

# KompNet2011 – Kernergebnisse der Breitenbefragung



# Inhalt

1. Forschungsdesign
2. Strategische Ausrichtung
3. Innovationsverhalten
4. Kooperationsaktivitäten und Transferkanäle
5. Innovationsbedingte Beschäftigungseffekte

# Inhalt

- 1. Forschungsdesign**
2. Strategische Ausrichtung
3. Innovationsverhalten
4. Kooperationsaktivitäten und Transferkanäle
5. Innovationsbedingte Beschäftigungseffekte

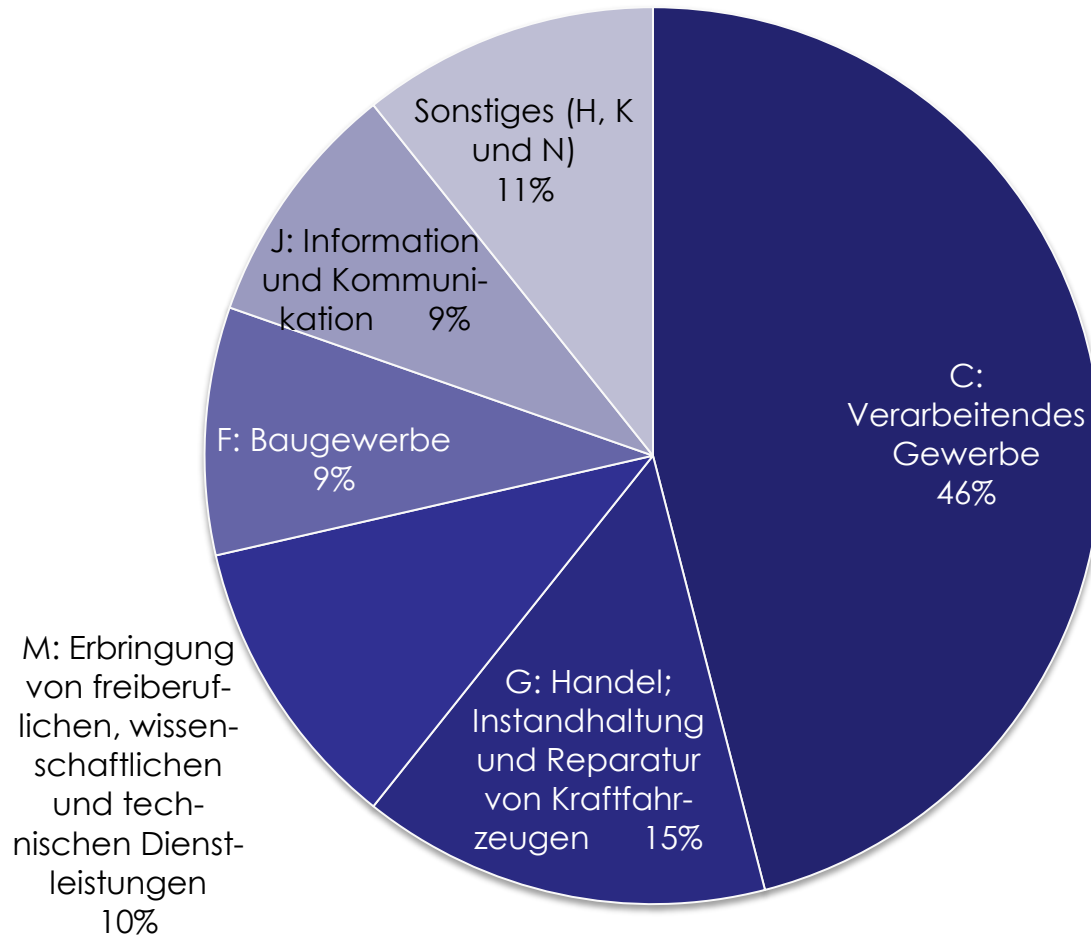
# Forschungsdesign

## Grundgesamtheit:

- alle innovativen KMU, die folgende Kriterien erfüllen
  - 1. Haupt-Geschäftstätigkeit in den Branchen C, F, G, H, J, K, M, N (wird gleich erläutert)
  - 2. mindestens 5 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte
  - 3. Standort max. 25 km vom Stadtzentrum Jenas entfernt
- 
- Datensatz mit 811 Betriebsstätten
  - Rücklauf: 35%; nach Bereinigung: 28% (225 KMU)

