

Byggeriets nøgletal

Analyse 2016

Den selvoplevede innovation

I hvor høj grad opfatter den danske byggebranches virksomheder sig selv som værende innovative, og er der en sammenhæng mellem virksomhedernes størrelse og deres selvopfattede innovation? Og hvilken form for innovation er mest udræget i byggebranchen, og adskiller det sig fra andre brancher?

Dette er søgt belyst gennem tal fra Danmarks Statistiks årlige opgørelse af 'Innovation, forskning og udvikling i erhvervslivet' via en særkørsel på udvalgte delbrancher [branchekoder] i byggeriet med fokus på tal angående virksomhedernes selvregistrerede innovationsaktivitet samt deres køb af patenter og andre rettigheder.

Særkørslen er foretaget i sep.-okt. 2015 [af Danmarks Statistik]. Tallene dækker perioden 2009-2013.

Store virksomheder opfatter sig mest innovative – selvtiliden er dog mindre hos byggeriet end hos industrien

Jo større en virksomhed er, desto større sandsynlighed er der for, at den opfatter sig selv som innovativ. Dette gælder på tværs af alle brancher, når man spørger virksomhederne selv (jf. figur 1).

Sammenligner man byggeriets selvoplevede innovation med industriens, kan man se, at næsten 90 % af de største virksomheder (250+ ansatte) i industrien opfatter sig selv som innovative, mens det kun gælder for ca. 70 % af virksomhederne i byggebranchen (jf. figur 1).

Byggeriet er mindre innovative end industrien ift. at formalisere innovationsindsatsen

Køb af patenter eller andre former for intellektuelle rettigheder kan være en indikation på, hvor formaliseret og dedikeret virksomhedens udviklingsarbejde er. Ser man på hvor mange virksomheder, der har købt et patent m.v., er andelen lavere blandt byggeriet, end den er for alle brancher. Og i forhold til industrien ligger byggeriets store virksomheder langt under de store industrivirksomheder (jf. figur 2).

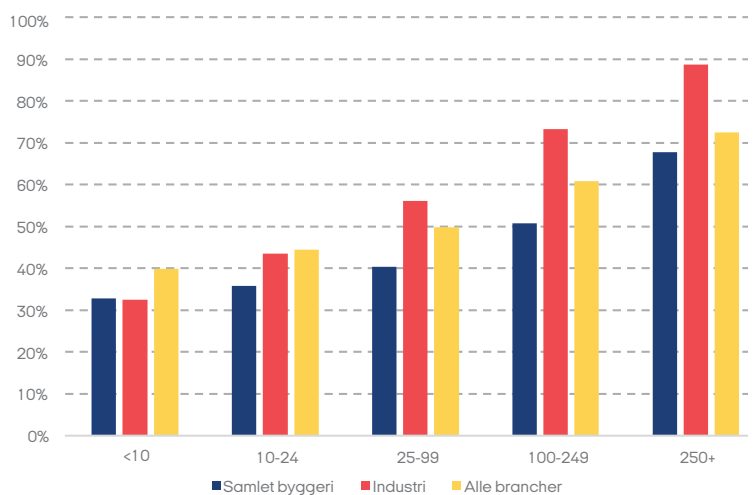
Selv om næsten 70 % af byggeriets store virksomheder (250+ ansatte), der angiver, at de er innovative, så er det således kun lidt over hver tiende, der har købt patenter eller lign. og dermed har formaliseret innovationsindsatsen. Til sammenligning er det mere end hver fjerde af de største virksomheder inden for industrien, der har købt et patent eller lign.

Selvom den selvoplevede innovation er høj hos både byggeriet og industrien, er der altså stor forskel på, hvor mange patenter brancherne hver især køber. Ligeledes følger den formaliserede innovationsindsats i byggeriet ikke med virksomhedens voksende størrelse, som det er tilfældet inden for industrien.

Sammenhæng mellem virksomhedsstørrelse og innovationsfokus – de små byggevirksomheder ligner industrien

Man kan opdele innovation i forskellige typer: produktinnovation, procesinnovation, organisatorisk innovation og markedsføringsinnovation (se nærmere beskrivelse i definitionen på sidste side). Sammenligner man byggeriets og industriens små virksomheder (under 10 ansatte), ser man, at byggeriet ligger nogenlunde på niveau med industrien inden for proces-, organisatorisk og markedsføringsinnovation, men noget under inden for produktinnovation (jf. figur 3).

