen 7.100 Euro. Der Durchschnittswert unterscheidet sich stark zwischen den einzelnen Sektoren: In den *Core*-Sektoren steigt er auf 8.000 Euro, in den *Non-Core*-Sektoren sinkt er auf 4.200 Euro. Die durchschnittlichen Ausgaben je Beschäftigten der Südtiroler Unternehmen sind höher als jene der italienischen Unternehmen (6.400 Euro).

In Bezug auf die Zusammensetzung der Ausgaben nach durchgeführter Art der Innovation entfällt der größte Teil auf den Ankauf von innovativen Maschinen und Anlagen (36,3%). Es folgen der Erwerb von Dienstleistungen für Forschung und Entwicklung (24,9%) und die interne Forschung und Entwicklung, d.h. die *intra-muros* F&E (23,8%). Der Anteil der übrigen Innovationsausgaben ist deutlich geringer.

Der relative Anteil der wichtigsten Arten von Innovationsausgaben variiert im Verhältnis zur Unternehmensgröße. Die Tendenz zu Investitionen in innovative Maschinen und Anlagen steigt bei zunehmender Unternehmensgröße. Die Unternehmen mit 10-49 Beschäftigten geben 33,6% ihrer gesamten Innovationsausgaben dafür aus. Bei den Unternehmen mit 250 und mehr Beschäftigten beträgt dieser Anteil 37,2%. Auf gesamtstaatlicher Ebene verhält es sich umgekehrt: Mit zunehmender Unternehmensgröße sinken die Ausgaben für innovative Maschinen und Anlagen und zwar von 56,1% aller Innovationsausgaben bei den kleinen Unternehmen auf 26,2% bei den Großunternehmen.

Die Hälfte der innovierenden Unternehmen erhält öffentliche Förderungen für Innovationen

In Bezug auf den Dreijahreszeitraum 2006-2008 haben 53,8% der Südtiroler innovierenden Unternehmen angegeben, öffentliche Förderungen für Innovationen in Anspruch genommen zu haben. Diese stammen überwiegend (52,2%) von den Lokal- oder Regionalverwaltungen. Nur 4,1% der Unternehmen haben angegeben, staatliche Beiträge erhalten zu haben und 2,1% haben europäische Förderungen bezogen. Auf gesamtstaatlicher Ebene ist der Anteil der innovierenden Unternehmen, die eine öffentliche Innovationsförderung erhalten, deutlich geringer und beträgt 28,7%. Nur 18,6% der italienischen innovierenden Unternehmen beziehen eine Förderung vonseiten der Lokal- oder Regionalverwaltungen.

62,4% der Unternehmen in den *Core*-Sektoren geben an, öffentliche Förderungen erhalten zu haben. In den *Non-Core*-Sektoren sind es 37,6% der Unternehmen.

Die Unternehmensgröße spielt eine Rolle beim Erhalt von öffentlichen Beiträgen: Der Anteil der Unternehmen, die mindestens eine Förderung erhalten haben, steigt von 52,5% bei den Unternehmen mit 10-49 Beschäftigten auf 80,0% bei jenen mit 250 und mehr Beschäftigten.

addetto ammonta a 7.100 euro e varia notevolmente tra i settori: nei settori *core* sale a 8.000 euro, mentre nei settori *non-core* ammonta a 4.200 euro. Le imprese altoatesine sostengono un impegno finanziario medio per addetto più elevato rispetto alle imprese italiane (6.400 euro).

Per quanto riguarda la composizione della spesa per tipo di attività innovativa svolta, l'acquisto di macchinari e impianti innovativi ha assorbito la quota più significativa di risorse (36,3%); seguono l'acquisto di servizi di ricerca e sviluppo (24,9%) e la ricerca e sviluppo interna, ossia la R&S *intra-muros*, (23,8%), mentre una posizione decisamente più modesta spetta alle altre spese per l'innovazione.

L'incidenza relativa delle principali tipologie di spese per l'attività innovativa cambia al variare delle dimensioni dell'impresa. La tendenza ad effettuare investimenti in macchinari e impianti innovativi aumenta al crescere della dimensione aziendale. Nelle imprese con 10-49 addetti questi acquisti hanno rappresentato il 33,6% dell'intera spesa rivolta all'innovazione arrivando al 37,2% nelle imprese con 250 addetti e oltre. A livello nazionale accade il contrario: la tendenza ad investire in macchinari e impianti innovativi diminuisce al crescere della dimensione aziendale passando dal 56,1% dell'intera spesa per l'innovazione nelle piccole imprese al 26,2% nelle grandi imprese.

La metà delle imprese innovatrici beneficiano di finanziamenti pubblici per l'innovazione

Nel triennio 2006-2008 il 53,8% delle imprese innovatrici altoatesine ha dichiarato di aver beneficiato di un finanziamento pubblico per l'innovazione proveniente, per la maggior parte (52,2%), da amministrazioni locali o regionali. Solo il 4,1% delle imprese innovatrici ha dichiarato di aver ricevuto incentivi nazionali e il 2,1% di aver beneficiato di un sostegno europeo. A livello nazionale, invece, la percentuale delle imprese innovatrici beneficiarie di un sostegno pubblico per l'innovazione scende vertiginosamente al 28,7%. Solo il 18,6% delle imprese innovatrici italiane riceve un sussidio da amministrazioni locali o regionali.

Nei settori *core* il 62,4% delle imprese ha dichiarato di aver ottenuto un sostegno pubblico, mentre nei settori *non-core* solo il 37,6% ne ha beneficiato.

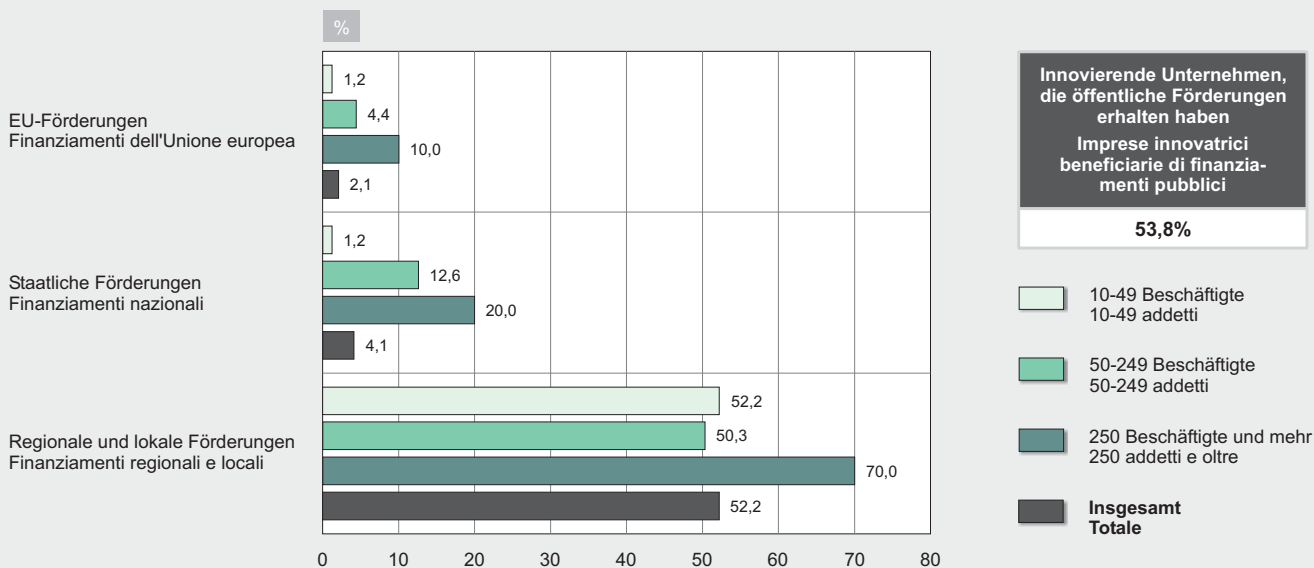
La dimensione dell'impresa incide sull'acquisizione di forme di sostegno da parte del settore pubblico: la percentuale di imprese beneficiarie di almeno un incentivo pubblico passa dal 52,5% delle piccole imprese con 10-49 addetti all'80,0% delle grandi imprese con 250 addetti e oltre.