# Forschungsdesign

## Charakterisierung der Teilnehmer:



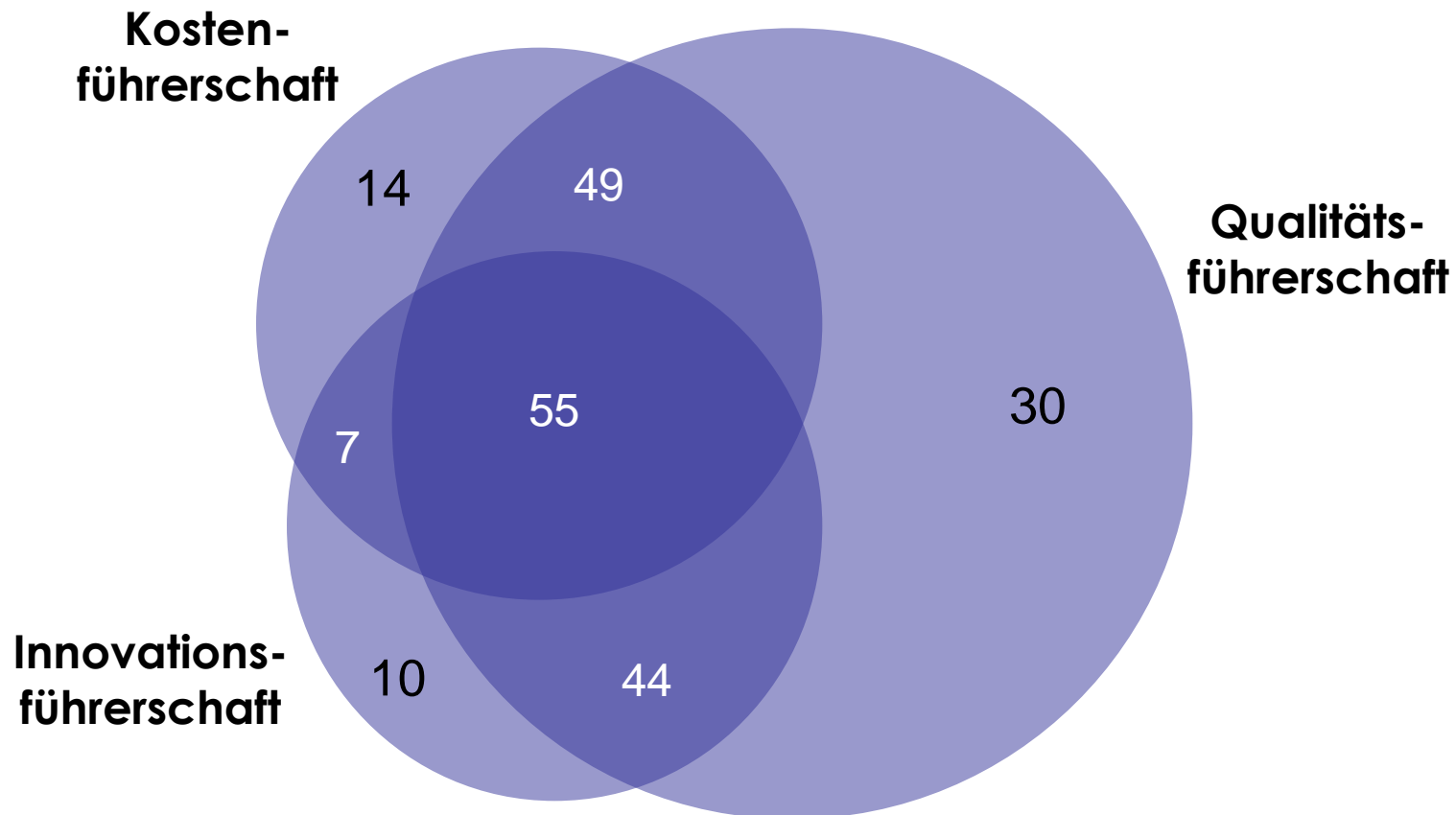
N=225

# Inhalt

1. Forschungsdesign
- 2. Strategische Ausrichtung**
3. Innovationsverhalten
4. Kooperationsaktivitäten und Transferkanäle
5. Innovationsbedingte Beschäftigungseffekte

# Strategische Ausrichtung

## Schnittmenge in der Strategiebewertung:

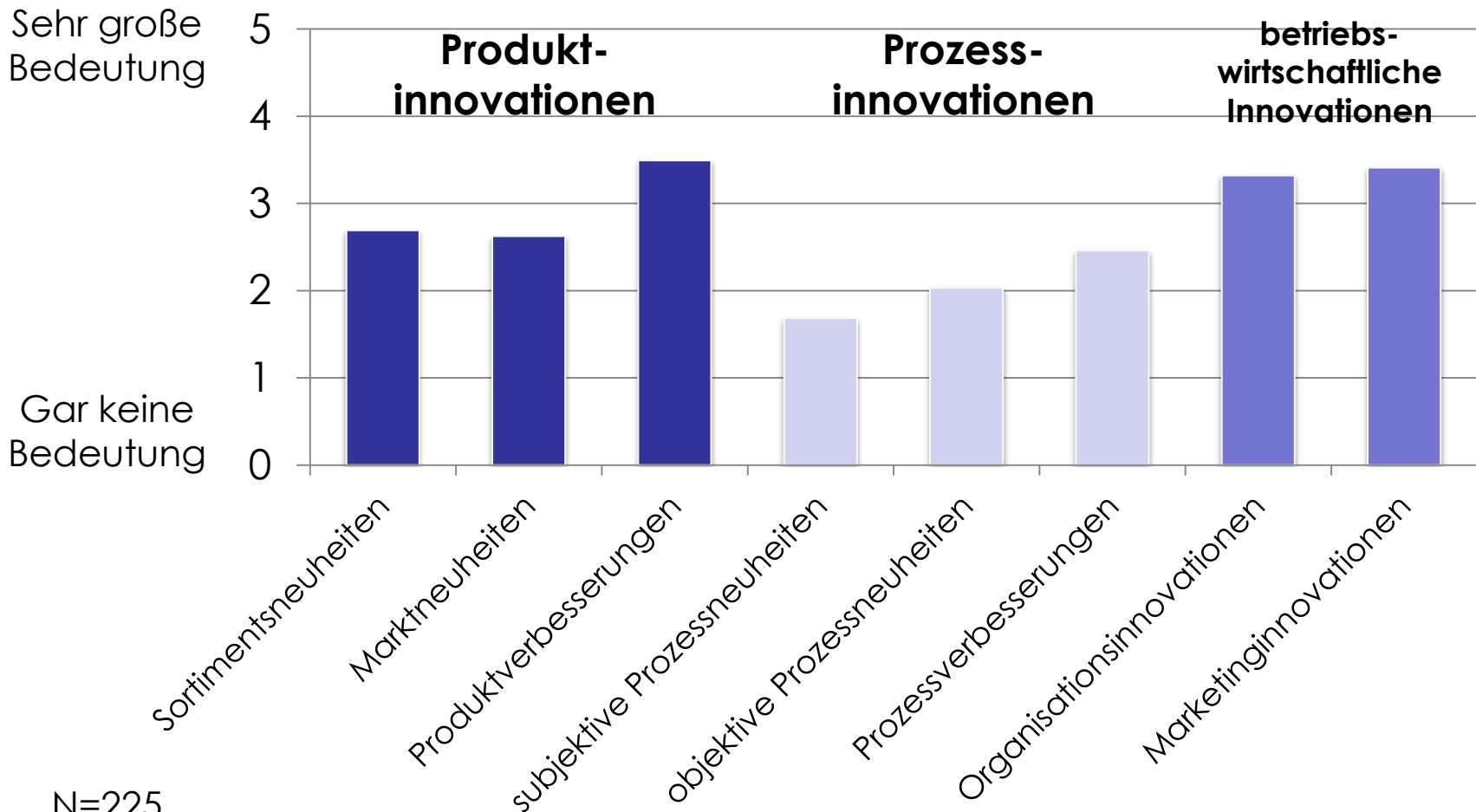


# Inhalt

1. Forschungsdesign
2. Strategische Ausrichtung
- 3. Innovationsverhalten**
4. Kooperationsaktivitäten und Transferkanäle
5. Innovationsbedingte Beschäftigungseffekte

