



OPEN TRANSFER INDEX

Zentrale Ergebnisse

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

DAS PROJEKT OPEN TRANSFER INDEX

Open Transfer Index – gemeinsames Projekt des Stifterverbandes und des Instituts für Technologie- und Innovationsmanagement (TIM) der RWTH Aachen unter Förderung des BMWKs mit drei zentralen Projektzielen



**Identifizieren und
quantifizieren**



**Qualität der
Transferkanäle
evaluieren**



**Handlungs-
möglichkeiten
aufzeigen**

Open Innovation (OI) – was ist das eigentlich?

Unter offenen Innovationsprozessen werden **Austauschprozesse von Wissen, Ideen und Daten von einzelnen Unternehmen mit externen Partnern** verstanden. Im Gegensatz zu traditionellen Innovationsprozessen (zum Beispiel Auftragsforschung) ist der Austausch in offenen Innovationsprozessen durch **flexiblere und informellere Prozesse** gekennzeichnet.

OI-MESSUNG BASIEREND AUF DREI DIMENSIONEN VON OFFENHEIT



**Breite und Tiefe der
Suche**



**Distanz der
Suche**



**Fähigkeiten und
Praktiken**



ÜBERSICHT ÜBER DIE UNTERNEHMENSBEFRAGUNG

Rückmeldungen von 213 innovationsaktiven Unternehmen

Streuung über zahlreiche Branchen

insb. Teilnehmende aus den Branchen Elektro, Maschinenbau, Information und Kommunikation

Viele Vertreter aus kleinen und mittleren Unternehmen

Knapp 80 Prozent der Teilnehmenden sind KMU

Rücklauf & Repräsentativität

Insgesamt sind 7.205 Unternehmen zur Teilnahme am Open Transfer Index eingeladen worden.

Der Rücklauf beträgt 2,8 Prozent. Die Ergebnisse sind daher nur für die befragten Unternehmen repräsentativ.



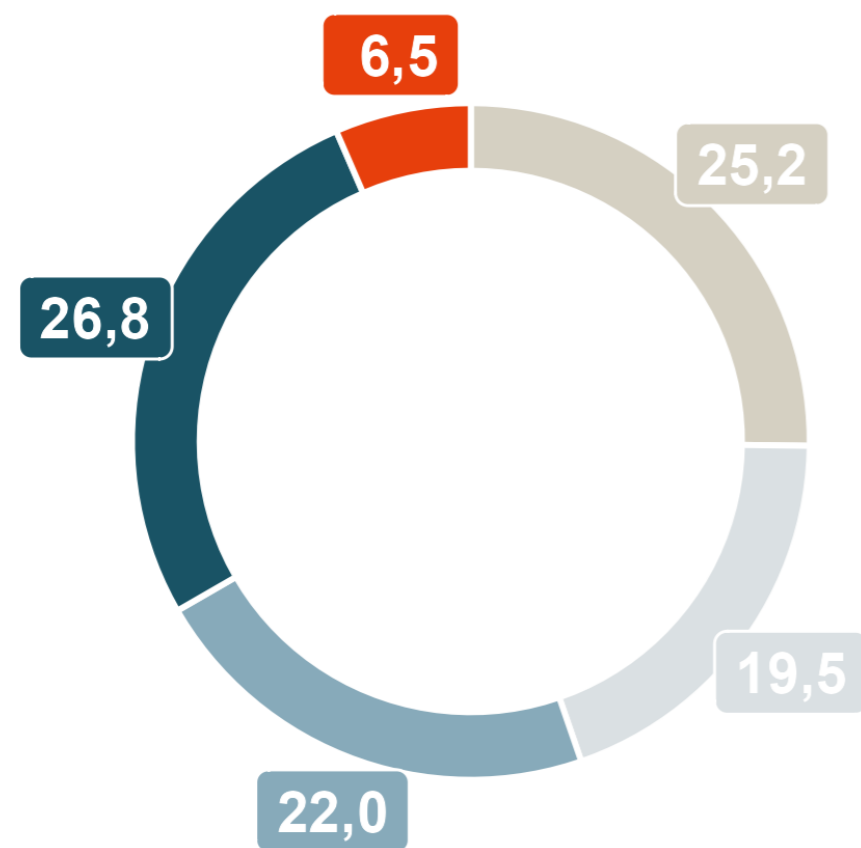
18,5 Prozent

beträgt der Anteil der Ausgaben für
OI an allen FuE-Ausgaben über alle
befragten Unternehmen hinweg.