Innovierende Unternehmen, die öffentliche Förderungen erhalten haben, nach Anzahl der Beschäftigten und Art der Förderung - 2006-2008

Prozentwerte; Mehrfachnennungen möglich

Imprese innovatrici beneficiarie di finanziamenti pubblici per classe di addetti e tipo di finanziamento - 2006-2008

Valori percentuali; possibili risposte multiple



© astat 2011 - sr **astat**

27,3% der Südtiroler innovierenden Unternehmen gehen Kooperationen für Innovationen ein

In Südtirol haben sich 27,3% der innovierenden Unternehmen auf eine Kooperation zur Durchführung von Innovationsprozessen eingelassen. Im restlichen Staatsgebiet trifft dies nur auf 15,6% der innovierenden Unternehmen zu.

Die beliebtesten Kooperationspartner sind Lieferanten von Anlagen, Material, Komponenten oder Software (56,5% der kooperierenden Unternehmen entscheiden sich dafür) und Beratungsfirmen, private F&E-Einrichtungen oder Laboratorien (48,8%). Ein geringerer Anteil der Unternehmen ist Kooperationen mit öffentlichen Forschungssubjekten eingegangen: 38,2% mit Universitäten oder anderen höheren Bildungseinrichtungen und nur 17,4% mit öffentlichen Forschungseinrichtungen.

Betrachtet man den Standort der beteiligten Subjekte, so überwiegen die Abkommen mit in Italien tätigen Subjekten (84,1% der Unternehmen mit Kooperationsabkommen) und die Übereinkünfte mit Partnern aus der Europäischen Union (61,8%). Deutlich seltener werden Abkommen mit internationalen Subjekten geschlossen (z.B. mit Partnern aus den USA - 14,0%). Die italienischen innovierenden Unternehmen sind weniger bereit als die Südtiroler Unternehmen, mit Partnern aus der EU zusammenzuarbeiten (25,4%).

Il 27,3% delle imprese innovatrici altoatesine ha stretto accordi di cooperazione per l'innovazione

In Alto Adige il 27,3% delle imprese innovatrici è ricorso a forme di cooperazione nella gestione dei processi di innovazione. Nel resto d'Italia solo il 15,6% delle imprese innovatrici è ricorso ad analoghe forme di cooperazione.

I partner preferiti sono stati i fornitori di attrezzature, materiali, componenti o software (scelti da 56,5% delle imprese cooperanti) e i consulenti, istituti di ricerca o laboratori privati (48,8%). Una percentuale inferiore di imprese ha stretto accordi di cooperazione con i soggetti pubblici di ricerca; il 38,2% con le università o altri istituti di istruzione superiore e appena il 17,4% con gli istituti di ricerca pubblica.

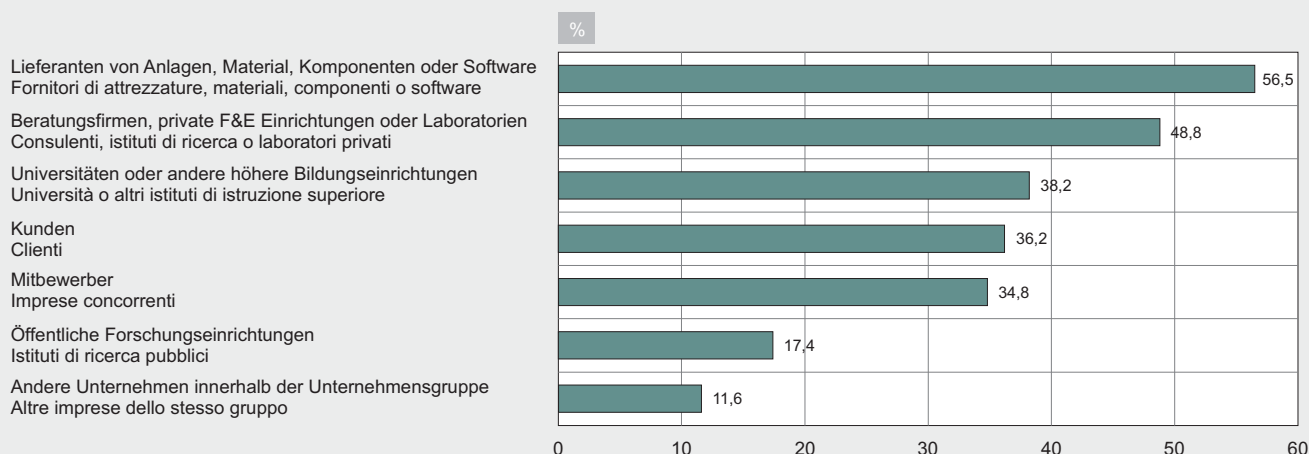
Rispetto alla localizzazione dei soggetti coinvolti, sono prevalsi gli accordi con soggetti operanti in Italia (84,1% delle imprese con accordi di cooperazione) e le alleanze con partner dell'Unione europea (61,8%). Assai meno frequenti sono stati gli accordi con altri soggetti internazionali (ad esempio con partner degli USA - 14,0%). Rispetto alle imprese altoatesine, le imprese innovatrici italiane si mostrano meno propense a collaborare con partner dell'Unione Europea (25,4%).

Innovierende Unternehmen mit Kooperationsabkommen nach Art der Partner - 2006-2008

Prozentwerte

Imprese innovatrici con accordi di cooperazione per tipologia di partner - 2006-2008

Valori percentuali

© astat 2011 - sr **astat**

Bei der Entwicklung von Innovationsprozessen sind interne Informationsquellen am wichtigsten

Die internen Quellen sind für 84,6% der innovierenden Unternehmen die wichtigste Informationsquelle bei der Entwicklung des eigenen Innovationsprozesses. Zu den wichtigsten externen Informationsquellen zählt die

