

Christoph Janello

Wertschöpfung im digitalisierten Buchmarkt

GABLER RESEARCH

Markt- und Unternehmensentwicklung / Markets and Organisations

Herausgegeben von

Professor Dr. Dres. h. c. Arnold Picot

Professor Dr. Professor h. c. Dr. h. c. Ralf Reichwald

Professor Dr. Egon Franck

Professorin Dr. Kathrin Möslein

Der Wandel von Institutionen, Technologie und Wettbewerb prägt in vielfältiger Weise Entwicklungen im Spannungsfeld von Markt und Unternehmung. Die Schriftenreihe greift diese Fragen auf und stellt neue Erkenntnisse aus Theorie und Praxis sowie anwendungsorientierte Konzepte und Modelle zur Diskussion.

Christoph Janello

Wertschöpfung im digitalisierten Buchmarkt

Mit einem Geleitwort von
Prof. Dr. Dres. h. c. Arnold Picot



RESEARCH

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

Dissertation Universität München, 2010

1. Auflage 2010

Alle Rechte vorbehalten

© Gabler Verlag | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2010

Lektorat: Ute Wrasmann | Sabine Schöller

Gabler Verlag ist eine Marke von Springer Fachmedien.

Springer Fachmedien ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.

www.gabler.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Printed in Germany

ISBN 978-3-8349-2283-0

Geleitwort

Medienmärkte sind in besonderer Weise von der Digitalisierung betroffen. Ein sehr traditionsreicher Teil der Medienmärkte sind Buchmärkte. Seit der Erfindung des Buchdrucks haben sie sich schrittweise entwickelt und sind zu einem festen Bestandteil des kulturellen und wirtschaftlichen Lebens geworden. Die digitale Revolution der letzten Jahre hat auch diesen Markt zumindest teilweise erfasst und stark verunsichert – zum einen in der Weise, dass der Handel mit Büchern, auch mit gedruckten Büchern, immer häufiger online abgewickelt wird; diese Änderung betrifft vor allen Dingen die Struktur des Buchhandels; zum anderen werden Bücher selbst digitalisiert und elektronisch verfügbar gemacht, sei es über klassische Zugangssysteme wie Personal Computer und Notebooks, z. T. auch über mobile Endgeräte wie Smartphones, sei es über spezifische Lesegeräte für elektronische Bücher. Insofern könnte man meinen, dass der Buchmarkt vor einer Umwälzung steht, denn selbst wenn nur ein relativ geringer Anteil des Buchhandels digital verläuft und zusätzlich auch nur ein relativ geringer Teil des Buchmarktes von gedruckten auf elektronische Versionen überwechselt, würde dies erhebliche Strukturveränderungen zur Folge haben. Daher ist es sinnvoll, sich mit den Veränderungen des Buchmarktes vor dem Hintergrund der Digitalisierung zu befassen und zu fragen, welche Perspektiven sich für Verleger, Handel und andere einschlägige Dienstleister unter dem Einfluss der Digitalisierung stellen. Dies ist der Ansatzpunkt der vorliegenden Dissertation. Sie möchte die Veränderungen der Wertschöpfung im Buchmarkt erfassen, die Akteure, die Gewinner und/oder Verlierer sein können, identifizieren und die Potenziale für neue Geschäftsmodelle erkennen.

Hierzu legt der Verfasser zunächst die theoretischen Grundlagen, indem er in kompakter Form sowohl die grundlegenden Ansätze zur Beschreibung von Wertschöpfungsprozessen, Intermediäre in der Medienbranche, das Konzept eines Geschäftsmodells sowie medienökonomische Gesetzmäßigkeiten und die Delphimethodik, mit der er einen Teil seiner empirischen Erforschungen untermauert, darlegt. Es folgt eine gelungene Analyse des Buchmarktes wie er sich jetzt darstellt, die neben einer fundierten Begriffsabgrenzung auch eine Analyse der Marktstrukturen und der regulativen Rahmenbedingungen umfasst. Gestützt auf eine überzeugend durchgeführte Delphi-Studie werden anschließend verschiedene differenzierte Er-

kenntnisse zum Einfluss der Digitalisierung auf die traditionelle Branchenstruktur gezeigt und neuartige Geschäftsmodelle skizziert, die sich grob in Herstellung, Handel und Dienstleistung differenzieren lassen und deren praktische Relevanz durch konkrete Beispiele untermauert wird. Sowohl die systematisch theoretischen Überlegungen wie auch die empirischen Ergebnisse führen schließlich zu der Formulierung von 22 Thesen, die die Gegenwart und vor allen Dingen die Zukunft des Buchmarktes unter dem Einfluss der Digitalisierung auf Basis der gewonnenen Erkenntnisse kennzeichnen. Alleine diese Thesen sind von großem Wert für die medienökonomische sowie die medienpolitische und die praktische Diskussion auf diesem Gebiet.

