

Das neue Oslo-Manual und die Auswirkungen auf die Innovationsstatistik

ANDREAS SCHIEFER

Das Oslo-Handbuch der OECD ist die wesentliche methodische Grundlage für die in Europa in Form der Innovationserhebung „CIS“ (Community Innovation Survey) implementierte Innovationsstatistik. Im Oktober 2018 wurde die vierte Auflage des Handbuchs veröffentlicht. Es enthält Beschreibungen und Definitionen des breit gefächerten Phänomens „Innovation“ und Empfehlungen für die statistische Erfassung von Innovation, insbesondere – aber nicht ausschließlich – bei Unternehmen. Diese vierte Auflage enthält keine radikal neuen Ansätze, wie sich die Statistik dem nicht einfach zu erfassenden Phänomen Innovation nähern soll, beleuchtet aber diverse Aspekte von Innovation aus verschiedensten Richtungen. Auch wenn für die europäische Innovationsstatistik der von Eurostat in Zusammenarbeit mit den EWR-Staaten zusammengestellte „harmonisierte Fragebogen“ die wesentlichste Grundlage für die alle zwei Jahre durchgeführten CIS-Erhebungen darstellt, basiert dieser selbstverständlich auf den Konzepten des Oslo-Handbuchs. Das neue Oslo-Handbuch wird erstmals für die Innovationserhebung „CIS 2018“ schlagend werden.

Der Revisionsprozess

Der Revisionsprozess wurde im Jahre 2015 gestartet und von der OECD-Arbeitsgruppe NESTI (*National Experts on Science and Technology Indicators*), in der Österreich durch Statistik Austria vertreten ist, geleitet. Im Oktober 2018 wurde das Oslo-Manual 2018¹⁾ deklassifiziert²⁾ und veröffentlicht. Das neue Oslo-Manual stellt keinen dramatischen Bruch mit den vorherigen Empfehlungen³⁾ dar, sondern wurde um neue innovationstheoretische Ansätze erweitert, die nach vielen Jahren der Innovationsforschung und der Durchführung von Innovationserhebungen entstanden sind.

Die Änderungen können daher als inkrementell angesehen werden.

Die Struktur des neuen Oslo-Manuals

Das OM2018 besteht nunmehr aus 11 Kapiteln (Chapters):

1. Introduction to innovation statistics and the Oslo Manual
2. Concepts for measuring innovation
3. Concepts and definitions for measuring business innovation
4. Measuring business innovation activities
5. Measuring business innovation capabilities
6. Business innovation and knowledge flows
7. Measuring external factors influencing innovation in firms
8. Objectives and outcomes of business innovation
9. Methods for collecting data on business innovation
10. The object method for innovation measurement
11. Use of innovation data for statistical indicators and analysis

¹⁾ OECD/Eurostat (2018): „Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition“, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing: <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>.

²⁾ Durch den formalen Prozess der „Deklassifikation“ werden bei Einstimmigkeit unter den OECD-Mitgliedsländern Papiere, Berichte u.ä. zu offiziellen Dokumenten der OECD.

³⁾ OECD/Eurostat (2005): „Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition“, The Measurement of Scientific and Technological Activities, OECD Publishing.

Jedes Kapitel beinhaltet am Ende eine kurze Zusammenfassung, die versucht, eine Brücke zwischen dem vorgestellten innovationstheoretischen Konzept und den Datensammlungen in Form von Innovationserhebungen zu schlagen.

Kapitel 1 stellt das Oslo-Manual vor und gibt lediglich einen historischen Überblick sowie einen kurzen Abriss über die Änderungen bzw. Intentionen des Handbuchs.

Die Kapitel 2 bis 4 sind zentral für die Abgrenzung und Betrachtung von Innovation aus statistischer Sicht. Die Kapitel 3 und 4 liefern die grundlegenden Konzepte für Innovationserhebungen bei Unternehmen, wie sie die CIS-Erhebungen darstellen.