La principale fonte informativa per lo sviluppo di processi innovativi è interna

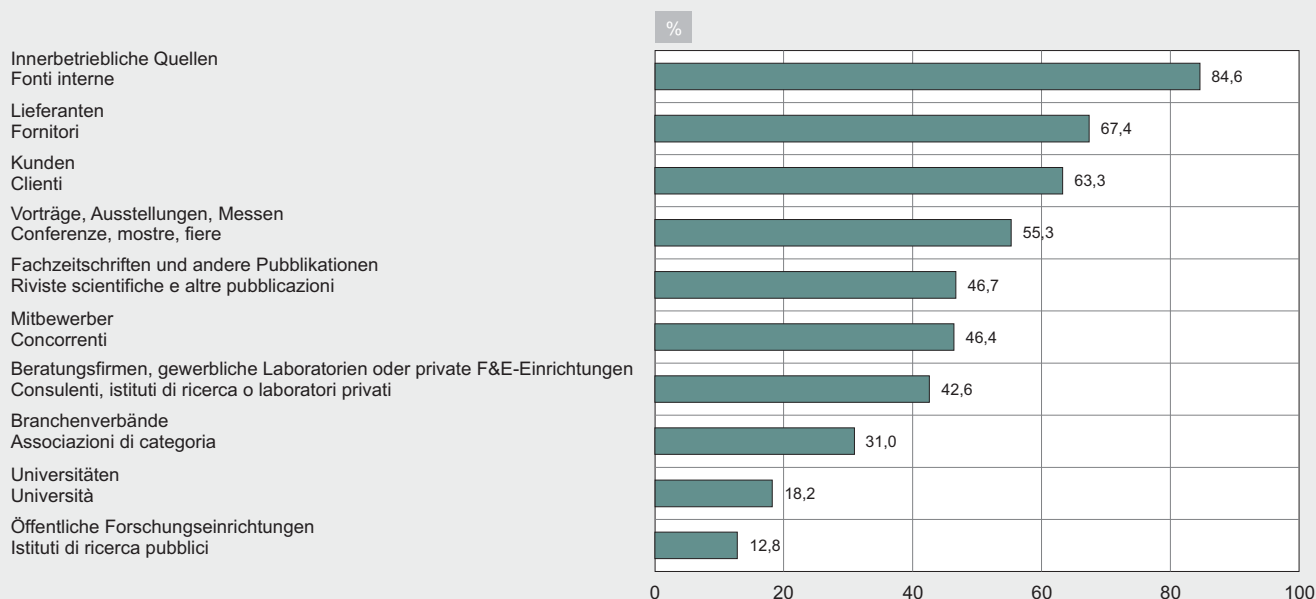
Il principale canale informativo utilizzato dalle imprese innovatrici per lo sviluppo del proprio processo innovativo è costituito dalle fonti interne, considerate importanti dall'84,6% delle imprese innovatrici. Tra i canali

Innovierende Unternehmen, welche die verschiedenen Informationsquellen als ziemlich oder sehr wichtig erachten - 2006-2008

Prozentwerte

Imprese innovatrici che considerano importanti le diverse fonti informative - 2006-2008

Valori percentuali

© astat 2011 - sr **astat**

Gesamtheit der Beziehungen zu den anderen Subjekten der Produktionskette: Mehr als zwei Drittel (67,4%) finden die Beziehungen zu den Lieferanten wichtig und 63,3% schätzen die Hinweise von den Kunden als relevant ein.

Der Beitrag der Wissenschaft scheint weniger wichtig zu sein: Für 18,2% der Unternehmen sind die Beziehungen zu Universitäten oder anderen höheren Bildungseinrichtungen für die eigenen Innovationen und für 12,8% die Kontakte zu öffentlichen Forschungseinrichtungen entscheidend.

informativi esterni si è rivelato fondamentale per le scelte innovative delle imprese l'insieme di relazioni che si istaurano lungo la filiera tecnologica produttiva: oltre i due terzi (67,4%) ritengono importanti i rapporti con i fornitori e il 63,3% delle imprese giudica rilevanti le segnalazioni provenienti dai clienti.

Il contributo della comunità scientifica sembra essere meno importante: il 18,2% delle imprese valuta come decisive nei propri percorsi innovativi le relazioni con le università o altri istituti di istruzione superiore e il 12,8% quelle con gli istituti di ricerca pubblici.

Die Südtiroler Unternehmen innovieren überwiegend zur Qualitätsverbesserung ihrer Produkte und Dienstleistungen

Der Hauptgrund für die Innovationen der Südtiroler Unternehmen ist die angestrebte Qualitätsverbesserung der eigenen Produkte und Dienstleistungen (94,2%). Das zweite Ziel ist die Erweiterung des Angebots von Produkten und Dienstleistungen (80,9%) und das dritte die Erhöhung des Marktanteils (79,4%). Drei von vier Unternehmen finden es zudem wichtig, Innovationen zu tätigen, um neue Absatzmärkte zu erschließen.

In Alto Adige le imprese innovano principalmente per migliorare la qualità dei propri prodotti e servizi

Le imprese altoatesine hanno introdotto innovazioni in primis per migliorare la qualità dei propri prodotti e servizi (94,2%). Il secondo obiettivo indicato dalle imprese altoatesine riguarda l'aumento del numero di prodotti e servizi offerti alla clientela (80,9%) e il terzo obiettivo riguarda l'aumento della propria quota di mercato (79,4%). Inoltre, tre imprese su quattro ritengono fondamentale innovare per accedere a nuovi mercati.

Graf. 6

Innovierende Unternehmen, die die verschiedenen Innovationsziele als ziemlich oder sehr wichtig erachten - 2006-2008

Prozentwerte

Imprese innovatrici che considerano importanti i diversi tipi di obiettivi dell'innovazione - 2006-2008

Valori percentuali

Verbesserung der Qualität von Produkten und Dienstleistungen
Miglioramento della qualità dei propri prodotti e servizi

Erweiterung des Angebots von Produkten und Dienstleistungen
Aumento nel numero di prodotti e servizi offerti alla clientela

Erhöhung des Marktanteils
Aumento della propria quota di mercato

Erschließung neuer Absatzmärkte
Accesso a nuovi mercati

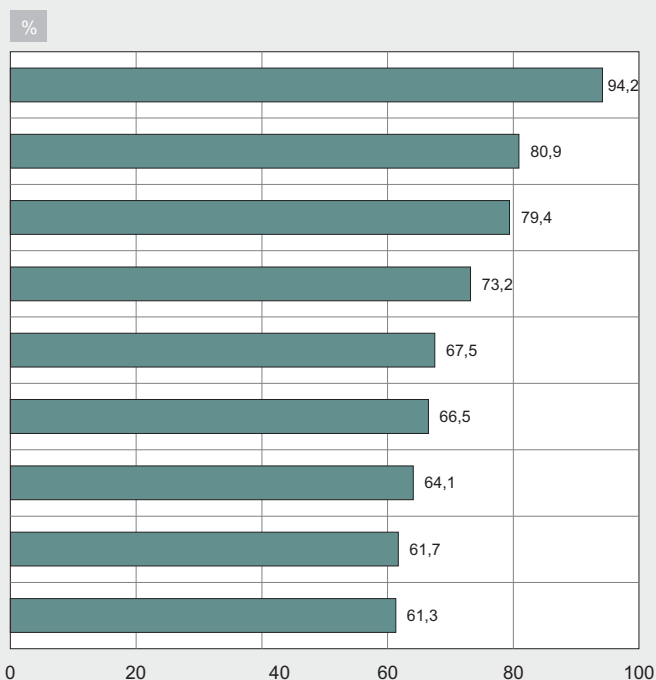
Verbesserung der Gesundheits- und Sicherheitsbedingungen
Migliorare la salute e la sicurezza del lavoro

Verbesserung der Flexibilität der Produktion von Gütern und Dienstleistungen
Maggiore flessibilità nella produzione dei propri prodotti e servizi

Senkung der Personalkosten je Produktionseinheit
Riduzione del costo del lavoro per unità di prodotto

Ersatz von veralteten Produkten und Dienstleistungen oder Prozessen
Sostituzione di prodotti, servizi e processi non più competitivi, perché superati o obsoleti

Erhöhung der Kapazitäten der Produktion von Gütern oder Dienstleistungen
Maggiore capacità di produzione di beni e servizi



© astat 2011 - sr



Fast ein Viertel des Umsatzes stammt aus dem Verkauf von neuen Produkten und Dienstleistungen

Diese Erhebung misst den Anteil der „für das Unternehmen neuen Produkte bzw. Dienstleistungen“, die bereits auf dem Bezugsmarkt vorhanden sind, und den Anteil der „für den Markt neuen Produkte bzw. Dienstleistungen“, die erstmals auf dem Bezugsmarkt eingeführt werden, am Umsatz.