Es ist zu erwarten, dass diese Arbeit, die sich gleichermaßen an Wissenschaft und Praxis wendet, das Wissen und die Diskussion um die Zukunft des Buchmarktes, die sich derzeit ja vehement entfaltet, bereichern und qualitativ verbessern wird.

Arnold Picot

Vorwort

Dass die Digitalisierung eines Tages auch die Buchbranche vor ernste, teilweise existenzielle Herausforderungen stellen würde, war im Jahr 2006, als ich die ersten Schritte zu dieser Dissertation unternahm, noch schwer vorstellbar. Zu stark schien der Buchbegriff an der gedruckten und gebundenen Herstellungsweise zu hängen.

Doch gerade die scheinbare Digitalisierungs-Immunität, verbunden mit der großen wirtschaftlichen Bedeutung des Buchmarktes, faszinierte mich an diesem Forschungsfeld. Es galt zu untersuchen, inwieweit die bereits vorliegenden wissenschaftlichen Analysen der Mediendigitalisierung auf den komplexen, differenzierten Buchmarkt übertragen werden können. Die Heterogenität des Buchmarktes wird dabei häufig unterschätzt, dementsprechend stellte sie eine große Herausforderung bei meinen Untersuchungen dar. Zudem musste die Frage beantwortet werden, was ein Buch eigentlich ist – wenn nicht ein gebundener Stapel von Papierseiten.

Das interdisziplinäre Forschungsprojekt *Intermedia* war ein idealer Inkubator für die Frühphase meiner Dissertation. Die damit verbundene Auseinandersetzung mit den Veränderungen der Wertschöpfungsstrukturen der Medienbranche aus theoretischer und praktischer Perspektive erwies sich als ein stabiles Fundament für mein Dissertationsprojekt. Aus *Intermedia* ergab sich auch die Delphistudie mit vielen aufschlussreichen Experteneinschätzungen als empirisches Fundament der Arbeit.

Auch nach dem Ende von *Intermedia* gab mir die fortdauernde Tätigkeit als Assistent am Institut von Professor Dr. Dres. h.c. Arnold Picot eine anregende wissenschaftliche Atmosphäre und den nötigen Freiraum zur Weiterentwicklung und Fertigstellung meiner Dissertation. Hierfür und für die stets aufgeschlossene, konstruktive und oftmals implizit wegweisende Betreuung gebührt meinem Doktorvater Professor Arnold Picot mein aufrichtiger Dank.

Bedanken möchte ich mich auch bei Professor Dr. Thomas Hess für die wohlwollende Begleitung meines Projekts und für die Übernahme des Korreferats. Für wertvolle Unterstützung insbesondere in der Anfangsphase bedanke ich mich bei meinen *Intermedia*-Kollegen Matthias Kempf und Martin Schmid. Wertvolle Hinweise und Anregungen erhielt ich auch von Sophie Ahrens, Jakob Assmann, Marco van Baal,

Oliver Baumann, Julia Gallenkamp, Nico Grove, Johann Kranz, Rahild Neuburger, Kathrin Sattler und vielen anderen – hierfür herzlichen Dank.

Neben der fachlichen Perspektive ist für die Erstellung einer Dissertation auch die persönliche Unterstützung unabdingbar. Hierfür bedanke ich mich insbesondere bei meiner langjährigen Freundin Christine Buchner, meinen Eltern und bei meinem Bruder Philipp.

Betrachtet man die jüngsten Meldungen und Produktvorstellungen, so scheinen fast ausschließlich moderne, spezifische wie multifunktionelle Lesegeräte für E-Books die Digitalisierung des Buchmarktes voranzutreiben. Dass diese eine wichtige, aber eben nur eine Komponente unter vielen Transformationsprozessen der Digitalisierung darstellen, zeigt meine nachstehende Arbeit. Ich bin mir sicher, durch die strukturierte Aufarbeitung des komplexen Themas wertvolle Erkenntnisse für die Betrachtung aus wissenschaftlicher wie praktischer Perspektive liefern zu können und wünsche den Lesern eine angenehme und aufschlussreiche Lektüre.