Kapitel 2 ist ein Kernstück des Handbuchs. Es werden verschiedene innovationstheoretische Ansätze erläutert und die Bedeutung von Innovation für die ökonomische und soziale Entwicklung erörtert. Es gibt einen Überblick über die verschiedenen Möglichkeiten, Innovation zu messen und liefert als Neuerung im Vergleich zum letzten Manual eine allgemeine Definition von Innovation, die über den Unternehmenssektor hinausgeht (Abschnitt 2.6, §162):

An innovation is a new or improved product or process (or combination thereof) that differs significantly from the unit's previous products or processes and that has been made available to potential users (product) or brought into use by the unit (process).

Erstmals wird Innovation in einem breiteren Rahmen – außerhalb des bereits bekannten innerhalb von Firmen – Beachtung geschenkt. Die empfohlene Definition kann daher als Referenz auch in anderen volkswirtschaftlichen Sektoren, wie dem Sektor Staat, verwendet werden. Sie bietet sogar die Möglichkeit, Innovation in Haushalten zu definieren, die in der ökonomischen Theorie als „user innovation“ bekannt ist. Darunter sind, vereinfacht gesagt, Produktmodifikationen durch Privatpersonen gemeint, die auf dem Markt verfügbare Produkte umbauen oder ändern, sodass neue Funktionalitäten entstehen.

Innovationserhebungen werden bislang fast ausschließlich bei für den Markt produzierenden gewinnorientierten Unternehmen durchgeführt. Piloterhebungen wurden in wenigen Ländern auch bei staatlichen Einrichtungen und regionalen Verwaltungen durchgeführt. Einzelne wissenschaftliche Studien haben Innovation auch in Privathaushalten untersucht. Wesentlich ist, dass das Oslo-Handbuch nach wie vor in der Hauptsache Empfehlungen für die Messung von Innovationen in Firmen gibt. Durch die Erweiterung des allgemeinen Kapitels soll jedoch die Möglichkeit geboten werden, künftighin Raum für Pilotprojekte zu schaffen, um das Phänomen auch in anderen Sektoren und Einheiten zu messen. Das Oslo-Handbuch gibt jedenfalls keine weiteren Empfehlungen ab, wie diese Messungen konkret durchzuführen sein könnten. Tatsächlich sind solche erst rudimentär vorhanden.

Kapitel 3 bietet grundlegende Definitionen für die Erfassung von Innovation innerhalb von Unternehmen. Dies schließt eine Taxonomie verschiedener Innovationsarten ein, die über alle Branchen und Größenklassen von Unternehmen Verwendung finden kann. Es wird grundsätzlich zwischen „Innovationstätigkeit“ und „Innovation“ unterschieden. Während erstere sich auf die Aktivität bezieht, ist mit letzterem das Ergebnis von Innovationstätigkeit gemeint. Die Unterscheidung ist nicht unbedeutend, da Innovationserhebungen normalerweise Informationen über beide Dimensionen von Innovation sammeln. Innovationsaktivität wird dabei folgendermaßen definiert (Abschnitt 3.11, §182):

Innovation activities include all developmental, financial and commercial activities, undertaken by a firm that are intended to result in an innovation for the firm.

Eine Innovation im Unternehmen als Resultat von Innovationsaktivität wird folgendermaßen definiert (Abschnitt 3.11, §186):

A business innovation is a new or improved product or business process (or combination thereof) that differs significantly from the firm's previous products or business processes and that has been introduced on the market or brought into use by the firm.

Produkt- und Geschäftsprozessinnovationen sind so definiert (Abschnitt 3.21, §201 und §211):

A product innovation is a new or improved good or service that differs significantly from the firm's previous goods or services and which has been introduced on the market.

A business process innovation is a new or improved business process for one or more business functions that differs significantly from the firm's previous business processes and that has been implemented within the firm.

