

Titel der Seminar-/Abschlussarbeit

BACHELORARBEIT

von

Paul Theuer

Matrikelnummer: 2053912

Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen

**Institut für Volkswirtschaftslehre (ECON)
Lehrstuhl für Wirtschaftspolitik**

Prüfer: Prof. Dr. Ingrid Ott

Zweitprüfer: Prof. Dr. Kay Mitusch

Betreuernder Mitarbeiter: Name Mitarbeiter, Name Mitarbeiter 2

Bearbeitungszeit: 01.05.2019 – 01.11.2019

Ich versichere wahrheitsgemäß, die Arbeit selbstständig verfasst, alle benutzten Quellen und Hilfsmittel vollständig und genau angegeben und alles kenntlich gemacht zu haben, was aus Arbeiten anderer unverändert oder mit Abänderungen entnommen wurde sowie die Satzung des KIT zur Sicherung guter wissenschaftlicher Praxis in der jeweils gültigen Fassung beachtet zu haben.

Karlsruhe, den

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	v
Tabellenverzeichnis	vi
1 Einleitung	1
2 Patente	2
2.0.1 Grundlegendes	2
3 Jaffe	4
3.0.1 Grundlagen	4
3.0.2 Zielsetzung	4
3.0.3 Bestimmung des Technologieraums	5
3.0.4 Clustering von Patentklassen	6
3.0.5 Übertragungseffekte und Technologische Opportunität	7
3.0.6 Firmenauswahl	9
3.0.7 Bildung der Patentvektoren und der Distanzmatrix	11
3.0.8 Multidimensionale Skalierung	13
3.0.9 Interpretation des Graphen	14
3.0.10 Zeitliche Entwicklung	16
3.0.11 Robustheit	16
3.0.12 Zusammenfassung	17
4 Der Technologieraum basierend auf Patentzitaten	18
4.0.1 Grundlagen der Literatur	18
4.0.2 Zielsetzung der Studien	19
4.0.3 Der Technologieraum nach Stuart und Podolny (1996)	19
4.0.4 Die Firma Mitsubishi im Technologieraum	21
4.0.5 Strategische Allianzen	22
4.0.6 Erweiterung des Ansatzes nach Kitahara und Oikawa (2017)	23
4.0.7 Ergebnis	23
4.0.8 Umsetzung	23
4.0.9 Datenergänzung	23

Abbildungsverzeichnis

3.1	Patenzahl Top 10 Unternehmen	10
3.2	Anzahl der Y02T_10 Patente nach Gruppierung	11
3.3	Graph der multidimensionalen Skalierung nach Patentvektoren	15
4.1	Beispiel: drei Firmen zitieren Patente	20
4.2	Technologische Positionen von Firmen in der japanischen Halbleiterindustrie (Stuart und Podolny 1996, S. 30)	22

Tabellenverzeichnis

1 Einleitung

- Heranführung an Thema
- Technologieräume auf unterschiedliche Weise darstellen
- Hängt von Zielrichtung ab
- Ziel: Versuch makroökonomische Fragestellungen zu veranschaulichen und zu erklären
- Klassischer Ansatz: Fokus auf patentbasierte Ansätze
- Beispiel mit Experiment (Engelsman und Raan 1994)

Eine Technologie ist ein komplexes, heterogenes Konglomerat aus verschiedenen Feldern, sie lässt sich durch verschiedenen Aspekte charakterisieren und wird neben der Wissenschaft bzw. dem Stand der Technik durch verschiedene Faktoren beeinflusst. Dynamischen Einflussfaktoren führen dazu, dass sich die Entwicklung von Technologien, ähnlich wie in Feldern der Mathematik oder Physik, chaotisch und scheinbar unvorhersehbar verhält.(Engelsman und Raan 1994). Dabei steht und fällt aber der Erfolg von Unternehmen maßgeblich mit dem setzten auf die richtigen Technologien. Zahlreiche Studien der letzten Jahrzehnte haben gezeigt, dass die Produktivität eines Unternehmens oder einer Industrie, stark mit deren Ausgaben im Forschungs- und Entwicklungsbereich zusammenhängt.(Jaffe et al. 1993). Um zukunftsfähige Technologien in bestimmten Bereichen zu identifizieren, bietet es sich also an zunächst das Innovationsverhalten von Unternehmen in diesen Bereichen zu untersuchen.

2 Patente

- in diesem Abschnitt Funktion von Patenten erklären, da diese Basis für weitere Evaluationen darstellt
- Ein Patent gewährt dem Anmelder ein Besitz- und Verfügungsrecht für die kommerzielle Nutzung einer Erfindung
- Erfindung muss neu und nichttrivial sein (Def. aus PatG nutzen); Stand der Technik erläutern
- PatG: was keine Erfindung darstellt
- Wird ein Patent gewährt, wird ein für die Öffentlichkeit einsehbares Dokument erstellt.
- Dokument beinhaltet eine Reihe von Informationen: Erfinder, Arbeitgeber, etc., hier wichtig: Referenzen bzw. Zitationen
- Besitzen eine rechtliche Funktion: Begrenzen den Umfang der Verfügungsrechte ausgehend von dem Patent
- Sicherstellen, dass das gewährte Patent einen nichttrivialen Wissensbeitrag im Vergleich zu dessen Vorgängern erreicht.
- Im Kontext hier bedeutet: Wenn Patent Y Patent X zitiert, wird Patent Y auf dem Wissen von Patent X aufbauen.
- Kritik nach (Karki 1997)
- propensity der Patentklassen

2.0.1 Grundlegendes

In diesem Abschnitt soll die grundlegende Funktion von Patenten erklärt werden, da diese unsere Datenbasis sein werden und damit die Grundlage für alle kommenden Evaluationen darstellen. Ein Patent gewährt dem Anmelder ein Besitz- und Verfügungsrecht für die kommerzielle Nutzung einer Erfindung.

Klassifizierung

- ipc und cpc

Datenbasis

- panda dataframes
- plots

3 Jaffe

Im ersten Teil dieses Kapitels werden die Papiere (Jaffe 1986) und (Jaffe 1989) zusammengefasst. Im zweiten Teil soll ein Technologieraum, nach der Definition des Autors, für die Firma Honda und ihre Konkurrenz nachgebildet und analysiert werden.

3.0.1 Grundlagen

Mit seinem Papier (Jaffe 1986) bietet Adam B. Jaffe einen wichtigen Grundbaustein für die Quantifizierung von Forschungs- und Entwicklungsarbeiten von Unternehmen. Offizielle innovatorische Kennzahlen von Unternehmen, wie z.B. Forschungskosten sind eindimensional und wenig aussagekräftig. Um die technologischen Position von Firmen zu charakterisieren bedient sich (Jaffe 1986) eines patentbasierten Ansatz. Jedes Unternehmen forscht in verschiedenen Sektoren. Alle relevanten Wirtschaftszweige werden mithilfe des Patentklassifikationssystems von 328 Patentklassen¹ in insgesamt 21 Clustern zusammengefasst. Es werden 260.000 Patente von 1700 Firmen über einen Zeitraum von zehn Jahren (1969 - 1979) betrachtet. Jaffe (1986) kann zeigen, dass die Produktivität von Firmen in F&E positiv von der innovatorischen Arbeit ihrer „technologischen Nachbarn“ beeinflusst wird und Firmen ihr Innovationsverhalten ändern wenn sie eine Gelegenheit dazu bekommen. (Jaffe 1989) baut inhaltlich auf (Jaffe 1986), hier werden zunächst zehn Firmen aus unterschiedlichen Sektoren in einem Technologieraum abgebildet. Dabei setzt der Autor seinen Fokus sowohl auf die technologischen Positionen der Unternehmen und die mathematischen Hintergründe des Technologieraums, als auch auf das Bilden der (industriellen) Cluster ausgehend von den Patentklassen. In Jaffe (1986), werden primär die statistischen Grundlagen für die Untersuchung von Wissensübertragungseffekten („Spillovers“), bereitgestellt.

3.0.2 Zielsetzung

Private Firmen investieren Ressourcen in Forschung und Entwicklung um wirtschaftlich nützliches Wissen zu „generieren,. Der Erfolg dieser Investitionen variiert stark, teilweise durch

¹dabei handelt es sich um das Klassifikationssystem des National Bureau of Economic Research (NBER)

nicht messbare Zufallsfaktoren und teilweise durch systematische Effekte, ausgelöst durch das wirtschaftliche und technologische Umfeld einer Firma. Es sind diese Effekte („Spillovers“) die in (Jaffe 1986) untersucht werden. Die primäre makroökonomische Zielsetzung in (Jaffe 1986) und (Jaffe 1989) ist das konkretisieren von Übertragungseffekten im Innovationskontext und deren Auswirkungen auf die Wirtschaftlichkeit und das Verhalten von Unternehmen. Spillovers bezeichnen Wissensübergänge von einer Firma auf eine oder mehrere andere Firmen. Diese Übertragungseffekte sind im Gegensatz zu unternehmerischen Allianzen unbeabsichtigt. Darüber hinaus beschreibt der Autor einen weiteren Effekt, den der „technological opportunity“. Die „technological opportunity“ wird als exogene, technologisch bedingte, Schwankung in der Produktivität in Forschungs- und Entwicklungsarbeit definiert. (Jaffe 1986). Es soll untersucht werden, ob eine Veränderung des Innovationsverhaltens einer Firma, nicht nur markt- bzw. nachfragebasiert ist, sondern zusätzlich von Änderungen in der technologische Landschaft abhängig ist.