Christoph Janello

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort	VII
Inhaltsverzeichnis	IX
Abkürzungsverzeichnis	XIII
Abbildungsverzeichnis	XV
Tabellenverzeichnis	XVII
1 Einleitung	1
1.1 Forschungsbedarf und Zielsetzung	2
1.2 Forschungsdesign und Aufbau der Arbeit	5
2 Theoretische Grundlagen	9
2.1 Ansätze zur Beschreibung von Wertschöpfungsprozessen	9
2.1.1 Das Konzept der Wertschöpfung	9
2.1.2 Wertschöpfung auf der Mikroebene	12
2.1.3 Wertschöpfung auf der Mesoebene	14
2.1.4 Dynamik in Wertschöpfungssystemen	20
2.2 Intermediäre in der Medienbranche	21
2.2.1 Intermediation	22
2.2.2 Disintermediation und Reintermediation	25
2.2.3 Intermediation und Disintermediation in Medienmärkten	28
2.3 Das Konzept „Geschäftsmodell“	30
2.3.1 Definitionen	30
2.3.2 Dimensionen	32
2.4 Medienökonomische Gesetzmäßigkeiten	35
2.4.1 Besonderheiten von Informationsgütern	35
2.4.2 Kosten- und Erlösstruktur	36

2.4.3	Ökonomische Netzwerktheorie	37
2.5	Die Delphimethodik	40
2.5.1	Studienablauf.....	41
2.5.2	Klassifikation von Delphistudien	44
2.5.3	Wissenschaftliche Fundierung	47
2.5.4	Vorteile und Nachteile der internetgestützten Umsetzung	49
2.6	Zwischenfazit I.....	52
3	Der Buchmarkt.....	53
3.1	Begriffsabgrenzungen	53
3.1.1	Buch und E-Book.....	53
3.1.2	Buchhandel	56
3.2	Traditionelle Wertschöpfungsstruktur	57
3.3	Segmente des Buchmarktes	60
3.4	Wirtschaftliche Kennzahlen	61
3.4.1	Verlage.....	61
3.4.2	Buchhandel	63
3.5	Wertschöpfung und Erlösquellen.....	65
3.6	Regulatorische Eingriffe	66
3.7	Zwischenfazit II.....	69
4	Veränderungen durch Digitalisierung	70
4.1	Digitalisierung der Herstellung	70
4.2	Digitalisierung des Produktes	77
4.3	Digitalisierung des Vertriebs	83
4.4	Digitalisierung der Nutzung.....	89
4.5	Differenzierung nach Branchensegmenten.....	91
4.6	Nutzungsverhalten und Medienkonkurrenz	93
4.7	Zwischenfazit III.....	94
5	Konsequenzen für die Wertschöpfung im Buchmarkt	97
5.1	Das neue Wertschöpfungssystem	97

5.2	Veränderungen in den Erlösstrukturen	102
5.3	Neue und weiterentwickelte Geschäftsmodelle	104
5.3.1	Geschäftsmodelle in der Herstellung.....	109
5.3.2	Geschäftsmodelle im Handel	118
5.3.3	Dienstleistungsbasierte Geschäftsmodelle.....	128
5.3.4	Geschäftsmodelle im Vergleich	131
5.4	Illustrierung der Geschäftsmodelle durch Fallstudien.....	135
5.4.1	Die Fallstudienmethodik.....	135
5.4.2	Onlinebasierter Direktvertrieb von Fachinformationen: Beck online	138
5.4.3	Individualisierte Inhaltebündelung: Tripwolf.....	139
5.4.4	E-Book Vertrieb durch den (Zwischen-)Buchhandel: Libri.de	142
5.4.5	Marktplatz für E-Books: XinXii	143
5.4.6	E-Books für Bibliotheken: Ciando	144
5.5	Zwischenfazit IV	146
6	Schlussbetrachtung: Thesen und Perspektiven	148
6.1	Das Buch und seine Nutzung.....	148
6.2	Die Wertschöpfungsstruktur	152
6.3	Geschäftsmodelle.....	159
6.4	Fazit und Ausblick.....	165
	Literaturverzeichnis	169
	Anhang	195
	Stichwortverzeichnis.....	197

Abkürzungsverzeichnis

ADEPT	Adobe Digital Experience Protection Technology
B2B	Business to Business
B2C	Business to Consumer
BoD	Book on Demand
DOI	Digital Object Identifier
DRM	Digital Rights Management
DTD	Document Type Definition
EAN	European Article Number
FTP	File Transfer Protocol
IDR	Intermediation-Disintermediation-Reintermediation
IDPF	International Digital Publishing Forum
ISBN	International Standard Book Number
ISDN	Integrated Services Digital Network
LCD	Liquid Crystal Display
OCF	Open eBook Publication Structure Container Format
OPF	Open Packaging Format
OPS	Open Publication Structure
PDF	Portable Document Format
PoD	Print on demand
SGML	Standard Generalized Markup Language
VCS	Value Creating System
XML	Extensible Markup Language
XSL-FO	Extensible Stylesheet Language – Formatting Objects