Die Definition von Innovation wurde im Vergleich zum letzten Manual umformuliert. Substanziell sind die Änderungen allerdings gering. Als wesentlichste Neuerung kann die Reduktion der Innovationsarten von vier auf zwei angesehen werden. Wurden bislang Produktinnovationen, Prozessinnovationen, Marketinginnovationen und organisatorische Innovationen unterschieden, so werden die drei letztgenannten im Oslo-Manual 2018 zu „**Geschäftsprozessinnovationen**“ zusammengefasst. Der Grund dafür liegt in der gemachten Erfahrung, dass eine Unterscheidung in diese drei Innovationsarten nicht trivial ist und von Firmen oftmals nicht getroffen werden kann. Innovationen können sowohl Aspekte der einen als auch der anderen Typologie aufweisen, sodass eine eindeutige Zuordnung erschwert bzw. ganz unmöglich gemacht wird. Daher bezieht sich die neue Unterscheidung auf Produkte (Waren oder Dienstleistungen), die als Output einer Innovationstätigkeit auf dem Markt angeboten werden, und alle anderen Innovationstätigkeiten, die aber zur Herstellung der Produkte oder Dienstleistungen des Unternehmens beitragen.

Geschäftsprozessinnovationen können in folgenden sechs Geschäftsprozessen auftauchen: Produktion, Vertrieb und Logistik, Marketing und Verkauf, Informations- und Kommunikationssysteme, Verwaltung und Management, Produkt- und Geschäftsprozessentwicklung. Die allerletzte stellt eine Erweiterung des Innovationsbegriffs dar, denn für sie gab es in der dritten Auflage des Oslo-Manuals kein Äquivalent. Eine direkte Überleitung der vorherigen drei Produktinnovationen in diese neuen Subkategorien ist nur grob möglich; insbesondere organisatorische Innovationen sind im neuen Konzept schwierig zu approximieren.

Auch eine direkte Überleitung von „Produktinnovation alt“ zu „Produktinnovation neu“ ist nicht vollständig möglich. Änderungen am Design eines Produkts, die keine neuen Funktionalitäten zur Folge haben, sondern nur ästhetische Änderungen darstellen, werden künftighin als Produktinnovation anzusehen sein. Solche Änderungen waren bislang unter Marketinginnovationen zu subsumieren.

Keine Änderungen gab es in Bezug auf den Hinweis, dass eine **Innovation** neu oder im Vergleich zum bisher implementierten Produkt oder Prozess „merklich“ (*significantly*) verbessert sein muss. Die Subjektivität dieses Begriffs wird im Manual ausdrücklich anerkannt und akzeptiert. Weiters ist auch die Einführung auf dem (eigenen) Markt – bei Produktinnovationen – oder eine Implementierung im Unternehmen – bei Geschäftsprozessinnovationen – ausreichend, damit eine Neuerung unter die Definition von Innovation fällt.

Im Verlauf des Revisionsprozesses gemachte Überlegungen, neue Produkte erst dann als Innovation anzusehen, wenn sie Wert geschaffen hätten, d.h. bis die erste Einheit verkauft worden ist, wurden ebenso hintangestellt wie Vorschläge, neue Geschäftsprozesse wären erst dann als implementiert

zu betrachten, sobald ihre Auswirkungen spürbar geworden sind. Neue Produkte gelten als Innovation, sobald sie auf dem Markt angeboten worden sind; es ist nicht notwendig, dass damit bereits Umsatz oder Wert generiert worden ist. Zudem gibt es Innovationen, die gratis angeboten werden, durch die aber Gewinne durch Werbung oder die Kommerzialisierung von Nutzerinformationen entstehen (z.B. kostenlose digitale Produkte). Neue Geschäftsprozesse sind Innovationen, sobald sie implementiert sind, gleichgültig, ob sie zu den gewünschten Verbesserungen und Änderungen geführt haben oder nicht. Innovationen müssen also zum Zeitpunkt, zu dem sie als solche gemessen werden, keinen kommerziellen, finanziellen oder strategischen Erfolg haben. Eine Innovation muss per definitionem auch keinen positiven Wert für die Gesellschaft haben.