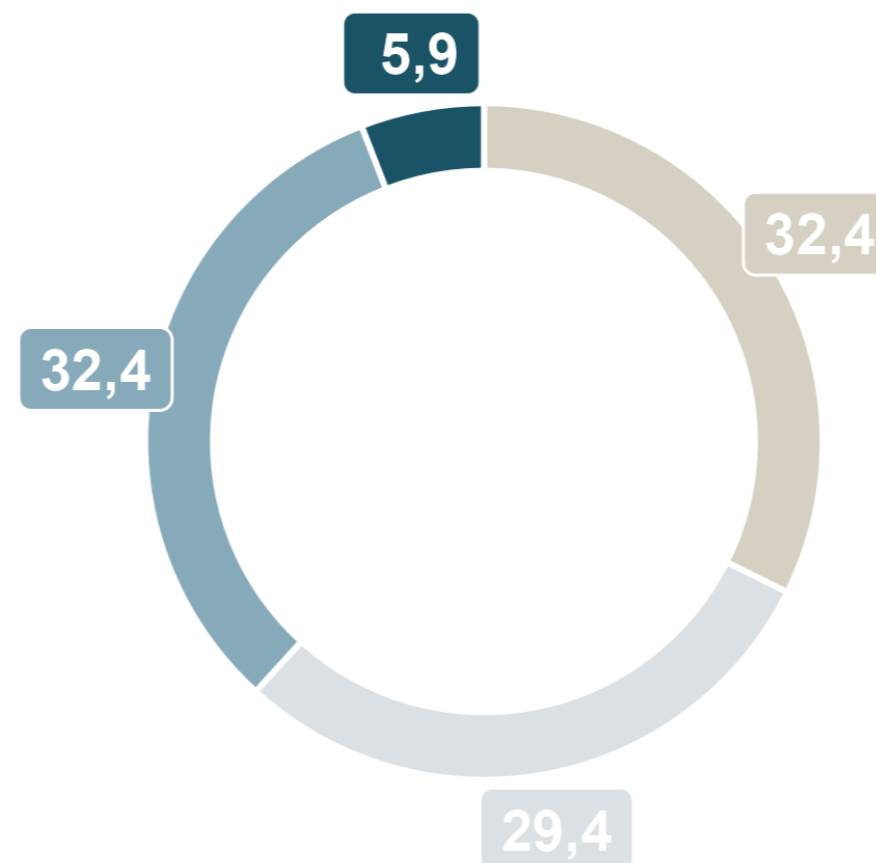


Ausgaben für OI-Praktiken, in Prozent an gesamten Aufwendungen für Innovation

■ <5% ■ 5%-10% ■ 10%-20% ■ 20-50% ■ >50%



kleine und mittlere Unternehmen



große Unternehmen

18,5 Prozent beträgt der Anteil der Ausgaben für OI an allen FuE-Ausgaben im Durchschnitt über alle befragten Unternehmen hinweg

Ein Drittel aller KMU investiert mehr als 20 Prozent aller Aufwendungen für Innovation in die Durchführung von OI-Praktiken

Ein derartig hoher Anteil fließt nur bei etwa 6 Prozent aller Großunternehmen in offene Innovationsprozesse