Im Jahr 2008 erwirtschaften die Südtiroler innovierenden Unternehmen 23,1% ihres Gesamtumsatzes mit dem Verkauf von (sowohl für das Unternehmen als auch für den Markt) neuen Produkten und Dienstleistungen. Davon entfällt mehr als die Hälfte (12,6%) auf die „für den Markt neuen“ Produkte und Dienstleistungen. Auf gesamtstaatlicher Ebene erzielen die innovierenden Unternehmen nur 17,5% ihres Gesamtumsatzes über den Verkauf neuer Produkte und Dienstleistungen. Nur 8,3% gehen auf „für den Markt neue“ Produkte und Dienstleistungen zurück.

In den *Core*-Sektoren ist der Anteil der neuen Produkte und Dienstleistungen am Umsatz geringer (22,7%) als in den *Non-Core*-Sektoren (25,2%). Der Umsatzanteil der „für den Markt neuen“ Produkte und Dienstleistungen ist jedoch bei den *Core*-Sektoren (13,0%) höher als bei den *Non-Core*-Sektoren (9,4%).

Mehr als drei Viertel der Südtiroler innovierenden Unternehmen setzen auf betriebliche Innovation und/oder neue Marketingansätze

Bei allen Unternehmen der Erhebung werden auch Informationen zu nicht-technologischen Innovationen erfasst. Es geht dabei um Tätigkeiten, die betriebliche Innovationen (in Bezug auf die Betriebsführung, interne Arbeitsorganisation oder die Beziehungen nach außen) und Marketinginnovationen (in Bezug auf Verkaufsstrategien und auf die Verbesserung der äußeren Merkmale und des Designs der Produkte) umfassen.

Zwischen 2006 und 2008 haben 77,6% der innovierenden Unternehmen auch betriebliche oder Marketinginnovationen eingeführt (im Vergleich zu 70,4% der italienischen innovierenden Unternehmen). Dabei überwiegt die Einführung neuer Verkaufsstrategien (63,2%) gegenüber den betrieblichen Neuerungen (56,1%). In Italien verhält es sich umgekehrt. Hier überwiegen die neuen betrieblichen Lösungen (55,6%) im Vergleich zur Einführung von neuen Marketingstrategien (48,5%).

Quasi ein quarto del fatturato deriva dalla vendita di nuovi prodotti e servizi

La rilevazione permette di misurare l'incidenza sul fatturato dei prodotti-servizi "nuovi per l'impresa" ma già presenti sul mercato di riferimento delle imprese interessate, e dei prodotti-servizi "nuovi per il mercato", quelli introdotti per la prima volta sul mercato di riferimento.

Nel 2008 in Alto Adige il fatturato delle imprese innovatrici derivante dalla vendita di prodotti e servizi nuovi (sia per l'impresa sia per il mercato) è ammontato al 23,1% del loro fatturato totale, di cui poco più della metà (12,6%) va attribuito ai prodotti e servizi "nuovi per il mercato". A livello nazionale il fatturato ricavato dalla vendita di prodotti e servizi nuovi è stato pari solo al 17,5% del fatturato totale delle imprese innovatrici italiane, di cui l'8,3% si riferisce a prodotti e servizi "nuovi per il mercato".

Nei settori *core*, l'incidenza dei nuovi prodotti e servizi sul fatturato si è rivelata inferiore (22,7%) a quella registrata nei settori *non-core* (25,2%). Comunque, la quota di fatturato attribuita ai prodotti e servizi "nuovi per il mercato" è stata più alta nei settori *core* (13,0%) rispetto ai settori *non-core* (9,4%).

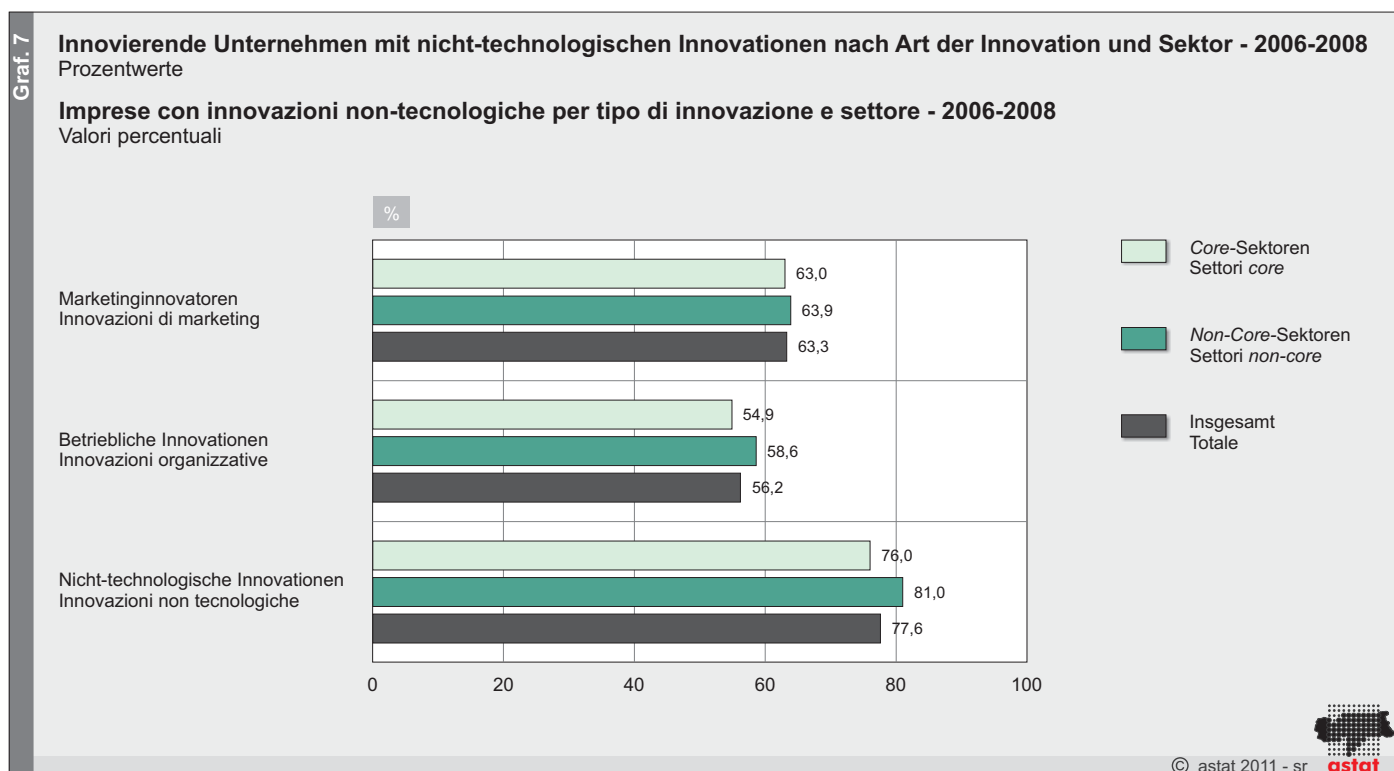
Oltre i tre quarti delle imprese innovatrici altoatesine hanno adottato nuove soluzioni organizzative e/o di marketing

Per tutte le imprese oggetto dell'indagine, vengono rilevate anche informazioni sulle attività di innovazione non propriamente tecnologica, ossia quelle attività che implicano innovazioni di tipo organizzativo (che interessano le pratiche di gestione aziendale, l'organizzazione interna del lavoro o le relazioni con l'esterno) e innovazioni introdotte nel campo del marketing (in relazione sia alle strategie di commercializzazione che al miglioramento delle caratteristiche estetiche e del design dei prodotti).