In diesem Kapitel wird auch die Möglichkeit erwähnt, in einer Innovationserhebung den **Begriff „Innovation“** kaum oder im Extremfall gar nicht zu verwenden, um eine positive Konnotation von Innovation hintanzuhalten und so die Ergebnisse hin zu höheren Innovationsraten zu beeinflussen.

Kapitel 4 widmet sich dem Phänomen **Innovation als „Aktivität“** und nicht als „Resultat“. Es definiert acht Hauptaktivitäten bzw. Arbeitsfelder, in welchen Firmen Innovationsaktivitäten ausüben können: Forschung und experimentelle Entwicklung (F&E); Engineering, Design und andere kreative Tätigkeiten; Marketing; Aktivitäten bzgl. geistiger Eigentumsrechte; Weiterbildung; Softwareentwicklung und Datenbanken; Investitionen in Sachgüter; Innovationsmanagement. Auch wenn keinesfalls alle Aktivitäten in diesen Bereichen Innovationsaktivitäten sind, empfiehlt das revidierte Handbuch, alle Unternehmen (Innovatoren und Nicht-Innovatoren) zu fragen, ob diese Aktivitäten durchgeführt wurden. Innovationsausgaben sollten als Anteil an den Gesamtausgaben für diese Aktivitäten gesammelt werden.

Das bedeutet, dass Aufwendungen für die genannten Aktivitäten von allen Unternehmen erhoben werden sollen und erst in einem zweiten Schritt der innovative Anteil an den Gesamtaufwendungen herausgelöst werden soll. Per Konvention ist lediglich jegliche F&E als Innovationsaktivität anzusehen. Auf diese Weise stünden Basisinformationen auch für nicht innovative Unternehmen zur Verfügung, die zur Einschätzung deren Innovationspotenzials genutzt werden könnten. Es ist dies ein anderer Ansatz als in den vorherigen Empfehlungen, als lediglich direkte Aufwendungen für Innovation im Fokus standen. Ebenso wird empfohlen, von allen Unternehmen (Innovatoren und Nicht-Innovatoren) zu erheben, ob sie eine dieser Tätigkeiten durchgeführt haben. Zusätzlich wird eine Unterscheidung empfohlen, ob diese Innovationsaktivitäten im Unternehmen selbst oder bei Dritten durchgeführt wurden bzw. zugekauft wurden.

Das Kapitel enthält auch Empfehlungen zur Messung geplanter Innovationsausgaben in den nachfolgenden Kalen-

derjahren, die naturgemäß auf **Firmenschätzungen** beruhen. Auf diese Weise sollen aktuellere Informationen über die Entwicklung der Innovationsaufwendungen gewonnen werden, da durch den Zeitabstand zwischen dem Ende der Referenzperiode einer Erhebung und der Verfügbarkeit der Endergebnisse die Aktualität der Daten unweigerlich eingeschränkt sein muss.

Kapitel 5 beschäftigt sich allgemein mit den Potenzialen, den Fähigkeiten, dem Wissen und den Ressourcen eines Unternehmens, um seine Ziele zu erreichen. Informationen darüber helfen, die Einflussfaktoren und Auswirkungen auf die tatsächlichen Innovationsaktivitäten eines Unternehmens zu analysieren sowie umgekehrt, die Effekte von Innovation auf die Unternehmensleistung.

Als entscheidend für ein Unternehmen, seine Ziele zu erreichen, gelten folgende **Faktoren**: die allgemeinen Ressourcen des Unternehmens (wie Firmengröße, Betriebsvermögen, Firmenalter, Finanzierungs- und Besitzverhältnisse), Managementfähigkeiten (wie Geschäftsstrategien, Fähigkeiten der Eigentümer bzw. des Topmanagements, Innovationsmanagement), Humanressourcen und das technologische Potenzial. Es wird auch eine Reihe von Hauptindikatoren aufgelistet, die bei Innovationserhebungen gefragt werden sollen, wie z.B. Umsatz, Anzahl der Beschäftigten, geografische Märkte, die das Unternehmen bedient, oder Anteil der Beschäftigten mit einem tertiären Bildungsabschluss.

