



Patrick Staub (Autor)

**Innovation im Kontext branchenstrukturellen Wandels in der
genossenschaftlichen Weinwirtschaft**
Strategieanalyse und Unterstützungsansätze



<https://cuvillier.de/de/shop/publications/7042>

Copyright:

Cuvillier Verlag, Inhaberin Annette Jentzsch-Cuvillier, Nonnenstieg 8, 37075 Göttingen, Germany
Telefon: +49 (0)551 54724-0, E-Mail: info@cuvillier.de, Website: <https://cuvillier.de>



Inhalt

Abbildungsverzeichnis.....	XI
Tabellenverzeichnis.....	XIII
Abkürzungsverzeichnis.....	XV

1 Einführung

1.1 Problemstellung.....	1
1.2 Zielsetzung	3
1.3 Vorgehensweise	4

2 Grundlagen

2.1 Innovation: Begriff und Klassifikation.....	6
2.1.1 Verwendung des Innovationsbegriffs in der Weinbranche	6
2.1.2 Definitionsansätze	9
2.1.3 Klassifikationsansätze	12
2.1.3.1 Dimensionen der Innovation nach Hauschildt	12
2.1.3.2 Innovationsinhalte in der Landwirtschaft nach Brinkmann	14
2.1.3.3 Neutraler und nicht-neutraler technischer Fortschritt nach Hicks	15
2.1.4 Innovation und technischer Fortschritt in der weinbaulichen Praxis	16
2.1.4.1 Generelle produktionstheoretische Überlegungen	16
2.1.4.2 Historische und aktuelle Innovationen im Weinbau.....	20
2.1.4.3 Effekte von Innovation im Weinbau.....	22
2.2 Struktur und Evolution der deutschen Weinwirtschaft	25
2.2.1 Struktur der deutschen Weinerzeugung.....	25
2.2.1.1 Weinbau	25
2.2.1.2 Betriebsstrukturen im Weinbau.....	27
2.2.1.3 Weinerzeugung	29
2.2.1.4 Struktur des deutschen Weinmarktes.....	30
2.2.2 Genossenschaftliche Weinerzeugung.....	32
2.2.2.1 Struktur der genossenschaftlichen Weinerzeugung	32
2.2.2.2 Konzentrationsprozesse in der genossenschaftlichen Weinproduktion.....	34
2.2.3 Wettbewerbskräfte als Treiber der Branchenevolution	36

3 Stand der Forschung

3.1 Generelle theoretische Ansätze der Innovationsforschung	40
3.1.1 Industrie- und Agglomerationsökonomische Ansätze	40
3.1.1.1 Innovationssysteme und Clustertheorie	41
3.1.1.2 Evolutionsökonomik (Organisational-Ecology-Ansatz)	43
3.1.1.3 Theorie der Konventionen	43
3.1.2 Diffusionstheoretische Ansätze und Netzwerkforschung.....	44
3.1.2.1 Forschungsrichtungen der Diffusionsforschung.....	45
3.1.2.2 Determinanten der Innovationsadoption	48
3.2 Empirische Forschung und Befunde in der Weinwirtschaft.....	49
3.2.1 Industrie- und Agglomerationsökonomische Forschung	49
3.2.2 Diffusions- und Netzwerkforschung.....	52
3.3 Synthese, Erkenntnisse und Forschungsbedarf	57



