Studie der Uni Hohenheim zu Innovationen in der COVID-19-Krise

19.01.2021 | Berichterstattung weltweit

In ihrer Studie befassten sich die Forschenden mit 136 Innovationen weltweit, die als Reaktion auf die Herausforderungen der COVID-19-Pandemie entstanden sind. Die Studie weist insgesamt auf eine veränderte Innovationslandschaft hin, die durch die Pandemie ausgelöst wurde und weit über die reinen Gesundheitsbelange hinausgeht.

Für die Studie wurden Daten aus der ersten Pandemie-Welle zwischen dem 24. Januar und 1. Mai herangezogen. Sie zeigten 136 durch die Pandemie ausgelöste Innovationen. Dabei stammten 23 Innovationen aus Asien und Ozeanien, 39 aus Europa und 74 aus Nordamerika. Insgesamt ist das Angebot der neuen Produkte und Dienstleistungen breit gefächert: Über ein Abstrichkit, das die Viruslast auf Oberflächen und in Abwässern erfasst bis hin zu virtuell erlebbaren Kinobesuchen oder dem digitalen Besuch des Friseurs.

Identifiziert wurden neun Megatrends, die in der COVID-19-Krise Haupttreiber für Innovationen sind. Vor allem technologiegetriebene Megatrends scheinen zu Innovationen in den Bereichen Gesundheit, Arbeit und Konsum mit künstlicher Intelligenz, der Nutzung von Big Data und Netzwerktechnologien zu führen. Weitere Megatrends beschäftigen sich mit der Frage, wie wir künftig leben und arbeiten werden. So entstehen Innovationen unter anderem im sogenannten Outernet, das Online- und Offline-Welt miteinander verbindet und beispielsweise Echtzeitinformationen zu COVID-19-bezogenen Themen bereitstellt.

Die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler interessierte vor allem, wie schnell Unternehmen auf neue und veränderte Bedürfnisse reagieren, die durch die COVID-19-Krise ausgelöst wurden. Dies ließ sich an der sogenannten lokalen Reaktionszeit ablesen. Sie erfasst die Zeit, wenn das Virus zum ersten Mal die Schwelle von 100 bestätigten COVID-19-Fällen in dem jeweiligen Land überschreitet bis hin zur Einführung von Innovationen. Hier reagierten mit durchschnittlich 38 Tagen weltweit alle Regionen der Welt gleichermaßen schnell. Allerdings brauchten weltweit die Startups neun bis zehn Tage weniger als etablierte Unternehmen, um mit ihren Innovationen auf den Markt zu kommen. Einer der Gründe für diese wesentlich kürzere Reaktionszeit von Startups liege an deen Organisation, durch die sie schneller den gesellschaftlichen Wandel aufgreifen und auf Probleme unterschiedlicher Art reagieren können. Die Forscher beschäftigten sich auch mit der Rolle der Universitäten, die, trotz einen hohen Maßes an Verfahrensregeln, weder wesentlich schneller noch wesentlich langsamer auf die COVID-19-Krise reagierten als etablierte Unternehmen.

In der Veröffentlichung wird außerdem empfohlen wie Startups, etablierte Unternehmen, Universitäten und Politik, den Herausforderungen, die sich aus der COVID-19-Krise ergeben, begegnen können: Mit einer ausgewogenen Kombination aller Typen von Innovatoren und geeigneten Maßnahmen seitens der Politik könnten etablierte Unternehmen von der Wendigkeit und Schnelligkeit der Startups profitieren und Universitäten sich zu unternehmerischen Universitäten entwickeln.

Zum Nachlesen

- Universität Hohenheim (18.01.2021): Corona-Folgen abmildern: Startups sind die Schnellboote für Innovationen (Pressemitteilung zur Studie im Volltext)

Quelle: Universität Hohenheim

Redaktion: 19.01.2021 von Sarafina Yamoah, VDI Technologiezentrum GmbH

Länder / Organisationen: Global

Themen: Innovation, sonstiges / Querschnittsaktivitäten, Strategie und Rahmenbedingungen

Zurück

Weitere Informationen