

2 Grundlagen der Akzeptanz elektronischer Bücher

Im folgenden Kapitel werden die für Verständnis und Abgrenzung der vorliegenden Arbeit erforderlichen Grundlagen dargestellt. Zu diesem Zweck werden zunächst die zentralen, im Rahmen der Arbeit verwendeten Begriffe und Konzepte definiert und erläutert. Im Anschluss wird ein Überblick über Einflussfaktoren der Akzeptanz von Technologien auf einer allgemeinen Ebene gegeben. Schließlich erfolgt die Bearbeitung der ersten Forschungsfrage, indem der aktuelle Stand der Forschung zur Akzeptanz elektronischer Bücher dargelegt wird.

2.1 Begriffsklärungen

2.1.1 Substitutive Produktbeziehungen

Allgemein betrachtet sind elektronische Bücher Güter des Wirtschaftsverkehrs und dienen der Bedürfnisbefriedigung. Wie bereits erwähnt, werden elektronische Bücher jedoch vor dem Hintergrund eines bestehenden Status-Quo angeboten. Insbesondere existieren dabei gedruckte Bücher als bereits etabliertes Mittel, die durch die elektronische Variante adressierten Bedürfnisse zu befriedigen. Befriedigen verschiedene Güter ein ähnliches Bedürfnis sind diese aus Sicht eines Individuums gegeneinander *substituierbar* (Day, Shocker und Srivastava 1979; Lattin und McAlister 1985). Der Begriff des Substituts entstammt der mikroökonomischen Haushaltstheorie (z. B. Varian 2011). Dabei substituieren sich zwei Güter, wenn sie in Nutzung bzw. Verbrauch austauschbar sind. Andere Beispiele für derartige Beziehungen aus dem Bereich der digitalen Medien stellen digitale Musikdateien dar, die physische Tonträger ersetzen, oder Internetzeitungen, die anstatt gedruckter Zeitungen konsumiert werden können (Koukova, Kannan und Kirmani 2012; Koukova, Kannan und Ratchford 2008).

Um das Ausmaß der Substituierbarkeit zweier Güter auszudrücken, existieren unterschiedliche Ansätze (Day, Shocker und Srivastava 1979). Darunter weit verbreitet ist die Verwendung der Kreuzpreiselastizität der Nachfrage (z. B. Hanna und Dodge 1995). Diese drückt die Nachfrageveränderung eines Guts der Substitutionsbeziehung

bei einer Preisveränderung des anderen Guts aus. Je austauschbarer zwei Güter aus Sicht des Kunden sind, desto stärker reagiert die Nachfrage nach dem einem Gut auf eine Preisänderung des zweiten Guts.

Diese Unterschiede im Ausmaß der Substituierbarkeit spiegeln sich auch in der terminologischen Unterscheidung zwischen *perfekten* und *imperfekten* Substituten wider (z. B. Bhat, Srinivasan und Sen 2006; Day, Shocker und Srivastava 1979; Hanemann 1984). Es wird von perfekter Substituierbarkeit ausgegangen, wenn für einen Konsumenten zwei Güter den gleichen Nutzen stiften (z. B. Hanemann 1984). Dagegen sind zwei Güter imperfekte Substitute, wenn nicht alle Bedürfnisse, die durch das eine Produkt befriedigt werden, auch durch das andere ausreichend befriedigt werden können (z. B. Bhat, Srinivasan und Sen 2006). Folglich löst ein innovatives Produkt, das aus Sicht des Konsumenten ein eher imperfektes Substitut für ein bestehendes Produkt darstellt, eine gewisse Unsicherheit bezüglich der Frage aus, ob alle zuvor befriedigten Bedürfnisse auch mit Hilfe des neuen Produkts erfüllt werden können.

2.1.2 Bücher und elektronische Bücher

Gedruckte und elektronische Bücher unterscheiden sich in vielerlei Hinsicht voneinander, zielen jedoch auf die Befriedigung ähnlicher Bedürfnisse ab. Existieren zu einem bestimmten Werk sowohl eine gedruckte, als auch eine elektronische Variante, so sind diese bezüglich ihres Inhalts in den meisten Fällen identisch (Kannan, Pope und Jain 2009).² Damit stehen sie in substituierender Beziehung zueinander. Ob beide Varianten eher perfekte oder imperfekte Substitute sind, hängt jedoch von den individuell zu befriedigenden Bedürfnissen ab (Koukova, Kannan und Kirmani 2012). Wie die Charakteristika dieser Substitutionsbeziehung sich auf die Akzeptanz elektronischer Bücher auswirken, wird in den Kapiteln 3 und 4 näher betrachtet. Nachfolgend werden gedruckte und elektronische Bücher zunächst begrifflich verortet.

Zur Definition des Begriffs *Buch* existieren viele unterschiedliche Ansätze (Rautenberg 2010). Eine zentrale Definition, die inhaltlich Grundlage vieler aktueller Begriffsbestimmungen darstellt, wurde durch die Organisation der Vereinten Nationen für Erziehung, Wissenschaft und Kultur (UNESCO) für statistische Zwecke festgelegt: „*A book is a non-periodical printed publication of at least 49 pages, exclusive of the*

² In einigen Fällen sind elektronische Versionen eines Buches jedoch mit multimedialen Inhalten (z. B. Videos, Audiokommentare) angereichert.

cover pages, published in the country and made available to the public“ (UNESCO 1964). Bemerkenswert ist, dass diese historisch festgelegte, jedoch heute noch immer gültige Definition digitale Veröffentlichungen durch das geforderte Merkmal der Materialität ausschließt. An dieser Stelle sei deshalb auf eine aktuellere Definition von Kerlen und Keiderling (2006) verwiesen, die ein Buch als Speichermedium auf unterschiedlichen Trägern zur Übermittlung von Texten und bildlichen Illustrationen beschreibt. Damit subsumiert diese Definition auch elektronische Bücher unter dem Oberbegriff „Buch“. Die Unterschiede beider Varianten liegen dabei lediglich im entsprechenden Träger der Information. Vor dem Hintergrund dieser widersprüchlichen Definitionen bleibt zunächst offen, was ein elektronisches Buch ist bzw. was es konkret von einem gedruckten Buch unterscheidet.

Definitionen, die sich explizit auf elektronische Bücher fokussieren sind von sehr unterschiedlicher Natur (Vassiliou und Rowley 2008). So wird ein elektronisches Buch u. a. als *„electronic version of a printed book that can be read on a computer or handheld device designed specifically for this purpose“* definiert (Oxford-Dictionaries 2013). Dies lässt jedoch die Tatsache unberücksichtigt, dass elektronische Bücher auch ohne gedrucktes Gegenstück existieren können. Der unterschiedliche Wortgebrauch in Wissenschaft und Praxis lässt ebenfalls Unklarheit darüber, was ein elektronisches Buch ist und ob der Begriff einen elektronischen Text, ein in ein digitales Format konvertiertes Buch, ein Anzeigegerät oder Datei und Anzeigegerät zusammen umfasst (Rao 2004; Vassiliou und Rowley 2008).