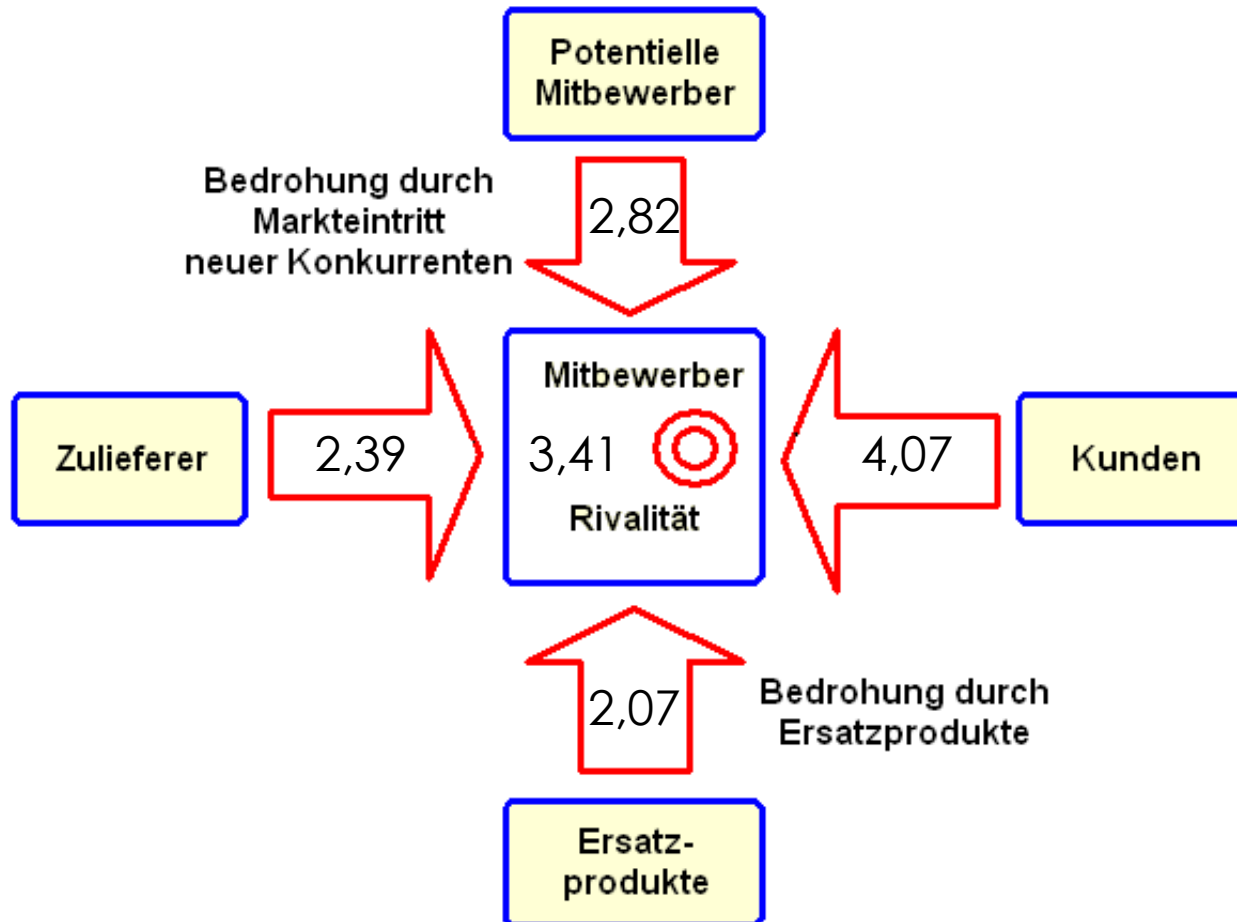
# Innovationsverhalten

## Bedeutung der Innovationsarten:



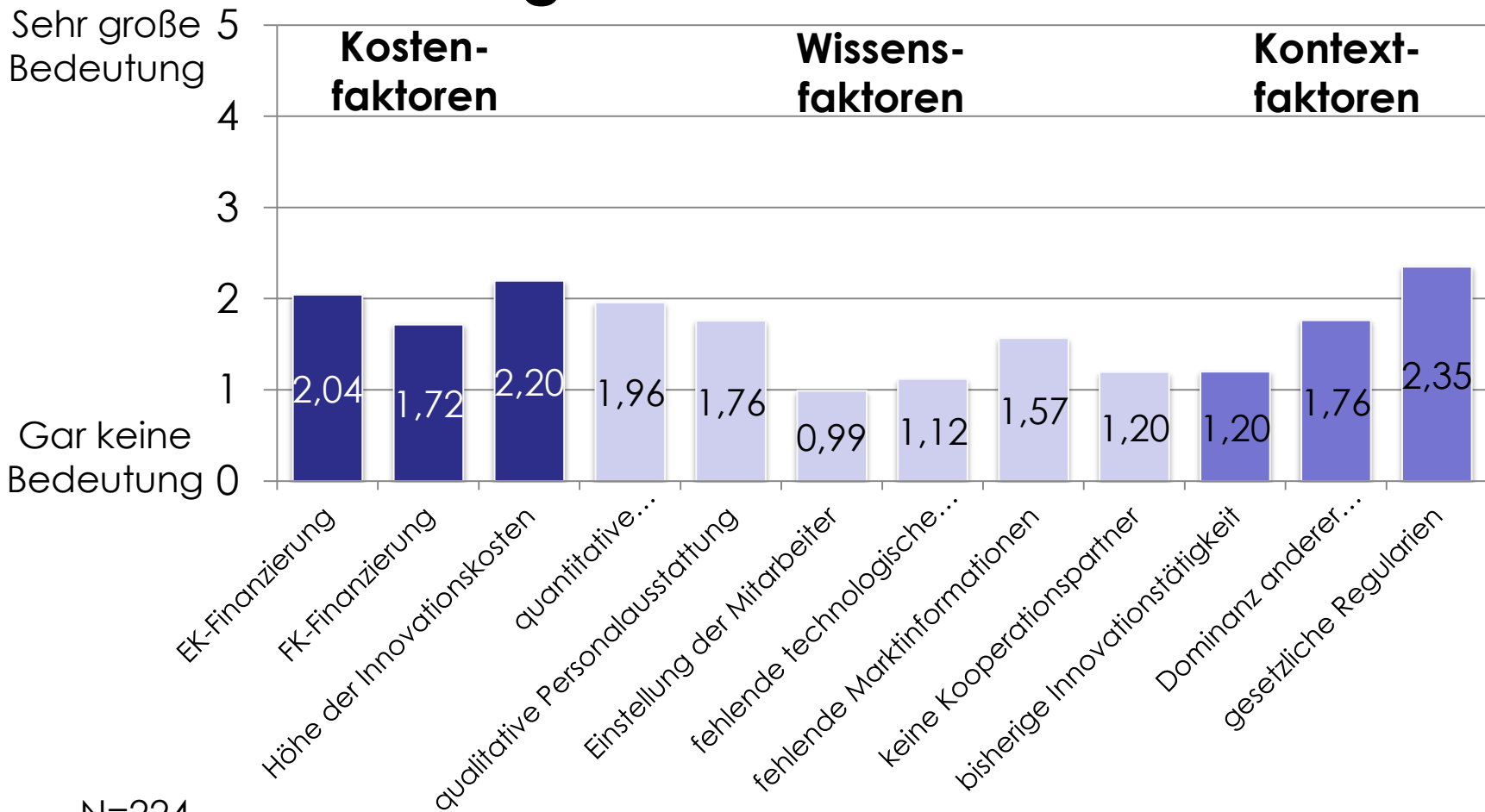
# Innovationsverhalten

## Innovationstreiber:



# Innovationsverhalten

## Bedeutung der Innovationshemmnisse

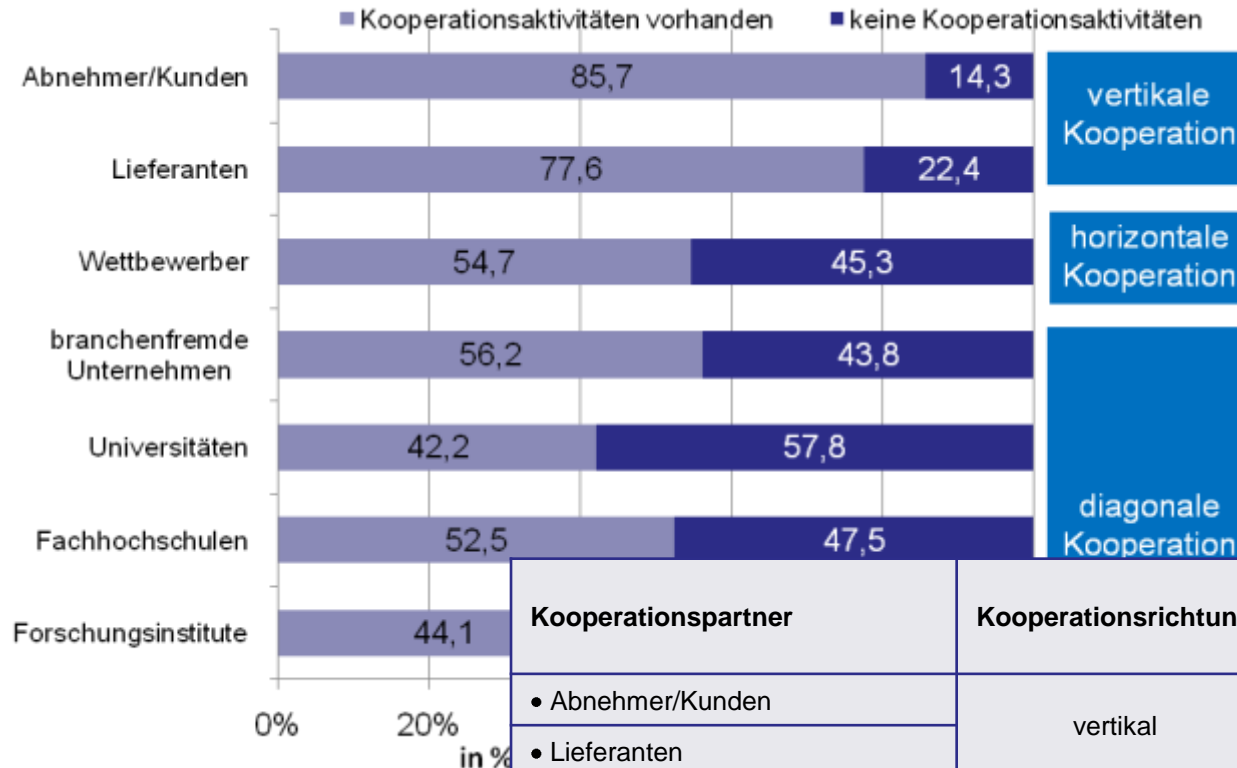


# Inhalt

1. Forschungsdesign
