




EconStor und das *metrics-Projekt

*Steffen Lemke
Vernetzungsworkshop 2016
Köln, 30. November 2016*

Folien zur Verfügung gestellt durch Olaf Siegert & Prof. Dr. Isabella Peters

Factsheet *metrics:

- DFG-Projekt im Förderprogramm „Infrastruktur für elektronische Publikationen und digitale Wissenschaftskommunikation“
- **Antragsdauer:** 24 Monate
- **Gesamtvolumen:** ca. 850.000€, davon ca. 230.000€ für die ZBW
- **Projektpartner:**    NIEDERSÄCHSISCHE STAATS- UND UNIVERSITÄTSBIBLIOTHEK GÖTTINGEN
- **Projektziel:** Tieferes Verständnis für verschiedene Nutzungsmetriken entwickeln, insbesondere im Hinblick auf ihre jeweilige Aussagekraft und die Wahrnehmung bei unterschiedlichen Stakeholdern (z.B. Nutzer/innen bzw. Autor/innen)

Factsheet ECONSTOR

- Publikationsserver/Repository der ZBW für wirtschaftswissenschaftliche Fachliteratur.
- Alle Volltexte (Working Papers, Zeitschriftenaufsätze, Konferenzbeiträge etc.) sind im Open Access frei und dauerhaft zugänglich.
Auch die Verbreitung von Texten über Econstor ist kostenfrei
- Weiterverbreitung über Suchmaschinen wie Google oder Google Scholar und verschiedene Kataloge und Datenbanken
- Wichtige Infrastruktur für **LeibnizOpen**
Publikationen aus der Leibniz-Gemeinschaft



Factsheet ECONSTOR

- 125.000 Volltexte (damit eines der größten Repositorien seiner Wissenschaftsdisziplin)
- Wird von über 400 Einrichtungen zur digitalen Verbreitung ihrer Veröffentlichungen im Open Access genutzt

Zu den Kunden gehören z.B.:



Zentrum für Europäische
Wirtschaftsforschung GmbH
Centre for European
Economic Research













Zukunft. Seit 1386.



Nutzung von EconStor-Texten

- Impact spielt eine wichtige Rolle
- Nutzungsmessung von Downloads seit vielen Jahren etabliert
- Standardisierte Messung über „COUNTER Code of Practice“
- Differenzierung nach Ländern
- Monatliche Info-Mails für Herausgeber

Herkunft der Downloads nach Ländern:

Pos.	Land	Downloads	
		Anzahl	Proz.
1	 Germany	466.329	23,25%
2	 United States	422.771	21,08%
3	 China	150.460	7,50%
4	 United Kingdom	123.567	6,16%
5	 Netherlands	54.117	2,70%
6	 France	43.954	2,19%
7	 Canada	34.056	1,70%
8	 Japan	31.674	1,58%
9	 Australia	31.347	1,56%
10	 Austria	29.168	1,45%

EconStor-Papers in Sozialen Netzwerken

- Open-Access-Verfügbarkeit der EconStor-Volltexte ermöglicht breite Nutzung
- Forscher können die Beiträge selbst aktiv und kreativ verbreiten
- Vielfältige Verwendung in Blogs, Wikis und sozialen Netzwerken
- Social-Media-Kanäle erhöhen die Sichtbarkeit und damit die Nutzungszahlen und zudem auch den Bekanntheitsgrad von EconStor



WIKIPEDIA
Die freie Enzyklopädie

EconStor-Papers in Twitter

über

Ergebnisse für econstor

Tweets Top / Alle

José Luis Cárdenas T @PepoCardenasT
Buyer power and suppliers' incentives to innovate
econstor.eu/bitstream/1041...
Öffnen

Bernardo Batiz-Lazo @BatizLazo
From NEP-HPE: Eucken, Hayek, and the Road to Serfd
bit.ly/WrfNiM #twitterstorains
Öffnen

la Nitpickette @laNitpickette
Study: "Nice guys finish last": ppl w/ higher "#tax morale" taxed more heavily (PDF): econstor.eu/bitstream/1041... #OpMsMTakeOver #ethics

ECONSTOR
Make Your Publication Visible

A Service of
ZBW
Leibniz-Informationzentrum
Wirtschaft
Leibniz Information Centre
for Economics

Köhler, Christian; Rammer, Christian

Working Paper
Buyer power and suppliers' incentives to innovate

ZEW Discussion Papers, No. 12-058

Provided in Cooperation with:
ZEW - Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung / Center for European Economic Research

Suggested Citation: Köhler, Christian; Rammer, Christian (2012) : Buyer power and suppliers' incentives to innovate, ZEW Discussion Papers, No. 12-058, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:180-madoc-325603>

This Version is available at:
<http://hdl.handle.net/10419/66126>

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.
Sollten 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.