Kapitel 6 gibt einen Überblick über die Zusammenhänge von **Wissensflüssen** und dem Innovationspotenzial. Wissen wird als eine der wichtigsten Ressourcen für Unternehmen angesehen. Dieses Kapitel beleuchtet den Wissensaustausch zwischen Unternehmen und Dritten konzeptionell und gibt Empfehlungen, wie dieser Wissensaustausch, hauptsächlich von Dritten zum (innovativen) Unternehmen, gemessen werden kann. Das Kapitel widmet sich insbesondere der Innovationskooperation und den Informationsquellen für Innovation. Es wird auch der Entwicklung hin zu „Open Innovation“ Platz eingeräumt.

Kapitel 7 widmet sich den **externen**, vom Unternehmen meist gar nicht beeinflussbaren **Faktoren** und ihren Auswirkungen auf die Innovationsaktivitäten. Als Haupteinflussfaktoren werden genannt: die geografische Lage des Unternehmens, Märkte (sowohl die Absatzmärkte für die Produkte des Unternehmens als auch jene der für die Leistungserstellung benötigten Ressourcen und Inputs), Wissensflüsse und -netzwerke, politische Einflussfaktoren (wie z.B. Steuern, gesetzliche Regelungen, Infrastruktur) sowie das gesellschaftliche und soziale Umfeld.

Kapitel 8 diskutiert die schwierige **Outputmessung** von Innovation. In Innovationserhebungen ist der qualitative Output durch Zielsetzungen von Innovationen einfacher zu erfassen als quantitative Auswirkungen, insbesondere Auswirkungen, die außerhalb des Unternehmens wie z.B. am Markt oder in der Gesellschaft auftreten. Zudem sind Auswirkungen oft-

mals erst mit einer längeren Zeitverzögerung erkenn- und messbar. Neben dieser qualitativen Outputmessung wird als quantitative Outputmessung vorrangig der Umsatzanteil mit Produktinnovationen empfohlen.

Das **Kapitel 9** zur **statistischen Methodik** von Innovationserhebungen wurde im Vergleich zur letzten Ausgabe inhaltlich ausgebaut. Es gibt detaillierte Empfehlungen zur Durchführung von Innovationserhebungen mit Fokus auf Stichprobendesign, Fragebogengestaltung, *best practices* etc. Es gibt auch weiterhin keine eindeutige Empfehlung für die Länge der Referenzperiode, sondern nur den Hinweis, dass sie drei Jahre nicht überschreiten soll. Unter der Annahme, dass die meisten Innovationserhebungen von nationalen statistischen Ämtern durchgeführt werden, die mit derartigen methodischen Fragen gut vertraut sind, erscheint das Kapitel auf den ersten Blick unnötig detailliert. Diese Ausführlichkeit geht jedoch mit dem Anspruch einher, das Oslo-Handbuch auch außerhalb des OECD-Raums als Referenzwerk zu etablieren bzw. noch weiter zu festigen. Insofern sind viele Empfehlungen für Datensammlungen in Entwicklungsländern bestimmt, die bislang keine Erfahrungen mit Innovationserhebungen haben und daher ein Erhebungsdesign erst von Grund auf entwerfen müssen.

Neu ist auch der Hinweis, dass Ergebnisse von Innovationserhebungen durch die Fragebogenlänge und den Umstand, ob sie verpflichtenden oder freiwilligen Status haben, nicht unbedeutend beeinflusst werden können. Als Spezifikum für Innovationserhebungen gilt weiterhin die Empfehlung, bei einer Rücklaufquote von unter 70% eine Non-Response-Befragung durchzuführen.