3.0.3 Bestimmung des Technologieraums

Um „Spillovers“ zu untersuchen müssen zunächst die technologischen Nachbarn von den zu betrachteten Firmen bestimmt werden. Im Allgemeinen soll also eine Darstellung gefunden werden, die den (technologische) Abstand von mehreren Unternehmen zueinander abbildet. Das Resultat dieser Darstellung wird als Technologieraum verstanden. In (Jaffe 1986) wird angenommen, dass die Patente von Firmen, die in verschiedenen Patentklassen verteilt sind, die Innovationsinteressen der jeweiligen Firma reflektiert. Hält also beispielsweise die Firma Honda viele Patente in dem Bereich „Hybridfahrzeuge“, so wird Honda auch zu einem großen Teil nach Technologien in dieser Richtung forschen.

Sei f_{ik} der Anteil von Firma i's Patenten in Patentklasse k. Der Vektor $f_i = (f_{i1} \dots f_{iK})$ positioniert die Firma in einem K -dimensionalen Technologieraum (Jaffe 1989). Es kann davon ausgegangen werden, dass zwei Firmen technologisch verwandt sind, wenn diese sich in dem Technologieraum nahe stehen. Um Ähnlichkeiten in Innovationsverhalten darzustellen, müssen die resultierenden Patentvektoren der Firmen in ein sinnvolles Verhältnis gesetzt werden. Dafür ist die Auswahl einer passenden Distanzmetrik ausschlaggebend. Eine Möglichkeit bestünde darin, zu schauen, in welche Richtung die Vektoren zeigen. In erster Linie soll das Verhältnis der Firmen zueinander bewertet werden, nicht wie viele Patente die Firmen jeweils insgesamt besitzen. Wir betrachten also nicht die Länge, sondern die Winkel der Vektoren zueinander. Eine passendes Maß dafür

bietet die „Cosine distance“, oder auch Kosinus-Ähnlichkeit.

$$P_{ij} = \frac{\sum_{k=1}^K f_{ik} f_{jk}}{\sqrt{\sum_{k=1}^K (f_{ik})^2} \sqrt{\sum_{k=1}^K (f_{jk})^2}} \quad (3.1)$$

Gewissermaßen misst P_{ij} den Grad der Überschneidung der Vektoren f_i und f_j . Je ähnlicher sich die Patente der Firmen i und j - im Bezug auf ihre Einteilung in die Patentklassen sind - desto größer wird der Zähler sein. Im Nenner wird das Ergebnis normalisiert. Sind i und j identisch, ist $P_{ij} = 1$. Wie auch der Korrelationskoeffizienten ist diese Metrik symmetrisch, es gilt also $P_{ij} = P_{ji}$.

In (Jaffe 1989) werden mit diesem Ansatz zunächst 10 verschiedene Unternehmen über 328 Patentklassen verglichen. Das Ergebnis bestätigt die Intuition. Alle Unternehmen in der Computerindustrie stehen sich nahe. Pharmaunternehmen sind weit entfernt von Unternehmen in den Bereichen Büro- und Schreibwaren, aber relativ nahe zu Firmen in Medizin- und Zahntechnik.

3.0.4 Clustering von Patentklassen

Weiter soll gezeigt werden, wie die Patentklassen in Cluster zusammengefasst werden, deren Gruppierung sich am Markt beziehungsweise der Industrie orientieren. Zweck einer solchen Einteilung ist es die Interaktion zwischen Marktzweigen und Firmen einzufangen. Welche Folgen hat eine Veränderung eines Marktzweiges (Cluster), auf das strategische Verhalten einer Firma und vice-versa?

Das „Clustering“ in Jaffe (1989) ist ein iterativer Prozess, der sich an den „ K -means“ Algorithmus anlehnt. Dabei entspricht jeder Punkt im Raum des „ K -means“ der Verteilung der Patente einer Firma über alle Patentklassen. Die geometrische Mitte eines Clusters entspricht der durchschnittlichen Verteilung über alle Patentklassen, aller Firmen in unserem Industriekluster.

Für jede Patentklasse k, wird die Anzahl der Firmen (C_k) bestimmt, die Patente in dieser Kategorie halten. Jetzt wird „ad-hoc“, die Anzahl der N -höchsten C_k bestimmt. Eine Firma wird dem Cluster zugeordnet, in dem sie am meisten Patente besitzt. Daraus ergeben sich die initialen Cluster². Für jedes Cluster wird die durchschnittliche Verteilung der Patente über alle Patentklassen berechnet (Analog: die Mittelpunkte der Cluster aus K -means). Dann wird die Verteilung der

²Bei K -means erfolgt die Initialisierung meistens zufällig

Patente über den Patentklassen für jede Firma einzeln berechnet (Analog: die einzelnen Punkte aus K-means). Passt die Verteilung eines Clusters, in der sich eine Firma nicht befindet besser³ auf die Verteilung der Firma selbst, so wechselt diese Firma in das Cluster. Dieser Prozess endet, wenn keine Firma mehr das Cluster wechselt. Zuletzt werden die Cluster je nach Zuordnung benannt, so ergeben sich beispielsweise die Cluster Chemie und Kohlenstoff, Nahrung, Medizin und Automobile.

Das „Clustering“ wird für zwei Datensätze aus den Jahren 1972 und 1973 durchgeführt. Interessant sind diejenigen Firmen, die ihre Cluster zwischen den zwei Zeitperioden wechseln, oder anders: wir betrachten die Zu- und Abflüsse der Firmen innerhalb der verschiedenen Cluster. So kann beobachtet werden, dass „generische“ Technologien, wie z.B. Beschichtungen, Fluid-Handling und Signalgebung, ihre „Mitglieder“ aus vielen verschiedenen Industrien ziehen. Außerdem werden verschiedene interdisziplinäre Beziehungen zwischen Technologien festgestellt. Textile und Papier teilen Interessen mit den Industrien aus Beschichtungen und die Pharmaindustrie hängt stark mit Industrien für Medizintechnik und Apparaturen allgemein zusammen. Besonders auffallend sind die Ergebnisse wenn die Firmen einzeln betrachtet werden. So landen beispielsweise die drei großen Automobilhersteller alle in dem Cluster Triebwerke, die Automobilzulieferer hingegen, befinden sich in dem Automobilcluster. Xerox, ein Unternehmen für Bürobedarf, zentralisiert sich im Cluster für Elektrochemie.

3.0.5 Übertragungseffekte und Technologische Opportunität

Mit dem definierten Technologieraum als Ausgangspunkt können nun die „Spillovers“ untersucht werden. Demnach werden Firmen, die vielen anderen innovativen Firmen nahe stehen von deren Position profitieren können. Die potentiellen „Spillover“ über dem Technologieraum sind nicht gleich verteilt, sie sind an den Punkten am höchsten, an denen sich die meisten Firmen befinden und somit am meisten potentielles Wissen an andere Firmen übertragen können. Alle potentiellen „Spillovers“ werden als „Spilloverpool“ definiert. Der „Spilloverpool“ S_i wird für jede Firma bestimmt und ergibt sich aus der gewichtet Summe der Innovationsarbeit aller anderen Firmen.

$$S_i = \sum_{j \neq i} P_{ij} R_j \quad (3.2)$$

Den Effekt den eigene Innovationen auf eine Firma hat ist in der realen Welt natürlich nicht

³auf die Distanzmetrik zwischen Verteilungen wird nicht weiter eingegangen

direkt beobachtbar. In Jaffe (1989), werden dafür vier Indikatoren betrachtet: Patente, Bruttoeinnahmen, Kapitalertrag und Marktwert. Die Korrelation zwischen diesen Indikatoren und der innovatorischen Aktivität einer Firma sollte intuitiv klar sein. Ausgaben im Forschungs- und Entwicklungsbereich sind oft riskant, dennoch sollte die Findung neuer Technologien oder neuem Wissen früher oder später Einnahmen generieren und den Marktwert der Firma steigern. Mit Hilfe von Regressionstechniken wird versucht diese Indikatoren als Funktionen von Forschungsausgaben, Übertragungseffekten und weiteren Variablen zu approximieren. Beispielsweise ergibt sich die Patentfunktion aus einer modifizierten Cobb-Douglas Technologie (Jaffe 1986). k_i wird als das „neu generierte Wissen“ einer Firma definiert.

$$p_i = \beta_1 r_i + \beta_2 r_i s_i + \gamma_i s_i + \sum_{c=1}^{21} (\delta_{1c} - \alpha_c) D_{ic} + \epsilon_{1i} \quad (3.3)$$

k_i wird als das „neu generierte Wissen“ einer Firma definiert. r_i sind die Forschungsausgaben der Firma i und s_i der Spilloverpool aus 3.2. Die D_{ic} 's sind Dummyvariablen aus den oben angesprochenen Clustern, dabei wird angegeben ob eine Firma Patente in dem jeweiligen Cluster besitzt oder nicht. Ist die technologische Opportunität relevant so werden die δ_{1c} 's, die Gewichtungen der Cluster, unterschiedlich ausfallen. So könnte man beispielsweise annehmen, dass das Cluster der Automobilindustrie eine höhere Gewichtung haben sollten, als das der Kühlindustrie. ϵ_{1i} sind zufällige Störterme der einzelnen Firmen. Die Gleichung 3.3 impliziert, dass die Forschungs- und Entwicklungsarbeit andere Firmen, den Wissensoutput einer Firma direkt erhöhen können. Funktionen für Bruttoeinnahmen, Kapitalertrag und Marktwert werden analog definiert. Für weitere statistische Details siehe Jaffe (1986).

