

1. Record Nr.	UNINA9910155392403321
Autore	Hiller Simon
Titolo	Buchhandelsstrategien im digitalen Markt : Reaktionen der großen Buchhandelsketten auf technologische Neuerungen / / Simon Hiller
Pubbl/distr/stampa	Berlin ; ; Boston : , : De Gruyter Saur, , [2016] ©2017
ISBN	3-11-047648-7 3-11-047869-2
Descrizione fisica	1 online resource (394 pages) : illustrations, tables
Collana	Schriftmedien - Kommunikations- und buchwissenschaftliche Perspektiven ; ; 5
Disciplina	381/.450020943
Soggetti	Booksellers and bookselling - Germany Booksellers and bookselling - United States Book industries and trade - Technological innovations Electronic publishing Internet bookstores Electronic commerce
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Bibliographic Level Mode of Issuance: Monograph
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references and index.
Nota di contenuto	Frontmatter -- Dank -- Inhalt -- Abkürzungsverzeichnis -- Teil I: Grundlegendes -- 1. Ausgangslage und Forschungsfragen -- 2. Forschungsmethodik Case Study -- Teil II: Theoretische Grundlagen und ihre Anwendung -- 1. Einordnung in die Strategieforschung -- 2. Einordnung in die Internetökonomie -- 3. Diskontinuierlicher technologischer Wandel -- Teil III: Buchmärkte und Fallstudien zu den Unternehmen in den USA und in Deutschland -- 1. Buchmärkte in Deutschland und den USA -- 2. Fallstudien zu den US-amerikanischen Unternehmen -- 3. Fallstudien zu den deutschen Unternehmen -- Teil IV: Einordnung der Unternehmen in die Strategietypen -- 1. Einordnung der Unternehmen in die Strategietypen -- 2. Cross-Case-Analyse -- Teil V: Aktuelle Entwicklungen und Schlussbetrachtung -- 1. Aktuelle Entwicklungen -- 2. Zusammenfassung und Limitationen -- Literaturverzeichnis -- Abbildungsverzeichnis -- Tabellenverzeichnis -- Register

Sommario/riassunto

Das Buch betrachtet die Transformationen im Buchhandel, die durch eine zunehmende Verbreitung von Informations- und Kommunikationstechnologien ausgelöst wurden. Es wird gezeigt mit welchen Verhaltensmustern die großen Buchhandelsketten im deutschen und US-amerikanischen Markt auf Geschäftsmodell- und Produktinnovationen reagiert haben und inwieweit sich daraus Strategietypen mithilfe wirtschaftswissenschaftlicher Ansätze ableiten lassen. Somit wendet sich das Buch in erster Linie an ein wissenschaftlich interessiertes Publikum und an Entscheidungsträger innerhalb der Buchbranche. Die Thematik ist auch über die engere buchwirtschaftliche Sicht von Relevanz, da die geschilderten Entwicklungen das Potential zur Veränderung des Leseverhaltens und der Leserezeption haben.