WWW.ECONSTOR.EU

Leibniz
Information Centre
for Economics

EconStor-Papers in Wikipedia



WIKIPEDIA
The Free Encyclopedia

Main page
Contents
Featured content
Current events
Random article
Donate to Wikipedia

Interaction
Help
About Wikipedia
Community portal
Recent changes
Contact Wikipedia

Toolbox
Print/export

Languages
Deutsch
Français

Article Talk

Intershop Communications

From Wikipedia, the free encyclopedia


Intershop Communications is one of the major providers of **E-Commerce** solutions to large-sized companies world-wide. It was founded in 1992 as "NetConsult" by Stephan Schambach, Karsten Schneider, and Wilfried Beec. It has offices in Jena (Germany), San Francisco (U.S.), and Melbourne (Australia).

Intershop in 1995 created the first German WWW-based online store.^[2] Also in 1995, they created "Intershop Online the first standard software for e-commerce applications",^[3] marketed in the U.S. one year later^[4] (see also **Online shopping**) and continued to be one of the leading software developers for this early time of the market.^[5]


Beyond that it is known as one of the prime German examples for the so-called "**New Economy bubble**" (company value rose to 11 billion USD in 2000 only to fall to penny stock levels in very short time^[3]). At one point, a profit warning by Intershop caused widespread losses for other tech companies; for example, even **SAP's** stock fell by 8%.^[6] The company hardly survived the crash but was able to keep operating and to continue development of its products. In the process, about 30 spin-offs were founded, including Pixaco (later acquired by **Hewlett-Packard**), and **Demandware**.^[3]

It now is a major player in its segment again, having gained new customers as well as strong partners. Since 2010 **GSI Commerce** (owned by **EBay** since 2011) is a major (minority) shareholder in Intershop Communications, using Intershop's software for its own customers.

References

- ^[1] ^[a] ^[b] ^[c] ^[d] ^[e] ^[f] "Intershop - Investor Fact Sheet" . *Intershop - Investor Fact Sheet*. Retrieved 14 April 2012.
- ^[2] ^[a] "Overview from German History Docs" . December 17, 2003. Retrieved April 14, 2012.
- ^[3] ^[a] ^[b] ^[c] Buenstorf, Guido; Fornahl, Dirk (2006). "B2C - bubble to cluster: the dot.com boom, spin-off entrepreneurship, and regional industry evolution" . *Papers on Economics and Evolution*. MPI für Ökonomik. Retrieved April 14, 2012.
- ^[4] ^[a] "Historical NetConsult Press Release" . NetConsult. May 29, 1996. Retrieved April 14, 2012.
- ^[5] ^[a] "Early customer's press release" . Dec. 11, 1996. Retrieved April 14, 2012.
- ^[6] ^[a] "Guardian article on consequences of Intershop profit warning" . The Guardian. January 3, 2001. Retrieved April 14, 2012.

External links

- Intershop Web site 

[edit]

ECONSTOR
Make Your Publication Visible

A Service of
ZBW
Leibniz-Informationszentrum
Wirtschaft
Leibniz Information Centre
for Economics

Buenstorf, Guido; Fornahl, Dirk

Working Paper
B2C - bubble to cluster: the dot.com boom, spin-off entrepreneurship, and regional industry evolution

Papers on economics and evolution, No. 0620

Provided in Cooperation with:
Max Planck Institute of Economics


Suggested Citation: Buenstorf, Guido; Fornahl, Dirk (2006) : B2C - bubble to cluster: the dot.com boom, spin-off entrepreneurship, and regional industry evolution, Papers on economics and evolution, No. 0620

This Version is available at:
<http://hdl.handle.net/10419/31821>

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.
Sollten 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 License (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated license.