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Identifizierter Forschungsbedarf	3
Abbildung 2: Forschungsdesign der Arbeit	6
Abbildung 3: Aufbau der Arbeit in schematischer Darstellung	8
Abbildung 4: Betrachtungsebenen der Wertschöpfung	12
Abbildung 5: Die Wertschöpfungskette eines Unternehmens nach Porter (2000)...	13
Abbildung 6: Die Wertschöpfungskette einer Branche und ihre Dimensionen	15
Abbildung 7: Shaper-Adapter-Beziehungen eines Business Webs.....	17
Abbildung 8: Darstellung eines Wertschöpfungssystems nach dem Value Net Ansatz von Parolini	19
Abbildung 9: Reduktion der Transaktionskosten durch den Baligh-Richartz-Effekt .	23
Abbildung 10: Der IDR-Zyklus nach Chircu/Kauffman (1999)	27
Abbildung 11: Zwei Ebenen der Wertschöpfungsarchitektur (schematische Darstellung)	34
Abbildung 12: Vorgehen bei der Durchführung einer Delphistudie, in Anlehnung an Skulmoski/Hartman/ Krahn (2007).....	42
Abbildung 13: Änderungstendenz der Gruppenmeinung über die Befragungsrunden hinweg	48
Abbildung 14: Klassisches Wertschöpfungssystem der Buchbranche	58
Abbildung 15: Umsatzanteile der Warengruppen im Buchmarkt 2008	61
Abbildung 16: Umsatzanteile im Buch Einzelhandel nach Vertriebswegen im Jahr 2008	63
Abbildung 17: Wertschöpfungsaktivitäten der traditionellen Buchherstellung	70
Abbildung 18: Mögliche Ausprägungen der Disintermediation im Vertrieb elektronischer Bücher	83
Abbildung 19: Schematische Darstellung der Funktionsweise von Mikrokapseln mit elektronischer Tinte im Querschnitt	90

Abbildung 20: Eignung der verschiedenen Buchwarengruppen zur elektronischen Publikation	92
Abbildung 21: Wertschöpfungssystem des digitalisierten Buchmarktes	97
Abbildung 23: Gründe für die Relevanz der Online-Volltextsuche (Ergebnis der Delphistudie)	99
Abbildung 22: Für die Transaktionsanbahnung am besten geeignete Akteure (Ergebnis der Delphistudie)	99
Abbildung 24: In der Delphistudie für 2017 prognostizierte Verteilung des im Buchmarkt erzielten Umsatzes auf die verschiedenen Vertriebswege	100
Abbildung 25: Für den Vertrieb von elektronischen Büchern am besten geeignete Akteure (Ergebnis der Delphistudie)	101
Abbildung 26: In der Delphistudie für das Jahr 2017 prognostizierte Zusammensetzung der Erlöse für klassische und elektronische Bücher	103
Abbildung 27: Erstellungsprozess einer Fallstudie.....	136

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Definitionen des Begriffs Intermediation bzw. Intermediär	22
Tabelle 2:	Auf Medien und Informationsgüter zugeschnittene Definitionen der Intermediation	28
Tabelle 3:	Definitionen des Begriffs „Geschäftsmodell“ bzw. „Business Model“	31
Tabelle 4:	Systematik verschiedener Erlösformen	33
Tabelle 5:	Klassifikation von Delphistudien.....	45
Tabelle 6:	Definitionen des Buchbegriffs	54
Tabelle 7:	Definitionen des Begriffes E-Book	56
Tabelle 8:	Die 25 umsatzstärksten Verlage im deutschsprachigen Raum im Jahr 2008.....	62
Tabelle 9:	Die 25 umsatzstärksten Buchhandlungen im deutschsprachigen Raum im Jahr 2008	64
Tabelle 10:	Wichtige Dateiformate für E-Books im Vergleich	77
Tabelle 11:	Funktionsumfang von Büchern und E-Books im Vergleich	82
Tabelle 12:	Geräte zur Darstellung von E-Books im Vergleich	89
Tabelle 13:	Bezugsrahmen für die Beschreibung von Geschäftsmodellen im digitalisierten Buchmarkt	105
Tabelle 14:	Abgeleitete Geschäftsmodelle und deren Fundierung im Überblick	109
Tabelle 15:	Charakteristika des Geschäftsmodells „Zentrales PoD“	110
Tabelle 16:	Charakteristika des Geschäftsmodells „Dezentrales PoD“	112
Tabelle 17:	Charakteristika des Geschäftsmodells „Individualisierte Buchprojekte“	114
Tabelle 18:	Charakteristika des Geschäftsmodells „Offene Publikationsplattform“	115
Tabelle 19:	Charakteristika des Geschäftsmodells „Follow the Free“	117