Rao (2003) bemerkt in diesem Zusammenhang, dass das allgemeine Begriffsverständnis eines traditionellen Buchs sowohl Inhalt als auch Trägermedium umfasst. Zur Abgrenzung des Begriffs des elektronischen Buchs im Rahmen der vorliegenden Arbeit soll dieser Gedanke aufgegriffen werden. Um die Akzeptanz elektronischer Bücher als konsumierbare Güter zu untersuchen, ist es nicht zielführend, ausschließlich Inhalt oder Form zu betrachten. Stattdessen sollte die aus Lesersicht wahrnehmbare, nutzenstiftende Einheit, die sich aus beiden Komponenten zusammensetzt, zum Untersuchungsgegenstand gemacht werden. Deshalb wird unter einem *elektronischen Buch* im Rahmen dieser Arbeit eine Einheit aus einer elektronischen Datei, die einen, einem traditionellen Buch vergleichbaren, Inhalt enthält, sowie einem portablen Lesegerät zur Anzeige dieses Inhalts verstanden.

2.1.3 Akzeptanz und Adoption³

Vor dem Hintergrund des Untersuchungsziels, der Erforschung von Einflussfaktoren der Akzeptanz elektronischer Bücher, sollen an dieser Stelle der Begriff der *Akzeptanz* sowie der des in unmittelbarem Zusammenhang damit stehenden Konstrukts der *Adoption* geklärt werden. Die Akzeptanz bzw. Adoption von Technologien oder Innovationen ist Forschungsgegenstand insbesondere zweier Disziplinen: der Wirtschaftsinformatik (bzw. dem angloamerikanischen Gegenstück, dem IS Research) und der Marketingforschung. Dabei wird das Konstrukt der Akzeptanz im Marketing mithilfe des Adoptionsbegriffs, nämlich als eine „*Annahme von Produkten (Adoption) durch den Käufer (Markt) definiert*“ (Kollmann 1999, S. 126). Umgekehrt definiert Robertson (1971, S. 56) die Adoption einer Innovation als „*acceptance and the continued use of an innovation*“. Analog wird auch in der IS Forschung die Akzeptanz von Technologien mit deren Adoption bzw. Nutzung gleichgesetzt (Davis 1989; Venkatesh, Davis und Morris 2007; Venkatesh et al. 2003). An verschiedenen Stellen wird hinzufügend bemerkt, dass eine dichotome Interpretation des Konstrukts (Annahme oder Ablehnung) für innovative Technologien nicht aussagekräftig ist, da in diesen Fällen insbesondere die Nutzungshäufigkeit bzw. kontinuierliche Nutzung von Interesse ist (Amberg, Hirschmeier und Schobert 2003; Kollmann 1999).

Die synonyme Verwendung der Begriffe Akzeptanz und Adoption wurde jedoch in der Vergangenheit auch kritisch diskutiert. So wurde für eine Unterscheidung zwischen mentaler Akzeptanz und einer im Zeitverlauf erst später stattfindenden, tatsächlichen Adoptionsentscheidung (Nutzungsentscheidung) plädiert (Bagozzi und Lee 1999; Nabih und Bloem 1997). Die Notwendigkeit einer solchen Unterscheidung wurde damit begründet, dass eine innerlich akzeptierende Haltung noch kein Verhalten auslösen muss, sondern eine Verhaltensentscheidung auf einen späteren Zeitpunkt verschoben werden kann (Nabih und Bloem 1997). Ähnlich schlagen auch Bagozzi und Lee (1999) vor, dass die innerliche Akzeptanz einer Innovation durch den Konsumenten zeitlich vor der tatsächlichen Adoptionsentscheidung stattfindet. Es sollte bemerkt werden, dass bei dieser Unterscheidung zwischen Akzeptanz und nachgelagerter

³ Für einen Einblick in zentrale Forschungsergebnisse bezüglich der Akzeptanz bzw. Adoption von Technologieinnovationen sei auf Abschnitt 2.3 verwiesen. An dieser Stelle steht die grundlegende Klärung der verwendeten Terminologie im Vordergrund.

Adoption beider Konstrukte eine Bewertung des Produkts durch den Konsumenten vorausgeht.

Da die vorliegende Arbeit ein tiefergehendes Verständnis psychologischer Bewertungs- und Vergleichsprozesse sowie deren Bedeutung für die Akzeptanz elektronischer Bücher anstrebt, steht hier insbesondere die innerliche Akzeptanz eines Individuums im Mittelpunkt des Interesses. Deshalb – und entsprechend der oben beschriebenen Forderung nach Differenzierung – soll der Akzeptanzbegriff im Rahmen der vorliegenden Arbeit ein der tatsächlichen Nutzung vorgelagertes Stadium der innerlich annehmenden Haltung eines Konsumenten gegenüber einer Technologie beschreiben (Bagozzi und Lee 1999; Nabih und Bloem 1997). Unter Adoption dagegen, soll eine tatsächlich realisierte Nutzung eines Produkts verstanden werden, die jedoch eine innerliche Akzeptanz voraussetzt.

2.2 Unterschiede zwischen gedruckten und elektronischen Büchern

Wie zuvor bereits erwähnt, existiert eine Vielzahl an Unterschieden zwischen gedruckten und elektronischen Büchern, die bestimmte Vergleichsprozesse auslösen und dadurch Einfluss auf die Akzeptanz elektronischer Bücher ausüben können. Der folgende Abschnitt stellt gedruckte und elektronische Bücher in ihren Merkmalen gegenüber und diskutiert wesentliche Unterschiede sowie die Substituierbarkeit der beiden Varianten.

2.2.1 Besondere Eigenschaften gedruckter Bücher

Aufgrund ihrer Tangibilität verfügen gedruckte Bücher über bestimmte Eigenschaften, die durch elektronische Bücher nicht abgebildet werden (z. B. Cassidy, Martinez und Shen 2012; Mangan 2008). Entsprechend der Ausführungen in Abschnitt 2.1.1 bedeutet dies für manche Leser, dass elektronische Bücher unter Umständen als eher imperfekte Substitute für gedruckte Bücher wahrgenommen werden. Im Folgenden sollen diese speziellen Eigenschaften gedruckter Bücher näher beleuchtet werden.