4 Methodik und theoretischer Bezugsrahmen

4.1 Erhebungsdesign und Datenerfassung	59
4.1.1 Vorstudie.....	60
4.1.1.1 Explorative Experteninterviews	60
4.1.1.2 Gruppeninterview	62
4.1.2 Hauptstudie	63
4.1.2.1 Standardisierte schriftliche Betriebsumfrage	63
4.1.2.2 Rücklauf und Stichprobenstruktur: Deskription des Datensatzes.....	67
4.2 Statistische Auswertung	69
4.2.1 Clusteranalyse.....	70
4.2.2 Statistische Vergleiche der Cluster	72
4.2.2.1 Chi-Quadrat-Test.....	73
4.2.2.2 Einfaktorielle Varianzanalyse (ANOVA) und Post-hoc-Test.....	73
4.2.3 Strukturgleichungsmodellierung mit SmartPLS	75
4.2.3.1 Einführung.....	75
4.2.3.2 Gütebeurteilung formativer Messmodelle	80
4.2.3.3 Gütebeurteilung reflektiver Messmodelle.....	82
4.2.3.4 Gütebeurteilung von PLS-Strukturgleichungsmodellen	83
4.2.3.5 Mediation: Analyse intervenierender Variablen.....	84
4.2.3.6 Moderation: Analyse interagierender Effekte	85
4.3 Theoretischer Bezugsrahmen und Hypothesen der Arbeit	88
4.3.1 Theoriebezüge der Arbeit	88
4.3.1.1 Diffusionstheorie: Verbreitung von Innovationen	89
4.3.1.2 Tretmühlentheorie: Innovation und landwirtschaftlicher Strukturwandel	90
4.3.1.3 Pfadabhängigkeit: Entwicklungsrichtung landwirtschaftlicher Betriebe	92
4.3.1.4 Absorptive Capacity: Wissen als Voraussetzung innovativer Leistungen	93
4.3.1.5 Feldtheorie: Treibende und hemmende Kräfte des Innovationsverhaltens	94
4.3.2 Hypothesen der Strukturgleichungsmodelle	96
4.3.2.1 Modellrumpf (identisch in Modell 1 und 2, Hypothesen 1-7).....	99
4.3.2.2 Modell 1: relativer Innovationszeitpunkt (Hypothesen 8-10).....	102
4.3.2.3 Modell 2: Innovationsleistung (Hypothesen 11-17).....	103
4.3.3 Emergente Innovationsstrategien	105
4.3.3.1 Theoretische Ableitung von Innovationsstrategien	105
4.3.3.2 Charakterisierung der Strategien	108
4.3.3.3 Innovationsgrad und realisierter Wettbewerbsvorteil	110

5 Empirische Analyse I: Strukturgleichungsmodelle des Innovationsverhaltens

5.1 Konzeptionalisierung und Operationalisierung der Konstrukte	112
5.1.1 Überblick über die Konstrukte der Strukturgleichungsmodelle	113
5.1.2 Formative Konstrukte	114
5.1.2.1 Branchen-Lock-In	114
5.1.2.2 Gewinnerzielungsabsicht	116
5.1.2.3 Brancheninteraktion	117
5.1.3 Reflektive Konstrukte.....	119
5.1.3.1 relativer Innovationszeitpunkt.....	119
5.1.3.2 Wissen	120
5.1.3.3 Handlungsabsicht	121