Tra il 2006 e il 2008 il 77,6% delle imprese innovatrici ha implementato anche tipologie di innovazione organizzativa o di marketing (contro il 70,4% di quelle italiane); tra queste, si è registrata una maggiore inclinazione all'implementazione di nuove strategie commerciali (63,2%) rispetto all'introduzione di trasformazioni in campo organizzativo (56,1%). In Italia si è verificato il fenomeno opposto con una maggiore propensione all'introduzione di nuove pratiche organizzative (55,6%) rispetto all'implementazione di nuove strategie di marketing (48,5%).

Die Unternehmensgröße spielt in Südtirol und Italien eine zentrale Rolle bei der Einführung von nicht-technologischen Innovationen. Die Großunternehmen entwickeln häufiger neue Lösungen im organisatorischen und Marketingbereich.

La dimensione dell'impresa gioca un ruolo determinante nell'introduzione di innovazioni non tecnologiche sia in Alto Adige che a livello nazionale: infatti, le grandi imprese sono quelle che più frequentemente hanno sviluppato nuove soluzioni nel campo dell'organizzazione e del marketing.



Fast zwei Drittel der Südtiroler innovierenden Unternehmen führen Innovationen zum Umweltschutz ein

61,2% der Südtiroler innovierenden Unternehmen (im Vergleich zu 44,3% der italienischen Unternehmen) geben an, dass sie mit den im untersuchten Dreijahreszeitraum eingeführten Innovationen dazu beigetragen haben, die Umweltauswirkungen zu reduzieren und die natürlichen Ressourcen bei der Produktion zu optimieren. 61,5% (gegenüber 41,8% der italienischen Unternehmen) haben Innovationen eingeführt, die auf eine größere Umweltverträglichkeit beim Verbrauch und bei der Verwendung der Güter abzielen.

Die Umweltschutzmaßnahmen werden überwiegend durchgeführt, um den gesetzlichen Vorgaben und den steuerlichen Verpflichtungen im Umweltbereich nachzukommen. 26,5% der Unternehmen haben innovative Maßnahmen gesetzt in Erwartung neuer Umweltschutzzvorgaben oder neuen Steuern auf Emissionen. Etwas seltener sind Innovationen aufgrund von freiwilligen Übereinkünften oder anderen freiwilligen Abkommen zur Förderung und Verbreitung von bewährten Praktiken im Umweltbereich (21,9%), aufgrund der Verfügbarkeit von finanziellen Förderungen (20,6%)

Quasi due terzi delle imprese innovatrici altoatesine hanno implementato innovazioni a tutela dell'ambiente

Il 61,2% delle imprese innovatrici altoatesine (contro il 44,3% delle imprese italiane) ha dichiarato di aver contribuito, con le innovazioni introdotte nel triennio preso in esame, alla riduzione dell'impatto ambientale e all'ottimizzazione delle risorse naturali in fase di produzione, mentre il 61,5% (contro il 41,8% delle imprese italiane) ha comunicato di aver realizzato interventi innovativi orientati a una maggiore sostenibilità ambientale in fase di consumo e di utilizzo dei beni.

Gli interventi a tutela ambientale sono stati effettuati prevalentemente per rispettare la normativa e gli impegni fiscali in materia ambientale: in particolare il 26,5% delle imprese ha implementato soluzioni innovative in prospettiva di nuove norme in materia ambientale o di una nuova tassazione sulle emissioni inquinanti. Un po' meno frequenti sono state le soluzioni innovative per l'esistenza di accordi volontari o di altri processi di negoziazione volontaria per la promozione e la diffusione di buone pratiche in campo ambientale (21,9%), per la disponibilità di incentivi finanziari

und aufgrund der (aktuellen oder erwarteten) Nachfrage nach umweltverträglichen Innovationen (18,2%).

(20,6%), e per l'esistenza di una domanda (corrente o attesa) di innovazioni eco-compatibili (18,2%).

Methodische Anmerkungen

Der Erhebungsbereich umfasst alle Unternehmen mit mindestens 10 Beschäftigten im Jahresdurchschnitt, die im Produzierenden Gewerbe und Dienstleistungssektor tätig sind.

Es handelt sich um eine Stichprobenerhebung bei den Unternehmen mit 10 bis 249 Beschäftigten und um eine Vollerhebung bei jenen mit mindestens 250 Beschäftigten. Für die repräsentative Stichprobe der Südtiroler Unternehmen mit weniger als 250 Beschäftigten werden die Unternehmen anhand einer nach Wirtschaftstätigkeit und Unternehmensgröße geschichteten Zufallsauswahl ermittelt.

Das Statistische Archiv der aktiven Unternehmen (ASIA) ist das Bezugsverzeichnis für die Stichprobeneinheiten. Die Stichprobe der Erhebung über den Dreijahreszeitraum 2006-2008 umfasst 833 Unternehmen. Insgesamt wurden 565 Fragebögen tatsächlich ausgefüllt, also 67,8% der theoretischen Stichprobe. Die Stichprobe ist repräsentativ in Hinblick auf die Grundgesamtheit der Erhebung, die aus 2.782 Unternehmen besteht.

Nota metodologica

Il campo di osservazione dell'indagine è costituito dalle imprese con almeno 10 addetti medi annui, attive nei settori dell'industria e dei servizi.

La rilevazione è campionaria per le imprese da 10 a 249 addetti e censuaria (totale) per quelle con almeno 250 addetti. Il campione rappresentativo delle imprese altoatesine con meno di 250 addetti seleziona le imprese attraverso un campionamento stratificato per settori di attività economica e per classi di dimensione.

La lista di riferimento per le unità campionate è l'Archivio statistico delle imprese attive (ASIA). Il campione della rilevazione riferito al triennio 2006-2008 è costituito da 833 imprese. I questionari effettivamente compilati sono stati 565, pari al 67,8% del campione teorico. Il campione dei rispondenti è rappresentativo della popolazione di riferimento dell'indagine, costituita da 2.782 imprese.