In der Marketingforschung wurde gezeigt, dass das Äußere eines Produktes dessen Bewertung durch einen Konsumenten hinsichtlich unterschiedlicher Kriterien stark beeinflussen kann. So identifizieren Creusen und Schoormans (2005) mit Hilfe einer qualitativen Studie ästhetische, symbolische sowie ergonomische Dimensionen des Produktäußeren als besonders wichtige Einflussfaktoren der Bewertung des Produkts durch Konsumenten. Dies lässt sich auch auf den Fall gedruckter Bücher übertragen,

deren etablierte äußere Form seit Erfindung des Buchdrucks nahezu identisch und damit gewohnt geblieben ist (Rautenberg 2005). So werden Bücher in ihrer traditionellen Form als ästhetische Objekte wahrgenommen und die individuelle Gestaltung eines Buchs wird von vielen Lesern als positiv empfunden (z. B. Chen und Granitz 2012; Hurst et al. 2009; Kreibich 2008; Woods, Lushington und Crichton 2006). Auch nehmen Konsumenten Bücher als Symbole mit verschiedenen Bedeutungen wahr (Kreibich 2008; Rautenberg 2005; Read, Robertson und McQuilken 2011). Dabei repräsentieren Bücher durch ihre traditionelle Funktion als Speicher von Informationen beispielsweise Wissen (Rautenberg 2005). Bücher können auch Symbole für gesellschaftlichen Status darstellen, da der Besitz einer privaten Büchersammlung beispielsweise kulturelles Ansehen verleihen kann (Kuhn und Rühr 2010; Rautenberg 2005; Read, Robertson und McQuilken 2011). Schließlich unterscheidet sich das gedruckte Buch auch hinsichtlich ergonomischer Gesichtspunkte von der elektronischen Variante (Dillon 1992; Read, Robertson und McQuilken 2011). So wird das Lesen auf Papier durch eine sehr kontrastreiche Darstellung oftmals als angenehm empfunden, da kein beleuchteter Bildschirm die Augen ermüdet (z. B. Kang, Wang und Lin 2009; Rao 2003; Read, Robertson und McQuilken 2011; Shelburne 2009).

Abgesehen von ästhetischen, symbolischen und ergonomischen Merkmalen existieren weitere Besonderheiten, die gedruckte Bücher von ihrem elektronischen Gegenüber unterscheiden. So ist das sensorische Erlebnis beim Lesen gedruckter Bücher ein entscheidender Aspekt für viele Leser (Chen und Granitz 2012; Gerlach und Buxmann 2011; Mangen 2008; Read, Robertson und McQuilken 2011). Dabei betonen Leser insbesondere die besondere Haptik gedruckter Bücher als eine wichtige Dimension des Lesens (Gerlach und Buxmann 2011; Mangen 2008). Dies führt zu einer als direkt und unmittelbar wahrgenommenen Verbindung zwischen Leser und Inhalt des Buchs (Mangen 2008) und wirkt sich deshalb positiv auf das, für das Leseerlebnis oftmals wichtige Gefühl des Eintauchens aus (Chen und Granitz 2012; Mangen 2008; McQuillan und Conde 1996).

Schließlich ist auch die reine Tangibilität gedruckter Bücher an sich ein besonderes Merkmal, das diese von elektronischen Büchern unterscheidet. Einerseits kann dadurch ein Besitzgefühl entstehen, das wichtig für die Beziehung eines Konsumenten zu einem Produkt ist (Chen und Granitz 2012; Foote und Rupp-Serrano 2010). In diesem Zusammenhang existieren Hinweise darauf, dass Tangibilität positiv mit dem Involvement eines Konsumenten gegenüber einem Produkt korreliert (Styven 2010;

Wagner, Benlian und Hess 2012). Möglicherweise wirkt sich also die Tatsache, ein greifbares Objekt vor sich zu haben, positiv auf die Enge der Beziehung zwischen Lesern und gedruckten Büchern aus (Wagner, Benlian und Hess 2012).

2.2.2 Besondere Eigenschaften elektronischer Bücher

Analog zum vorherigen Abschnitt sollen nun auch diejenigen Eigenschaften dargestellt werden, die nur durch elektronische Bücher abgebildet werden. Die Besonderheiten elektronischer Bücher wurden an vielen Stellen diskutiert (z. B. Gregory 2008; Hurst et al. 2009; Jamali, Nicholas und Rowlands 2009; Rao 2003). Typischerweise wird diesbezüglich insbesondere die inhärente, durch das digitale Format bedingte Platzersparnis genannt (Gregory 2008; Hernon et al. 2007; Wilson 2003). Dies zieht automatisch eine erhöhte Transportierbarkeit (Gunter 2005; Hurst et al. 2009; Read, Robertson und McQuilken 2011) und damit einhergehend eine ständige Verfügbarkeit (z. B. Hernon et al. 2007; Wilson 2003) der Inhalte mit sich. Weiterhin ermöglichen digitale Transportnetze eine bequeme Anschaffung elektronischer Medien über das Internet (Chen und Granitz 2012; Jamali, Nicholas und Rowlands 2009; Lam et al. 2009; Rao 2003). Zusätzlich erlaubt die digitale Form, Texte nach Begriffen oder Phrasen zu durchsuchen, was insbesondere im Bereich der Fachliteratur als Vorteil gesehen wird (Gunter 2005; Hurst et al. 2009; Shelburne 2009).

Entsprechend der Definition in Abschnitt 2.1.2 ist zur Nutzung elektronischer Bücher ein Lesegerät erforderlich, das separat angeschafft werden muss (Shelburne 2009; Wilson 2003). Dies hat zur Folge, dass elektronische Bücher in bestimmten Dateiformaten angeboten werden, von denen zum aktuellen Zeitpunkt diverse Standards in Konkurrenz stehen (z. B. Adobe PDF, EPUB, Amazon Kindle Format). Diese sind untereinander oft inkompatibel, d. h. ein elektronisches Buch in einem bestimmten Format kann nicht auf jedem Lesegerät angezeigt werden (z. B. Rao 2003). Die aus Nutzersicht nachteilige Inkompatibilität von Standards ergibt sich dabei oft aus anbieterseitigen Versuchen, einen eigenen Standard im Markt zu etablieren und die Konkurrenz auszuschließen, um so den Verkauf eigener Komplementärprodukte und -dienstleistungen zu fördern (z. B. Buxmann, Diefenbach und Hess 2011; Shapiro und Varian 1999). Besteht für den Dateistandard des eigens angebotenen Lesegeräts eine große Auswahl an komplementären Inhalten (elektronischen Buchinhalten), wächst der Nutzen des Dateiformats für den Konsumenten – es entstehen indirekte Netzeffekte, die auf Märkten digitaler Güter ein entscheidender Wettbewerbsvorteil

sein können (Buxmann, Diefenbach und Hess 2011). In diesem Zusammenhang versehen Hersteller elektronische Bücher auch oft mit einem Kopierschutz, einem eigenen DRM-System (Jamali, Nicholas und Rowlands 2009; Shelburne 2009).

