

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-------------|
| Abbildungsverzeichnis..... | XIII |
| Tabellenverzeichnis..... | XV |
| Abkürzungsverzeichnis..... | XVII |
| 1 Einleitung | 1 |
| 1.1 Ausgangslage | 1 |
| 1.2 Problemstellung „Traditionell innovativ?“ | 2 |
| 1.3 Zielsetzung..... | 2 |
| 1.4 Forschungsfragen | 3 |
| 1.5 Forschungsmethode | 3 |
| 1.6 Aufbau | 3 |
| 2 Familienunternehmen | 5 |
| 2.1 Begriffsdefinitionen | 5 |
| 2.1.1 Familie | 5 |
| 2.1.2 Unternehmen | 6 |
| 2.1.3 Familienunternehmen | 7 |
| 2.2 Einordnung in die aktuelle Forschung | 10 |
| 2.3 Besonderheiten von Familienunternehmen..... | 11 |
| 2.4 Die Verknüpfung von Familie, Unternehmen und Eigentum | 15 |
| 2.4.1 Erfolgsfaktoren von Familienunternehmen..... | 16 |
| 2.4.2 Risikofaktoren von Familienunternehmen | 19 |
| 2.4.3 Fazit - Familiness..... | 21 |
| 2.5 Familienunternehmen in Österreich | 22 |
| 2.6 Das Familienunternehmen im Zeitverlauf | 25 |
| 2.6.1 Die Lebenszyklen eines Familienunternehmens..... | 25 |
| 2.6.2 Generations- und Führungswechsel..... | 26 |
| 3 Innovationskraft | 28 |
| 3.1 Begriffsdefinitionen | 28 |
| 3.1.1 Innovation..... | 28 |
| 3.1.2 Innovationskraft | 31 |
| 3.1.3 Innovationsmanagement..... | 34 |
| 3.2 Einordnung in die aktuelle Forschung | 35 |
| 3.3 Innovation | 37 |
| 3.3.1 Innovationen als Antriebskräfte der Wirtschaft | 37 |

| | |
|---|-----------|
| 3.3.2 Innovationen als Wettbewerbsfaktor..... | 37 |
| 3.3.3 Innovationsarten | 38 |
| 3.3.4 Die Bedeutung von Innovationen im Tourismus | 41 |
| 3.3.5 Die Messung von Innovation | 42 |
| 3.4 Die Elemente der Innovationskraft..... | 45 |
| 3.4.1 Innovationsbereitschaft..... | 45 |
| 3.4.2 Innovationsfähigkeit(en)..... | 46 |
| 3.4.3 Innovationstätigkeit..... | 49 |
| 3.5 Innovationskraft im Tourismus..... | 50 |
| 3.6 Die Messung der Innovationskraft | 52 |
| 3.7 Innovationsmanagement als Konsequenz von Innovationskraft..... | 53 |
| 4 Die Innovationskraft touristischer Familienunternehmen | 56 |
| 4.1 Strukturgleichungsmodell | 57 |
| 4.1.1 Theoretische Grundlagen | 57 |
| 4.1.2 Modellelemente | 58 |
| 4.2 Schritte zur Erstellung und Analyse eines Strukturgleichungsmodells..... | 61 |
| 4.3 Literaturbasierte Identifikation möglicher Einflussfaktoren | 62 |
| 4.3.1 Unternehmensinterne Faktoren..... | 62 |
| 4.3.2 Unternehmensexterne Faktoren | 73 |
| 4.3.3 Tourismusbezogene Faktoren | 78 |
| 4.3.4 Faktoren in Bezug auf familiengeführte Unternehmen..... | 82 |
| 4.3.5 Outputfaktoren..... | 84 |
| 4.4 Literaturbasiertes Modell zur Erklärung der Innovationskraft touristischer Familienunternehmen | 85 |
| 4.5 Modellreflexion und Modellkritik..... | 87 |
| 5 Empirische Überprüfung des Modells | 88 |
| 5.1 Hypothesenbildung | 88 |
| 5.1.1 Hypothese 1..... | 88 |
| 5.1.2 Hypothese 2..... | 88 |
| 5.1.3 Hypothese 3..... | 89 |
| 5.1.4 Hypothese 4..... | 90 |
| 5.1.5 Hypothese 5..... | 90 |
| 5.2 Quantitative Datenerhebung zur Überprüfung des Modells..... | 91 |
| 5.2.1 Online-Befragung..... | 91 |
| 5.2.2 Grundgesamtheit..... | 93 |
| 5.2.3 Stichprobenauswahl | 93 |

| | | |
|----------|---|------------|
| 5.2.4 | Datenerhebung und Datenauswertung..... | 96 |
| 5.2.5 | Methodenreflexion und Methodenkritik..... | 97 |
| 5.3 | Allgemeine Ergebnisse der Befragung..... | 98 |
| 5.4 | Ergebnisse in Bezug auf die Einflussfaktoren | 102 |
| 5.4.1 | Voruntersuchungen zur Faktorenanalyse..... | 102 |
| 5.4.2 | Faktorenanalyse zur Bestimmung der Einflussfaktoren | 105 |
| 5.4.3 | Regressionsanalysen..... | 118 |
| 5.4.4 | Empirisch überprüfetes Modell | 121 |
| 5.5 | Hypothesendiskussion..... | 123 |
| 5.5.1 | Hypothese 1..... | 123 |
| 5.5.2 | Hypothese 2..... | 123 |
| 5.5.3 | Hypothese 3..... | 124 |
| 5.5.4 | Hypothese 4..... | 124 |
| 5.5.5 | Hypothese 5..... | 125 |
| 5.6 | Limitationen in Bezug auf die durchgeführten Analysen | 127 |
| 6 | Beantwortung der Forschungsfragen | 128 |
| 7 | Schlussbetrachtung | 131 |
| 7.1 | Zusammenfassung..... | 131 |
| 7.2 | Kritische Reflexion | 132 |
| 7.3 | Ausblick | 133 |
| 8 | Literaturverzeichnis | 135 |
| 9 | Anhang..... | 155 |
| 9.1 | Faktorensammlung..... | 155 |
| 9.1.1 | Unternehmensinterne Faktoren..... | 155 |
| 9.1.2 | Unternehmensexterne Faktoren | 168 |
| 9.1.3 | In Bezug auf touristische Unternehmen | 173 |
| 9.1.4 | In Bezug auf familiengeführte Unternehmen | 177 |
| 9.1.5 | Outputvariablen | 180 |
| 9.2 | Fragebogen..... | 181 |

Die Innovationskraft von touristischen
Familienunternehmen
Faktoren für entscheidende Wettbewerbsvorteile
Strobl, J.
2014, XVII, 186 S. 64 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-04566-1