2. Strategische Ausrichtung
3. Innovationsverhalten
- 4. Kooperationsaktivitäten und Transferkanäle**
5. Innovationsbedingte Beschäftigungseffekte

# Kooperationsaktivitäten

## Kooperationspartner bei Innovationsvorhaben:



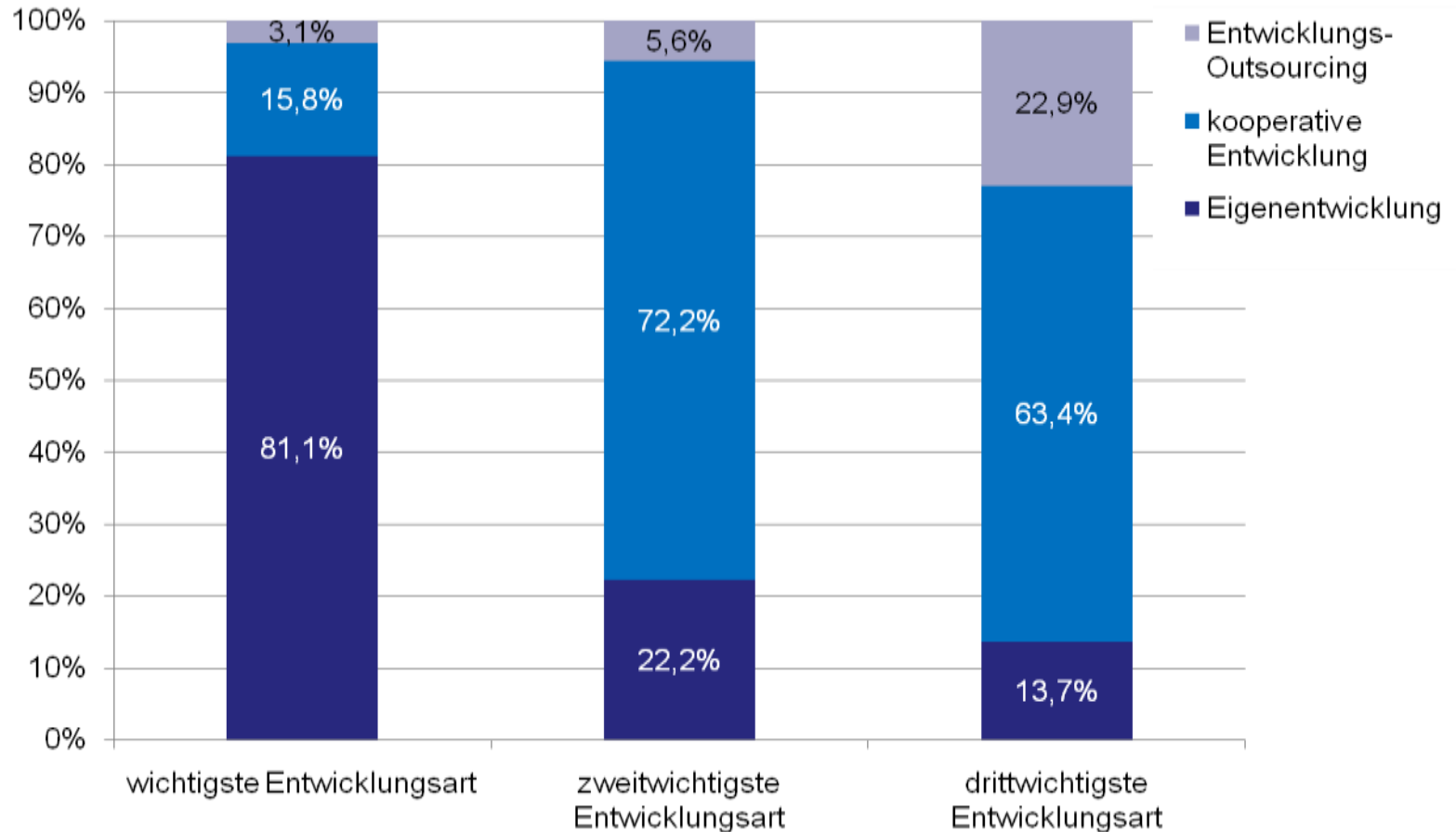
**Mittlere Kooperationsintensität und Relevanz von „Face-to-Face“-Kontakten:**