Letztendlich resultiert die digitale Form elektronischer Bücher auch in ökonomischen Besonderheiten gegenüber ihrem gedruckten Gegenpart. So lassen sich von digitalen Objekten relativ einfach verschiedene Angebotsversionen ableiten, die dem Anbieter eine kostengünstige leistungsbezogene Preisdifferenzierung ermöglichen (Bhargava und Choudhary 2008; Hui, Byungjoon und Tam 2007). Beispielsweise kann ein Anbieter so einzelne Kapitel oder Seiten verkaufen und damit Kunden erreichen, deren Zahlungsbereitschaft nicht ausreichend für den Kauf des gesamten Buchs wäre oder für die nur ein Ausschnitt des Inhalts von Interesse ist. Eine weitere Besonderheit ist, dass im Fall elektronischer Bücher kein Gegenstand erworben wird, sondern lediglich eine Nutzungserlaubnis der entsprechenden Inhalte. So erwirbt der Kunde auf www.ebook.de beispielsweise *„ein einfaches, nicht übertragbares, vor vollständiger Zahlung der Lizenzgebühr widerrufliches Recht zur Nutzung des angebotenen Titels für den persönlichen Gebrauch“* (eBook.de 2013).

2.2.3 Gedruckte und elektronische Bücher als Substitute

Die vorangegangenen Abschnitte zu Besonderheiten gedruckter und elektronischer Bücher verdeutlichen, dass zwischen beiden Formen erhebliche Unterschiede bestehen. Für das wahrgenommene Ausmaß der Substituierbarkeit ist also entscheidend, inwiefern die spezifischen Charakteristika einer Variante positiv oder negativ zur Bedürfnisbefriedigung des Konsumenten beitragen (Kannan, Pope und Jain 2009; Koukova, Kannan und Kirmani 2012).

Bezüglich der Bedürfnisse, die Individuen mit Hilfe des Lesens von Büchern adressieren, existiert Forschung in unterschiedlichen Disziplinen, z. B. der Psychologie, der Pädagogik oder der Mediennutzungsforschung. Dabei wird häufig die Suche nach spezifischen Informationen genannt (Kirsch und Guthrie 1984; Luey 1998) und damit verwandt auch das Aneignen von Wissen zu einem bestimmten Thema (Kirsch und Guthrie 1984; Luey 1998; Watkins und Coffey 2004). Weiterhin dient Lesen der Unterhaltung und Entspannung (Dehm et al. 2005; Kirsch und Guthrie 1984; Luey 1998) sowie dem Eintauchen in Geschichten (Watkins und Coffey 2004). Lesen kann auch eine soziale Aktivität sein, die es ermöglicht, mit anderen in Austausch bezüglich der gelesenen Inhalte zu treten (Luey 1998; Watkins und Coffey 2004). Lesen in der Schu-

le oder während der Ausbildung ist häufig von extrinsischen, leistungsorientierten Motiven getrieben, z. B. um gute Noten zu erhalten oder besser zu lesen als andere Mitschüler (Watkins und Coffey 2004). An anderer Stelle wird das Lesen als Mittel zur Lebensbewältigung genannt (Burbaum und Schweizer 2004) sowie als Ausgleich und Orientierungshilfe (Dehm et al. 2005).

Vor dem Hintergrund dieser Auflistung wird deutlich, dass den jeweiligen Besonderheiten von gedruckten und elektronischen Büchern auch unterschiedliches Gewicht zukommt, je nachdem, welches Motiv ein Leser mit dem Lesen befriedigen möchte (Jamali, Nicholas und Rowlands 2009; Shaver und Shaver 2003). So dürfte z. B. die Möglichkeit der Volltextsuche für diejenigen Leser eher uninteressant sein, die Bücher in einem überwiegend linearen Prozess von Anfang bis Ende durchlesen. Umgekehrt treten ästhetische oder sensorische Aspekte in den Hintergrund, wenn der primäre Lesegrund die gezielte Suche nach einer spezifischen Information ist. In diesem Fall dürften hingegen digitale Navigationsmöglichkeiten als vorteilhaft angesehen werden, da diese die Nutzung erleichtern können. Darüber hinaus existieren Hinweise darauf, dass Individuen Technologie per se möglicherweise als Stressor wahrnehmen (Tarafdar et al. 2007; Weil und Rosen 1997). Folglich ist denkbar, dass auch ein elektronisches Lesegerät Stress auslöst und als unpassendes Mittel empfunden wird, um zur Entspannung zu lesen. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die subjektive Wahrnehmung der Substituierbarkeit gedruckter und elektronischer Bücher von den persönlichen Lesepräferenzen eines Individuums abhängig ist.

Über die Motivationen des Leseprozesses an sich hinaus spielt auch der reine Besitz bestimmter Objekte eine Rolle. Während gedruckte Bücher beispielsweise als ästhetische oder repräsentative Objekte wahrgenommen werden (z. B. Chen und Granitz 2012; Rautenberg 2005; Read, Robertson und McQuilken 2011), kann der Besitz eines elektronischen Lesegeräts auch ein Mittel zur Befriedigung eines technologischen Spieltriebs darstellen (Bruner II und Kumar 2007; Gunter 2005).

2.3 Stand der Technologieakzeptanzforschung

Eine Vielzahl empirischer Studien wurde durchgeführt, um generelle Einflüsse der Akzeptanz von Technologien auf Individualebene zu erklären. So schließt der Großteil der Forschung bestimmte *Charakteristika der zu adoptierenden Technologie* mit in die Suche nach Einflussfaktoren ein. Dabei stellt sich die wahrgenommene Nützlichkeit der Technologie als ein wesentlicher Treiber der Nutzerakzeptanz heraus (Compeau,

Higgins und Huff 1999; Davis 1989; Davis, Bagozzi und Warshaw 1989; Moore und Benbasat 1991; Venkatesh und Davis 2000; Venkatesh et al. 2003). Erscheint die Technologie dem Anwender als geeignet, ein bestimmtes (Arbeits-)Ergebnis herbeizuführen, steigt dessen Glaube daran, dass diese seiner Zielerreichung dient. Jedoch wird der Gebrauch einer als nützlich wahrgenommenen Technologie nur dann erfolgen, wenn diese mehr oder weniger einfach zu bedienen ist – wenn deren Vorzüge also ihren Gebrauchsaufwand wettmachen (Davis 1989; Moore und Benbasat 1991; Venkatesh 2000; Venkatesh et al. 2003). Schließlich spielt auch der Spaß, den ein Individuum bei Nutzung der Technologie empfindet, eine wichtige Rolle (Compeau, Higgins und Huff 1999; Davis, Bagozzi und Warshaw 1992; van der Heijden 2004). Wird die Nutzung einer Technologie als kurzweilig und unterhaltsam empfunden, steigert dies die Akzeptanz des Systems durch den Nutzer.