Tabelle 20:	Charakteristika des Geschäftsmodells „E-Book-Vertrieb über geschlossenes System“	119
Tabelle 21:	Charakteristika des Geschäftsmodells „E-Book-Vertrieb über offenes System“	121
Tabelle 22:	Charakteristika des Geschäftsmodells „Verwertung gemeinfreier Werke“	123
Tabelle 23:	Charakteristika des Geschäftsmodells „Vermietung von E-Books“ ...	124
Tabelle 24:	Charakteristika des Geschäftsmodells „Transaktionsanbahnung“	126
Tabelle 25:	Charakteristika des Geschäftsmodells „Marktplatzbetrieb“	127
Tabelle 26:	Charakteristika des Geschäftsmodells „Verlagsnahe Dienstleistungen“	129
Tabelle 27:	Charakteristika des Geschäftsmodells „Formatkonvertierung und Bereithaltung“	130
Tabelle 28:	Identifizierte Geschäftsmodelle im Vergleich	132

1 Einleitung

Die Digitalisierung hält die Medienbranche in Atem: Die Musikindustrie leidet seit Jahren unter starken Umsatzrückgängen durch die dezentrale, legale wie auch illegale Verbreitung digitaler Musikprodukte, die erst langsam durch attraktive eigene Angebote abgefangen wird. Ähnliches gilt für die Film- und Fernsehbranche, welche im Angesicht internetbasierter Konkurrenz Alternativen zum klassischen, auf lineare Ausstrahlung und Werbeerlösen basierenden Geschäftsmodell sucht. Auch Zeitungen und Zeitschriften kämpfen gegen die Abwanderung ihrer Leser zu Internetportalen und -diensten, welche aus Sicht der Rezipienten qualitativ vergleichbare Inhalte kostenlos bereitstellen.

Bis vor Kurzem erschien die seit Erfindung des Buchdrucks und der Etablierung der Buchhandelsstruktur im späten 18. Jahrhundert strukturell nahezu unveränderte Buchbranche in weiten Teilen immun gegen diese Entwicklungen zu sein – die Inhalte eines Buches waren mit seiner gedruckten und gebundenen Herstellungsform untrennbar verbunden. Zudem endeten kommerzielle Digitalisierungsansätze zu Ende des letzten Jahrtausends für viele Unternehmen im wirtschaftlichen Fiasko.¹

Doch nun erfasst die Digitalisierung auch den Buchmarkt. So weisen die Erlöse aus dem Verkauf elektronischer Bücher in den USA nach einer Statistik des Branchenverbandes IDPF ein annähernd exponentielles Wachstum auf, im Jahresvergleich haben sich die Einnahmen im ersten Quartal des Jahres 2009 mehr als verdoppelt.² Ein ähnlicher Trend steht auch in Deutschland bevor, zumal das E-Book Lesegerät „Kindle“ von Amazon nun auch in Europa verfügbar ist.³ Entsprechend prognostiziert der Branchenverband Bitkom: „2 Millionen Deutsche wollen 2009 digitale Bücher kaufen.“⁴ Im Gegensatz hierzu stagnieren die Umsätze mit gedruckten Büchern.⁵

Diese Zahlen zeigen die Verlagerung des klassischen Buchhandelsgeschäfts hin zum „körperlosen Vertrieb“ der elektronischen Bücher über Datennetze, jedoch bewirkt

¹ Vgl. Hawkins (2002), S. 44; Heinold (2009), S. 14ff; Warren (2009), S. 83.

² Vgl. IDPF (2009). Diese Zahlen werden nur aus einer Stichprobe von 12-15 Verlagen zu Großhandelspreisen errechnet, weswegen deren absolute Werte nicht aussagekräftig erscheinen und somit nicht wiedergegeben werden.

³ Vgl. Amazon (2009a).

⁴ Bitkom (2009).

⁵ Vgl. Hendrickson (2009); Börsenverein des Deutschen Buchhandels (2008c), S. 5.

die Digitalisierung darüber hinaus eine weitaus umfassendere Veränderung der Wertschöpfung im Buchmarkt.