Alle Detailinformationen im Internet

Die Tabellen mit Detailinformationen sind auf der ASTAT-Webseite verfügbar:

http://www.provinz.bz.it/astat/de/dienstleistungen/627.asp?InnovationPubl_action=4&InnovationPubl_article_id=184496

Tutti i valori di dettaglio disponibili in Internet

Le tabelle di dettaglio sono disponibili sul sito dell'ASTAT al seguente indirizzo:

http://www.provinz.bz.it/astat/it/industria-servizi/627.asp?InnovationPubl_action=4&InnovationPubl_article_id=184498

Martina Dalpiaz und Timon Gärtner

Beschäftigter

Person, die in einer Wirtschaftseinheit als selbstständig oder unselbstständig Beschäftigter (Vollzeit, Teilzeit oder Ausbildungsvertrag) arbeitet, auch wenn sie vorübergehend abwesend ist (aus Dienstgründen, aufgrund von Urlaub, Krankheit, Arbeitsunterbrechung, Überstellung in Lohnausgleichskasse usw.). Dazu gehören der/die direkt an der Betriebsführung beteiligte/n Betriebsinhaber, die Genossenschaftler (Genossenschaftsmitglieder, die als Entgelt für ihre Leistung eine der geleisteten Arbeit entsprechende Entlohnung und einen Anteil am Betriebsgewinn erhalten), die mitarbeitenden Familienangehörigen (Verwandte oder Verschwägte des Inhabers, welche ohne vertraglich festgelegte Entlohnung arbeiten), die Führungskräfte, leitenden Angestellten, Angestellten, Arbeiter und Lehrlinge. Die durchschnittliche Anzahl der Beschäftigten im Jahr wird berechnet, indem die Summe der am Ende jedes Monats beschäftigten Personen durch zwölf dividiert wird.

Statistisches Archiv der aktiven Unternehmen (Asia)

Es ist das Archiv der aktiven Wirtschaftseinheiten, das unter Einhaltung der EG-Verordnung Nr. 2186/93 des Rates vom 22. Juli 1993 über die „innergemeinschaftliche Koordination des Aufbaus von Unternehmensregistern für statistische Verwendungszwecke“ erstellt wurde. Das Asia-Archiv ist eine amtliche Quelle zur Struktur der Unternehmensgesamtheit und zu seiner Entwicklung, die alle Unternehmen und die jeweiligen statistischen Merkmale erfasst. Dazu werden Daten aus Verwaltungsquellen öffentlicher Körperschaften oder privater Gesellschaften und aus statistischen Quellen verwendet. Die wichtigsten verwendeten Verwaltungsquellen sind die Archive der Agentur für Einnahmen des Wirtschafts- und Finanzministeriums (Steuerregister, jährliche Erklärungen der indirekten Steuern, Erklärungen der regionalen Wertschöpfungssteuer, Branchenkennzahlen), die Handelsregister der Handels-, Industrie-, Handwerks- und Landwirtschaftskammern und die damit verbundenen Archive der Mitglieder von Kapitalgesellschaften und der entsprechenden Gesellschaftsorgane (Verwaltungsrat, Aufsichtsrat), die Archive des Nationalen Instituts für Sozialfürsorge über die Beitragspositionen der Beschäftigten der Unternehmen und die Beitragspositionen der Handwerker und Kaufleute; Verzeichnis der Telefonschlüsse, das Archiv der konsolidierten Gesamtrechnungen und Jahresabschlüsse, das Archiv der Kreditinstitute, das von der Banca d'Italia geführt wird und das Archiv der Versicherungsgesellschaften des Isvap. Zu den statistischen Quellen zählen hingegen die Erhebung der Arbeitsstätten der Unternehmen (IULGI) und die Struktur- und Konjunkturerhebungen des Istat zu den Unternehmen.

Wirtschaftstätigkeit (Klassifikation Ateco 2007)

Dabei handelt es sich um die Produktion von Gütern oder Dienstleistungen, die dann stattfindet, wenn Ressourcen wie Anlagen, Arbeit, Produktionstechniken, Informations- oder Produktionsnetzwerke eingesetzt werden, um Güter oder Dienstleistungen herzustellen. Zum Zweck der Erhebung statistischer Informationen werden die Unternehmen nach vorwiegender Wirtschaftstätigkeit gemäß einer internationalen Nomenklatur klassifiziert. Auf europäischer Ebene sind dies die Nace Rev. 2 und in Italien die Ateco 2007. Werden in einem Unternehmen mehrere Wirtschaftstätigkeiten ausgeübt, wird die vorwiegende anhand der Wertschöpfung oder, falls diese Angaben nicht verfügbar sind, anhand des Umsatzes, der durchschnittlichen Beschäftigtenzahl im Jahr, der Personalaufwendungen oder anhand der Bruttoentlohnungen bestimmt.

Addetto

Persona occupata in un'unità giuridico-economica, come lavoratore indipendente o dipendente (a tempo pieno, a tempo parziale o con contratto di formazione lavoro), anche se temporaneamente assente (per servizio, ferie, malattia, sospensione dal lavoro, Cassa integrazione guadagni ecc.). Comprende il titolare/i dell'impresa partecipante/i direttamente alla gestione, i cooperatori (soci di cooperative che, come corrispettivo della loro prestazione, percepiscono un compenso proporzionato all'opera resa ed una quota degli utili dell'impresa), i coadiuvanti familiari (parenti o affini del titolare che prestano lavoro manuale senza una prefissata retribuzione contrattuale), i dirigenti, quadri, impiegati, operai e apprendisti. Il numero medio annuo degli addetti va calcolato dividendo per 12 la somma del personale occupato alla fine di ciascun mese.

Archivio Statistico delle Imprese Attive (Asia)

È l'archivio delle unità economiche attive, costituito in ottemperanza al Regolamento Cee n. 2186/93 del 22 luglio 1993 del Consiglio relativo al "coordinamento comunitario dello sviluppo dei registri di imprese utilizzati a fini statistici". L'Archivio Asia rappresenta una fonte ufficiale sulla struttura della popolazione di imprese e sulle sue dinamiche, che individua l'insieme delle imprese, ed i relativi caratteri statistici, integrando informazioni desumibili sia da fonti amministrative, gestite da enti pubblici o da società private, sia da fonti statistiche. Le principali fonti amministrative utilizzate sono gli archivi gestiti dall'Agenzia delle Entrate per il Ministero dell'Economia e delle Finanze (l'Anagrafe Tributaria, le dichiarazioni annuali delle imposte indirette, le dichiarazioni dell'imposta regionale sulle attività produttive, gli Studi di Settore); i registri delle imprese delle Camere di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura e gli archivi collegati dei soci delle Società di Capitale e delle "Persone" con cariche sociali; gli archivi dell'Istituto Nazionale di Previdenza Sociale, relativamente alle posizioni contributive dei dipendenti delle imprese e a quelle degli artigiani e commercianti; l'archivio delle utenze telefoniche; l'archivio dei bilanci consolidati e di esercizio; l'archivio degli istituti di credito gestito dalla Banca d'Italia e l'archivio delle società di assicurazioni gestito dall'Isvap. Le fonti statistiche comprendono, invece, l'indagine sulle unità locali delle grandi imprese (IULGI) e le indagini strutturali e congiunturali che l'Istat effettua sulle imprese.

Attività economica (classificazione della Ateco 2007)

È la combinazione di risorse - quali attrezzature, manodopera, tecniche di fabbricazione, reti di informazione o di prodotti - che porta alla creazione di specifici beni o servizi. Ai fini della produzione dell'informazione statistica, le attività economiche sono classificate secondo una nomenclatura internazionale che a livello europeo è denominata Nace Rev. 2 e in Italia Ateco 2007. Quando nell'ambito di una stessa unità sono esercitate più attività economiche, la prevalenza è individuata sulla base del valore aggiunto ovvero, in mancanza di tale dato, sulla base del fatturato, del numero medio annuo di addetti, delle spese per il personale o delle retribuzioni lorde.