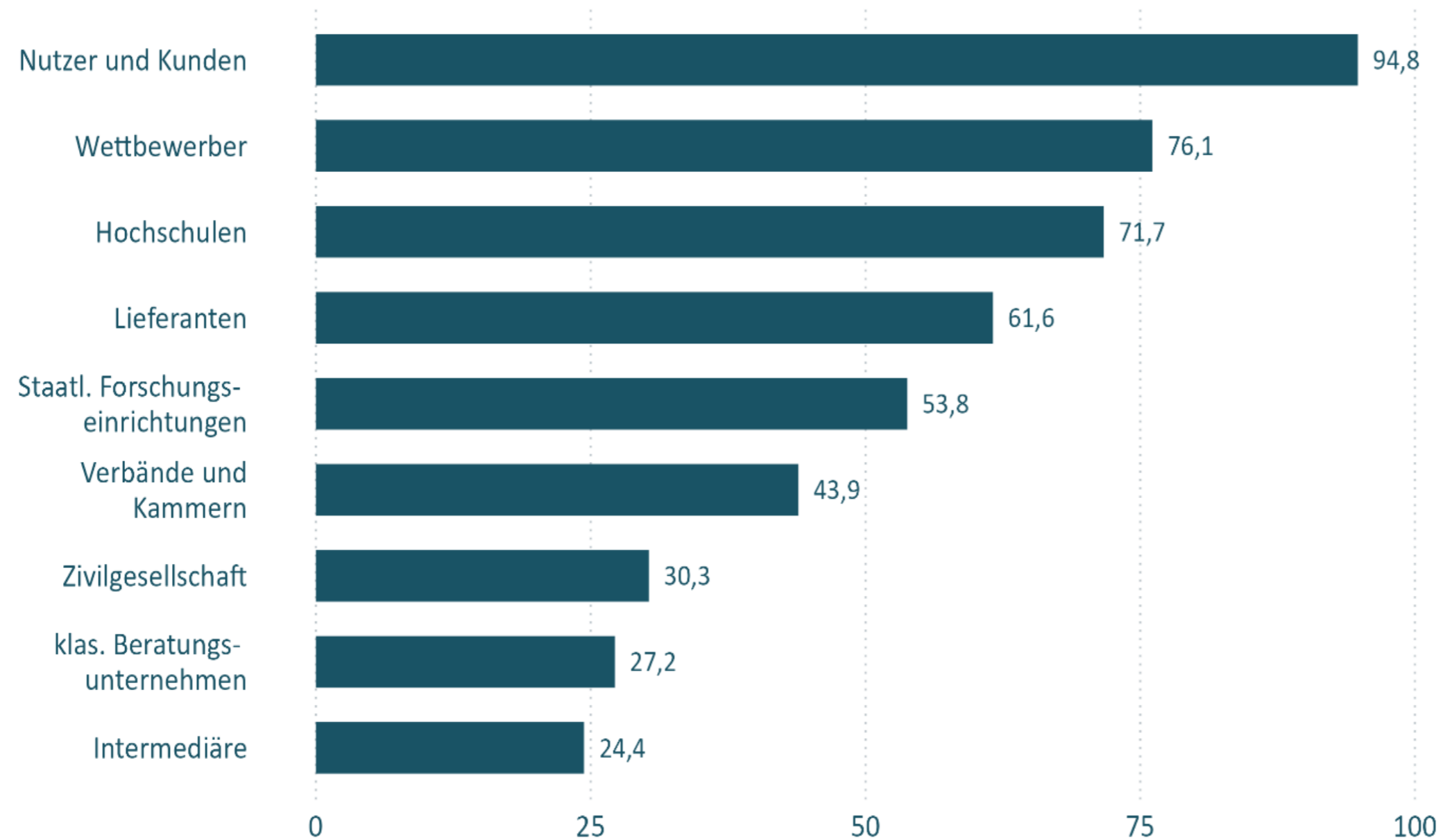


50 Prozent

der befragten Unternehmen setzen auf vielfältige Vernetzung und setzen auf Partnerschaften mit drei oder mehr Partnern.



