

Kaps, Katharina; Pfeil, Silko; Sauer, Thomas; Stoetzer, Matthias-Wolfgang

Research Report

Strategische Ausrichtung und Innovationstätigkeit von KMU im Raum Jena

Jenaer Beiträge zur Wirtschaftsforschung, No. 2010,3

Provided in Cooperation with:

Ernst-Abbe-Hochschule Jena, University of Applied Sciences, Department for Business Administration

Suggested Citation: Kaps, Katharina; Pfeil, Silko; Sauer, Thomas; Stoetzer, Matthias-Wolfgang (2010) : Strategische Ausrichtung und Innovationstätigkeit von KMU im Raum Jena, Jenaer Beiträge zur Wirtschaftsforschung, No. 2010,3, Ernst-Abbe-Fachhochschule Jena, Fachbereich Betriebswirtschaft, Jena

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/43132>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Abstract

Das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) geförderte Projekt KompNet2011 – *Erfolgsfaktoren regionaler Innovationsnetze* – untersucht die strategische Ausrichtung sowie die Innovationsaktivitäten von kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) in der Region Jena.

Für die 225 Befragungsteilnehmer stellt die Qualitätsführerschaft die wichtigste Strategie dar: Fast 80% weisen ihr eine hohe bzw. sehr hohe Bedeutung zu. Allerdings belegt der Datensatz auch die Tendenz zu Mischstrategien, da nur wenige Unternehmen eine eindeutige strategische Ausrichtung aufweisen.

Das Innovationsverhalten der KMU in der Region ist stärker auf Produktinnovationen als auf Prozessinnovationen ausgerichtet und fokussiert außerdem intensiver auf Verbesserungen als auf Neuheiten. Zudem finden sich in der deskriptiven Auswertung Belege für eine hohe Bedeutung betriebswirtschaftlich orientierter Innovationsarten, d.h. Marketing- und Organisationsinnovationen sind von erheblicher Relevanz.

Während Kunden die mit Abstand wichtigsten Innovationstreiber sind, werden Kostenbarrieren und gesetzliche Restriktionen als bedeutendste Innovationshemmnisse identifiziert. Fehlende technologische Informationen und fehlende Kooperationspartner wirken sich hingegen kaum negativ auf die Innovationstätigkeit aus.

JEL Klassifikation: L10, O31, O32

Schlüsselwörter: Innovationshemmnis, Innovationstreiber, Produktinnovation, Prozessinnovation, Unternehmensstrategie, Wettbewerbskräfte Porter

E-Mail-Adresse: kompnet2011@bw.fh-jena.de

Abstract (englisch)

The research project „KompNet 2011 – Success factors of regional innovation networks“, funded by the Federal Ministry of Education and Research (BMBF), examines the innovation activities of small and medium-sized enterprises (SME) in and closely around Jena (Thuringia).

According to the answers of 225 survey participants, quality leadership is the most important mode of strategy: Almost 80% claim that quality leadership has a high or very high importance as to the strategic orientation of their company. However, the data show a clear tendency to mixed strategies. Only a few regional SME have a clear strategic alignment.

The innovation activities focus clearly on product innovation instead of process innovation. Furthermore the improvement of existing products and processes is much more relevant compared to the development of novelties. In addition the empirical analysis reveals a high importance of business-oriented types of innovation, i.e. marketing and organizational innovation.

While customers clearly are the most important drivers of innovation, regional SME are highly hampered in their innovation projects by cost barriers and legal restrictions. Only a few participants point out the hampering effects due to a lack of technological information and absence of cooperation partners.

JEL classification: L10, O31, O32

Key words: Business strategy, Competitive forces Porter, Drivers of innovation, Obstacles of innovation, Process innovation, Product Innovation

eMail-address: kompnet2011@bw.fh-jena.de