



Man Yu, Roman Kapuscinski, Hyun-Soo Ahn

Advance Selling: Effects of Interdependent Consumer Valuations and Sellers Capacity.

Das Internet und die Digitalisierung stellen den Buchsektor seit Mitte der 1990er Jahre vor große Herausforderungen. Dabei lassen sich mit dem Online-Buchhandel, digitalen Zusatzprodukten und dem Auftreten marktfähiger Technologie-Sets zur Substitution des gedruckten Buches drei Wirkungsbereiche der neuen Technologien ausmachen. Das Buch braucht den klassischen Buchhandel nicht mehr zwangsläufig, um seine Leser zu erreichen, Inhalte müssen nicht mehr unbedingt auf physischen Medien erworben werden und Kopierschutzverfahren werden nun auch für den Buchsektor relevant. Im vorliegenden Papier wird anhand von aggregierten Marktdaten ein konzentrierter Überblick zu den bisherigen Verschiebungen in diesen Bereichen gegeben und eine erste Bewertung vorgenommen. Deutlich wird dabei, dass das Eingriffspotential der Digitaltechnologien bezogen auf den Buchhandel ebenso hoch bewertet werden kann wie im Falle der Musikindustrie. Allerdings scheinen die entsprechenden Verschiebungen zeitlich erheblich entzerrter abzulaufen. The Internet and digitalization are challenging the bookselling sector since the mid-1990s. With online book stores, additional digital products and market-ready technology sets for the substitution of printed books, three scopes for the new technologies occur. Books do not require traditional book stores anymore to reach their readers, content must not necessarily be acquired on physical media and Digital Rights Management becomes relevant to the book sector. On the basis of aggregated market data, this paper presents a concentrated overview of the recent shifts and initial evaluations. The potential impact of the digital techniques on the bookselling sector can be valued as high as in the case of the music business. However, the corresponding shifts seem to run substantially slower.