Seamless Commerce

Der Wettbewerbsdruck im Handel ist enorm und wächst stetig. Es geht dabei nicht nur um die Konkurrenz zwischen Online- und stationärem Handel. Es geht auch darum, Kund:innen die beste kanalübergreifende und nahtlose Einkaufserfahrung über eine Omnichannel-Strategie zu bieten.

1. omnichannel Strategie (neue Kanäle als Zusatz nutzen, neue Medien)

1. große Anbieter skalieren auf Kosten kleinerer Anbieter die nicht mithalten können (z.B. Amazon vs. lokale Buchhandlung)

Abonnementmodelle und Flatrates

Immer mehr Leser:innen nutzen Abonnementdienste für Bücher, die ihnen Zugang zu einer Vielzahl von Titeln bieten

1. stabilere Einnahmequelle für Verlage
2. höhere Lesefrequenz

1. mögliche Erosion des Buchpreises
2. Abhängigkeit von wenigen großen Anbietern

Digitale Werbung als wirtsch. Trend

Digitale Werbung indem sie Verlagen und Autoren die Möglichkeiten bietet, ihre Titel gezielt einer Zielgruppe zu präsentieren

1. Zielgerichtetes Marketing
2. Erhöhte Reichweite

1. Datenschutzbedenken
2. Überflutung und Sättigung
3. Politische Manipulation

Online-Shopping

Im Online-Shop werden Waren, digitale Produkte oder Dienstleistungen präsentiert und zum Verkauf angeboten. Der Verkauf wird zum Großteil über das Internet abgewickelt, von Produktpräsentation bis zum Bestell- und Kaufvorgang.

1. großes Angebot
2. keine lokale Beschränkung
3. kleinere Produkt-Monopolgefahr und somit günstigere Preise
4. mehr "Gerechtigkeit"; jeder (mit Internetzugang) hat die gleiche Auswahl
5. Zeitersparnis als Käufer*in

1. Betrug: keine Möglichkeit das Produkt vor Kauf in Echt zu sehen oder anzufassen
2. Kaufende bestellen viele Varianten von einem Produkt, diese werden dann oft weggeworfen
3. Versand wirkt sich negativ auf die Umwelt aus
4. Einzelhandel ohne Online-Shopping Funktion nicht mehr profitabel
5. Monopolgefahr bei Online-Shopping Anbietern

Personalisierung und Datenanalyse

Verlage nutzen vermehrt Datenanalyse, um Lesegewohnheiten zu verstehen und personalisierte Empfehlungen zu bieten

1. verbesserte Kundenbindung
2. maßgeschneiderte Marketingstrategien

1. Datenschutzbedenken
2. Verlust von Privatsphäre
3. Politische Manipulation

Sharing Economy

Sharing Economy (wörtlich übersetzt "Wirtschaft des Teilens") bezeichnet die gemeinschaftliche Nutzung von Gütern durch Teilen, Tauschen, Leihen, Mieten oder Schenken sowie die Vermittlung von Dienstleistungen. Entstehen neuer Dynamik durch technologische Möglichkeiten (Online Portale, Smartphones,..).

1. bessere Auslastung bestehender Kapazitäten
2. Senkung des Ressourcenverbrauchs
3. mehr soziale Kontakte und Zusammenhalt in der Gesellschaft
4. finanzielle Entlastung für Nutzende

1. mehr Oberflächlichkeit im zwischenmenschlichen Austausch
2. für die Vermietung "reservierte" Ressourcen können zum Mangel führen (Mietwohnungen & AirBnB)
3. Gebrauchsspuren und Hygienemerkmale sind nicht attraktiv zur Nutzung

Bücher als "Prestige-Objekte"

Limitierte Sammlereditionen gewinnen in der Branche an Bedeutung. Luxusmarken wie Chanel und Dior nutzen Bücher als Statussymbole, während der "Librarian Core"-Look in der Mode aufkommt.

1. den Gewinnrückgang durch teurere Kopien auszugleichen.