So scannt und indiziert Google seit dem Jahr 2004 systematisch die Bestände renommierter Bibliotheken und stellt diese, ergänzt durch von Verlagen bereitgestellte Buchinhalte, zur kostenlosen Volltextsuche im Internet zur Verfügung.⁶ Hieraus entsteht ein umfassendes Recherchemedium für Buchinhalte, welches derzeit zur Vertriebsplattform ausgebaut wird.⁷ Spezialisierte Onlineportale unterstützen Autoren bei der Erstellung, Produktion und Distribution ihrer Buchprojekte, ohne Beteiligung eines klassischen Verlags. Auch aufseiten der Leser übernehmen literaturzentrierte Internetangebote wegweisende Selektions- und Empfehlungsfunktionen, die traditionell durch andere, klassische Medien und den Buchhandel durchgeführt worden sind. Schließlich erreichen Lesegeräte mit einer dem Leseempfinden auf Papier ähnelnden Bildschirmtechnologie den Massenmarkt, wodurch auch die Rezeptionssituation als letzte Stufe der Wertschöpfung in ein digitalisiertes Umfeld verlagert wird, entsprechend der Einführung von handlichen MP3-Playern auf dem Gebiet der Musikdistribution.⁸

Doch welche Auswirkungen haben diese Veränderungen auf die tradierte Wertschöpfungsstruktur im Buchmarkt? Welche Akteure gewinnen, welche verlieren an Bedeutung? Und welche Potenziale bergen diese Entwicklungen für neue Geschäftsmodelle?

Die Beantwortung dieser Fragen steht im Mittelpunkt der vorliegenden Arbeit.

1.1 Forschungsbedarf und Zielsetzung

Der intendierte wissenschaftliche Beitrag dieser Dissertation liegt in der Anwendung bestehender Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft auf den Buchmarkt als konkreten Gegenstandsbereich. Die Zielsetzung liegt darin, die durch Digitalisierung und den damit einhergehenden veränderten ökonomischen Gesetzmäßigkeiten angestoßenen Transformationsprozesse zu prognostizieren und aus diesen Potenziale für unternehmerische Tätigkeit abzuleiten.

⁶ Vgl. Google (2008).

⁷ Vgl. Rich (2009).

⁸ Vgl. Olavarria (2009), S. 15; Rapp (2009), S. 23ff.

Dies erscheint angebracht, da sich der Buchmarkt aufgrund der traditionellen Einheit von Buch als Trägermedium und dem damit transportierten Inhalt im Gegensatz zu anderen Medienmärkten erst in der Anfangsphase der Digitalisierung und den damit verbundenen Transformationsprozessen befindet. Neben der mit der Digitalisierung einhergehenden Trennung von Medium und Inhalt führen auch die einzigartige Struktur des Buchmarktes und das spezifische Rezeptionsverhalten der Leser zu Veränderungen, die sich in Gestalt und Ausmaß von anderen Mediengattungen unterscheiden und somit eine spezifische Betrachtung rechtfertigen.

Auf Basis der modifizierten Rahmenbedingungen steht den Marktteilnehmern eine Vielzahl an Handlungsoptionen offen, die einer systematischen Analyse zu unterziehen sind.

Das in dieser Arbeit verfolgte Forschungsvorhaben lässt sich durch die in Abbildung 1 dargestellte Verbindung der betriebswirtschaftlichen Wertschöpfungsanalyse, die die Organisation und Verteilung von wertschöpfenden Aktivitäten innerhalb von Unternehmen wie auch firmenübergreifend untersucht, mit den Spezifika der Internetökonomie und den Besonderheiten des Gegenstandsbereichs Buchmarkt charakterisieren.

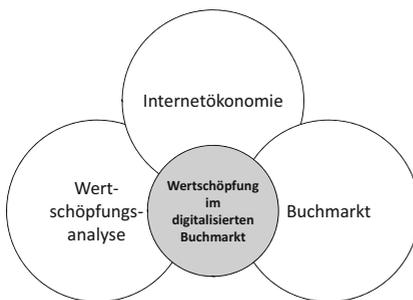


Abbildung 1: Identifizierter Forschungsbedarf

Diesem Spannungsfeld ist bislang in der betriebswirtschaftlichen Forschung nur oberflächlich Beachtung geschenkt worden. So beschreibt die bestehende Literatur einerseits die derzeitige Struktur und Geschäftsmodelle der Buchbranche⁹, andere Arbeiten thematisieren die Potenziale medienneutraler Datenhaltung, insbesondere auf der Grundlage von XML.¹⁰ Die Besonderheiten der Internetökonomie werden im Wesentlichen auf branchenübergreifendem Niveau herausgearbeitet¹¹ oder auf Medienmärkte angewendet, die von

⁹ Vgl. etwa Gläser (2008), S. 208ff; Wirtz (2006), S. 215ff; Brandtweiner (2000), S. 17f.