Core-Sektoren

In Übereinstimmung mit Anhang IV der Verordnung der Kommission Nr. 973/2007 über Innovationsstatistiken und den daraus abgeleiteten methodischen Empfehlungen werden die Wirtschaftstätigkeiten laut Ateco 2007 in *Core-Sektoren* (Hauptsektoren der Erhebung) und *Non-Core-Sektoren* (Nebensektoren der Erhebung) unterteilt. Laut dieser Einteilung zählen folgende Wirtschaftstätigkeiten zu den **Core-Sektoren**: B (Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden), C (Verarbeitendes Gewerbe/Herstellung von Waren), D (Energieversorgung), E (Wasserversorgung; Abwasser- und Abfallentsorgung und Beseitigung von Umweltverschmutzungen), H (Verkehr und Lagerung), K (Erbringung von Finanz- und Versicherungsdienstleistungen), 46 (Großhandel - ausgenommen Handel mit Kraftwagen und Krafträdern), 58 (Verlagswesen), 61 (Telekommunikation), 62 (Programmierungstätigkeiten, informatische Beratung und damit verbundene Tätigkeiten), 63 (Informations- und sonstige informatische Dienstleistungen) und 71 (Architektur- und Ingenieurbüros, technische, physikalische und chemische Untersuchung).

Non-Core-Sektoren

In Übereinstimmung mit Anhang IV der Verordnung der Kommission Nr. 973/2007 über Innovationsstatistiken und den daraus abgeleiteten methodischen Empfehlungen werden die Wirtschaftstätigkeiten laut Ateco 2007 in *Core-Sektoren* (Hauptsektoren der Erhebung) und *Non-Core-Sektoren* (Nebensektoren der Erhebung) unterteilt. Laut dieser Einteilung zählen folgende Wirtschaftstätigkeiten zu den **Non-Core-Sektoren**: A (Land- und Forstwirtschaft, Fischerei), F (Baugewerbe), G ausgenommen 46 (Handel; Reparatur von Kraftwagen und Krafträdern), I (Gastgewerbe/Beherbergung und Gastronomie), J ausgenommen 58, 61, 62, 63 (Information und Kommunikation), L (Grundstücks- und Wohnungswesen), M ausgenommen 71 (Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen) und N (Vermietung, Reisebüros, unterstützende Dienstleistungen für Unternehmen).

Unternehmen mit Innovationstätigkeiten

Unternehmen, das angibt, im Bezugszeitraum der Erhebung Tätigkeiten durchgeführt zu haben, die auf die Entwicklung oder Einführung von Produkt-, Dienstleistungs- oder Prozessinnovationen abzielen. In diese Kategorie fallen die innovierenden Unternehmen, die Unternehmen mit noch laufenden Tätigkeiten, die bis Ende 2008 nicht abgeschlossen wurden, und die Unternehmen, die im Bezugszeitraum der Erhebung Innovationsprojekte in Angriff genommen, aber diese mit Ende 2008 aufgegeben haben.

Innovierende Unternehmen (Innovatoren)

Innovatoren sind Unternehmen, die im vorhergehenden Dreijahreszeitraum zumindest ein Innovationsprojekt erfolgreich abgeschlossen, d.h. zumindest eine Innovation eingeführt, haben. Es kommt nicht darauf an, ob ein anderes Unternehmen diese Innovation bereits eingeführt hat. Wesentlich ist die Beurteilung aus Unternehmenssicht.

Technologische Innovationen

Zu den technologischen Innovationen zählen Produkt- und Prozessinnovationen.

Produktinnovation

Die Produktinnovationen sind Markteinführungen von neuen oder wesentlich verbesserten Produkten oder Dienstleistungen in technischer und funktioneller Hinsicht, in Bezug auf die Verwendung von Materialien und Bestandteilen,

Settori core

In conformità con l'allegato IV del regolamento della Commissione n. 973/2007 in materia di statistiche di innovazione e le relative raccomandazioni metodologiche, le attività economiche (classificazione della Ateco 2007) vengono ripartite in settori *core* (settori principali per l'indagine) e settori *non-core* (settori secondari per l'indagine). Secondo tale ripartizione i **settori core** comprendono le attività economiche 'B' (Estrazione di minerali da cave e miniere), 'C' (Attività manifatturiere), 'D' (Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata), 'E' (Fornitura di acqua; reti fognarie, attività di gestione dei rifiuti e risanamento), 'H' (Trasporto e magazzinaggio), 'K' (Attività finanziarie e assicurative), '46' (Commercio all'ingrosso, escluso quello di autoveicoli e di motocicli), '58' (Attività editoriali), '61' (Telecomunicazioni), '62' (Produzione di software, consulenza informatica e attività connesse), '63' (Attività di servizi d'informazione e altri servizi informatici) e '71' (Attività degli studi di architettura e d'ingegneria; collaudi ed analisi tecniche).

Settori non-core

In conformità con l'allegato IV del regolamento della Commissione n. 973/2007 in materia di statistiche di innovazione e le relative raccomandazioni metodologiche, le attività economiche (classificazione della Ateco 2007) vengono ripartite in settori *core* (settori principali per l'indagine) e settori *non-core* (settori secondari per l'indagine). Secondo tale ripartizione i **settori non-core** comprendono le attività economiche 'A' (Agricoltura, silvicoltura e pesca), 'F' (Costruzioni), 'G' eccetto '46' (Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli), 'I' (Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione), 'J' eccetto '58', '61', '62', '63' (Servizi di informazione e comunicazione), 'L' (Attività immobiliari), 'M' eccetto '71' (Attività professionali, scientifiche e tecniche) e 'N' (Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese).

Impresa con attività innovative

Impresa che ha dichiarato di aver svolto nel triennio di riferimento dell'indagine attività finalizzate allo sviluppo o all'introduzione di innovazioni di prodotto, servizio o processo. Sono incluse in questa categoria le imprese innovatrici; le imprese con attività ancora in corso e non concluse alla fine del 2008; le imprese che nel triennio di riferimento dell'indagine hanno avviato progetti di innovazione che sono stati poi abbandonati alla fine del 2008.

Impresa innovatrice

Impresa che ha introdotto con successo sul mercato o nel proprio processo produttivo innovazioni nel triennio passato. Non è rilevante se un'altra impresa ha già introdotto tale innovazione. Essenziale è la valutazione da parte dell'impresa stessa.

Innovazioni tecnologiche

Tra le innovazioni tecnologiche rientrano le innovazioni di prodotto o di servizio e le innovazioni di processo.

Innovazioni di prodotto e servizio

Le innovazioni di prodotto o di servizio consistono nell'introduzione sul mercato di prodotti o di servizi nuovi (o significativamente migliorati) in termini di caratteristiche tecniche e funzionali, uso di materiali e componenti, prestazioni, fa-

in Bezug auf die Leistung, einfache Bedienung usw. Diese Innovationen unterscheiden sich von den normalerweise vom Unternehmen produzierten und angebotenen Produkten und Dienstleistungen. Die Produktinnovation muss nicht unbedingt Produkte und Dienstleistungen umfassen, die für den Markt, auf dem das Unternehmen tätig ist, neu sind. Es genügt, dass die Produkte und Dienstleistungen für das Unternehmen, das sie einführt, neu sind. Die Produktinnovationen können vom Unternehmen selbst oder von anderen Unternehmen oder Einrichtungen entwickelt werden. Nicht zu den Produktinnovationen zählen: nur am Rande veränderte Produkte; die routinemäßigen Änderungen und die regelmäßigen Änderungen an bestehenden Produkten und Dienstleistungen; die normalen saisonalen Änderungen und sonstigen zyklischen Wechsel (wie bei den Kleiderkollektionen); die Anpassung von Produkten an die Erfordernisse einzelner Kunden; Veränderungen der äußeren Merkmale oder des Designs, welche keine Änderungen der technischen und funktionellen Merkmale des Produktes bewirken; der reine Weiterverkauf von Produkten und Dienstleistungen, die bei anderen Unternehmen angekauft wurden.