Nach Approximation der Koeffizienten kann beispielsweise berechnet werden, dass eine permanente Erhöhung der Forschungsausgaben um 10%, eine durchschnittlich Patentsteigerung um 8.8% zufolge hat. Weiter steigen die Bruttoeinnahmen um 0.3%, der Kapitalertrag um 1.8% und der Marktwert um 3.6%. Zusätzlich kann gezeigt werden, dass Firmen sich in die Cluster bewegen, die überdurchschnittlich hohe Einnahmen und Marktwerte aufweisen (Jaffe 1989).

Der in 3.2 definierte Spilloverpool spielt für die Erklärung aller vier Indikatoren eine wichtige Rolle. Zusätzlich gibt es eine Beziehung zwischen der firmeneigenen Forschungsarbeit und der Menge an erreichbaren Wissen für diese Firma. Die Produktivität der eigenen Innovationsarbeit hängt also von der Innovationsarbeit anderer, im Technologieraum naher, Firmen ab, welche wiederum von der eigenen Innovationsarbeit abhängt. Dieser Effekt führt dazu, dass der Spilloverpool für den Allgemeinfall nicht genau betrachtet werden kann. Die Firmen müssen zunächst

nach ihrer eigenen innovativen Aktivität differenziert werden.

In Jaffe (1986) wird dazu in drei Fällen unterschieden. Zunächst werden Firmen mit niedriger, dann mit durchschnittlicher und zuletzt in überdurchschnittlicher innovativer Aktivität betrachtet. Jetzt kann untersucht werden welchen Einfluss der Spilloverpool auf die Unternehmen hat. Die emittierten Patente und die Bruttoeinnahmen steigen mit den Übertragungseffekten für alle Firmen. Je größer der Spilloverpool, desto stärker ist der eigene technische Fortschritt. Ertrag und Marktwert sinken für wenig aktiven Firmen. Steigt die Aktivität der Firmen auf den Durchschnitt, so werden Ertrag und Marktwert positiv. Der Marktwert überdurchschnittlich aktiver Firmen steigt am stärksten

Nach diesen Ergebnissen wird der technologische Erfolg eines Nachbarn, es einer Firma also erleichtern selber technologische Fortschritte zu machen. Gleichzeitig wird dem wenig aktiven Unternehmen ein Markterfolg erschwert. Intuitiv ist diese Schlussfolgerung einleuchtend, denn technologische Nachbarn sind oft Konkurrenten. Ein schmaler technologischer Fortschritt wird für kurzfristige Mehreinnahmen sorgen, ein langfristiger Erfolg am Markt kann damit aber nicht garantiert werden. Auf der anderen Seite überwiegen die Vorteile der Übertragungseffekte für höchst innovative Firmen. Aufgrund des komplementären Effekts zwischen eigener Innovationsstärke und der, der technologischen Nachbarn, werden sich stark innovative Unternehmen nachhaltig am Markt behaupten können.

Auch die Gewichtungen δ_{1c} der Cluster sind für alle Performance Indikatoren (Beispiel: Patentindikator siehe 3.3) von großer Bedeutung. Hält man firmenspezifischen Attribute und Poolvariablen konstant, finden sich systematische Unterschiede in den Ergebnissen für verschiedene Cluster. Zusätzlich sind die Cluster, die in den betrachteten Zeiträumen Firmen dazugewinnen, diese, die durchschnittlich höhere Profite und Marktwerte aufweisen. Das Modell deutet zumindest stichpunktartig auf die Nutzung innovativer Gelegenheiten hin, ob es sich dabei allerdings um einen „market-pull“ oder „technology push“ oder möglicherweise um eine Kombination beider Effekte handelt, lässt der Autor weitestgehend offen.

3.0.6 Firmenauswahl

Als Datengrundlage nutzen wir die in Kapitel 4 angesprochenen Patente aus der CPC-Klasse Y02T_10. Der Schwerpunkt unserer Analyse wird also stets vor dem Hintergrund sein, Firmen bzw. Patente im Bereich von innovativen, klimaneutrale Technologien in der Automobilbranche zu untersuchen. Um einen Technologieraum nach Jaffe (1986) für die Firma Honda zu erstellen, bestimmen wir zunächst alle Firmen, die wir mit Honda in ein Verhältnis setzen wollen. In Jaffe (1989), werden „willkürlich“ zehn Firmen ausgewählt, die sich in ihrer Position am Markt

teilweise stark unterscheiden. Wir wollen versuchen die Position der Firma Honda und ihrer Konkurrenten möglichst realistisch darzustellen, dafür suchen wir uns zunächst die aktivsten Unternehmen in diesem Sektor. Aktivität definieren wir dabei als die Anzahl der Patente, die eine Firma in der Klasse Y02T_10 besitzt. Bei der Anzahl der Firmen halten wir uns an Jaffe (1989), wir wollen einen aussagekräftigen aber gleichzeitig übersichtlichen Technologieraum. In Benner und Waldfogel (2008) wird gezeigt, dass eine geringe Datenmenge zu sehr unpräzisen, teilweise widersprüchlichen, Ergebnissen führen kann. Mit dieser Auswahl kann also außerdem garantiert werden, dass unser „patent bias“, möglichst gering gehalten wird.

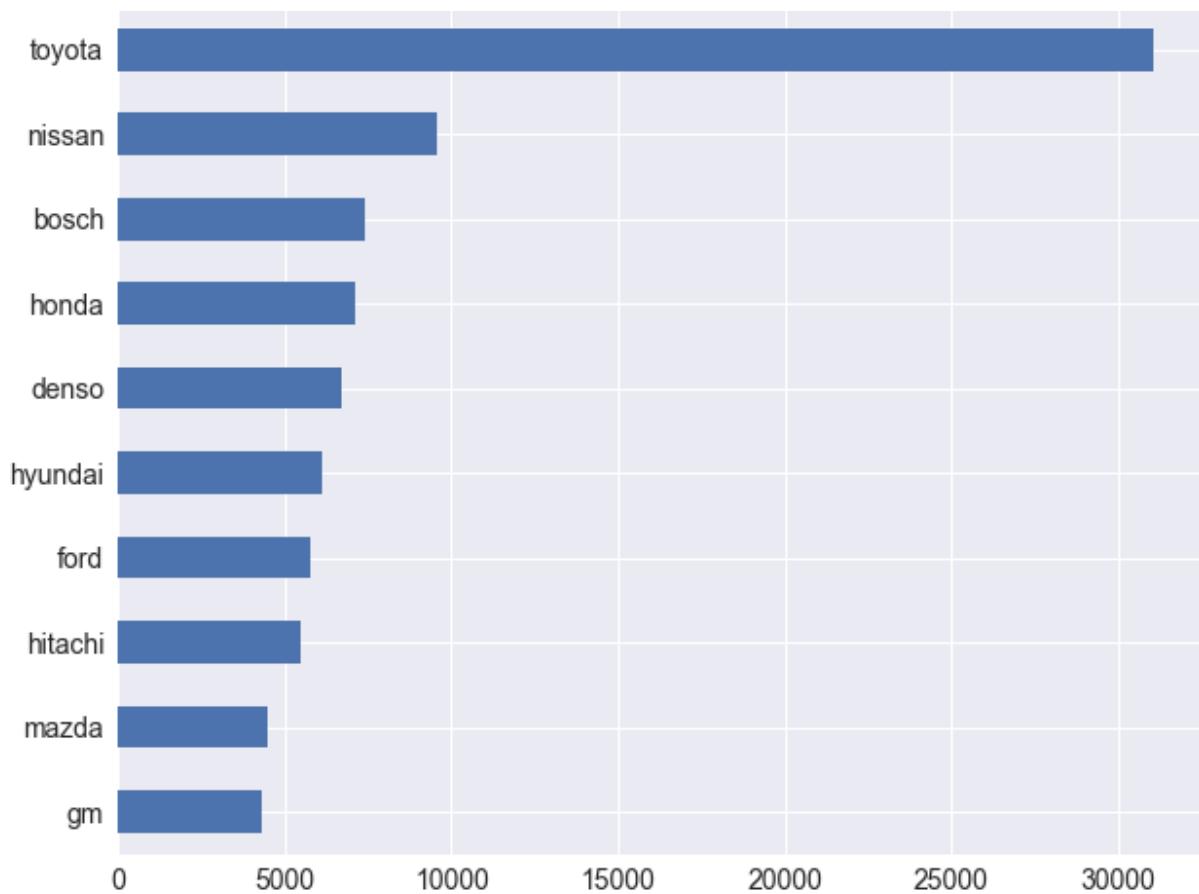


Abbildung 3.1: Patenzahl Top 10 Unternehmen

In 3.1, werden die zehn aktivsten Firmen mit ihren jeweiligen Patentzahlen abgebildet. Wir haben insgesamt sechs japanische Unternehmen (Toyota, Nissan, Honda, Denso, Mazda und Hitachi), zwei Unternehmen mit amerikanischem Ursprung (Ford und GM), ein deutsches Unternehmen (Bosch) und Hyundai aus Südkorea. Bosch und Denso sind Automobilzulieferer, die restlichen Unternehmen sind Automobilhersteller im klassischen Sinne. Mit über 30000 angemeldeten Patenten, fällt der japanische Automobilhersteller Toyota klar aus dem Muster. Die neun anderen Firmen befinden sich alle in einem Intervall von (4000, 10000) Patenten. Honda liegt mit knapp über 7000 angemeldeten Patenten auf dem vierten Platz hinter Toyota, Nissan und Bosch.

