

Online-Buchhandel in Deutschland

Die Buchhandelsbranche vor der Herausforderung des Internet

Ulrich Riehm; Carsten Orwat; Bernd Wingert

Nr. 192/Juni 2001

Arbeitsbericht

ISBN 3-934629-45-8

ISSN 0945-9553

Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis

Abbildungsverzeichnis

Zusammenfassung/Summary

1	Einleitung.....	1
	1.1 Einbettung und Ziele der Studie.....	1
	1.2 Expertengespräche.....	3
	1.3 Hinweise zum vorliegenden Bericht.....	5
2	Der Buchhandel - eine Übersicht.....	7
	2.1 Buchhändlerische Betriebe.....	7
	2.2 Zur betriebswirtschaftlichen Situation des Buchhandels - zwischen Gesinnung und Profit.....	9
	2.3 Vertriebswege und Vertriebsumsätze.....	13
	2.4 Warenbezug und die Rolle des Barsortiments.....	16
	2.4.1 Drastische Rabattreduzierungen bei wissenschaftlichen Zeitschriften.	19
	2.4.2 Der „Hugendubel-Schock“ und die neue Rolle des Barsortiments.....	19
	2.5 Neue Betriebstypen und das Beispiel Hugendubel.....	22
	2.6 Strategien für die kleinen und mittleren Buchhandlungen - Beispiel LG Buch.....	25
	2.7 Technische Entwicklungen.....	30
	2.7.1 Elektronische Publikationen und CD-ROM-Produkte.....	30
	2.7.2 Softwarevertrieb im Buchhandel.....	32
	2.7.3 Dokumentauszeichnung und Datenhaltung.....	33
	2.8 Buchpreisbindung - die Meinung der Experten.....	33
	2.9 Zusammenfassung.....	37

3	Entwicklungen bei der Nutzung von Online- und Internet-Diensten	39
	3.1 Internet-Entwicklung und Innovationsmodell.....	40
	3.2 Grunddaten der Aliensbacher Erhebungen.....	42
	3.3 Zur Soziodemographie der Online-Gruppen.....	46
	3.4 Trends bei der Veränderung der Nutzungsmuster.....	52
	3.5 E-Commerce: Vorteile und Nachteile.....	57
	3.6 Online-Nutzung, Einkaufsverhalten und Bücherlesen.....	60
	3.7 Zusammenfassung.....	64
4	Der Online-Buchhandel.....	67
	4.1 Begriffsbestimmung.....	67
	4.2 Vorgeschichte und erster Überblick.....	67
	4.3 Typen des Online-Buchhandels.....	72
	4.3.1 Neutrales Branchenmodell - das Beispiel Buchhandel.de.....	73
	4.3.2 Zwischenbuchhändler und der Online-Buchhandel.....	76
	4.3.3 Online-Versandbuchhandel.....	82
	4.3.4 Reine Online-Vermittler - das Beispiel JustBooks.....	90
	4.3.5 Produzenten und Vertreiber von elektronischen Büchern - am stationären Sortiment vorbei?.....	92
	4.4 Erfolgreiche Varianten des Online-Buchhandels und Strukturwandel - die Meinung der Experten.....	95
	4.4.1 Bewertungen von Varianten des Online-Buchhandels.....	95
	4.4.2 Tendaussagen zum erreichbaren Umsatzanteil und der Profitabilität der Online-Buchhandlungen.....	99
	4.4.3 Auswirkungen zunehmender Digitalisierung auf die herkömmlichen Vertriebsformen.....	101
	4.4.4 Bedeutung neuer und alter Akteure im Buchvertrieb an Endkunden.....	102
	4.5 Zusammenfassung.....	108

Innovationen: Produktion, Distribution, Rezeption.....	109
5.1 Varianten elektronischer Bücher.....	111
5.2 „Books on Demand“ von Libri.....	114
5.2.1 Organisation und Idee.....	116
5.2.2 Technik, Ablauf und Kosten.....	117
5.2.3 Verwertungskonzept.....	119
5.2.4 Besonderheiten.....	119
5.2.5 Books-on-Demand und verwandte Ansätze.....	121
5.3 Das E-Book-System von NuvoMedia bzw. Gemstar.....	123
5.3.1 Die Organisation.....	124
5.3.2 Die Geräte.....	125
5.3.3 Das System.....	129
5.4 Dibi.de als Dienstleister für elektronische Bücher.....	132
5.5 Buchhandel ohne Bücher - das Beispiel Xipolis.....	136
5.5.1 Zur Geschichte.....	137
5.5.2 Produktionsaspekte.....	138
5.5.3 Das Geschäftsmodell.....	139
5.5.4 Wo bleibt der Buchhandel?.....	141
5.6 Ausblick: Neue Geräte, neue Formate - neues Lesen?.....	143
5.7 Zusammenfassung.....	144
Disintermediation im Buchhandel?.....	147
6.1 Varianten des Buchhandels und Handelsfunktionen.....	147
6.2 Gründe für Strukturveränderungen im Handel aus ökonomischer Sicht....	151
6.3 Disintermediation - ein Fall für elektronische Bücher?.....	153
6.3.1 Aus wirtschaftswissenschaftlicher Perspektive.....	153
6.3.2 Disintermediation im Buchbereich.....	154
6.3.3 Probleme des Online-Direktvertriebs von elektronischen Büchern...	155
6.4 Elektronische Intermediation - der Online-Buchhandel als Beispiel.....	158

6.4.1	Gründe für Online-Intermediäre.....	158
6.4.2	Zunehmender Wettbewerb und Unternehmensreaktionen.....	160
6.4.3	Ausdifferenzierung der Funktionen von Online-Intermediären.....	162
6.4.4	Entbündelung oder neue Bündelung von Handelsfunktionen?.....	164
6.5	Chancen durch konventionelle und elektronische Intermediation.....	167
6.6	Zusammenfassung.....	170
7	Abschließende und zusammenfassende Thesen.....	173
7.1	Vom Strukturwandel, über den Funktions- zum Medienwandel.....	173
7.2	Der (reine) Online-Buchhandel wird den stationären Buchhandel nicht verdrängen.....	175
7.3	Das Internet eröffnet neue Märkte und neue Vermarktungsformen für den Handel mit Büchern.....	177
7.4	Der Zwischenbuchhandel hat sich gut positioniert.....	177
7.5	Die Systemrationalität von Distributionsketten und die Handlungsrationalität der Akteure.....	179
7.6	Virtualisierung und Vernetzung sind Kennzeichen der neuen Buchhandelsformen.....	180
7.7	Wer bedroht wen (wenn die Preisbindung fällt)?.....	181
8	Literatur.....	183
9	Anhang.....	195
9.1	Teilnehmer an den Expertengesprächen.....	195
9.2	Standardfragen.....	197
9.3	Projektgruppe.....	202
9.4	Abkürzungen.....	204