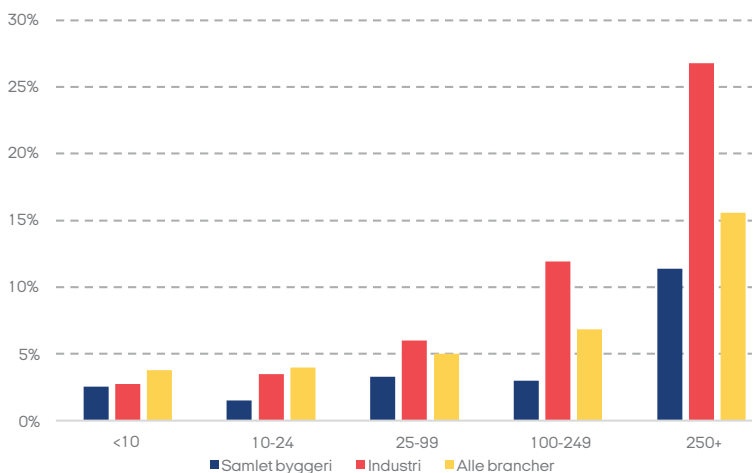
Figur 1 - Andele af virksomheder, der opfatter sig selv som innovative (opdelt på antal ansatte), gns. 2009-2013



Bemærk: "Samlet byggeri" omfatter delbrancherne: arkitekter, ingeniører, materialeproducenter, udførende og drift

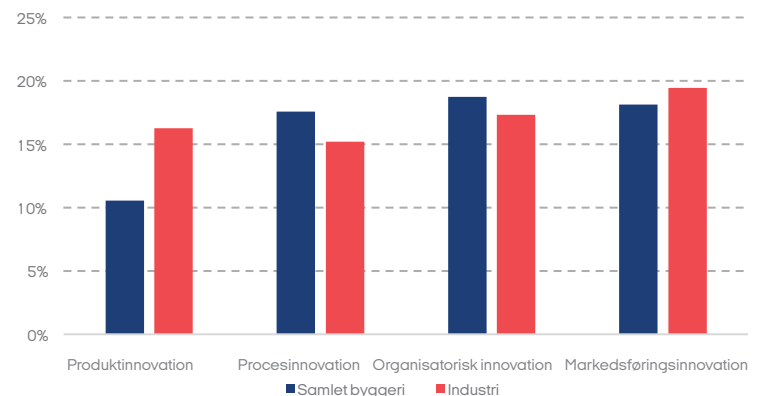
Kilde: Smith Innovation pba. særkørsel fra Danmarks Statistik

Figur 2 - Andele af virksomheder der har købt patenter m.v. målt ud fra antal ansatte, gns. 2009-2013



Kilde: Smith Innovation pba. særkørsel fra Danmarks Statistik

Figur 3 - Andele af virksomheder (<10 ansatte), der er innovative på forskellige måder, gns. 2009-2013



Bemærk: "Samlet byggeri" omfatter ikke de udførende grundet manglende data for virksomheder med <10 ansatte

Kilde: Smith Innovation pba. særkørsel fra Danmarks Statistik

De store byggevirksomheder halter bagefter

Ser man derimod på de største virksomheder med 250+ ansatte, rykker industrien fra byggeriet uanset innovationstype – mest markant inden for produktinnovation, hvor 70 % af virksomhederne fra industrien er innovative i forhold til ca. en tredjedel af byggevirksomhederne (jf. figur 4).

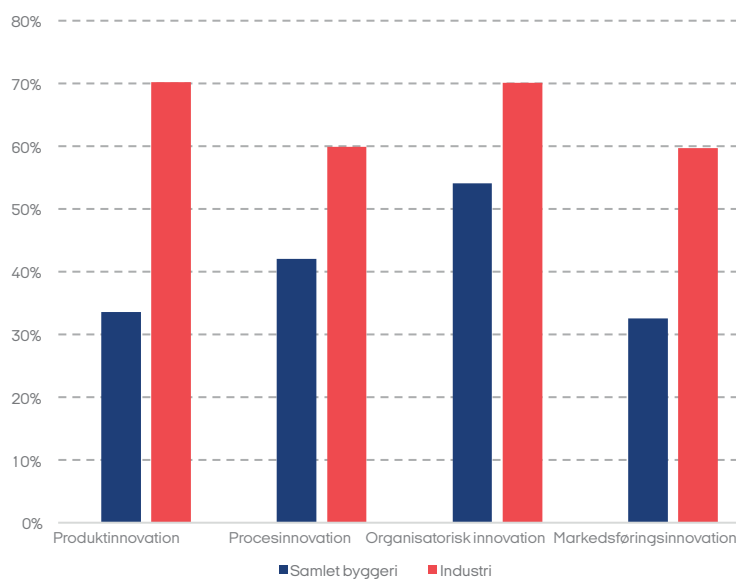
Byggeriet fokuserer mest på organisatorisk innovation og mindst på markedsføringsinnovation

Når man dykker ned i byggeriets delbrancher for de mellemstore virksomheder (mellem 100 og 249 ansatte) og igen ser på deres innovationsfokus, er organisatorisk innovation den mest udbredte innovationstype for både de udførende (dvs. håndværkere og entreprenører), materialeproducenter, arkitekter og ingeniører. Dernæst følger procesinnovation – dog ikke blandt arkitekterne, hvor produktinnovation er den næsthøjest innovative type og i øvrigt ligger på niveau med både ingeniørerne og materialeproducenternes produktinnovation (jf. figur 5).

De udførende er den delbranche, der har det laveste innovationsniveau i byggeriet – specielt hvad angår produktinnovation, hvor andelen ligger markant lavere end de øvrige delbranchers (jf. figur 5).