Neben der isolierten Betrachtung einzelner Charakteristika der Technologie spielt auch deren *Kongruenz mit weiteren Faktoren* eine wichtige Rolle für die Nutzerakzeptanz. So ist die durch den Anwender wahrgenommene Kompatibilität mit unterschiedlichen Faktoren ein entscheidendes Kriterium (Karahanna, Agarwal und Angst 2006; Moore und Benbasat 1991; Tornatzky und Klein 1982). Ist beispielsweise die Nutzung der Technologie nicht mit den Wertvorstellungen eines Individuums vereinbar, wirkt sich dies negativ auf die Akzeptanz des Systems aus (Karahanna, Agarwal und Angst 2006; Rogers 2003). Gleichermäßen beeinflusst eine Inkongruenz bezüglich bestehender Erfahrungen oder Arbeitsweisen des Nutzers die Adoptionswahrscheinlichkeit negativ (Karahanna, Agarwal und Angst 2006). Goodhue und Thompson (1995) untersuchen, wie geeignet Anwender eine Technologie für die damit zu bewältigenden Aufgaben einschätzen. Ein hoher „Task-Technology-Fit“ führt dabei zu einer höheren Bereitschaft, die Technologie zu nutzen.

Weiterhin beeinflussen bestimmte *Rahmenbedingungen* die Akzeptanz von Technologien. Ist ein technologisches Produkt für ein Individuum im Vorfeld der eigenen Adoptionsentscheidung bereits beobachtbar oder steht dieses sogar zum Ausprobieren bereit, erhöht dies die Annahmewahrscheinlichkeit des Nutzers, der durch den Informationsgewinn sein Risiko reduzieren kann (Moore und Benbasat 1991; Rogers 2003). Einen weiteren wichtigen Kontextfaktor stellt die Freiwilligkeit der Nutzung der Technologie dar (Agarwal und Prasad 1997; Moore und Benbasat 1991). Wird der Einsatz eines Systems durch einen Vorgesetzten vorgeschrieben, erhöht dies die Wahrscheinlichkeit, dass der Nutzer der Anweisung folgen und die Technologie ver-

wenden wird. Interessant in diesem Zusammenhang ist, wie sich eine innerlich ablehnende Haltung trotz vorgeschriebener Nutzung auf relevante Bezugsgrößen auswirkt. Beispielsweise ist vorstellbar, dass ein Anwender die Technologie zwar vorschriftsgemäß einsetzt, aber von sich aus nicht bereit ist, sich über das notwendige Maß hinaus mit dem System zu beschäftigen, um beispielsweise das eigene Know-how zu erhöhen. Derartige Betrachtungen spielen jedoch in der bisherigen Adoptionsforschung eine vernachlässigte Rolle, da als abhängige Variable meist lediglich die Nutzung oder Nutzungsintention betrachtet wurden (Benbasat und Barki 2007).

Auch *soziale Einflüsse* sind für individuelle Technologienutzungsentscheidungen ein relevanter Faktor. So spielt das der Sozialpsychologie entstammende, verhaltensbestimmende Konstrukt der subjektiven Norm eine wichtige Rolle im individuellen Entscheidungsprozess (Ajzen 1991; Mathieson 1991; Taylor und Todd 1995; Venkatesh et al. 2003). Dieses beschreibt die Wahrnehmung eines Individuums, ob relevante Bezugspersonen ein bestimmtes Verhalten (z. B. die Nutzung einer Technologie) als positiv oder negativ einschätzen (Ajzen 1991). Die zugrunde liegende Annahme ist dabei, dass Individuen sich bezüglich ihres Verhaltens daran orientieren, was wichtige Bezugspersonen (z. B. Vorgesetzte oder Kollegen) über dieses Verhalten denken (z. B. Ajzen 1991; Mathieson 1991). In diesem Zusammenhang finden Moore und Benbasat (1991), dass die Wahrnehmung eines Individuums, dass die Nutzung einer Technologie das eigene Image, also den Status im eigenen sozialen System, verbessert, signifikant mit der Adoption dieser Technologie korreliert.

Schlussendlich wurde auch der Einfluss *bestimmter Persönlichkeitsmerkmale* auf die Akzeptanz von Technologien untersucht. Die Selbstwirksamkeit eines Nutzers beschreibt dessen persönliche Einschätzung, ob, auf Basis der eigenen Fähigkeiten, eine bestimmte Tätigkeit mit Erfolg durchgeführt werden kann (Bandura 2002; Compeau und Higgins 1995; Meuter et al. 2003). Auch im Kontext der Technologieadoption zeigt sich, dass die eigene Überzeugung eines Nutzers, eine Technologie erfolgreich zur Bewältigung einer Aufgabe einsetzen zu können, starken Einfluss auf die tatsächliche Nutzung ausüben kann. Dagegen hemmen Zweifel an den eigenen Fähigkeiten die Adoption der Technologie (Compeau, Higgins und Huff 1999). Weiterhin beeinflusst auch die grundsätzliche Angst vor Computern die Adoption von Technologien durch Individuen (Meuter et al. 2003; Venkatesh 2000).

Zusammenfassend wurde die Akzeptanz von Technologien auf individueller Ebene bereits in vielen Studien analysiert. Dabei wurden insbesondere die Empfindungen eines Anwenders bezüglich der Nützlichkeit und Einfachheit der Nutzung eines Systems als wichtige Einflussfaktoren identifiziert (King und He 2006; Schepers und Wetzels 2007; Venkatesh et al. 2003). Über eine Vielzahl von Anwendungsfällen hinweg können beide Faktoren als konstant signifikante Einflussfaktoren belegt werden, die gemeinsam etwa 50 % der Varianz in der untersuchten Nutzerakzeptanz erklären (King und He 2006). Kritisiert wurde die bisherige Technologieadoptionsforschung unter anderem dafür, dass emotionale Aspekte bisher eine eher untergeordnete Rolle spielen. So bemängelt beispielsweise Bagozzi (2007), dass der Einfluss von Emotionen bislang meist am Rande und nur mit schwachem Bezug zu theoretischen Erkenntnissen menschlichen Verhaltens behandelt wurde. Aktuell wird in der IS Forschung jedoch gefordert, die zentrale Rolle emotionaler Faktoren für das menschliche Verhalten auch im Bereich der Technologieakzeptanz anzuerkennen (Beaudry und Pinsonneault 2010). Auch für die eindimensionale Konzeptualisierung des Akzeptanz- bzw. Adoptionsverhaltens an sich, das in der Realität durchaus unterschiedliche Facetten aufweist, wird die bestehende Adoptionsforschung kritisiert (Benbasat und Barki 2007).

2.4 Stand der Forschung zur Akzeptanz elektronischer Bücher

Der nachfolgende Abschnitt widmet sich der ersten Forschungsfrage und präsentiert den aktuellen Stand wissenschaftlicher Forschung zu konkreten Einflussfaktoren der Akzeptanz elektronischer Bücher. Dabei sollen auf Basis theoretischer Überlegungen Faktoren identifiziert und deren Wirkungsweise erläutert werden. Darüber hinaus werden Forschungslücken aufgezeigt und Handlungsempfehlungen für zukünftige Untersuchungen abgeleitet.

