

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Problemorientierte Einleitung</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Empirische Studien</b>	<b>9</b>
2.1	Motivation und Überblick der empirischen Studien . . . . .	9
2.2	Zu den statistischen Verfahren . . . . .	12
2.2.1	Die Faktorenanalyse . . . . .	12
2.2.2	Nicht-parametrische Regressionsanalyse . . . . .	21
2.2.3	Das Probitmodell . . . . .	25
2.3	Der Datensatz: Das Mannheimer Innovationspanel . . . . .	29
2.4	Wer innoviert in Deutschland? . . . . .	36
2.4.1	Wie läßt sich Innovation messen? - Ein neuer Indikator . . . . .	37
2.4.2	Empirische Ergebnisse . . . . .	42
2.4.3	Fazit . . . . .	69
2.5	Innovationshemmnisse deutscher Unternehmen . . . . .	71
2.5.1	Empirische Ergebnisse . . . . .	72
2.5.2	Fazit . . . . .	86
2.6	Zusammenfassung der empirischen Ergebnisse . . . . .	87
<b>3</b>	<b>Modelltheoretische Analysen</b>	<b>89</b>
3.1	Innovation als spezieller Typ der Investition . . . . .	90
3.1.1	Innovation und Beschäftigung . . . . .	91
3.1.2	Innovationen als öffentliches Gut . . . . .	94
3.1.3	Ertrag und Risiko . . . . .	97
3.2	Kann asymmetrische Information Innovationsanreize schaffen? . . . . .	106
3.2.1	Abgrenzung des Untersuchungsgegenstandes . . . . .	106
3.2.2	Der Modellrahmen . . . . .	111
3.2.3	Informationssymmetrie versus Informationsasymmetrie . . . . .	112
3.2.4	Fazit . . . . .	122

3.3	Redlining kleiner, innovativer Unternehmen in einer options- basierten Analyse . . . . .	124
3.3.1	Der Kredit als Option . . . . .	126
3.3.2	Optionspreistheorie: Black/Scholes . . . . .	129
3.3.3	Kalkulation des Kreditzinses unter Informationsasym- metrie . . . . .	131
3.3.4	Kreditvergabe bei kleinen, innovativen Unternehmen . . . . .	133
3.3.5	Das Clearinghouse mit Informationstechnologie . . . . .	138
3.3.6	Fazit . . . . .	142
4	<b>Zusammenfassung und Ausblick</b>	<b>144</b>
5	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>150</b>