Kooperationspartner	Kooperationsrichtung	Kooperationsintensität	Intensität von „Face-to-Face“-Kontakten
• Abnehmer/Kunden	vertikal	3,52	4,31
• Lieferanten		3,24	3,62
• Wettbewerber	horizontal	2,20	2,89
• branchenfremde Unternehmen	diagonal	2,58	2,87
• Universitäten		2,80	3,46
• Fachhochschulen		2,72	3,25
• Forschungsinstitute		3,02	3,29

N=191

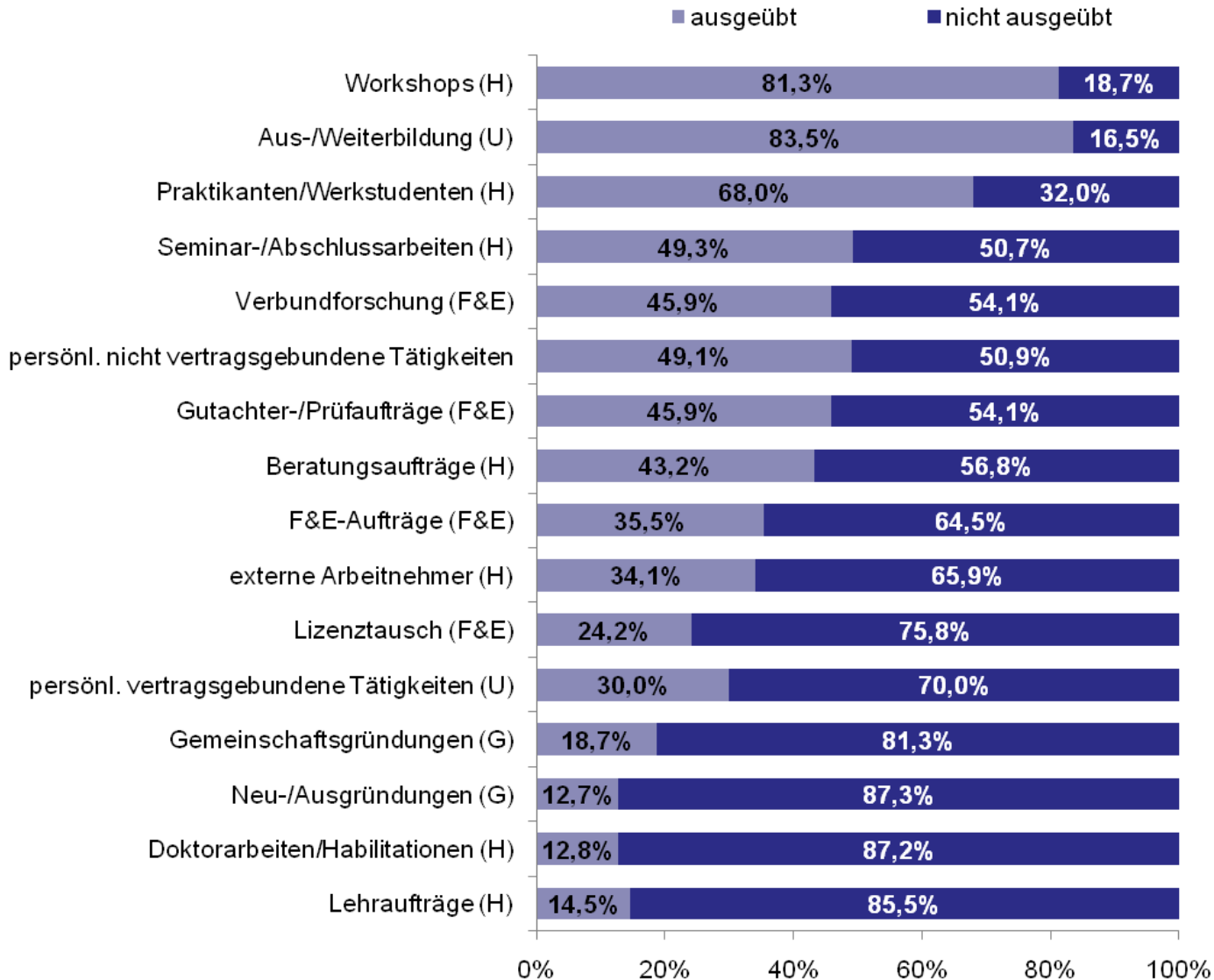
# Kooperationsaktivitäten

## Ranking der Entwicklungsarten von Innovationen:



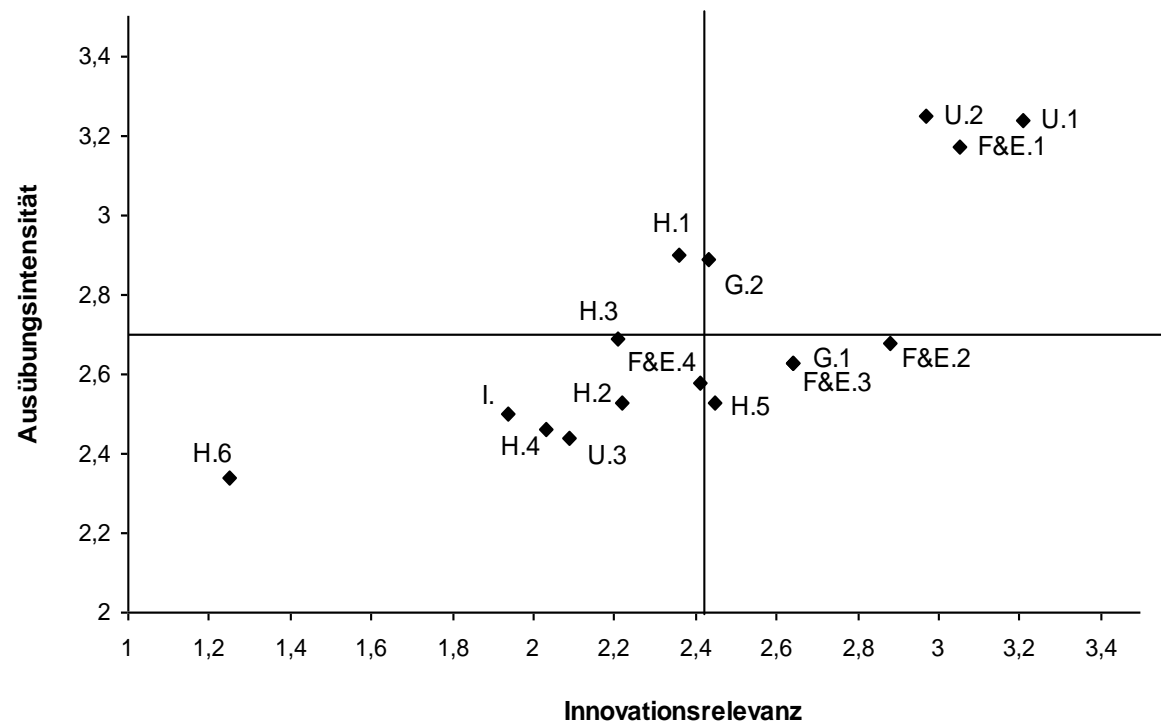
# Transferkanäle

## Ausgeübte Transferarten:



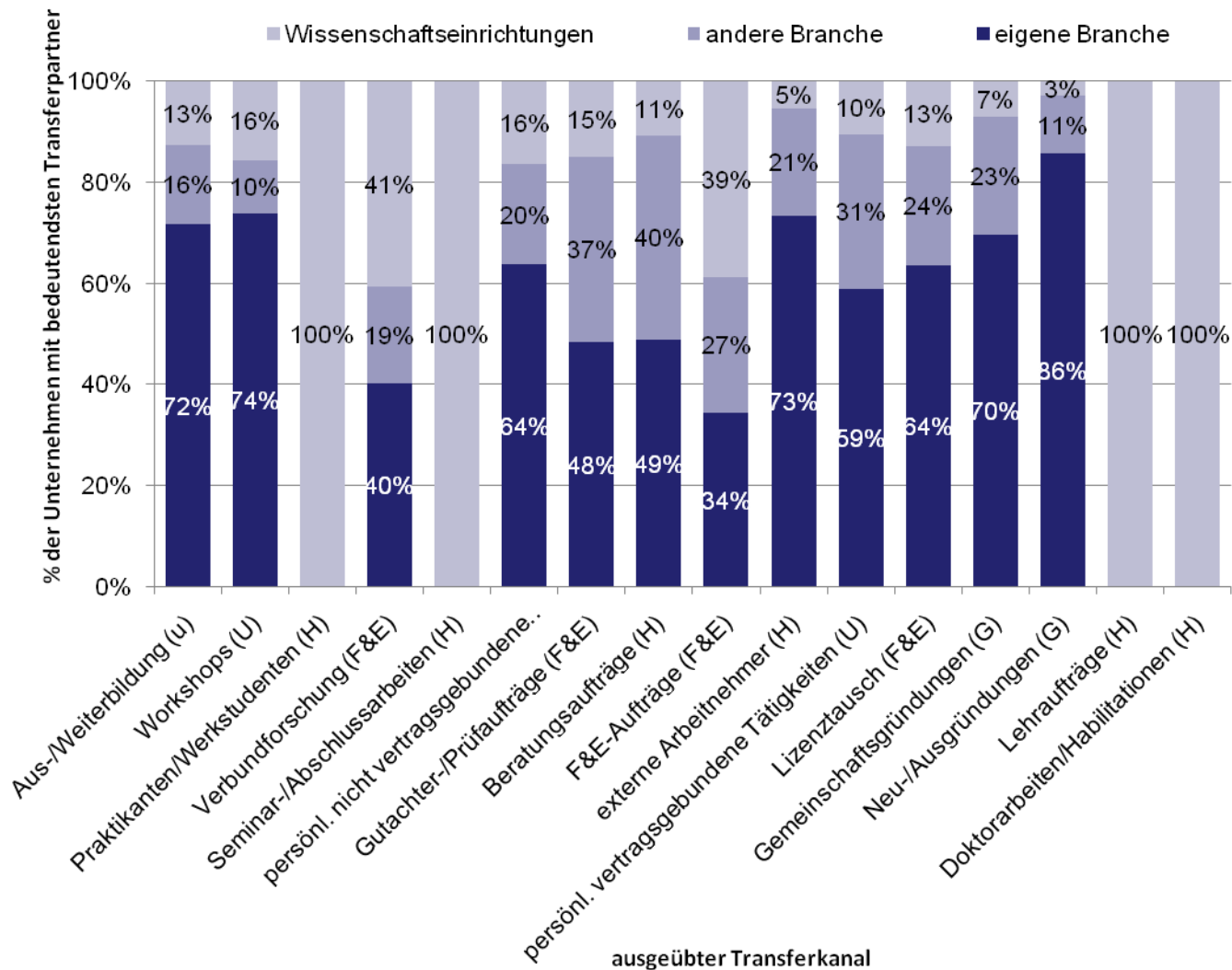
humankapitalorientierte Transferkanäle	
Praktikanten/Werkstudenten	H.1
externe Arbeitnehmer	H.2
Seminar-/Abschlussarbeiten	H.3
Doktorarbeiten/Habilitationen	H.4
Beratungsaufträge	H.5
Lehraufträge	H.6
unmittelbare Transferkanäle	
Aus-/Weiterbildung	U.1
Workshops	U.2
persönl. vertragsgebundene Tätigkeiten	U.3
informelle Transferkanäle	
persönl. nicht vertragsgebundene Tätigkeiten	I.
klassische F&E-Transferkanäle	
Verbundforschung	F&E.1
F&E-Aufträge	F&E.2
Gutachter-/Prüfaufträge	F&E.3
Lizenztausch	F&E.4
gründungsorientierte Transferkanäle	
Gemeinschaftsgründungen	G.1
Neu-/Ausgründungen	G.2