2.4.1 Forschungsbeiträge auf Basis theoretischer Überlegungen

Zur Sichtung der bestehenden Literatur wurden die Datenbanken *Business Source Premier*, *PsycARTICLES*, *PsycINFO* sowie *Google Scholar* nach relevanten Suchbegriffen in Titel und Abstract der enthaltenen Zeitschriften im Zeitraum von 1990 bis 2013 durchsucht. Darüber hinaus wurden die Tagungsbände der renommierten Konferenzen *International Conference on Information Systems* sowie *European Conference on Information Systems* in die Suche miteinbezogen (vom Brocke et al. 2009). Der folgende Ausdruck zeigt die in der Suche verwendeten Schlagwörter:

(Accept OR Adopt* OR Attitude* OR Resist* OR Reject) AND (((Electronic OR Digital) AND (Book OR Reading)) OR E-Book OR Ebook)*

Bei Durchsicht der Beiträge wurden solche als relevant identifiziert, in denen Aussagen über Wirkungszusammenhänge zwischen Einflussfaktoren sowie der Akzeptanz elektronischer Bücher oder Lesegeräten auf Basis theoretischer Überlegungen getroffen werden. Die im Suchergebnis enthaltenen Artikel wurden anschließend hinsichtlich weiterer relevanter referenzierter bzw. referenzierender Beiträge analysiert (Vor- bzw. Rückwärtssuche). Tabelle 2-1 stellt alle durch das oben geschilderte Vorgehen identifizierten Quellen dar und beschreibt diese zusammenfassend.

Tabelle 2-1: Einflussfaktoren der Akzeptanz elektronischer Bücher

Quelle	Untersuchungsobjekt	Methodik und Datenbasis ^a	Einflussfaktoren und Wirkrichtung bzgl. der Akzeptanz elektronischer Bücher ^b
Antón, Camarero und Rodríguez (2013); Psychology & Marketing	Elektronische Lesegeräte	Quantitativ; Mitglieder in Gruppen in sozialen Netzwerken und Foren zu den Themen elektronischer Bücher und Technologie; n = 662; International	Einstellung (+); Empfundene Nützlichkeit (+); Empfundene Einfachheit der Nutzung (+); Empfundene Freude (+); Übereinstimmung von Produktimage und Selbstbild (+); Interesse an Technologie (+); Interesse am Lesen von Büchern (-); Wissen bzgl. Lesegeräten (+)
Bansal (2011); Journal of Computer Information Systems	Elektronische Fachbücher im Internet	Quantitativ; Studenten; n = 123; USA	Persönlichkeit: Verträglichkeit (-); Persönlichkeit: Neurotizismus (-); Umweltbewusstsein (+); Frühere Nutzung elektronischer Bücher (+); Bevorzugung gedruckter Bücher (-); Positives Nutzungsempfinden (+); Empfundene Nützlichkeit (+); Empfundene Einfachheit der Nutzung (+)

Quelle	Untersuchungsobjekt	Methodik und Datenbasis ^a	Einflussfaktoren und Wirkrichtung bzgl. der Akzeptanz elektronischer Bücher ^b
D'Ambra, Wilson und Akter (2013); Journal of the American Society for Information Science & Technology	Elektronische Bücher	Quantitativ; Wissenschaftliche Mitarbeiter mit Erfahrung bzgl. elektronischer Bücher; n = 361; Australien	Aufgabentyp; Technologiecharakteristika; Individuelle Erfahrung (+); Task-Technology-Fit (+);
Gerlach und Buxmann (2011); Proceedings der European Conference on Information Systems	Elektronische Bücher	Qualitativ; Leser; n = 30; Deutschland	Haptische Dissonanz (-)
Huang und Hsieh (2012); Electronic Commerce Research & Applications	Elektronische Lesegeräte	Quantitativ; Besitzer von Leseegeräten; n = 395; Taiwan	Wechselkosten durch Umlernen (-); Wechselkosten durch Verlust sozialer Kontakte (-); Relativer Vorteil (+); Kompatibilität (+); Komplexität (+)
Jung et al. (2012); New Media & Society	Elektronische Lesegeräte	Quantitativ; Konsumenten; n = 500; Südkorea	Alter (-); Bildung (+); Einkommen (+); Internetnutzung (+); Zufriedenheit mit Druckmedien (+); Bedarf nach Druckmedien (+); Besitz digitaler Medientechnologien (+); Selbstwirksamkeit (+); Neuheitsstreben (+); Relativer Vorteil (+); Kompatibilität (+); Möglichkeit des Ausprobierens (+)
Kirk, Chiagouris und Gopalakrishna (2012); Journal of Retailing & Consumer Services	Elektronische Bücher (statisch ggü. interaktiv)	Quantitativ; Studenten; n = 114; USA	Zufriedenheit mit Medium (+); Interaktivitätsgrad des Mediums (+); Empfundene Nützlichkeit gedruckter Bücher (-)

Quelle	Untersuchungsobjekt	Methodik und Datenbasis ^a	Einflussfaktoren und Wirkrichtung bzgl. der Akzeptanz elektronischer Bücher ^b
Ratten (2010); International Journal of e-Business Management	Elektronische Lesegeräte	Quantitativ; Studenten; n = 208; Australien	Ausgesetztsein bzgl. Lesegeräten (+); Unternehmerische Ausrichtung (+);
Read, Robertson und McQuilken (2011); Australasian Marketing Journal	Elektronische Lesegeräte	Quantitativ; Konsumenten; n = 500; Australien	Empfundene Nützlichkeit (+); Empfundene Einfachheit der Nutzung (+); Einstellung (+); Emotionale Bindung bzgl. gedruckter Büchersammlung (-)
Shin (2011); New Media & Society	Elektronische Bücher	Quantitativ; Mitglieder in Foren zum Thema elektronischer Bücher; n = 257; International	Gratifikation bei anfänglicher Nutzung (+); Bestätigung bei Nutzung (+); Empfundene Nützlichkeit (+); Empfundene Einfachheit der Nutzung (+); Empfundene Servicequalität (+); Vertrautheit mit gedruckten Büchern (-); Vertrautheit mit elektronischen Büchern (+)

^a: n = Stichprobengröße; ^b: (+) = positiver Einfluss; (-) = negativer Einfluss

Die strukturierte Literaturrecherche zeigt, dass sich nur wenige Studien mit theoretisch hergeleiteten Einflüssen der Akzeptanz elektronischer Bücher beschäftigen. Obwohl diese schon lange intensiv in der Praxis diskutiert wird (z. B. Ihlenfeld 1998; Kölling 2007), wurden in den durchsuchten Organen im Zeitraum zwischen 1990 und 2013 insgesamt nur 10 Artikel zum Thema veröffentlicht.