¹⁰ Vgl. hierzu bspw. Benlian et al. (2005); Hartz (2004); Rothfuss/Ried (2003); Rawolle (2002).

¹¹ Vgl. etwa Picot/Reichwald/Wigand (2008); Zerdick et al. (2003); Afuah/Tucci (2003); Scheer/Loos (2002); Zerdick et al. (2001); Shapiro/Varian (1999b).

der Digitalisierung früher signifikant betroffen wurden, wie etwa die Musikbranche¹². Eine detaillierte Analyse des Buchmarktes mit seinen spezifischen Strukturen und Mediencharakteristika fehlt jedoch bislang.

Auch die Betrachtungen aus der Buch- und Verlagswissenschaft verbleiben auf einem aus wirtschaftswissenschaftlicher Sichtweise oberflächlichen und praxisnahen Niveau, der Schwerpunkt liegt zumeist auf der Vorstellung von konkreten Dateiformaten und dezidierten E-Book-Lesegeräten.¹³

Das bestehende Defizit einer integrativen Betrachtung soll mit der vorliegenden Dissertation behoben werden. Dem identifizierten Forschungsbedarf entsprechend lautet die zentrale Forschungsfrage dieser Arbeit:

Welche Auswirkungen hat die Digitalisierung auf die Wertschöpfung im Buchmarkt?
--

Diese Fragestellung lässt sich durch drei weitere, spezifischere Forschungsfragen präzisieren:

- 1. Wie wandeln sich die Wertschöpfungsaktivitäten im Buchmarkt und welche Auswirkungen haben diese Veränderungen auf die Struktur des Wertschöpfungsnetzwerks?*
- 2. Welche Geschäftsmodelle entstehen oder müssen modifiziert werden?*
- 3. Betreffen die Veränderungen alle Branchensegmente im gleichen Umfang?*

Dabei adressiert die erste Frage die Wertschöpfungsorganisation auf Mesoebene, die Zweite die Wertschöpfung im Unternehmen, also auf Mikroebene. Die dritte Frage trägt der Heterogenität der Buchbranche Rechnung.

Die Zielsetzung der vorliegenden Forschungsarbeit lässt sich zudem in ein Beschreibungsziel, ein Erklärungsziel und ein Gestaltungsziel differenzieren:¹⁴

¹² Vgl. bspw. Lam/Tan (2001); Zhu/MacQuarrie (2003); Emes (2004); Tuomola (2004); Mol/Wijnberg/Carroll (2005); Bockstedt/Kauffman/Riggins (2006).

¹³ Vgl. etwa Rapp (2009); Roesler-Graichen/Schild (2008); Titel (2007), S. 197ff; Giebenhain/Mundt (2007); Heindl (2001a), S. 310ff; Lang (2000), S. 14ff.

¹⁴ Vgl. Eberhard (1999), S. 17. Eberhard bezeichnet das Beschreibungsziel als phänomenales, das Erklärungsziel als kausales und das Gestaltungsziel als aktionales Erkenntnisinteresse. Eine ähnliche Systematisierung findet sich auch bei Chmielewicz (1994), S. 9.

Das *Beschreibungsziel* liegt in der umfassenden Darstellung der direkten und indirekten Auswirkungen von Digitalisierung und Vernetzung auf den Buchmarkt. Zudem wird als Ausgangspunkt die traditionelle Branchenstruktur aufgezeigt.

Das *Erklärungsziel* dieser Arbeit liegt in der Aufdeckung der ökonomischen Mechanismen, welche die Veränderungen bewirken. Dies wird einerseits durch die Anwendung von einschlägigen Theorien und Zusammenhängen der Digitalisierung erreicht, zudem lassen sich aus der Analyse von Studien, Veröffentlichungen und Experteneinschätzungen sowie den betrachteten Fallstudien weitere Mechanismen extrahieren. Darüber hinaus verfolgt die vorliegende Arbeit die Zielsetzung, auf der Basis dieser Zusammenhänge Prognosen für die weitere Entwicklung der Wertschöpfung im Buchmarkt zu erstellen.