In **Kapitel 10** wird der sogenannte „**Objektansatz**“ (*„object approach“*) vorgestellt. Erstmals wird dieser alternativen Betrachtungsweise von Innovation ein eigenes Kapitel im Oslo-Handbuch gewidmet. Referenzen zum Objektansatz finden sich regelmäßig auch in anderen Kapiteln. Bei der objektbasierten Betrachtung steht nicht das Unternehmen als innovationstreibende Einheit im Fokus, sondern eine bestimmte Innovation selbst. Da das gesamte innovationsstatistische Konzept auf dem *„subject approach“* aufgebaut ist, also jegliche Innovationsaktivität innerhalb eines Unternehmens im Gesamten beobachtet und gemessen wird, ist der Brückenschlag zwischen den beiden Konzepten herausfordernd.

Der Objektansatz wird für Innovationserhebungen auch nicht empfohlen, kann aber für Fallstudien, bei denen eine bestimmte Innovation untersucht werden soll, oder ähnliche Projekte herangezogen werden. Es ist auch begrenzt möglich, den Objektansatz in eine Innovationserhebung zu implementieren, beispielsweise mit Fragen nach der Anzahl der Innovationsprojekte, der Kosten für ein bestimmtes Projekt, oder durch Fragen nach dem aus Sicht des Unternehmens wichtigsten Innovationsprojekt. In diesem Kapitel werden aber keine methodischen Empfehlungen für den Objektansatz gegeben und auch auf dessen Grenzen hingewiesen.

Auch **Kapitel 11** ist neu und richtet sich in der Hauptsache an **Nutzer und Nutzerinnen** von Innovationsdaten, wie politisch Verantwortliche und die wissenschaftliche Gemeinschaft. Es soll auch die Grenzen der Aussagefähigkeit von Innovationsdaten aufzeigen. Es wird erörtert, wie Indikatoren ermittelt werden, zusammengefasst, welche Indikatoren für die Beantwortung welcher Fragestellung benutzt werden könnten, und auf das Potenzial von weiterführenden Mikrodatenanalysen hingewiesen.

Schlussfolgerungen

Durch das Oslo-Manual 2018, das erstmals für die Innovationserhebung CIS 2018 schlagend werden wird, kam es zu keinen radikalen konzeptionellen Änderungen in der Innovationsstatistik. Als wichtigste Neuerungen können folgende angesehen werden: die Einführung einer generellen Definition von Innovation (auch für Nicht-Unternehmen), die Reduzierung der Anzahl der Innovationsarten von vier auf zwei, eine modifizierte Empfehlung zur Erfassung der Innovationsausgaben, eine Verbreiterung des Fokus auch auf Nicht-Innovatoren und deren Innovationspotenzial sowie die Einführung neuer Kapitel zum Objektansatz und zur Interpretation von Innovationsdaten.

Auswirkungen auf den CIS 2018

Für die im Jahr 2019 durchzuführende Innovationserhebung CIS 2018 sind die Konzepte des neuen Oslo-Manuals anzuwenden. Für jede CIS-Erhebung wird auf europäischer Ebene eine Fragenliste ausgearbeitet, die aus von den Ländern verpflichtend zu erhebenden und freiwilligen Fragen besteht. Aufgrund rechtlicher und ablauftechnischer Notwendigkeiten musste dieser englischsprachige harmonisierte *„core questionnaire“* für die kommende Erhebungsrunde bereits Ende 2017 finalisiert werden. Zu diesem Zeitpunkt lagen weit fortgeschrittene Entwürfe für die einzelnen Kapitel des neuen Oslo-Handbuchs vor, von denen erwartet werden konnte, dass sie sich lediglich im Detail von den endgültigen Textierungen unterscheiden würden. Dennoch musste zum Teil der Inhalt des endgültigen Handbuchs vorab antizipiert werden.