Nahezu alle in Tabelle 2-1 aufgeführten Veröffentlichungen untersuchen Akzeptanzeinflüsse der Wahrnehmung elektronischer Bücher oder Lesetechnologie durch Konsumenten. Am häufigsten vertreten sind dabei Konstrukte, die den empfundenen Nutzen der Technologie oder Wahrnehmungen der Einfachheit der Nutzung widerspiegeln (Antón, Camarero und Rodríguez 2013; Bansal 2011; Huang und Hsieh 2012; Jung et al. 2012; Read, Robertson und McQuilken 2011; Shin 2011). Antón, Camarero und Rodríguez 2013) finden außerdem einen signifikanten Einfluss der Freude, die ein Leser bei der Nutzung elektronischer Bücher empfindet. D'Ambra, Wilson und Akter (2013) untersuchen darüber hinaus den sogenannten Task-Technology-Fit (Goodhue und Thompson 1995) in einer Studie unter Wissenschaftlern. Dabei wurde erhoben, zu

welchem Ausmaß elektronische Bücher als geeignet für die Aufgaben der wissenschaftlichen Arbeit empfunden werden und wie sich dieser „Fit“ zwischen Aufgabe und Technologie auf die Nutzung elektronischer Bücher auswirkt. Trotz eines signifikanten Effekts für diesen Zusammenhang muss erwähnt werden, dass der Fit als alleiniger Einflussfaktor lediglich eine Varianzaufklärung von 7,3 % der Nutzungsvariable erreicht.

Weiterhin wurde mehrfach untersucht, inwiefern bestimmte Persönlichkeitsmerkmale bzw. demografische Größen Prädiktoren der Akzeptanz elektronischer Bücher darstellen. So zeigt Bansal (2011), dass sich positive Ausprägungen in den Persönlichkeitsfaktoren Verträglichkeit und Neurotizismus negativ auf die Wahrnehmung elektronischer Bücher auswirken. Demgegenüber finden die Autoren heraus, dass ein erhöhtes Umweltbewusstsein zu einer Präferenz für elektronische Bücher führt. In ihrer empirischen Studie unter südkoreanischen Konsumenten identifizieren Jung et al. (2012) außerdem Selbstwirksamkeit als signifikanten Einflussfaktor mit positiver Wirkrichtung. Die Autoren schließen außerdem demografische Variablen in ihre Untersuchung mit ein und finden heraus, dass die Akzeptanz elektronischer Bücher negativ mit dem Alter sowie positiv mit Einkommen, Bildung und der Nutzung des Internets korreliert. An dieser Stelle ist anzumerken, dass in der Vergangenheit darauf hingewiesen wurde, dass demografische Größen eher als Indikatoren für korrelierte Variablen angesehen werden sollten und keine kausalen Verursacher sind (z. B. Pitcher, Chreim und Kisfalvi 2000; Priem, Lyon und Dess 1999).

Sechs der zehn identifizierten Studien untersuchen Variablen, die der Tatsache Rechnung tragen, dass elektronische Bücher Ersatz für ein bereits etabliertes Produkt (gedruckte Bücher) darstellen können und damit durch den Konsumenten vor dem Hintergrund eines Status-Quo wahrgenommen werden. So zeigt Bansal (2011) in einer Studie zur Akzeptanz elektronischer Fachbücher unter Studenten, dass eine Präferenz für gedruckte Bücher eine geringere Akzeptanz der elektronischen Variante mit sich bringt. Dieses Ergebnis wird durch weitere Studien gestützt, die zeigen, dass von empfundener Nützlichkeit gedruckter Bücher im Rahmen des Studiums (Kirk, Chiagouris und Gopalakrishna 2012) sowie der Vertrautheit mit gedruckten Büchern (Shin 2011) negative Einflüsse auf die Akzeptanz elektronischer Bücher ausgehen. Für Besitzer elektronischer Lesegeräte zeigen Huang und Hsieh (2012), dass sich wahrgenommene Kosten eines Wechsels von gedruckten auf elektronische Bücher negativ auf deren Akzeptanz auswirken. Speziell wirken sich die Kosten des Erlernens der neuen Tech-

nologie sowie des subjektiven Verlusts durch Vernachlässigung eines vorher besuchten und unterstützten Buchhändlers negativ aus. Vielversprechend ist der Ansatz von Read, Robertson und McQuilken (2011), die untersuchen, wie sich die emotionale Bindung eines Lesers an dessen gedruckte Büchersammlung auf die Einstellung gegenüber elektronischen Büchern auswirkt. Die Autoren finden nach einer Befragung von 500 australischen Konsumenten zwar einen signifikant negativen, jedoch vernachlässigbar kleinen Effekt für diesen Zusammenhang (Pfadkoeffizient = -0,05). Schließlich vermuten Jung et al. (2012) einen positiven Zusammenhang zwischen der Intention, elektronische Lesegeräte zu nutzen, sowie der Zufriedenheit mit und dem Bedarf nach traditionellen Printmedien (Zeitungen, Zeitschriften, Bücher). Die Autoren begründen diese eher kontraintuitiven Hypothesen durch eine Differenzierung zwischen Inhalt und Medium und vernachlässigen dabei mögliche Vorteile der Printform. So bekämen zufriedene Printmediennutzer dieselben Inhalte auf elektronischen Lesegeräten nur in einer effizienteren Art und Weise präsentiert. Eine Regressionsanalyse der Autoren zeigt für diese Zusammenhänge jedoch keine signifikanten Effekte.

Kritisch ist anzumerken, dass die im Rahmen der Recherche identifizierten Studien signifikante methodische Einschränkungen aufweisen. So verwenden acht von zehn Studien deutlich limitierte Datengrundlagen zur empirischen Hypothesenprüfung und nutzen entweder Studenten in ihrer Stichprobe (Bansal 2011; Kirk, Chiagouris und Gopalakrishna 2012; Ratten 2010) Mitglieder bestimmter Interessensgruppen, beispielsweise Internetforen zu den Themen elektronischer Bücher oder Lesetechnologie (Antón, Camarero und Rodríguez 2013; Shin 2011), Besitzer elektronischer Lesegeräte (Huang und Hsieh 2012) oder wissenschaftliche Mitarbeiter einer Universität (D'Ambra, Wilson und Akter 2013). Zusätzlich zu den Einschränkungen dieser sehr spezifischen Stichproben wird teilweise die Akzeptanz elektronischer Bücher mit einem Fokus auf Fachliteratur untersucht (Bansal 2011; D'Ambra, Wilson und Akter 2013; Kirk, Chiagouris und Gopalakrishna 2012). Wie jedoch in Abschnitt 1.1.2 bemerkt, begünstigt Fachliteratur elektronisches Lesen, da in diesem Fall technologische Vorteile tendenziell eine höhere Bedeutung haben als beispielsweise im Bereich der Belletristik (D'Ambra, Wilson und Akter 2013). Schlussendlich mindern weitere Limitationen, wie beispielsweise unzureichend erläuterte oder fehlende Konstruktoperationalisierungen die Aussagekraft und Interpretierbarkeit der gefundenen Studien (z. B. D'Ambra, Wilson und Akter 2013; Shin 2011).