Patente, die von verschiedenen Unternehmen angemeldet wurden, dennoch demselben Konzern angehören dürfen nicht vergessen werden. So haben wir beispielsweise die Unternehmen „Toyota Motor Corporation“, „Toyota Industries Corporation“ und „Toyota Central Research & Development Lab“ zusammengefasst.

3.0.7 Bildung der Patentvektoren und der Distanzmatrix

Wir wollen die in 3.0.3 vorgestellten Vektoren f_{ik} für unsere Firmen und unsere Patentklassen bilden. Wir betrachten zunächst die ersten vier Stellen der CPC-Klassen und fassen alle Patente nach ihrer Gruppe zusammen.

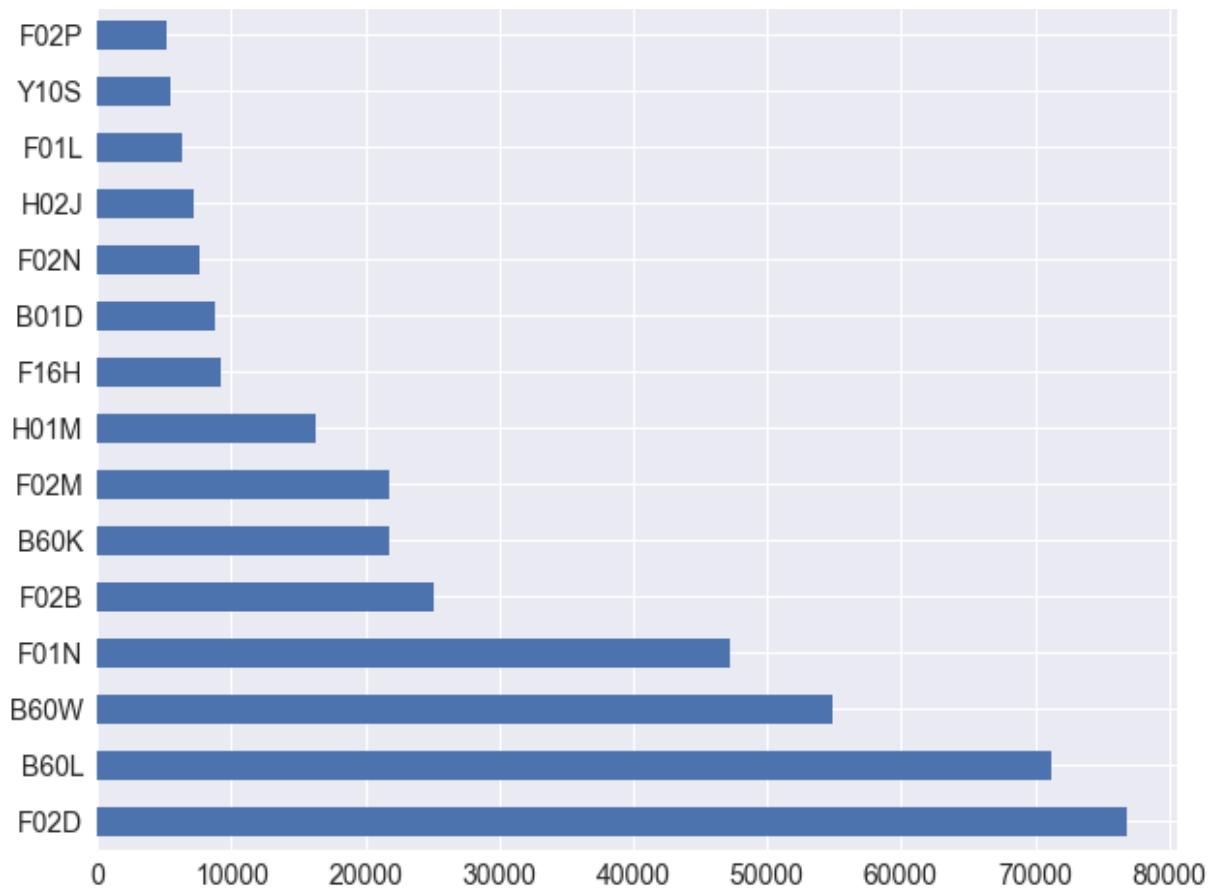


Abbildung 3.2: Anzahl der Y02T_10 Patente nach Gruppierung

Für die Vektorlänge wählen wir im ersten Schritt ad-hoc $k = 15$. In 3.2 sehen wir die Verteilung aller Y02T_10 Patente auf die fünfzehn häufigsten CPC-Klassen. Bei der Gruppe F02D handelt es sich um Patente im Bereich „Controlling Combustion Engines“. Diese Klasse beinhaltet, für die Automobilindustrie eher klassische Patente wie „Treibstoffkontrollsysteme“ und „Motorkontrollsysteme“. Interessant ist beispielsweise die Klasse B60L. Dabei handelt es sich um Patente im Bereich der Elektroantriebe. So geht es hier um Themen wie „Electric propulsion with power supply from forces of nature, e.g. sun or wind“ und „Methods, circuits, or devices

for controlling the traction-motor speed of electrically-propelled vehicles“. Fraglich ist ob wir unsere Patente wie in Jaffe (1989) clustern sollten. Würde man alle Patente in der Automobilindustrie betrachten, wäre eine Einteilung in einzelne Bereiche sicher sinnvoll. Da wir aber explizit Patente einer Gruppe betrachten ($Y02T_10$), ist ein Sinnzusammenhang inhärent gegeben. Ein Clustering ist für unseren Daten also überflüssig.

Für die Einteilung der Patentvektoren folgen wir dem Vorgehen von Jaffe (1989) und ordnen jeder Firma einen Vektor mit den in 3.2 abgebildeten CPC-Klassen zu. Wir gruppieren unsere Daten also nach Firmen und zählen die jeweils angemeldeten Patente pro Patentklasse. Wir erhalten also beispielsweise $f_{\text{honda } F02P} = 371$ und $f_{\text{honda } F02D} = 4710$. So ergibt sich für die Firma Honda folgender Vektor:

$$f_{\text{honda}} = \{371, 773, 628, 496, 478, 520, 627, 902, 1690, 2660, 2003, 2349, 3522, 7218, 4710\}$$

Wir bilden diesen Vektor für jede Firma und wenden anschließend die Metrik aus 3.1 an. Es ergibt sich folgende Distanzmatrix:

	toyota	0	0	0	0	0	0	0	0	0
toyota	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
nissan	0.963	1	0	0	0	0	0	0	0	0
bosch	0.913	0.901	1	0	0	0	0	0	0	0
honda	0.982	0.968	0.891	1	0	0	0	0	0	0
denso	0.910	0.926	0.972	0.898	1	0	0	0	0	0
hyundai	0.950	0.908	0.885	0.953	0.879	1	0	0	0	0
ford	0.962	0.957	0.940	0.948	0.952	0.951	1	0	0	0
mazda	0.656	0.816	0.656	0.686	0.700	0.605	0.741	1	0	0
hitachi	0.891	0.913	0.844	0.923	0.869	0.826	0.827	0.626	1	0
gm	0.974	0.902	0.883	0.948	0.855	0.936	0.929	0.555	0.814	1
	toyota	nissan	bosch	honda	denso	hyundai	ford	mazda	hitachi	gm

Wir lesen: $P_{honda\ toyota} = P_{toyota\ honda} = 0.982$. Wie bereits erwähnt wird der Zähler bei der Kosinus-Ähnlichkeit im Nenner normalisiert. Die Distanzen befinden sich in einem Wertebereich von 0 bis 1, wobei die Firmen bei 1 identisch sind und bei 0 keine Patente in derselben CPC-Klasse halten. Betrachtet man die einzelnen Werte der Matrix, fällt auf, dass sich alle Firmen, bis auf Mazda, sehr nahe stehen. Intuitiv ist dieses Ergebnis sinnvoll. Anders als in Jaffe (1989) vergleichen wir ausschließlich Unternehmen aus einem Industriezweig. Zusätzlich sind die von uns gewählten CPC-Klassen relativ ungenau. Wir betrachten lediglich die CPC-Klassen die uns durch die Gesamtpatentanzahl vorgegeben wird, es ist also möglich, dass eine Firma Patente in einer CPC-Klasse hält, diese aber nicht in unserem Vektor vorkommt. Durch diesen Effekt „verlieren“ wir potentielle Patentklassen, welche unsere Firmen weiter unterscheiden könnten. Um das Problem zu umgehen wählen wir eine andere Vektorzusammensetzung: Sei M die Menge der von uns betrachteten CPC-Klassen. Wähle die größten 30 CPC-Klassen c_{ik} ($i = 1 \dots 30$) für jede unserer zehn Firmen k . Ist c_{ik} nicht in M . Füge c_{ik} M hinzu.

Um für bessere Interpretierbarkeit zu sorgen, wollen wir im nächsten Abschnitt die resultierende Distanzmatrix mittels multidimensionaler Skalierung in einer zweidimensionalen Ebene darstellen.