WWW.ECONSTOR.EU



*metrics: Zusammenarbeit **ECONSTOR** und Web Science

Mehrwerte

- Symbiose von bibliothekarischen, informationswissenschaftlichen und informatischen Methoden
- Anwendungsbezug und Nutzerbasis
- Besseres Verständnis von *metrics
- Ausbau der Funktionalitäten von EconStor

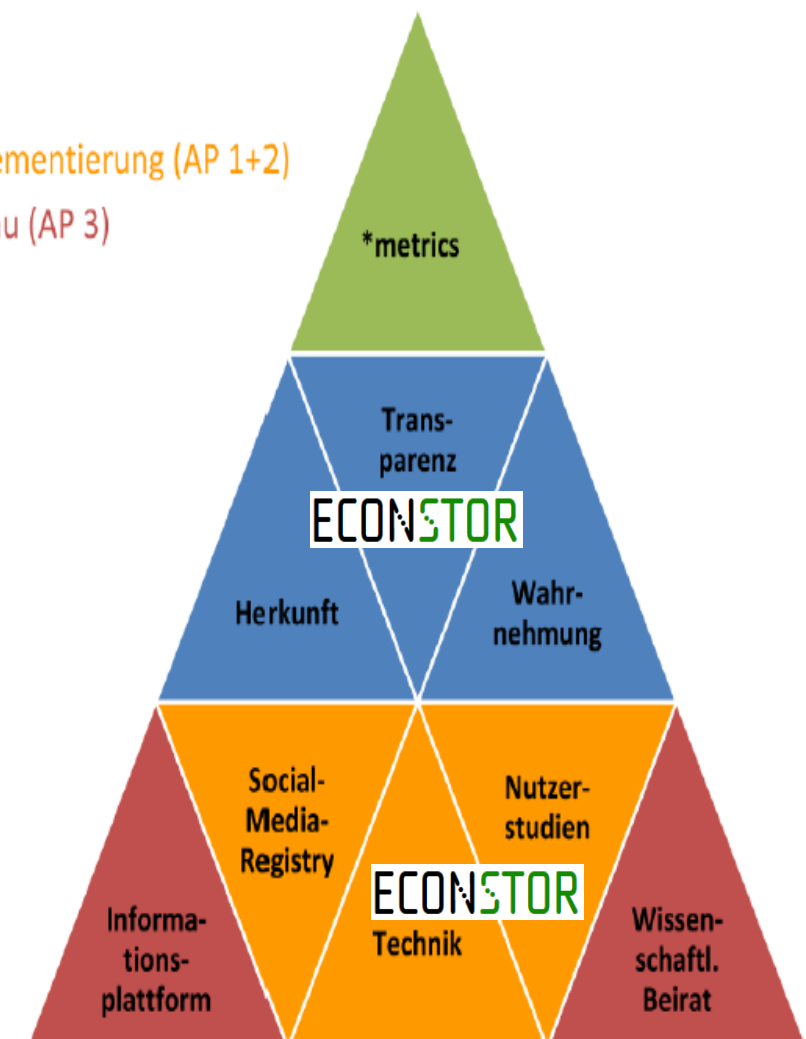
Ziele

- Zielgruppenorientierung: Bedarf erfassen und umsetzen
- Qualitativ hochwertig
- Transparenz schaffen + Akzeptanz erhöhen
 - Open Data, Open Access, metrics

*metrics: Zusammenarbeit ECONSTOR und Web Science

- Welche Aussagekraft haben *metrics und wie werden sie von den Nutzenden interpretiert?
- *metrics = Indikatoren, die eine Interaktion mit einem wissenschaftlichen Produkt widerspiegeln (d.h., Zitationen, Nutzungs- und Ausleih-statistiken, Social-Media-Metriken, etc).
- Explorative Studie
- Laufzeit: 24 Monate