2.4.2 Empirisch-deskriptive Studien

Neben den in Tabelle 2-1 aufgeführten Studien konnten durch die Recherche viele weitere Beiträge zur Akzeptanz elektronischer Bücher ohne Theoriebezug identifiziert werden, in denen Individuen nach Gründen, die für oder gegen elektronische Bücher sprechen, gefragt wurden. Nahezu alle Studien betrachten dabei Studenten in Bezug auf deren Akzeptanz elektronischer Fachliteratur (Ausnahme: Gunter 2005). Tabelle 2-2 und Tabelle 2-3 verdichten die im Rahmen dieser Studien gefundenen Akzeptanz- und Ablehnungsgründe.

Tabelle 2-2: Häufig genannte Gründe für eine Ablehnung elektronischer Bücher

Grund	Quellen
Nutzung schwierig / traditionelle Bücher einfacher nutzbar	Chu (2003); Rowlands et al. (2007); Shelburne (2009); Hurst et al. (2009); Noyes und Garland (2006)
Erfordernis für zusätzliches Lesegerät	Chu (2003); Wilson (2003); Shelburne (2009)
Zusätzliche Kosten	Chu (2003); Wilson (2003)
Zu wenige Inhalte verfügbar	Chu (2003); Gunter (2005)
Präferenz für gedruckte Bücher	Chu (2003); Jamali, Nicholas und Rowlands (2009); Woody, Daniel und Baker (2010); Gregory (2008); Cassidy, Martinez und Shen (2012)
Fehlendes Interesse	Chu (2003); Gregory (2008); Cassidy, Martinez und Shen (2012)
Fehlendes Wissen	Chu (2003); Gregory (2008); Cassidy, Martinez und Shen (2012)
Formatinkompatibilität und DRM	Jamali, Nicholas und Rowlands (2009); Shelburne (2009)
Lesen am Bildschirm als unangenehm empfunden	Gunter (2005); Jamali, Nicholas und Rowlands (2009); Lam et al. (2009); Shelburne (2009); Gregory (2008); Hurst et al. (2009); Noyes und Garland (2006)
Technologie lenkt vom Lesen ab	Foote und Rupp-Serrano (2010); Noyes und Garland (2006)

Grund	Quellen
Bedürfnis nach tangiblen Besitz	Foote und Rupp-Serrano (2010)
Emotionale Bindung an Bücher	Hurst et al. (2009); Noyes und Garland (2006)
Ästhetische Aspekte	Noyes und Garland (2006)

Tabelle 2-3: Häufig genannte Gründe für eine Akzeptanz elektronischer Bücher

Grund	Quellen
Bequem herunterladbar	Chu (2003); Gunter (2005); Jamali, Nicholas und Rowlands (2009); Foote und Rupp-Serrano (2010); Lam et al. (2009); Hernon et al. (2007); Rowlands et al. (2007); Shelburne (2009); Gregory (2008); Hurst et al. (2009); Cassidy, Martinez und Shen (2012)
Durchsuchbarkeit der Inhalte	Chu (2003); Gunter (2005); Jamali, Nicholas und Rowlands (2009); Lam et al. (2009); Shelburne (2009); Hurst et al. (2009)
Schneller Zugriff auf neue Titel	Chu (2003); Hernon et al. (2007)
Platzersparnis und Portabilität	Chu (2003); Gunter (2005); Jamali, Nicholas und Rowlands (2009); Lam et al. (2009); Hernon et al. (2007); Wilson (2003); Rowlands et al. (2007); Shelburne (2009); Gregory (2008); Hurst et al. (2009); Noyes und Garland (2006)
Umweltschutzaspekt	Chu (2003); Jamali, Nicholas und Rowlands (2009); Shelburne (2009)
Günstiger als Druckversion	Gunter (2005); Jamali, Nicholas und Rowlands (2009); Hernon et al. (2007)
Verfügbarkeit von multimedialen Elementen	Gunter (2005)
Vorliebe für technische Spielereien	Gunter (2005)

Trotz interessanter Erkenntnisse erschwert mangelnder Theoriebezug allerdings die Interpretation dieser rein deskriptiven Ergebnisse und deren Integration in bestehende Forschung. Beispielsweise wird oft eine Präferenz für das gedruckte Buch als Grund für die Ablehnung elektronischer Bücher aufgeführt (z. B. Chu 2003; Gregory 2008;

Jamali, Nicholas und Rowlands 2009). Wie eine solche Präferenz jedoch zustande kommt und durch welchen Mechanismus diese sich auf die Akzeptanz elektronischer Bücher auswirkt, bleibt ungeklärt. Dennoch bestätigen die gefundenen Studien teilweise die theoretisch gestützten Studien aus Abschnitt 2.4.1 und konkretisieren diese. So lassen sich beispielsweise Aspekte wie die Durchsuchbarkeit oder Platzersparnis elektronischer Bücher durchaus als Manifestation eines allgemeineren Nutzenempfindens (z. B. Antón, Camarero und Rodríguez 2013; Bansal 2011) interpretieren.

2.4.3 Zusammenfassung

Zusammenfassend ist festzustellen, dass aufgrund methodischer und theoretischer Einschränkungen der bestehenden Literatur signifikanter Forschungsbedarf hinsichtlich der Einflussfaktoren der Akzeptanz elektronischer Bücher besteht. Eine breit angelegte Literatursuche in einschlägigen Datenbanken ergibt, dass zum aktuellen Zeitpunkt, nach Einschluss durch Vorwärts- und Rückwärtssuche gefundener Studien, lediglich 10 Studien mit theoretischem Bezug vorliegen. Diese sind dabei meist stark durch eine Befragung sehr spezieller Zielgruppen (z. B. Studenten, Interessenten elektronischer Bücher) oder einer ausschließlichen Betrachtung von Fachbüchern eingeschränkt (Burnett und Dune 1986; Peterson 2001). Als wichtige Einflussfaktoren wurden in vielen Studien das persönliche Nutzenempfinden sowie die wahrgenommene Einfachheit der Nutzung oder eng verwandte Konstrukte wie der relative Vorteil oder die Komplexität der Lesetechnologie identifiziert.⁴ Weiterhin lässt die Literatursuche die Vermutung zu, dass der aktuelle Status-Quo eine wichtige Rolle für die Akzeptanz elektronischer Bücher als substituierendes Produkt spielt. Mögliche Wirkungszusammenhänge bleiben dabei jedoch größtenteils ungeklärt. Betrachtet man die Ergebnisse rein empirisch-deskriptiver Studien, lässt sich feststellen, dass konkrete technische und ergonomische Aspekte entscheidend für die Akzeptanz elektronischer Lesetechnologie sind.

⁴ Zur Verwandtschaft der Konstrukte des empfundenen Nutzens, empfundener Einfachheit der Nutzung sowie relativem Vorteil und Komplexität, vgl. Moore und Benbasat (1991).

Die Akzeptanz elektronischer Bücher
Eine umfassende Analyse der Einflussfaktoren

Gerlach, J.

2014, XVIII, 179 S. 6 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-04770-2