Der Fragebogen CIS 2018 wurde relativ starken Änderungen unterworfen. Grundsätzlich wurde die recht strikte Trennung in Innovatoren und Nicht-Innovatoren, die bislang das Fragebogenrouting dominiert hatte, aufgeweicht. Eine Deklaration als Nicht-Innovator führt nunmehr in weitaus geringerem Ausmaß zu einer Reduzierung der zu beantwortenden Fragen. In erster Linie führt diese Konzeptänderung aber dazu, dass in Zukunft mehr Daten über die potenziellen Innovationskapazitäten von Nicht-Innovatoren zur Verfügung stehen werden.

Der etwas umformulierten Definition von Innovation wird im CIS 2018 Rechnung getragen, indem die vier Innovationsarten auf zwei reduziert werden. Weiterhin sind zwar Produktinnovationen (untergliedert in neue Güter und neue

Dienstleistungen) eine separate Innovationsart, doch werden Prozess-, Marketing- und organisatorische Innovationen zum Typ Geschäftsprozessinnovation („*business process innovation*“) zusammengefasst und in die sechs vom Manual empfohlenen Sub-Kategorien unterteilt.

Eine weitere Folge dieser Zusammenfassung zu zwei Innovationsarten ist, dass Innovationsausgaben nunmehr für alle Arten von Innovation und nicht wie bisher nur für Produkt- und Prozessinnovationen erhoben werden. Die bisher fünf Kategorien von Innovationsausgaben werden zu drei zusammengefasst, wobei lediglich interne und externe F&E-Ausgaben neben „allen übrigen“ Innovationsausgaben separat erhoben werden. Dies soll es den Unternehmen erleichtern, die eigenen Innovationsaufwendungen besser abschätzen zu können. Die übrigen Nicht-F&E-Innovationsausgaben werden weiter wie empfohlen in Personal-, Sach- und Investitionsausgaben unterteilt.

Neu gestaltete Fragenblöcke über Unternehmensstrategien und Wissensflüsse, kundenspezifische Anpassungen, Ko-Kreation, Arbeitsorganisation, Unternehmensfinanzierung,

Kooperation, Unternehmensalter oder Gesamtausgaben des Unternehmens richten sich an alle Unternehmen, gleichgültig ob innovationsaktiv oder nicht. Diese sollen mithilfe, Unternehmen nach verschiedenen Innovationstypologien zu unterscheiden.

Zusätzlich ist im harmonisierten Fragenprogramm vorgesehen, für folgende Aktivitäten die gesamten Unternehmensaufwendungen (und nicht nur die innovationsrelevanten) zu erheben: Investitionen, Marketing, Weiterbildung, Produktdesign, Softwareentwicklung und geistiges Eigentum. Auch das soll dazu dienen, mehr Informationen über die Innovationspotenziale der Unternehmen zu gewinnen.

Von Eurostat gibt es die Zusage, den für die einzelnen Länder verpflichtenden Teil des Fragenprogramms nicht auszuweiten, sodass von den Staaten also im CIS 2018 nicht mehr Daten erhoben werden müssen als bisher.

Viele der neuen Fragen werden daher nur dann in das österreichische Fragenprogramm aufgenommen werden, wenn von Seiten der nationalen Auftraggeber Interesse an diesen Indikatoren besteht.

Summary

The Oslo Manual of the OECD is a significant methodological reference for the innovation survey which is conducted in Europe as the CIS (Community Innovation Survey). In October 2018 the fourth edition of the handbook was published. It provides descriptions and definitions on the broadly diversified phenomenon of “innovation” and also contains recommendations for the statistical recording of innovation, especially but not exclusively, in businesses. This fourth edition does not contain radical changes on how statistics should approach this phenomenon which is not easy to capture, but highlights different aspects of innovation from various angles. Even if for European statistics the “harmonised core questionnaire”, which is compiled by Eurostat in cooperation with the EEA member states, is the most important fundament for the biennial CIS surveys, it – as a matter of course – is based on the concepts of the Oslo Manual. The new Oslo Manual will be implemented for the first time for the innovation survey “CIS 2018”.