Bedeutung verschiedener Austauschpartner für die Durchführung von OI-Praktiken, in Prozent



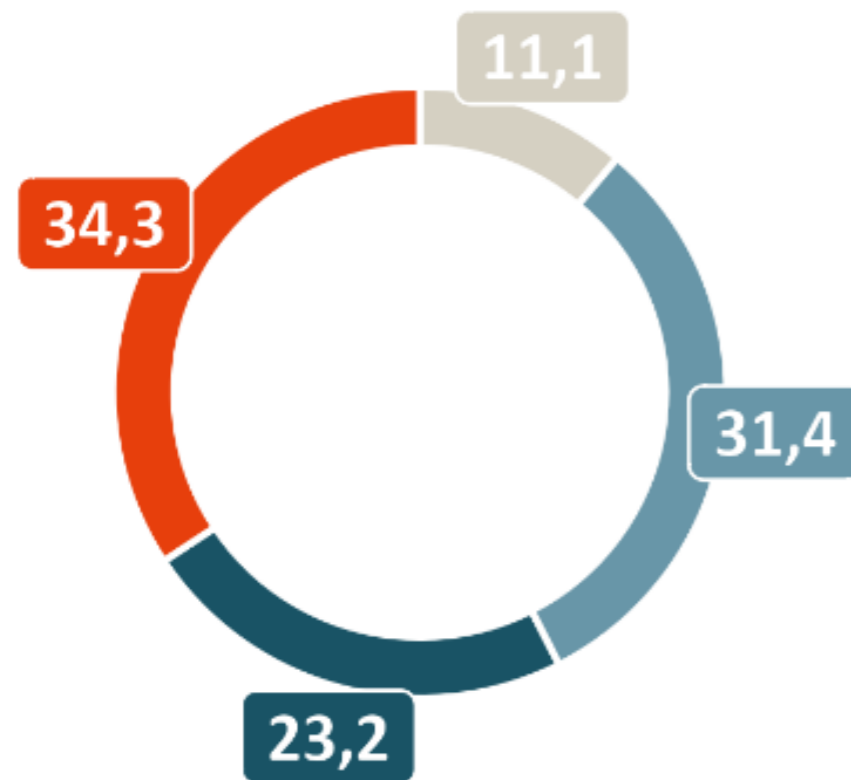
Nutzer und Kunden sind mit Abstand die wichtigsten Austauschpartner – 95% aller Unternehmen gaben an, dieser Gruppe mittlere bis sehr hohe Bedeutung zuzuschreiben

50 Prozent aller Unternehmen setzen auf vielfältige Vernetzung und geben an, mit drei oder mehr Partnern im Innovationsprozess zusammenzuarbeiten

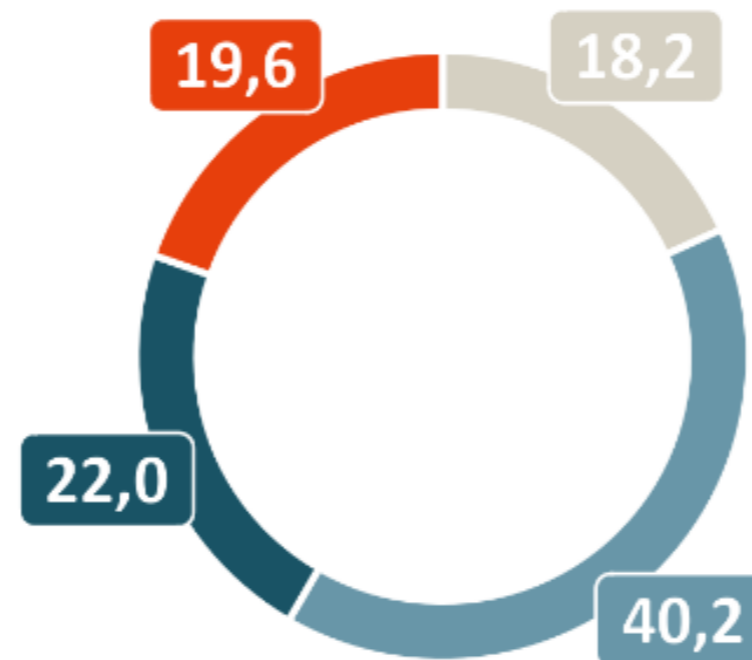


Wichtigste Herkunftsebene von Austauschpartnern aus Wirtschaft und Wissenschaft, in Prozent