## Gegenüberstellung der mittleren Ausübungsintensität und Innovationsrelevanz der Transferkanäle:

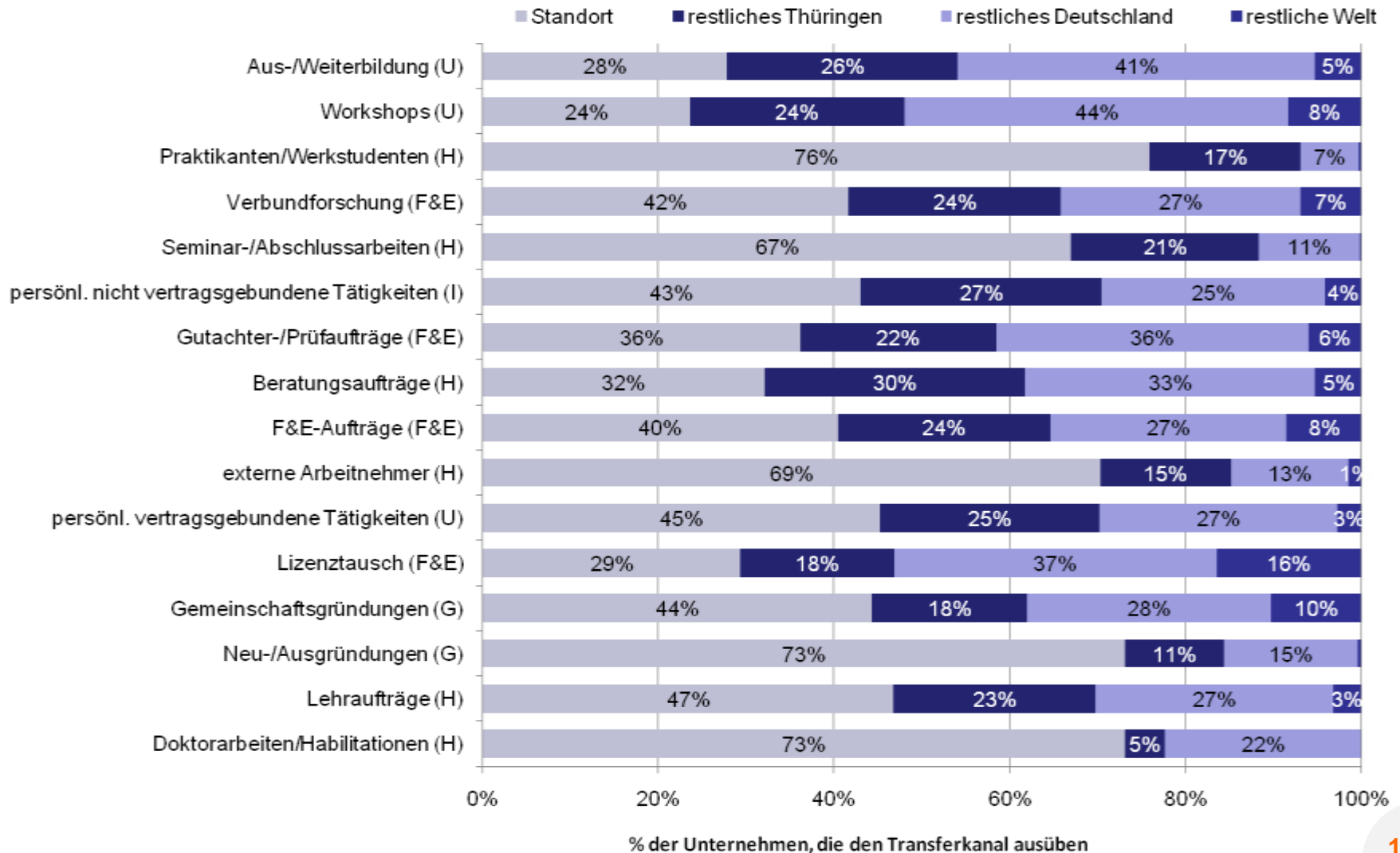


# Transferkanäle

## Sektorale Verteilung:



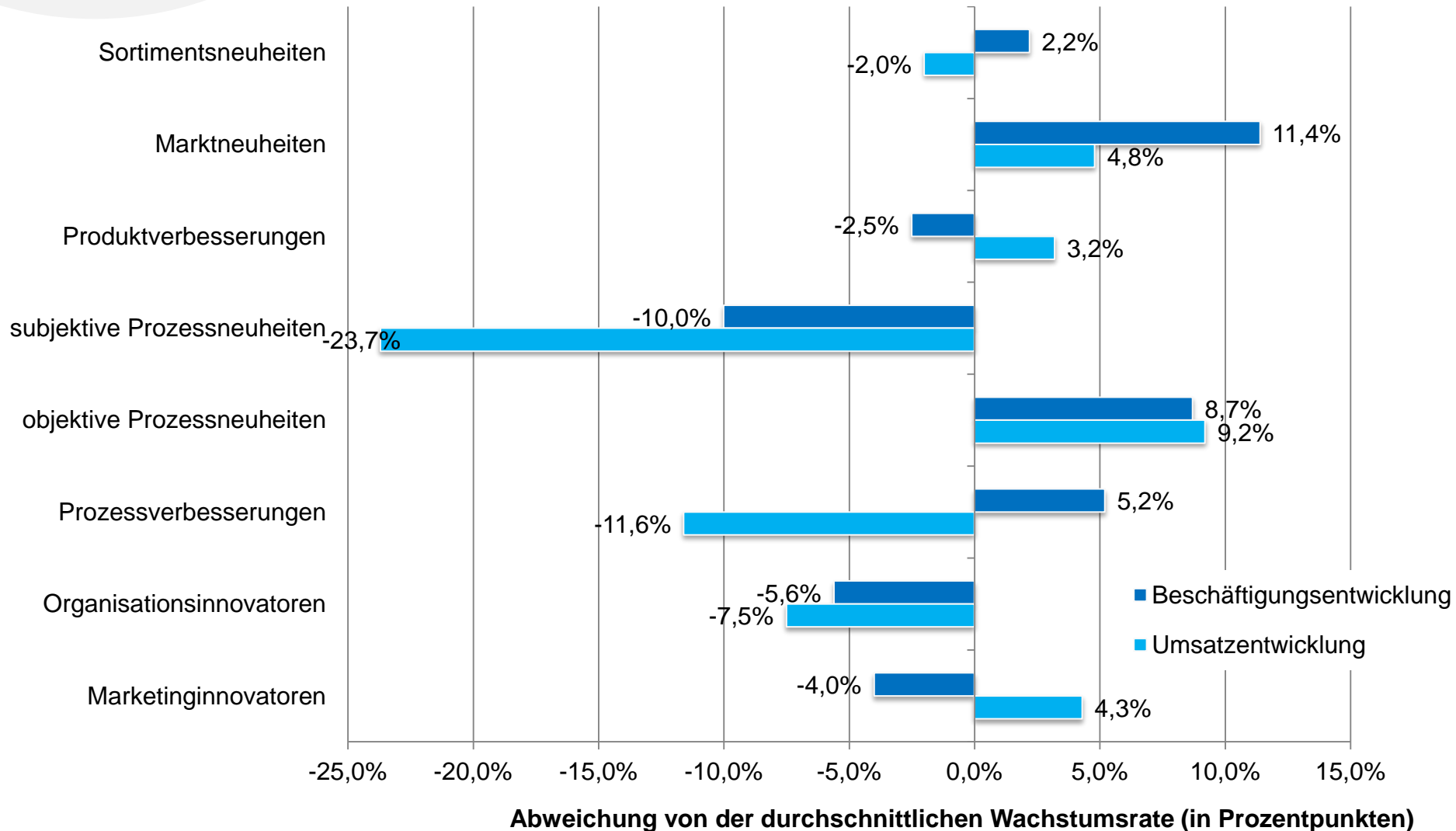
## Regionale Verteilung



# Inhalt

1. Forschungsdesign
2. Strategische Ausrichtung
