

Netzwerke innovativer Unternehmen (NETINU)

Ziel des Projekts NETINU ist die Entwicklung neuer Indikatoren zur Messung der Vernetzung von (innovativen) Unternehmen. Diese Indikatoren sollen Netzwerke im Hinblick auf Branche, Standort, Größe und Struktur beschreiben sowie eine Analyse der Netzwerkdynamik ermöglichen. Dadurch soll das Verständnis über die Rolle von externem Wissen als ein wesentlicher Erfolgsfaktor in Innovationsprozessen verbessert werden. Dies ist gerade vor dem Hintergrund relevant, dass die Innovationspolitik in Deutschland stark auf eine Kooperations- und Netzwerkförderung setzt. Gleichzeitig liegen Indikatoren zu Ausmaß und Struktur von innovationsbezogenen Interaktionen nur begrenzt vor, was eine Beurteilung des Fortschritts bei der Stärkung von Wissens- und Erkenntnisaustausch erschwert. Derzeit werden solche Indikatoren zum einen nur aufwendig über Befragungen ermittelt und erlauben keine sehr tiefgehenden Analysen. Zum anderen werden Patent- und Publikationsdaten genutzt, die jedoch nur sehr spezifische Interaktionsformen abdecken und damit nicht das gesamte Spektrum des Wissens- und Erkenntnisaustausches widerspiegeln.

Das Forschungsprojekt verfolgt vier Hauptziele:

1. Messung der Interaktionen von innovativen Unternehmen mit anderen (innovativen) Unternehmen sowie anderen Organisationen (insbesondere Wissenschaftseinrichtungen) durch Nutzung von Online-Informationen (Websites, soziale Medien, Internet-Plattformen). Ein Schwerpunkt liegt dabei auf Plattformen, die Informationen über den Wechsel von Mitarbeitenden zwischen Unternehmen und anderen Organisationen enthalten.
2. Verknüpfung der aus den Online-Informationen gewonnen Indikatoren mit den Ergebnissen des Indikatorik-Projekts [TOBI](#). Im TOBI Projekt werden Unternehmen auf Basis von Informationen, die auf den Unternehmens-Websites vorliegen, nach ihrer Innovativität klassifiziert. Da diese Klassifikation für alle Unternehmen mit einer Website vorliegen, können die interagierenden Unternehmen selbst sowie ihre Interaktionspartner mit einem Innovativitätsindikator versehen werden.
3. Erstellung und Beschreibung der Netzwerke von Unternehmen, etwa in Hinblick auf Sektor/Branche, Standort, Größe und Struktur der Netzwerke. Hierfür werden die Unternehmen, für die Interaktionsdaten erfasst wurden, im Mannheimer Unternehmenspanel identifiziert und so entsprechende Informationen gewonnen.
4. Verifizierung der Aussagekraft der ermittelten Netzwerkindikatoren durch den Vergleich mit etablierten Indikatoren sowie durch die Nutzung der Indikatoren zur Erklärung des Innovationserfolgs von Unternehmen.

Publikationen

Derzeit liegen noch keine Publikationen vor.