3.0.8 Multidimensionale Skalierung

Multidimensionale Skalierung (MDS) ist ein Berechnungsverfahren, das dabei helfen soll verdeckte Strukturen in Daten aufzuzeigen (Kruskal 1978). Angenommen man hat eine Karte, die verschiedenen Position amerikanischer Städte zeigt. Durch einfaches messen der Abstände zwischen den Städten, lässt sich eine Tabelle mit den jeweiligen Abstandswerten ausfüllen. Die Rückrichtung dieser Aufgabe ist das Problem der MDS (Kruskal 1978). Im Prinzip geht es also darum N Objekte, geometrisch durch N Punkte zu repräsentieren. Dabei sollen die Abstände zwischen den Punkten im zweidimensionalen Raum, die Unterschiede der Objekte (hier: unsere zehn Firmen) reflektieren können. Bei der klassischen MDS werden die Distanzen zwischen den Objekten mit der euklidischen Metrik berechnet. Da wir bereits eine „eigene“ Distanzmetrik haben, fällt dieser Schritt weg. Ausgehend von unserer Matrix folgen alle weiteren Schritte der MDS dem Shepard-Kruskal Algorithmus. Das Ergebnis der multidimensionalen Skalierung ist, bis auf Rotation und Skalierung, eindeutig. Umgesetzt wird die multidimensionale Skalierung mithilfe der freien Software-Bibliothek „Scikit-learn“.

```

1 # Importieren der Bibliothek
2 from sklearn.manifold import MDS
3
4 # Setze Anzahl der CPC-Klassen pro Firma und random_state für Reproduzierbarkeit:
5 def mds(anzahl=30, random_state = 42):

```

```

6      # Berechnung der Distanzen, Metrik ist die Kosinus-Ähnlichkeit
7      jt = jaffetable(cosine_distance, anzahl)
8      d = jt.to_numpy()
9      N = d.shape[0]
10
11
12      # Korrektur der Indizes
13      for i in range(N):
14          for j in range(i+1,N):
15              d[i,j] = d[j,i]
16
17      # Initialisierung der MDS, zwei Dimensionen, Distanzmatrix ist vorgegeben
18      embedding = MDS(n_components=2, dissimilarity = 'precomputed', random_state = random_state
19                      )
20
21      # Durchführung der MDS
22      m = embedding.fit_transform(d)
23
24      # Erstellung des Plots
25      fig = plt.figure(figsize=(8,8))
26      ax = fig.add_subplot()
27      plt.axis('equal')
28
29      # Übertragung der Koordinanten in den Plot
30      plt.scatter(m[:, 0], m[:, 1], color='navy')
31
32      # Beschriftung der Punkte
33      for i in range(N):
34          plt.annotate(jt.index[i].lower(),(m[i,0] + 0.01, m[i,1]))

```

3.0.9 Interpretation des Graphen

Bei der Interpretation eines MDS-Graphen ist es immer wichtig zu beachten, dass sowohl die Achsen, als auch die absoluten Positionen der Firmen keine Rolle spielen. Es geht lediglich um das Verhältnis der Firmen zueinander. Würde man beispielsweise eine weitere Firma in die Berechnung aufnehmen, werden alle Firmen ihre Positionen ändern, je nachdem in welchem Verhältnis diese zu der neuen, und den anderen, Firmen stehen.

Wir erkennen zunächst ein kleineres Firmencluster, bestehend aus Ford, Bosch und Denso. Da Bosch und Denso Automobilzulieferer sind, könnte man davon ausgehen, dass beide Unternehmen in ähnlichen technologischen Sektoren aktiv sind. So stellen Automobilzulieferer oft Einzelteile wie z.B. Zündkerzen und Schrauben her. Das Cluster Ford, Bosch, Denso (und GM) unterscheidet sich primär durch starke Aktivität in der Patentklassen⁴ F02D (Verbrennungsmotor) und vergleichsweise schwache Aktivitäten in der Patentklasse mit Hauptfokus

⁴Wir betrachten die Patentklassen in Relation zu der jeweiligen Gesamtpatentanzahl

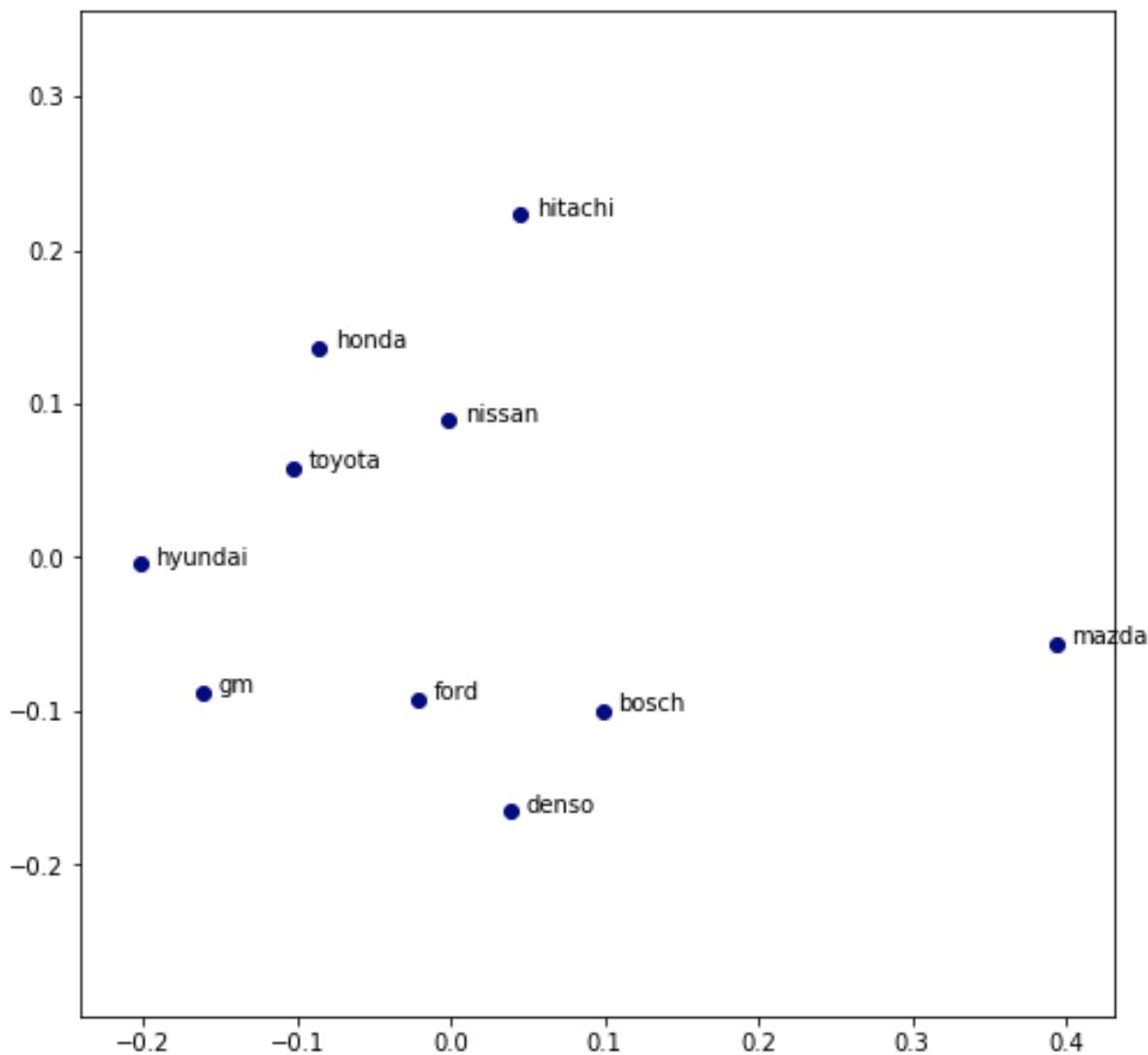


Abbildung 3.3: Graph der multidimensionalen Skalierung nach Patentvektoren

auf Elektromobilität (B60L). Als zweite Gruppe beobachten wir die drei größten japanischen Automobilhersteller: Toyota, Honda und Nissan. Mit 32% aller Neuzulassungen in Japan liegt Toyota an der Spitze, gefolgt von Honda und Nissan zu je 15%.⁵. Die Graphik legt nahe, dass das Patentierverhalten der drei Firmen ähnlich sein muss. Tatsächlich sind die Unternehmen, bis auf kleinere Abweichungen, in denselben Patentklassen aktiv. Primär beobachten wir überdurchschnittliche Aktivitäten in der CPC-Klassen B60L (Elektromobilität). Am interessantesten jedoch ist die Position von Mazda. Während alle anderen Unternehmen mehr oder weniger nahe zueinander stehen, fällt Mazda gänzlich aus dem Muster. Grund dafür ist eine beachtliche Patentzahl in der CPC-Klasse F02D. Genauer handelt es dabei um die Patente der Klassen F02B53/00 und F02B2053/005. Die zugrundeliegende Technologie dieser Patente ist der Wankelmotor. "Mazda hat in Japan einen außergewöhnlichen Hybrid-Antrieb mit Wankelmotor patentieren lassen. Das System arbeitet mit insgesamt drei E-Motoren und soll laut Mazda vor allem leichter

⁵Quelle: <https://www.autoscout24.de/auto/japanische-automarken/> Stand: 6.10.2020

sein als aktuelle elektrische Allradantriebe.⁶ Um Aussagen über die Entwicklung der Technologien zu machen und mögliche Zielrichtung der Unternehmen festzustellen wäre es interessant zu sehen, wie sich die Position der Firmen über mehrere Zeiträume hinweg verändern.