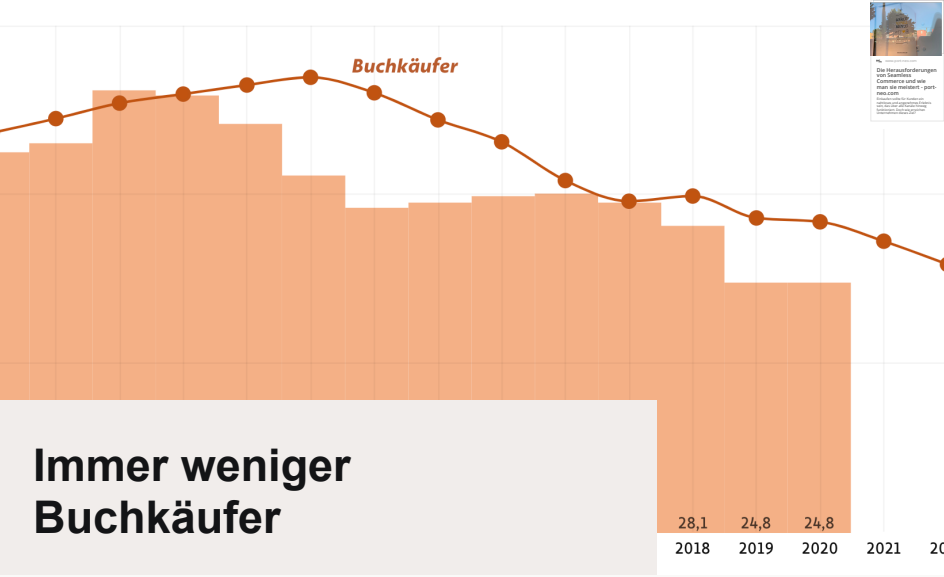
1. Die Verbindung von Bücher und Luxus könnte eine elitäre Kultur fördern

Self-Publishing

Bietet Autoren die Möglichkeit, ihre Werke unabhängig zu veröffentlichen und direkt mit ihrem Publikum in Kontakt zu treten, ohne den traditionellen Weg über Verlage gehen zu müssen

1. Schnellere Veröffentlichungszyklen
2. Höhere Verdienstmöglichkeiten
3. Geringe Produktionskosten

1. Mangelnde Qualitätssicherung
2. Schwierigkeiten bei der Vermarktung
3. Keine individuelle Betreuung



Immer weniger Buchkäufer

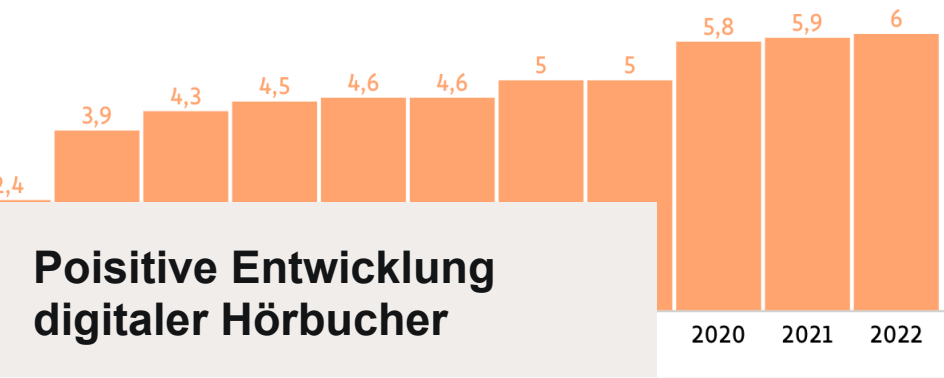
11 Millionen weniger Menschen kaufen 2022 mindestens ein Buch als 2012.
Der Umsatz ging im Vergleich zum Vorjahr um 1,9 Mio. Euro zurück.