5.1.4	Weitere Konstrukte, Kontroll- und Moderatorvariablen	122
5.1.4.1	Innovationsleistung	122
5.1.4.2	Wachstum	126
5.1.4.3	Risikobereitschaft.....	127
5.1.4.4	Moderatorvariablen	128
5.2	Gütebeurteilung der Messmodelle	131
5.2.1	Gütebeurteilung der formativen Messmodelle	131
5.2.2	Gütebeurteilung der reflektiven Messmodelle.....	133
5.3	Gütebeurteilung der Strukturgleichungsmodelle	135
5.3.1	Gütebeurteilung der PLS-Strukturgleichungsmodelle	135
5.3.1.1	Modellrumpf: Test der Hypothesen 1-7.....	139
5.3.1.2	Modell 1: Test der Hypothesen 8-10.....	140
5.3.1.3	Modell 2: Test der Hypothesen 11-17.....	141
5.3.1.4	Bestimmtheitsmaße (R ²) der endogenen Variablen der Strukturgleichungsmodelle	143
5.3.2	Mediation: Analyse intervenierender Effekte.....	145
5.3.3	Moderation: Analyse der interagierender Effekte.....	149
5.3.3.1	Gruppenvergleich zwischen Haupt- und Nebenerwerbsbetrieben	149
5.3.3.2	Effekte interagierender Variablen.....	155
5.3.4	Hemmende Effekte durch Kontrollvariablen	161
5.3.4.1	Innovationsverzögernde Effekte	163
5.3.4.2	Innovationshemmende Effekte.....	165
5.3.4.3	Wachstumshemmende Effekte.....	168
5.4	Zwischenfazit zu den Strukturgleichungsmodellen.....	169
6	Empirische Analyse II: Emergente Innovationsstrategien	
6.1	Deskriptive Segmentierung emergenter Innovationsstrategien.....	172
6.2	Bestimmung emergenter innovationsstrategischer Cluster	175
6.3	Interpretation und Bezeichnung der Cluster	176
6.4	Vergleich der Clusterschwerpunkte (Mittelwerte)	178
6.4.1	Betriebsstrukturen und Betriebsleiter	178
6.4.2	Innovationsverhalten	183
6.4.2.1	Relativer Innovationszeitpunkt	183
6.4.2.2	Innovationsleistung	185
6.4.2.3	Innovationsgrad	189
6.4.3	Determinanten des Innovationsverhaltens	190
6.4.3.1	Gewinnerzielungsabsicht	190
6.4.3.2	Risikobereitschaft.....	191
6.4.3.3	Wissen	193
6.4.3.4	Handlungsabsicht	194
6.4.3.5	Brancheninteraktion	195
6.4.3.6	Informationsverhalten	197
6.4.4	Potentielle Innovationshemmnisse	198
6.5	Zwischenfazit zu den emergenten Innovationsstrategien.....	202
7	Empirische Analyse III: Bedarfsbezogene Segmentierung	
7.1	Bestimmung bedarfsbezogener Cluster	203
7.2	Interpretation und Bezeichnung der Cluster	205
7.3	Potentiale einer überbetrieblichen Arbeitsorganisation.....	208



7.4	Informations- und Beratungsbedarf der Betriebscluster	210
7.5	Zwischenfazit zur bedarfsbezogenen Segmentierung.....	214

8 Diskussion und Schlussfolgerungen

8.1	Strukturgleichungsmodelle des Innovationsverhaltens.....	216
8.1.1	Theorien und Erklärungsgehalte der Strukturgleichungsmodelle	216
8.1.1.1	Pfadabhängigkeit und Tretmühlentheorie.....	216
8.1.1.2	Feldtheorie	219
8.1.1.3	Diffusionstheorie und Absorptive Capacity Theorie	220
8.1.2	Praktische Ansatzpunkte der Innovationsbeeinflussung	221
8.1.2.1	Treibende Faktoren.....	222
8.1.2.2	Hemmende Faktoren	226
8.1.3	Diskussion der Methodik	233
8.1.3.1	Kritische Würdigung der Strukturgleichungsmodellierung mit SmartPLS.....	233
8.1.3.2	Messmodelle der Strukturgleichungsmodelle	235
8.2	Emergente Innovationsstrategien	238
8.2.1	Parallelen zwischen den Ergebnissen und der Tretmühlentheorie	239
8.2.2	Charakterisierung des ‚Innovators‘	241
8.2.3	Sind ‚Innovatoren‘ wirtschaftlich erfolgreicher?.....	242
8.2.4	Zukünftige Evolution der Mitgliederstrukturen in Winzergenossenschaften.....	244
8.3	Bedarfsorientierte Segmentierung	246

9	Zusammenfassung	250
---	-----------------------	-----

Summary.....	253
--------------	-----

Literatur	255
-----------------	-----

Anhang

Interaktionseffekte	ii
Effekte der Kontrollvariablen	ix
Fragebogen der standardisierten schriftlichen Betriebsumfrage	xi
Wirkungsbereich und Expertise der interviewten Experten.....	xviii
Gesprächsleitfaden der explorativen Experteninterviews	xix
Gesprächsleitfaden des Gruppeninterviews.....	xxi