■ Regional ■ Überregional ■ Europäisch ■ Global



Partner aus der Wirtschaft



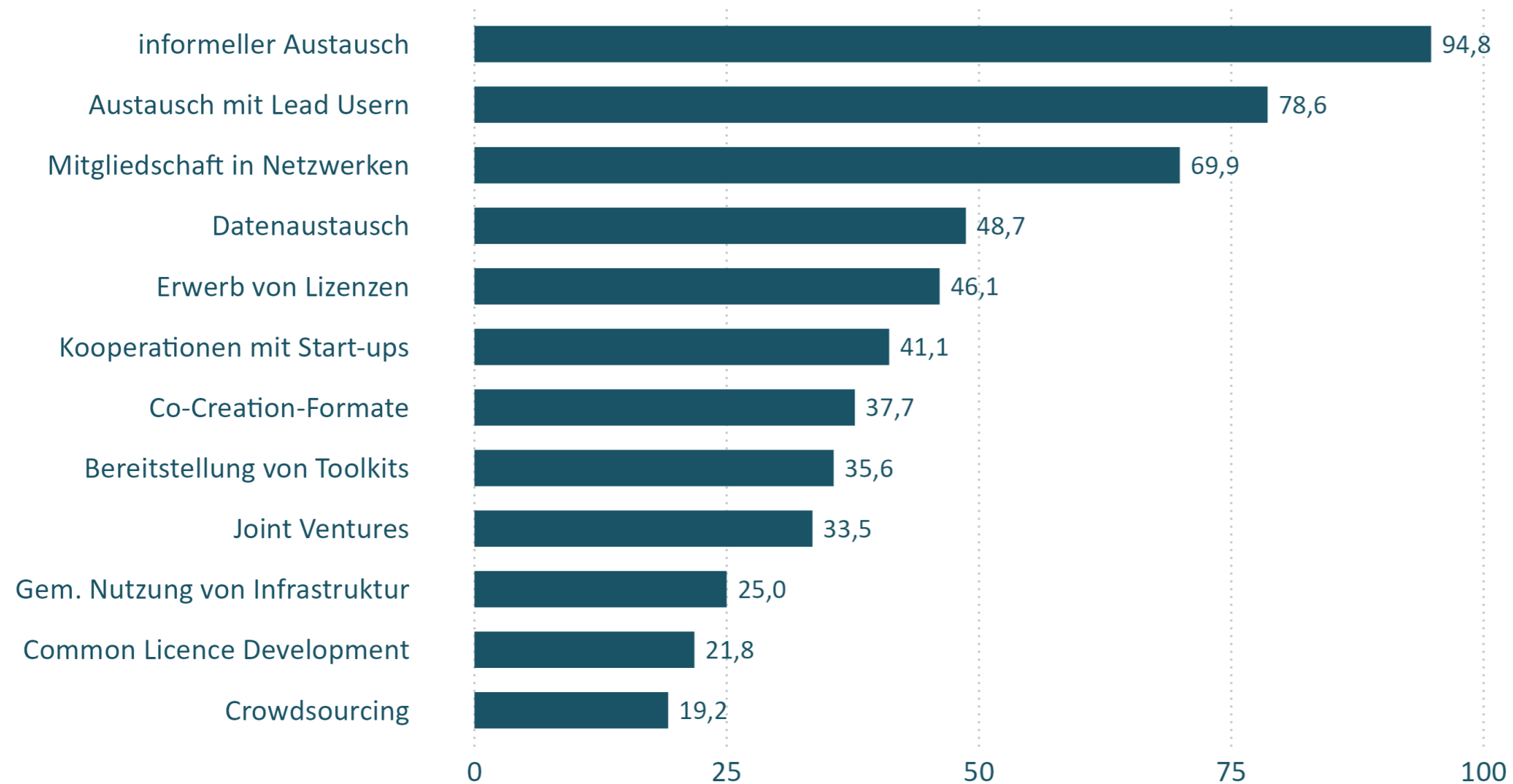
Partner aus der Wissenschaft

Globale Wissensströme als Treiber von Innovation – insbesondere bei Kooperationen mit Partnern aus der Wirtschaft haben globale Partnerschaften eine herausragende Bedeutung

Relevanz regionaler und nationaler Innovationscluster – Partnerschaften zwischen Unternehmen und Wissenschaft finden überwiegend auf der regionalen bzw. überregionalen Ebene statt