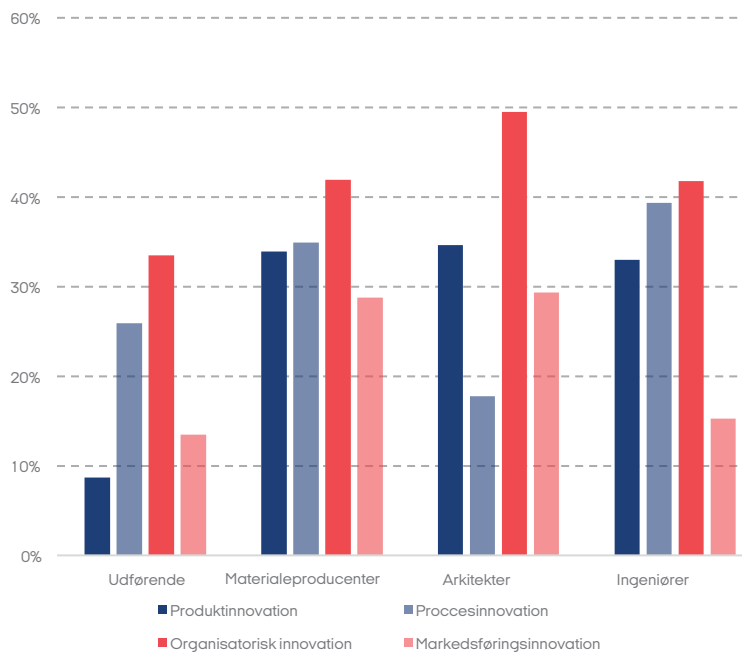
For alle byggeriets delbrancher ses det, at markedsføringsinnovation – altså salgs- og kundeinnovationen – ligger lavt (jf. figur 5).

Figur 4 - Andele af virksomheder (250+ ansatte) der er innovative på forskellige måder, gns. 2009-2013



Kilde: Smith Innovation pba. særkørsel fra Danmarks Statistik

Figur 5 - Andele af virksomheder (100-249 ansatte) der er innovative på forskellige måder, gns. 2009-2013



Kilde: Smith Innovation pba. særkørsel fra Danmarks Statistik

Opsamling

For både de små og store virksomheder i byggeriet gælder, at der er størst fokus på organisatorisk innovation tæt efterfulgt af procesinnovation, mens der er mindst fokus på produktinnovation. Derimod varierer omfanget af markedsføringsinnovation mere ift. størrelse – for de små virksomheder er det på niveau med de øvrige innovationsformer, mens de for de store virksomheder er under niveau.

Mest overraskende er måske, at materialeproducenterne ikke har højere andel produktinnovation end arkitekterne og ingeniørerne. Omvendt fylder produktinnovation ikke meget for byggeriets udførende virksomheder, hvilket kan være udtryk for, at de aftager og anvender produkter og løsninger udviklet i andre dele af byggeriets værdikæde. Innovation i byggeriet handler med branchens egne øjne mere om at optimere interne forhold end om at udvikle og markedsføre forskelligartede løsninger over for kunderne.

Spørgsmålet er derfor, hvorvidt byggeriets fokus på at udvikle og markedsføre nye løsninger kan styrkes?

Definitioner

Brankekoder

Delbrancher der udgør det samlede byggeri	DB07-brankekode
Udførende Entreprenører og håndværkere	41.10.00 - 43.99.00
Materialeproducenter 22 underbrancher inden for industri og råstofvindning	08.12.00, 16.21.00-16.23.00, 20.30.00, 22.23.00, 23.11.00, 23.12.00, 23.31.00, 23.32.00, 23.42.00, 23.51.00, 23.52.00, 23.61.00-23.65.00, 23.99.10, 24.20.00, 25.11.00, 25.12.00
Arkitekter	71.11.00
Ingeniører Ingeniørvirksomheder inden for byggeri og anlægsarbejde	71.12.10
Drift Rengøring, pleje og vedligeholdelse af bygninger	81.10.00, 81.21.00, 81.22.10, 81.22.20, 81.22.90, 81.29.00 og 81.30.00

Kilde: Smith Innovation

Typer af innovation:

Produktinnovation er introduktion af nye varer og tjeneste-ydelser såvel som væsentlige forbedringer af eksisterende produkters funktionelle egenskaber.

Procesinnovation omfatter nye eller forbedrede produktions-, leverings- eller distributionsmetoder samt hjælpefunktioner til de nævnte processer.

Organisatorisk innovation er implementering af en ny organisatorisk metode i virksomhedens forretningsgang, vidensstyring [knowledge management], arbejdspladsorganisering eller eksterne relationer, som ikke tidligere har været anvendt af virksomheden, og som er resultatet af strategiske beslutninger truffet af ledelsen.

Markedsføringsinnovation er implementering af en ny markedsføringsmetode, som adskiller sig væsentligt fra virksomhedens eksisterende markedsføringsmetode, og som er del af et nyt markedsføringskoncept [ej rutine- eller sæsonmæssige ændringer – f.eks. markedsføring op mod julesalg].

Kilde: Danmarks Statistik