3.0.10 Zeitliche Entwicklung

In Jaffe (1986) wird untersucht welche Technologiecluster über die Zeit an Mitglieder „gewinnen“. Wir wollen zeigen in welche Richtungen sich die Firmen in unserem MDS Plot über zwei Zeiträume hinweg bewegen. Dabei ergibt sich jedoch folgendes Problem: Die Abstände der Firmen zueinander ist immer eindeutig, allerdings können die Firmen im resultierende MDS Graph rotieren. Für dieselbe Lösung gibt es also eine Vielzahl unterschiedlicher Graphen. Das macht es für uns zunächst unmöglich zwei Graphen miteinander zu vergleichen, beziehungsweise die Bewegungsrichtung einer Firma aufzuzeigen. Mithilfe des setzen einer „random_state“-Variable, lassen sich zwar Graphen genau reproduzieren, allerdings verändern sich unseren Ausgangsdaten für den zweiten Zeitraum, damit besteht das Problem also weiterhin. Wir schlagen folgende Lösung vor: wir berechnen den Graphen für den ersten Zeitraum und merken uns die Koordinaten der Punkte. Für den zweiten Graphen berechnen wir den Abstand der resultierenden Koordinaten zu den Koordinaten des ersten Graphen für (beispielsweise) 10000 verschiedene „random_states“. Wir verwenden schließlich die Koordinaten, die den geringsten Abstand zu den Koordinaten des ersten Graphen aufweisen. Damit garantieren wir, dass sich die beiden Graphen sinnvoll vergleichen lassen, ohne dabei falsch implizierte Bewegung der Firmen, durch Rotation des Graphen aufgrund der MDS zu erhalten.

Wir betrachten die Zeiträume der Jahre 2000 bis 2010 und 2011 bis 2018. Daraus ergeben sich die Graphen ??

- Plot

3.0.11 Robustheit

Um die Robustheit der Ergebnisse zu garantieren wurden folgende Maßnahmen durchgeführt. Naheliegend ist es zunächst die Länge der Patentvektoren (K) zu variieren. Je nach Vektorlänge werden mehr oder weniger Patentklassen für die Berechnung berücksichtigt. Um alle relevanten Patentklassen in die Berechnung aufzunehmen, sollte K also möglichst hoch gehalten werden, dabei ist das Ergebnis bei einem Wert von $K = 30$, schon sehr robust, eine weitere Erhöhung der Vektorlänge führt zu keiner signifikanten Veränderung im Graphen. Als nächstes wurde

⁶Quelle: <https://www.electrive.net/2020/04/20/> Stand: 06.10.2020

die Granularität der betrachten Patentklassen verändert. Bis jetzt haben wir nur die ersten vier Stellen der CPC-Klassen betrachtet, davon ausgehend wurden die Patentzahlen der Firmen gruppiert. Betrachtet man beispielsweise die ersten sieben Stellen der CPC-Klassen werden die Patentvektoren „feiner“. So wird die CPC-Klasse F02D, beispielsweise zu F02D_13 und F02D_41. Auch hier finden wir keine signifikante Veränderung des Graphen. Da die Wahl der Distanzmetrik Ergebnisse stark beeinflussen kann, wurde im letzten Schritt statt der Kosinus-Ähnlichkeit die in Bar und Leiponen (2012) beschriebene „min-complement distance“.

$$P_{ij} = 1 - \sum_{k=1}^K \min\{p_{ik}, p_{jk}\} \quad (3.4)$$

Die Motivation hinter der wohldefinierten Metrik ist es irrelevante Patentklassen für die Berechnung der Distanzen zwischen den Firmen i und j nicht zu berücksichtigen. Irrelevante Patentklassen gelten als solche, wenn eine Firma in dieser Patentklasse keine Patente hält. Bar und Leiponen (2012) behauptet, dass die technologische Distanz zwischen zwei Firmen, von den Patentklassen abhängen sollte, in denen beide Firmen aktiv sind. In Gleichung 3.4 werden jeweils die Minima der Patentzahlen pro Klasse und Firma betrachtet. Ergibt sich für den Term $\min\{p_{ik}, p_{jk}\} = 0$, hat das keinen Einfluss auf die Summe. Im Kontext der Robustheitsprüfung ergab das Anwenden der „min-complement distance“, die größte Veränderung (siehe ??). Allerdings bleiben die oben angesprochenen Gruppierungen der Firmen weiterhin bestehen. Letztendlich lässt sich also sagen, dass der Graph der MDS und unser Technologieraum nach Jaffe (1986) in seinem Ergebnis robust ist.

3.0.12 Zusammenfassung

4 Der Technologieraum basierend auf Patentzitaten

In diesem Kapitel wird ein Technologieraum auf Basis von Patentzitaten vorgestellt. Zunächst werde ich die Paper Stuart und Podolny (1996) und Kitahara und Oikawa (2017) zusammenfassen und anschließend die darin vorgestellten Modelle implementieren.

4.0.1 Grundlagen der Literatur

Stuart und Podolny (1996) stellen neben Jaffe (1986) eine andere Möglichkeit vor, wie Unternehmen und deren Technologien in einem Technologieraum dargestellt werden können. Zunächst stellen die Autoren die „lokale Suche“ als eine zentrale Voraussetzung für die Lokalisation von Firmen in einem Technologieraum fest. Bei der lokalen Suche geht es um die Annahme, dass Firmen ihre Forschungs- und Entwicklungskapazitäten in die Bereiche investieren, in denen sie bereits erfahren und profiliert sind. Somit ist es wahrscheinlicher, dass Daimler beispielsweise im nächsten Quartal ihre Forschungsgelder in die Weiterentwicklung des autonomen Fahrens investiert, als in Tierfutter. Ein zitatbasierter Ansatz setzt voraus, dass Unternehmen auf vergangenem Wissen aufbauen. Würden Firmen ihre Innovationsrichtungen also willkürlich wählen, wäre ein solche Herangehensweise sinnlos. Im Hauptteil ihrer Arbeit stellen die Autoren eine Methodik vor, wie sich - anhand von Überschneidungen in Patentzitaten - ein Maß für die Ähnlichkeiten verschiedener Firmen im Forschungs- und Entwicklungsbereich mathematisch als Distanzen berechnen lassen.

Kitahara und Oikawa (2017) erweitern in ihrer Publikation den traditionellen Ansatz von Stuart und Podolny (1996), um Aussagen über die Entwicklung von Technologien in den Vereinigten Staaten zu treffen. Um präzisere Ergebnisse zu erzielen, berücksichtigen die Autoren dabei nicht nur „first-order overlaps“ sondern auch „second-order overlaps“. Dieses Vorgehen ermöglicht es zusätzlich zu den Patentzitaten auf der ersten Ebene, die von den Patentzitaten auf der ersten Ebene wiederum zitierten Patente - die der zweiten Ebene - in das Modell aufzunehmen.

4.0.2 Zielsetzung der Studien

Ziel der Arbeit von Stuart und Podolny (1996) ist es ihren „neu definierten“ Technologieraum durch ein eigenes Beispiel zu motivieren. Mithilfe des definierten Modells wird die Veränderungen der technologischen Positionen zehn japanischer Firmen in der Halbleiterindustrie über einen Zeitraum von 1982 bis 1992 in drei Zeitintervallen dargestellt. Die Darstellung erfolgt mittels multidimensionaler Skalierung. Änderung des strategischen und innovativen Verhaltens sollen mittels der resultierenden Graphik begründet werden. So kann beispielsweise gezeigt werden, dass sich eine Firma aufgrund eines erfolgreichen Strategiewechsels im Technologieraum stark bewegt. Weiterhin versuchen die Autoren Gruppierungen von Firmen im Technologieraum zu interpretieren um möglicherweise die Formierung strategischer Allianzen zu begründen.

In Kitahara und Oikawa (2017) wird ein allgemeineres Bild betrachtet. Anstatt den Effekt der technologischen Distanz auf Firmenebene zu betrachten, untersuchen die Autoren die Beziehung zwischen innovativem Output und Technologieraumformationen. Es wird versucht folgende Kernfrage zu beantworten: Welche Art von Verteilung stimuliert Innovation? Konstruiert man ein Beispiel wird die Fragestellung klarer. Wir nehmen an, alle Firmen in dem Technologieraum sind auf eine technologische Position konzentriert. Wie Jaffe (1986) suggeriert, werden sich alle Unternehmen aufgrund von Spillovers unfreiwillig gegenseitig helfen, denn sind sich alle Unternehmen ähnlich ist es einer Firma schnell möglich innovative Technologien der anderen Firmen selbst umzusetzen. Auf der anderen Seite sind Übertragungseffekte aber gering, wenn sich die Firmen über den kompletten Technologieraum verteilen. Kitahara und Oikawa (2017) untersuchen die Mitte dieser beiden Extrema. Angenommen es gibt zwei, voneinander entfernte Pole, um die sich die Firmen gruppieren. Die beiden Firmengruppen nutzen jeweils unterschiedliche Technologien und wetteifern darum, welche Technologie zum Marktstandard wird.