Bedeutung verschiedener OI-Praktiken im Unternehmen, in Prozent



Fast alle befragten Unternehmen greifen stark auf **informelle Austauschformate** mit Kunden und Nutzern zurück

Engagement in Innovationsnetzwerken hat eine deutlich höhere Relevanz für **Großunternehmen**

KMU nutzen Möglichkeit zum **Austausch mit Lead Usern** deutlich häufiger

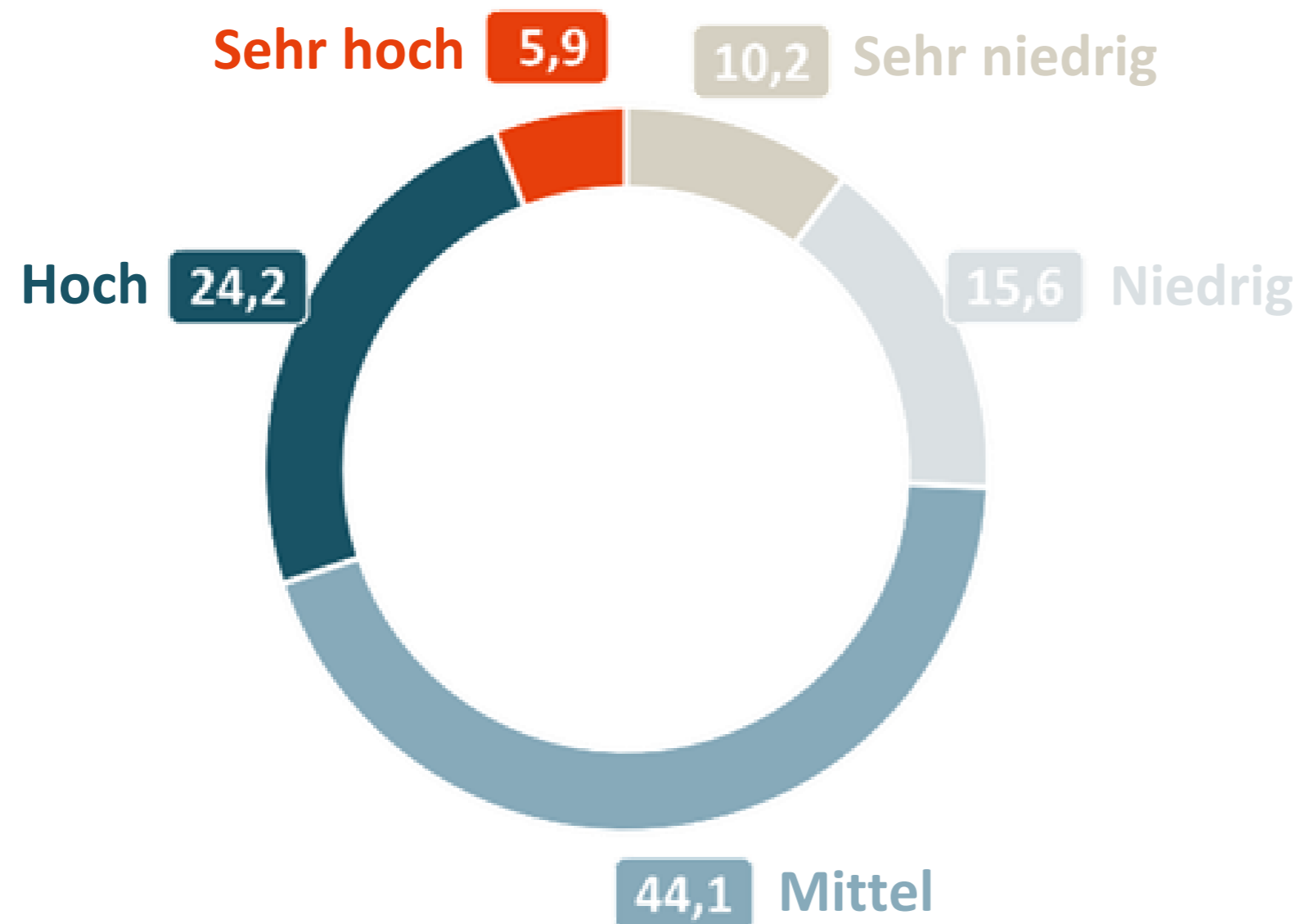


30 Prozent

der Befragten schätzen den Beitrag von OI zum finanziellen Erfolg des Unternehmens hoch bis sehr hoch ein.