Prozessinnovation

Die Prozessinnovationen umfassen die Anwendung neuer oder wesentlich verbesserter Produktions- und Vertriebs-technologien sowie technischer Supporttätigkeiten zur Produktion. Diese Innovationen werden eingeführt, um die betrieblichen Tätigkeiten effizienter zu gestalten, die Qualitätsstandards und die Produktionsflexibilität zu verbessern oder die Gefahr von Umweltschäden und das Risiko von Arbeitsunfällen zu verringern. Nicht zu den Prozessinnovationen zählen: nur am Rande veränderte Prozesse; Steigerung der Produktionskapazitäten durch Einsatz von Produktions- oder Vertriebssystemen, die sehr ähnlich sind wie die bereits verwendeten.

Nicht-technologische Innovationen

Dabei handelt es sich um Innovationen, die nicht notwendigerweise mit der Verwendung von neuen Technologien zusammenhängen. Die nicht-technologischen Innovationen werden in betriebliche und Marketinginnovationen unterteilt.

Betriebliche Innovationen

Die betrieblichen Innovationen bewirken bedeutende Änderungen in der Unternehmens- und Arbeitsorganisation sowie neue Strategien im PR-Bereich und in den Beziehungen zu anderen Unternehmen und öffentlichen Institutionen. Nicht zu den betrieblichen Innovationen zählen: Änderungen der Unternehmensstrategie, sofern sie nicht mit bedeutenden betrieblichen Änderungen einhergehen; neue Technologien, die nur in einem Unternehmensbereich eingeführt werden (z.B. in der Produktion).

Marketinginnovationen

Die Marketinginnovationen betreffen: die Anwendung neuer Verkaufspraktiken für Produkte und/oder Dienstleistungen; neue Werbetechniken oder neue Preispolitik für Produkte und Dienstleistungen, die dazu dienen, den Verkaufserfolg von Produkten und Dienstleistungen, die bereits auf dem Markt sind oder auf neuen Märkten eingeführt werden sollen, zu steigern; die Einführung bedeutender Änderungen der äußeren Merkmale der Produkte oder der Verpackung von Produkten und/oder Dienstleistungen. Nicht zu den Marketinginnovationen zählen: marginale Änderungen von bereits früher durchgeführten Marketinglösungen; Änderungen von Marketingansätzen, um saisonale Angebote zu bewerben; Werbung, sofern sie sich nicht zum ersten Mal neuer Medien bedient.

cilità d'uso, ecc., rispetto ai prodotti e servizi correntemente realizzati e offerti sul mercato dall'impresa. L'innovazione di prodotto o di servizio non deve necessariamente consistere in prodotti o servizi nuovi per il mercato in cui opera l'impresa; è infatti sufficiente che prodotti e servizi risultino nuovi per l'impresa che li introduce. L'innovazione di prodotto o di servizio può essere sviluppata dall'impresa stessa o da altre imprese o istituzioni. Le innovazioni di prodotto o servizio escludono: i prodotti modificati solo marginalmente; le modifiche di routine e le modifiche periodiche apportate a prodotti e servizi esistenti; le normali modifiche stagionali e altri cambiamenti ciclici (come per le linee di abbigliamento); la personalizzazione dei prodotti diretta a rispondere alle esigenze di specifici clienti; le variazioni nelle caratteristiche estetiche o nel design di un prodotto che non determinano alcuna modifica nelle caratteristiche tecniche e funzionali dello stesso; la semplice vendita di nuovi prodotti o servizi acquistati da altre imprese.

Innovazioni di processo

Le innovazioni di processo consistono nell'adozione di tecniche di produzione, sistemi di logistica, metodi di distribuzione di prodotti o attività di supporto alla produzione tecnologicamente nuovi (o significativamente migliorati). Tali innovazioni sono introdotte al fine di rendere l'attività aziendale economicamente più efficiente, migliorare gli standard di qualità e la flessibilità produttiva o ridurre i pericoli di danni all'ambiente e i rischi di incidenti sul lavoro. Le innovazioni di processo escludono: i processi modificati solo marginalmente; l'incremento delle capacità produttive mediante l'applicazione di sistemi di fabbricazione o di logistica molto simili a quelli già adottati.

Innovazioni non tecnologiche

Sono innovazioni non necessariamente legate all'utilizzo di nuove tecnologie. Le innovazioni non tecnologiche si dividono in innovazioni organizzative e innovazioni di marketing.

Innovazioni organizzative

Le innovazioni organizzative comportano mutamenti significativi nelle pratiche di organizzazione dell'impresa e nei metodi di organizzazione del lavoro, nonché nuove strategie organizzative nelle relazioni pubbliche, con altre imprese o istituzioni pubbliche. Le innovazioni organizzative escludono: i mutamenti nelle strategie aziendali, salvo che non siano accompagnati da cambiamenti organizzativi significativi; le nuove tecnologie introdotte in una sola divisione aziendale (ad esempio, nel reparto produzione).

Innovazioni di marketing

Le innovazioni di marketing riguardano: l'adozione di nuove pratiche di commercializzazione dei prodotti e/o servizi; le nuove tecniche di promozione pubblicitaria o nuove politiche dei prezzi dei prodotti e servizi finalizzate ad aumentare il successo commerciale dei prodotti o servizi già offerti sul mercato, oppure mirate all'apertura di nuovi mercati; l'introduzione di modifiche significative nelle caratteristiche estetiche dei prodotti o nel confezionamento di prodotti e/o servizi. Le innovazioni di marketing escludono: le variazioni marginali a pratiche di marketing già svolte in precedenza; le variazioni a pratiche di marketing dettate dall'esigenza di lanciare promozioni stagionali; la pubblicità, salvo che non si avvalga per la prima volta dell'utilizzo di nuovi media.

Für das Unternehmen neue Produkte

Das sind jene Produkte, die in Bezug auf die bestehende Produktpalette des Unternehmens neu sind, aber bereits auf dem Bezugsmarkt des Unternehmens von Konkurrenzunternehmen angeboten werden.

Für den Markt neue Produkte

Das sind jene Produkte, die nicht nur für das Unternehmen neu sind, sondern auch für seinen Bezugsmarkt aus räumlicher Sicht (Region, Staat, Europa usw.) oder aus Sicht des Warenangebots (Art der verkauften Produkte/Dienstleistungen).

Prodotti nuovi per l'impresa

Sono quei prodotti nuovi rispetto alla gamma di prodotti precedentemente venduti dall'impresa, ma già presenti sul suo mercato di riferimento, in quanto già introdotti da imprese concorrenti.

Prodotti nuovi per il mercato

Sono quei prodotti nuovi non solo per l'impresa, ma anche per il suo mercato di riferimento, inteso in termini geografici (regionale, nazionale, europeo, ecc.) o in termini merceologici (tipologia di prodotti/servizi venduti).