4.0.3 Der Technologieraum nach Stuart und Podolny (1996)

Nimmt man an, dass Unternehmen ihre Forschungsrichtungen „lokal suchen“, ist die patentbasierte Definition eines Technologieraums relativ intuitiv. Haben Firmen ähnliche Wissensquellen werden sie ähnliche Technologien besitzen und in ähnlichen Technologiesektoren forschen. Demnach werden sich die Firmen im Technologieraum nahe stehen. Die technologische Distanz ist nach Stuart und Podolny (1996) also ein Maß nach Gemeinsamkeiten in Wissensbasen.

Der Koeffizient α_{ij} repräsentiert das Verhältnis, der Anzahl an Wissensquellen auf der Firma j aufbaut, die auch von Firma i genutzt werden. Werden Patentzitate als Analogien für Wis-

sensuellen behandelt so ist der Wert α_{ij} der Anteil der zitierten Patente von Firma j, die auch Firma i zitiert. Die „competition-coefficients“ sind Werte zwischen 0 und 1, wobei die Firmen bei $\alpha_{ij} = 0$ auf keine gemeinsamen Patente zitieren. Für ein System von N Firmen, kann eine asymmetrische $N \times N$ Matrix aufgestellt werden. Die Einträge dieser „community matrix“ sind die Koeffizienten α_{ij} und α_{ji} für ($j = 1, 2, \dots, N; i = 1, 2, \dots, N; i \neq j$).

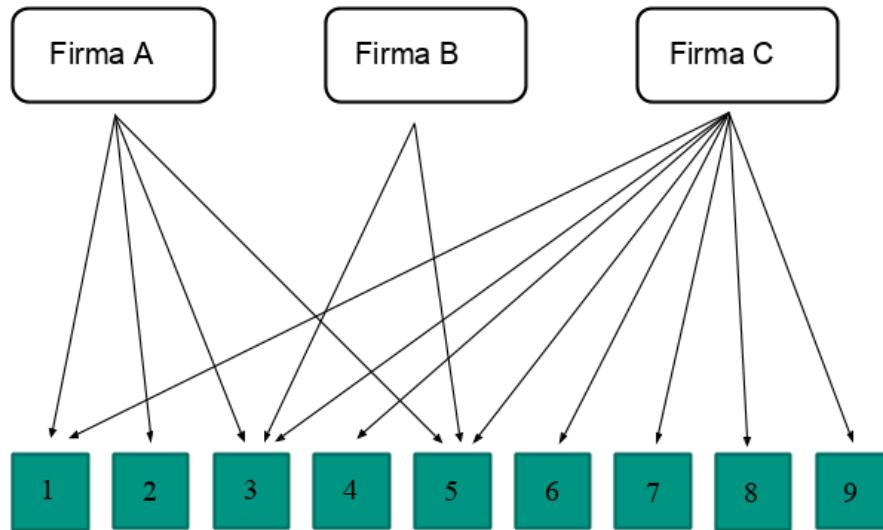


Abbildung 4.1: Beispiel: drei Firmen zitieren Patente

Die Abbildung 4.1 zeigt drei Firmen A, B und C und die Patente 1 bis 9. Der Pfeil von einer Firma zu einem Patent impliziert ein Zitat. So zitiert beispielsweise Firma A insgesamt vier Patente (1, 2, 3 und 5). Firma B zitiert lediglich zwei Patente (3 und 5). Der Koeffizient α_{AB} , ist der Anteil der zitierten Patente von Firma B, die auch von Firma A zitiert werden. Es ergibt sich $\alpha_{AB} = \frac{2}{4} = 0.5$. Da Firma B alle Patente zitiert, die auch von Firma A zitiert werden ergibt sich umgekehrt $\alpha_{BA} = 1$. Die Werte entlang der Hauptdiagonale liefern keine Informationen und werden mit 0 besetzt. Für die Firmen A, B und C ergibt sich folgende „community matrix“:

$$\begin{array}{c} \text{A} \\ \text{B} \\ \text{C} \end{array} \left(\begin{array}{ccc} 0 & 0.50 & 0.75 \\ 1 & 0 & 1 \\ 0.375 & 0.25 & 0 \end{array} \right)$$

A B C

Die „community matrix“, dient als Ausgangspunkt. Firma A baut auf 100% des Wissens der Firma B und 37.5% der Firma C auf. Der Spaltenvektor einer Firma lässt sich auch als deren

„technologische Nische“ verstehen. Um zu untersuchen, wie sich die Firmen im Technologieraum über die Zeit bewegen, definieren die Autoren zunächst die Distanz zwischen Firma i und j zum festen Zeitpunkt t_m . Die (euklidische) Distanz zwischen Firmen ist ein Maß davon, inwieweit sich die technologischen Nischen der Firmen i und j mit denen aller anderen Firmen k überschneiden.

$$d_{jit_m} \equiv d_{ijt_m} = \left\{ \sum_{k=1}^n [(\alpha_{ikt_m} - \alpha_{jkt_m})^2 + (\alpha_{kit_m} - \alpha_{kjt_m})^2] \right\}^{\frac{1}{2}}, k \neq i, j \quad (4.1)$$

Die α 's sind die Wettbewerbskoeffizienten der i'ten und j'ten Dyaden zum Zeitpunkt t_m . Der erste Term ($\alpha_{kit_m} - \alpha_{kjt_m}$) beschreibt die Differenz Nischenüberschneidungen zwischen Firma i und anderen Firmen k und der Nischenüberschneidungen von Firma j und anderen Firmen k. Der zweite Term ($\alpha_{ikt_m} - \alpha_{jkt_m}$) ist die Gegenrichtung. Er gibt an inwieweit sich die technologischen Nischen der Firma k mit denen der Firmen i und j überschneiden.

Um die Distanz zwischen Firmen zu zwei verschiedenen Zeitpunkten festzuhalten, wird weiterhin eine Matrix nach folgender Metrik definiert.

$$d_{it_ljt_m} \equiv d_{jtit_l} = \left\{ \sum_{k=1}^n [(\alpha_{ikt_l} - \alpha_{jkt_m})^2 + (\alpha_{kit_l} - \alpha_{kjt_m})^2] \right\}^{\frac{1}{2}}, k \neq i, j \quad (4.2)$$

Die Idee ist Analog zu 4.1, nur werden jetzt die Differenzen der Nischenüberschneidungen über die Zeitpunkte t_l und t_m gebildet. Sind alle Firmen in jeder Zeitperiode aktiv ergeben sich für die symmetrische Distanzmatrix D, $N * T$ Zeilen und $N * T$ Spalten, wobei N die Anzahl der Firmen, und T die Anzahl der Zeitperioden ist. Im letzten Schritt wird die Matrix mittels multidimensionaler Skalierung (siehe Abschnitt 3.0.8) graphisch dargestellt.

4.0.4 Die Firma Mitsubishi im Technologieraum

Stuart und Podolny (1996) wenden die oben beschrieben Methodik an um Positionsveränderungen zehn japanischen Firmen in der Halbleiterindustrie darzustellen. Für den Technologieraum wurden die Jahre 1982, 1987 und 1992 gewählt. Da es zehn Firmen zu je drei Zeiträumen gibt, hat der resultierende Graph 30 Punkte. Stuart und Podolny (1996) teilen den Technologieraum zunächst in zwei Gruppen ein. Auf der einen Seite befinden sich Firmen, die „einfache“, auf den Mainstream-Konsum basierte Technologien produzieren. Auf der anderen Seite befinden sich

Unternehmen die sich in komplexeren, industriellen Technologiesektoren aufhalten. So produzieren diese Firmen die Kerntechnologien die in einem jeden Computer stecken (beispielsweise Schaltungslogik für Prozessoren). Das Unternehmen Mitsubishi, beschloss Mitte der 80er Jahre aufgrund von Prognosen einen strategischen Wechsel von dem Konsummarkt in den Industriemarkt vorzunehmen. Maßnahmen waren dabei unter anderem eine drastische Erhöhung der Forschungs- und Entwicklungsausgaben um in den Markt für Speicherentwicklung vorzudringen, oder das Herstellen von Intel's Mikroprozessoren. Mithilfe ihrer Darstellung (siehe 4.2) können die Autoren zeigen, dass dieser Strategiewechsel erfolgreich war. Mitsubishi bewegt sich innerhalb des betrachteten Zeitraums im Technologieraum weiter weg von Firmen wie Sony und immer näher zu innovativen Unternehmen wie Hitachi und Toshiba.