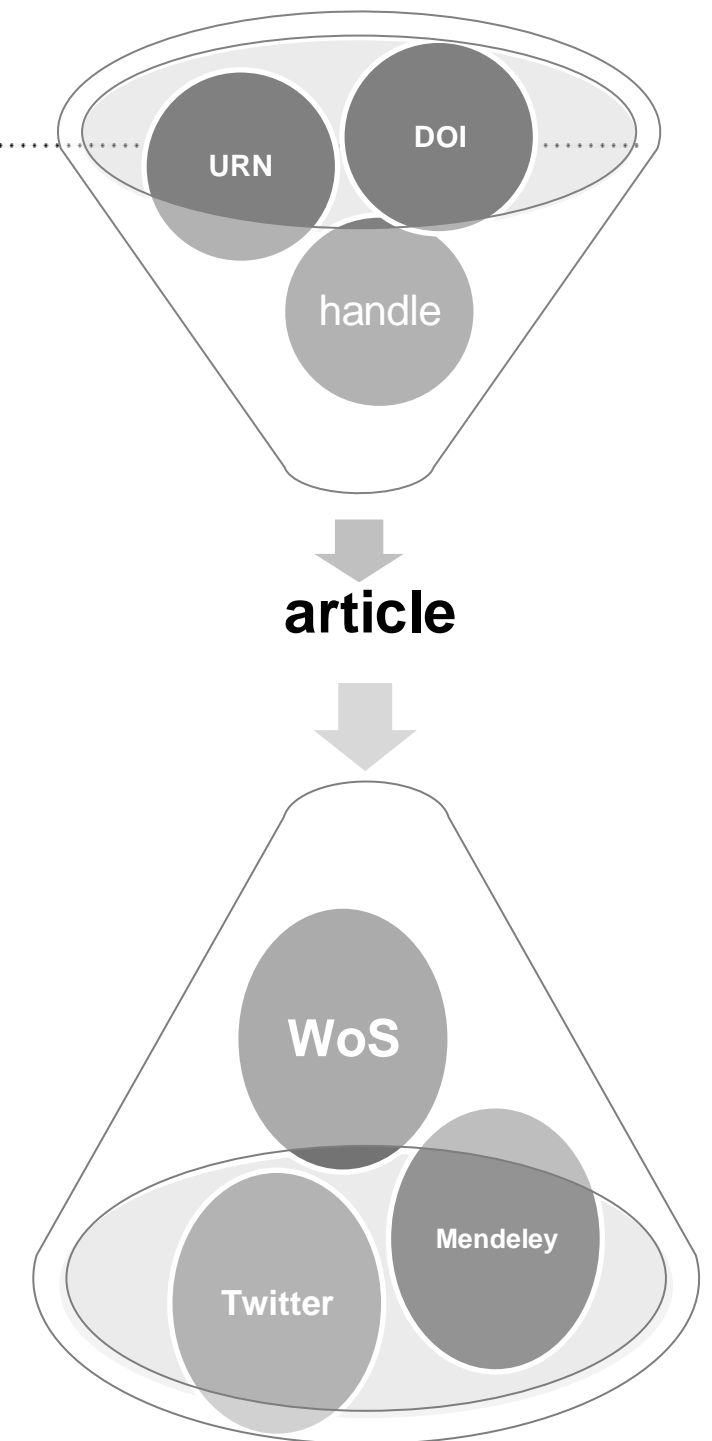
- Projektziele
- Analyse und Implementierung (AP 1+2)
- Community-Aufbau (AP 3)



*metrics: Zusammenarbeit ECONSTOR und Web Science

Technologie-Analyse zur Sammlung + Bereitstellung von *metrics

- Ziele des APs
 - Erstellung einer vollständigen Datenbasis als Grundlage für *metrics-basierte Untersuchungen
 - Deduplizierung der wissenschaftlichen Produkte
 - Zusammenführung aller Referenzierungsformen
- Benefit: vollständige Abdeckung der Identifier bei der Suche führt zu vollständigeren und damit valideren *metrics
- Complete Open Data



*metrics: Zusammenarbeit ECONSTOR und Web Science

Wahrnehmung von *metrics erfassen

- EconStor = Anwendungs- und Rekrutierungsumgebung für die *metrics-Visualisierungen und Testnutzenden
- Community-Feedback zu den Funktionen und der Darstellung einholen
- technische Arbeiten nötig
 - Anpassen evaluierter Software zur *metrics-Aggregation und zur Abfrage der Social-Media-Schnittstellen
 - Lieferung und Aufbereitung der Daten für die Vorhaltung in Datenbanken, um sie wissenschaftlich nutzen zu können

*metrics: Zusammenarbeit ECONSTOR und Web Science

Integration bei Content-Partnern testen (Proof-of-Concept)

- Einbindung der *metrics-Daten bei EconStor
 - Pop-Up-Fenster, Widget, Browser-Fenster, Mouseover-Funktionalität
- Entwicklung einer Datenzugangsmöglichkeit
 - API, Wochenlieferung
- Entwicklung eines Daten-Update-Plans
 - angemessenes Zeitintervall zwischen Crawlingzeitpunkt, Skalierbarkeit der Software und Daten-Aktualität
- Testumgebung für Nutzerstudien