3. Innovationsverhalten
4. Kooperationsaktivitäten und Transferkanäle
- 5. Innovationsbedingte Beschäftigungseffekte**

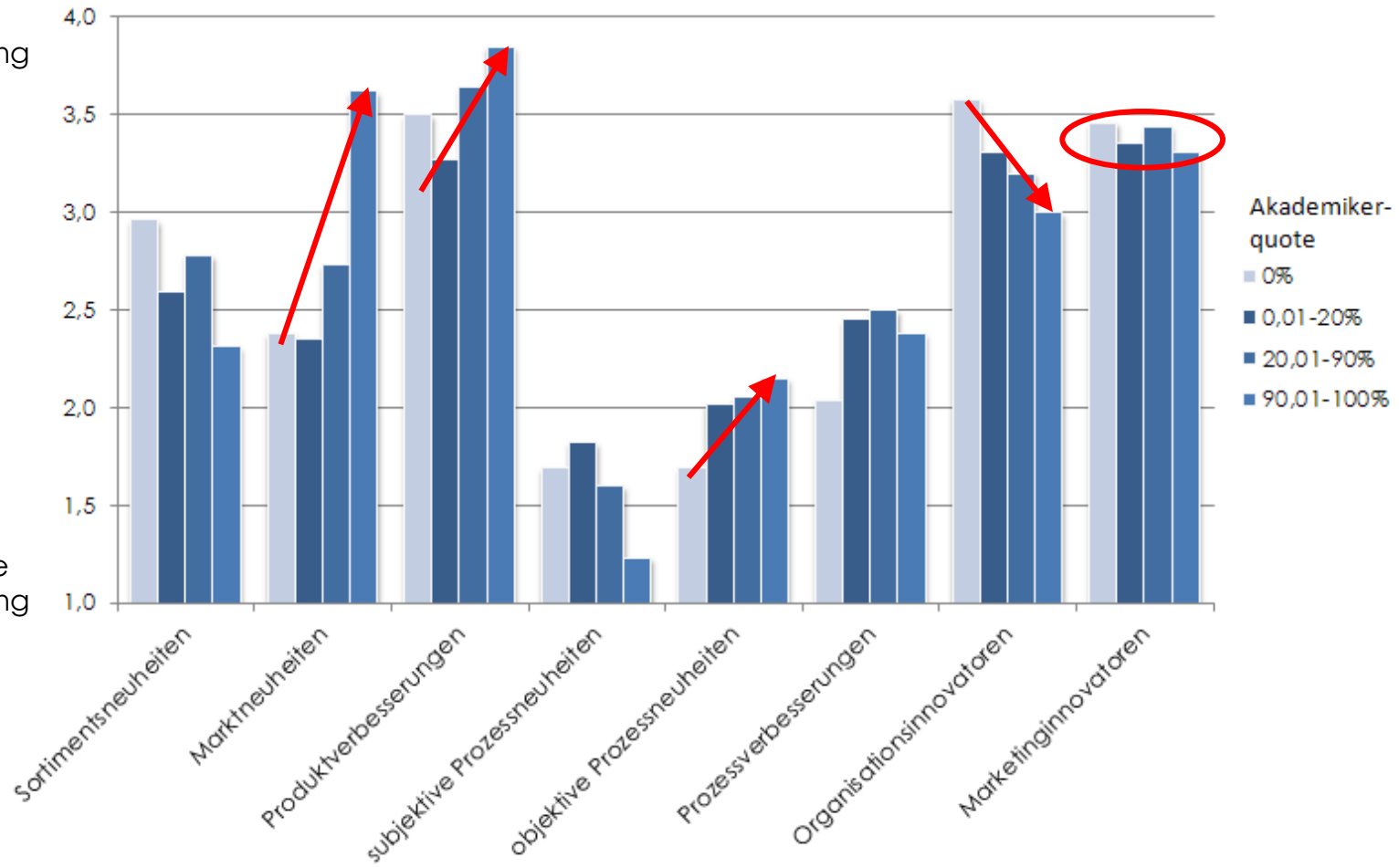
# Beschäftigungseffekte



# Beschäftigungseffekte

Große Bedeutung

Geringe Bedeutung



# KompNet2011 – Kernergebnisse der Breitenbefragung