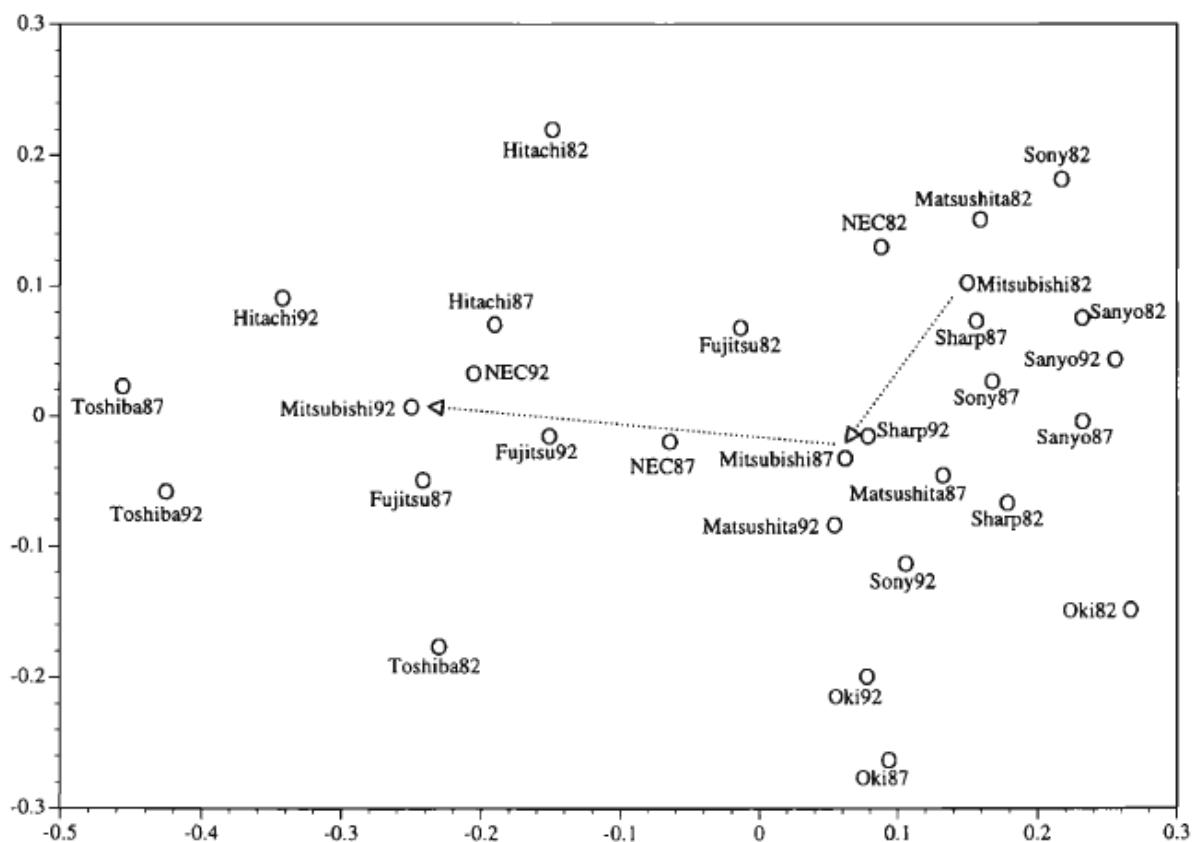


Abbildung 4.2: Technologische Positionen von Firmen in der japanischen Halbleiterindustrie (Stuart und Podolny 1996, S. 30)

4.0.5 Strategische Allianzen

Im Gegensatz zu Spillovers hat eine Firmenallianz symbiotische Eigenschaften. Austausch von Wissen und Technik, soll einen positiven Einfluss auf die Marktposition aller beteiligte Firmen haben. Stuart und Podolny (1996) fanden im Rahmen ihrer Recherche 35 Fälle von Wissensaustausch zwischen den zehn Firmen.

Wie oben bereits erwähnt teilen die Autoren ihren Technologieraum in zwei Bereiche ein. Dabei werden die Firmen der linken Technologieraumhälfte als „core“ bezeichnet. Diese Firmen sind besonders innovativ und können hohe Marktanteile aufweisen. Dazu gehören unter anderem die Firmen Hitachi, Toshiba, NEC, Fujitsu und Mitsubishi nach ihrer Neuorientierung. Auf der anderen Seite des Technologieraums befinden sich Firmen der „periphery“. Firmen wie Sony und Sanyo, die sich auf den Konsumhandel konzentrieren.

Firmen im „core“-Bereich des Technologieraums sind nach Stuart und Podolny (1996) an insgesamt 31 der 35 Partnerschaften beteiligt. Strategische Allianzen finden sich also fast ausschließlich in die Richtungen „core-to-core“, beziehungsweise „core-to-periphery“. Mitsubishi, die Firma die sich innerhalb des Technologieraumes am extremsten bewegt hat, war in allen drei Jahren an den meisten Firmenpartnerschaften beteiligt. Im allgemeinen korreliert die Bewegungsdistanz einer Firma im Technologieraum positiv mit der Anzahl ihrer eingegangenen Partnerschaften (Stuart und Podolny 1996, S. 34). Gerade das Wechseln des Technologieclusters ist für Firmen nur in seltenen Fällen mit eigener Innovationskraft zu bewältigen. Nach Stuart und Podolny (1996) besteht damit ein klarer Zusammenhang zwischen der Affinität einer Firma strategischen Allianzen einzugehen und ihrer Positionierung im Technologieraum. Auch wir konnten im vorherigen Kapitel eine Annäherung der Firma Ford und der Firma Toyota feststellen. Diese Bewegung könnte mitunter durch eine, im Jahre 2011 eingegangene Partnerschaft im Hybridsektor¹ begründet sein.

4.0.6 Erweiterung des Ansatzes nach Kitahara und Oikawa (2017)

Kitahara und Oikawa (2017) erweitern den von Stuart und Podolny (1996) entwickelten, auf Zitaten basierenden Ansatz, um eine weitere Ebene. Die Intuition dahinter ist, dass Zitate von Zitaten (Zitate der „zweiten Ebene“) für die Wissensflüsse weitere, wichtige Informationen beinhalten können. In diesem Abschnitt soll das Modell anhand eines eigenen Beispiels veranschaulicht werden.

4.0.7 Ergebnis

- eine firma hat sich im technology space stark bewegt

¹Quelle: <https://www.forbes.com/sites/altheachang/2011/08/31/ford-toyota-hybrid-partnership/> Stand: 09.10.2020

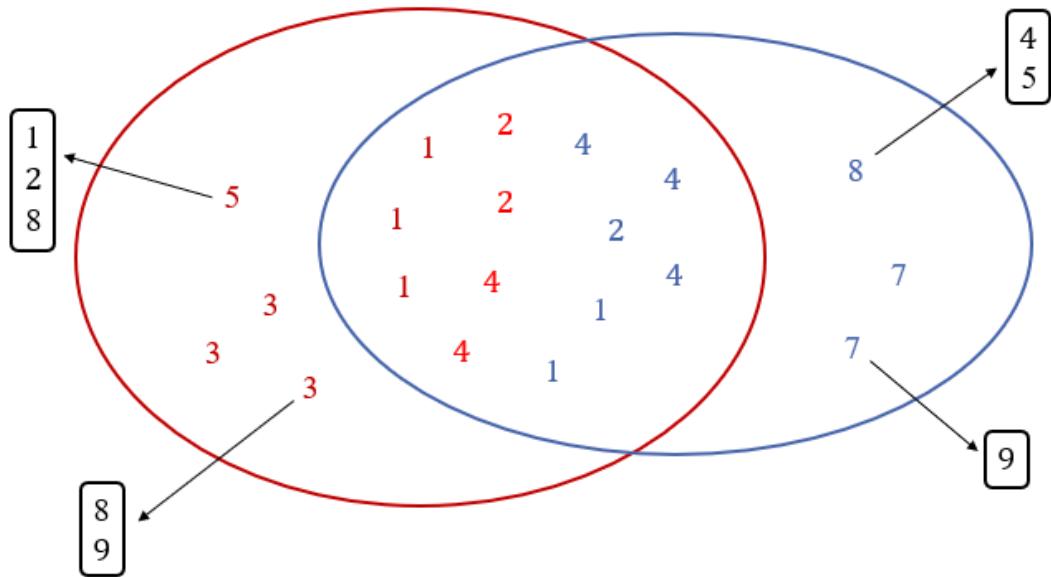


Abbildung 4.3: Zwei Firmen und ihre jeweiligen Patentzitate

4.0.8 Umsetzung

4.0.9 Datenergänzung

- eine firma hat sich im technology space stark bewegt

Durchführung

MDS

Ergebnisse

Literaturverzeichnis

- Bar, T.; A. Leiponen (2012):** A measure of technological distance. In: *Economics Letters* 116(3), S. 457–459.
- Benner, M.; J. Waldfogel (2008):** Close to you? Bias and precision in patent-based measures of technological proximity. In: *Research Policy* 37(9), S. 1556–1567.
- Engelsman, E. C.; A. F. van Raan (1994):** A patent-based cartography of technology. In: *Research policy* 23(1), S. 1–26.
- Jaffe, A. B. (1986):** *Technological opportunity and spillovers of R&D: evidence from firms' patents, profits and market value*. Techn. Ber. national bureau of economic research.
- Jaffe, A. B. (1989):** Characterizing the “technological position” of firms, with application to quantifying technological opportunity and research spillovers. In: *Research Policy* 18(2), S. 87–97.
- Jaffe, A. B.; M. Trajtenberg; R. Henderson (1993):** Geographic localization of knowledge spillovers as evidenced by patent citations. In: *the Quarterly journal of Economics* 108(3), S. 577–598.
- Karki, M. (1997):** Patent citation analysis: A policy analysis tool. In: *World Patent Information* 19(4), S. 269–272.
- Kitahara, M.; K. Oikawa (2017):** Technology Polarization. In: *Tokyo Center for Economic Research (TCER) Paper*(E113).
- Kruskal, J. B. (1978):** *Multidimensional scaling*. 11. Sage.
- Stuart, T. E.; J. M. Podolny (1996):** Local search and the evolution of technological capabilities. In: *Strategic management journal* 17(S1), S. 21–38.