1. Gelegenheit zur Modernisierung der Industrie

1. Geringere Investitionen in der Industrie

Immer mehr E-Book-Leser in Deutschland

-Books im Publikumsmarkt in Deutschland in den Jahren 2010 bis 2022,

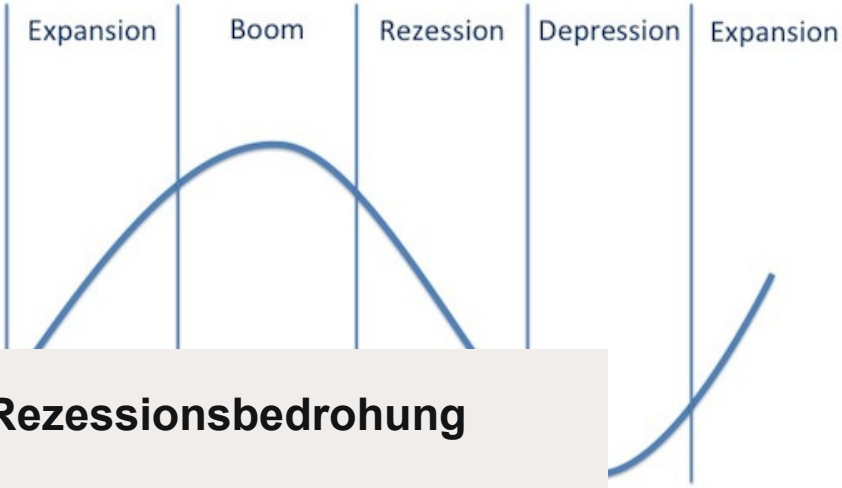


Poisitive Entwicklung digitaler Hörbucher

Digitale Werbung indem sie Verlagen und Autoren die Möglichkeiten bietet, ihre Titel gezielt einer Zielgruppe zu präsentieren

1. Zielgerichtetes Marketing
2. Erhöhte Reichweite

1. Datenschutzbedenken
2. Überflutung und Sättigung
3. Politische Manipulation



Rezessionsbedrohung

Die deutsche Wirtschaft verzeichnet laut dem Ifo-Institut einen Rückgang im Bruttoinlandsprodukt (BIP), was auf eine bevorstehende Rezession hinweist. Die wirtschaftlichen Herausforderungen werden durch globale Unsicherheiten und Handelskonflikte verstärkt. Die Regierung muss Maßnahmen ergreifen, um die Wirtschaft zu stabilisieren und das Wachstum anzukurbeln.

1. Strukturelle Anpassungen
2. Preisstabilität

1. Arbeitslosigkeit
2. Rückgang des Wohlstands

Kryptowährungen

Kryptowährungen sind digitale oder virtuelle Währungen, die Kryptografie für Sicherheit verwenden und dezentrale Netzwerke wie Blockchain-Technologie nutzen. Sie ermöglichen schnelle, sichere und kostengünstige Transaktionen ohne traditionelle Finanzinstitutionen. Bekannte Beispiele sind Bitcoin, Ethereum und Ripple.

1. Finanzielle Inklusion
2.

1. Voltilität
2. Regulatorische Unsicherheit
3. Umweltbelastung (hohe Energieverbrauch)
4. Kriminalität und illegale Aktivitäten

The future may be cashless

Die Artikel beleuchtet den rückläufigen Bargeldumlauf und die zunehmende Nutzung elektronischer Zahlungsmittel. Der Rückgang ist auf verschiedene Faktoren zurückzuführen, wie z.B. die technologische Fortschritte, wie die Verbreitung von Smartphones und kontaktlosen Zahlungsoptionen. Darüber hinaus spielen auch gesellschaftliche Trends eine Rolle, wie die zunehmende Akzeptanz und Nutzung von Online-Shopping und digitalen Dienstleistungen. Finanzielle Anbieter und Regierungen fördern ebenfalls den Übergang zu elektronischen Zahlungsmitteln durch Anreize und Initiativen zur Förderung der Finanzinnovation und -digitalisierung.

1. Bequemlichkeit und Effizienz
2. Bequemlichkeit und Effizienz
3. Förderung von Innovation

1. Datenschutzbedenke
2. Finanzielle Ausschluss
3. Abhängigkeit von Technologie
4. Zentralisierte Macht