

Axel Kuhn/Volker Titel

E-Commerce

Auswirkungen auf den Bucheinzelhandel
Dokumentation und Analyse

2., erweiterte Auflage

filos
Erlangen 2004

Inhalt

Einleitung

1 Forschungsstand und Quellenlage

2	Begriffsbestimmungen	15
2.1	Electronic Commerce im Bucheinzelhandel	15
2.1.1	Electronic Commerce	15
2.1.2	Electronic Competition	21
2.1.3	Electronic Commerce im Buchhandel	22
2.1.4	Exkurs: Online-Buchhandel	25
2.2	Bucheinzelhandel	27
3	Exogene Rahmenbedingungen	33
3.1	Internetnutzung	33
3.2	Akzeptanz von Electronic Commerce	34
3.3	Globale Märkte	36
3.4	Kundenverhalten	37
3.5	Rechtliche Rahmenbedingungen	39
4	Branchenumfrage Region Franken	47
4.1	Methode	47
4.1.1	Auswahlverfahren	48
4.1.2	Datenerhebung	49
4.1.3	Datenanalyse	51
4.2	Auswertung	52
4.2.1	Resonanz und Differenzierung	52
4.2.2	Beteiligung an Electronic Commerce	54
4.2.3	Konkurrenz	66
4.2.4	Marktentwicklung	78
4.2.5	Strukturwandel der Branche	84
4.2.6	Prognosen	96

5	Konfliktfelder	101
5.1	Stationärer vs. ambulanter Vertrieb	101
5.2	Interne Konkurrenz	107
5.2.1	Auflösung eindimensionaler Vertriebssysteme	108
5.2.1	Auflösung regionaler Abgrenzungen	111
5.2.3	Konzentrationsprozesse	112
5.3	Wirtschaftsstufen	115
5.3.1	Annäherung der Barsortimente an Endabnehmer	116
5.3.2	Direktvertrieb durch Verlage	119
5.4	Elektronische Publikationen	121
6	Strategien mit Electronic Commerce	123
6.1	Business-to-Consumer	123
6.1.1	Allgemeine Optionen	125
6.1.2	Information	129
6.1.3	Kommunikation	130
6.1.4	Transaktion	133
6.1.5	Distribution	137
6.2	Marktpositionierung	139
6.2.1	Multi-Channel-Angebote	139
6.2.2	Spezialisierung	140
6.2.3	Kooperationen	141
6.2.4	Die Buchhandlung als Treffpunkt	143
	Zusammenfassung und Thesen	145
	Quellen und Literatur	155
	Anhang: Gesetze und Verordnungen	167