Das *Gestaltungsziel* enthält eine theoretische und eine praktische Komponente. Der theoretische Beitrag liegt darin, aus der Anwendung bestehender Konzepte auf einen konkreten Sachverhalt einen Beitrag zu deren Weiterentwicklung zu leisten, wie etwa bei der konkreten Operationalisierung der Dimensionen eines Geschäftsmodells. Zudem wird eine Verbindung zwischen ökonomischer und buchwissenschaftlicher Theorie und Literatur hergestellt. Auch lassen sich die im Buchmarkt ermittelten Zusammenhänge auch auf andere Medienmärkte übertragen. Das praktische Gestaltungsziel besteht darin, Impulse für die Anpassung oder Entwicklung von Unternehmensstrategien und Geschäftsmodellen zu geben, die der zu erwartenden veränderten Wertschöpfungssituation Rechnung tragen.

1.2 Forschungsdesign und Aufbau der Arbeit

Um diese Zielsetzungen zu erreichen, wird ein vierstufiges Forschungsdesign eingesetzt, das in Abbildung 2 schematisch dargestellt ist.

Im ersten Schritt erfolgt auf Grundlage von medien- und internetökonomischen Theorien sowie Beschreibungskonzepten eine Bestandsaufnahme von Struktur und Funktionsweise des Buchmarktes als Grundlage für die nachfolgenden Analysen.

Im Zentrum der zweiten Komponente steht die Herausarbeitung der zukünftigen Wertschöpfungsstruktur des Buchmarktes, welche das Resultat der stattfindenden Digitalisierungsvorgänge darstellt. Dies geschieht durch Anwendung etablierter Theorien sowie auf Grundlage der Ergebnisse einer Delphistudie als Primärforschung. Die Delphimethodik wurde gewählt, da die Zielsetzung des Forschungsvorhabens in

der Prognose eines komplexen, schlecht strukturierten Sachverhalts besteht, welcher durch quantitative Methoden aufgrund der bestehenden Unsicherheit nicht abzubilden ist. Demgegenüber bündelt die Delphimethodik das Wissen und die Einschätzungen einschlägiger Experten und Entscheidungsträger durch strukturierte Interaktion zwischen den Teilnehmern, woraus fundierte Prognosen erstellt werden können.

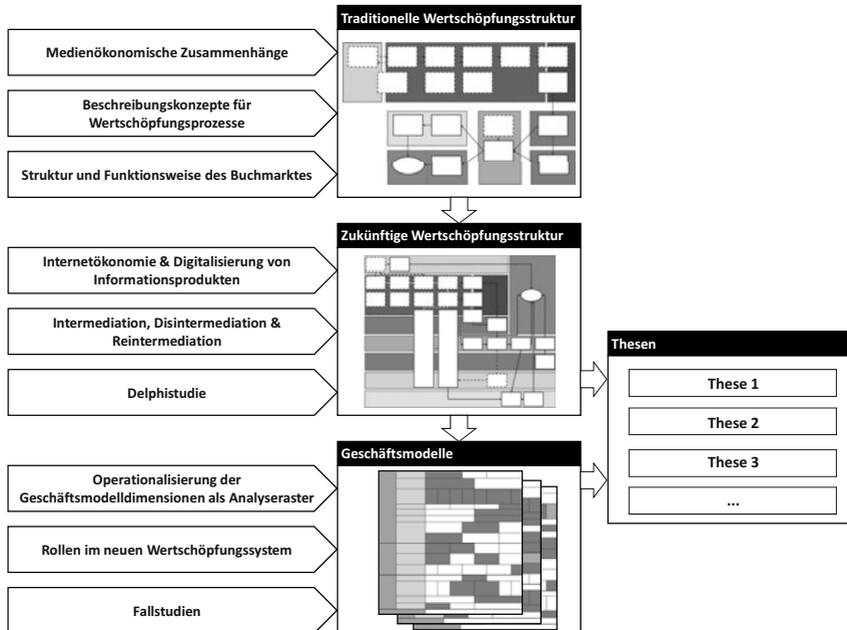


Abbildung 2: Forschungsdesign der Arbeit

Im dritten Schritt wird die Analyseebene durch die Erarbeitung von idealtypischen Geschäftsmodellen auf die Perspektive eines (potenziellen) Marktteilnehmers verschoben. Hierzu wird ein Bezugsrahmen in der Form eines morphologischen Kastens erarbeitet, welcher die systematische Beschreibung sowie den Vergleich der Geschäftsmodelle erlaubt. Anhand von konkreten Fallstudien vielversprechend positionierter Unternehmen werden diese generischen Geschäftsmodelle illustriert.

Im letzten Teil der Arbeit werden die erzielten Erkenntnisse in Thesenform aufbereitet und diskutiert, gefolgt von einer Reflexion des Vorgehens und einem Ausblick.