Bewertung des Beitrags von offenen Innovationsprozessen zum finanziellen Erfolg der Unternehmen, in Prozent



30% aller befragten Unternehmen schätzen den Beitrag von OI zum finanziellen Erfolg ihres Unternehmens hoch bis sehr hoch ein

Weitere unternehmerische Leistungsdimensionen mit positivem Zusammenhang zu OI-Aktivitäten:



Marktakzeptanz neuer Produkte



Innovationsgrad



Risiko des
Wissensabflusses

Aktive Steuerung von
Partnerschaften

Mangel an Zeit /
Personal / Finanzen

Dezentral verteilte
Innovationsprozesse

Traditionelle Strukturen
/ Kultur

Hindernisse und Erfolgs-
faktoren für OI



UNTERNEHMENSAKTIVITÄTEN ENTLANG DER OFFENHEITSDIMENSIONEN



Breite und Tiefe der Suche

50 Prozent aller Unternehmen setzen auf vielfältige Vernetzung und geben an, mit drei oder mehr Partnern im Innovationsprozess zusammenzuarbeiten



Distanz der Suche

Hohe Relevanz globaler Innovationspartnerschaften in Kooperationen mit Partnern aus der **Wirtschaft**

Partnerschaften zwischen Unternehmen und Wissenschaft vor allem auf (über-)regionaler Ebene



Fähigkeiten und Praktiken

Starker Fokus auf informelle Austauschformate – 95 Prozent aller befragten Unternehmen greifen auf informellen Austausch mit Kunden und Nutzern zurück



DREI MAßNAHMENFELDER FÜR EINE ERFOLGREICHE OI-FÖRDERUNG

Kultur und Kompetenzen

Für eine Stärkung von OI braucht es **Erfahrungsaustausch sowie Informations- und Beratungsangebote** zu den Rahmenbedingungen und nötigen Kompetenzen für OI

*Transformationslabor Hochschule
SaxFDM Open Data Award*

Netzwerke und Partnerschaften

Um Partnersuche zu vereinfachen, bedarf es gezielter **Maßnahmen für Aufbau und Pflege von Netzwerken** – etwa Plattformen oder Förderung von branchenübergreifenden Kooperationen

*Open Innovation Kongress BaWü
Forschungslandkarte deutscher
Hochschulen*

Rahmenbedingungen und Ressourcen

Um OI langfristig in das Innovationssystem zu integrieren, sind eine **Optimierung von Förderprogrammen**, Unterstützung bei der **rechtlichen Ausgestaltung von Kooperationen** und eine **nationale OI Strategie** mögliche Ansatzpunkte

*Nationale Innovationsstrategie Österreich
Open Data Institute*



OPEN INNOVATION – STATUS QUO UND BLICK NACH VORNE

- **Weite Verbreitung von OI** – Jedes zweite Unternehmen setzt auf vielfältige Vernetzung und kooperiert mit mindestens drei Innovationspartnern
- **Hohe wirtschaftliche Relevanz von OI** – Befragte Unternehmen investieren durchschnittlich 18,5 Prozent ihrer FuE-Ausgaben in OI
- **OI als finanzieller Erfolgsfaktor** – 30 Prozent der Befragten schätzen OI-Beitrag zum finanziellen Erfolg ihres Unternehmens als hoch bis sehr hoch ein
- **Herausforderung von OI** – Unternehmen nennen unkontrollierten Wissensabfluss, Ressourcenmangel und unklaren Nutzen von OI als Hindernisse für dessen Einsatz
- **Drei Maßnahmenfelder zur Förderung von OI** – Maßnahmen für eine Förderung von OI umfassen den Aufbau einer Innovationskultur sowie Maßnahmen zur Vernetzung, rechtliche Unterstützung sowie die Optimierung von Förderprogrammen