

# Inhaltsverzeichnis

<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>9</b>
<b>Tabellenverzeichnis.....</b>	<b>11</b>
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>13</b>
<b>2 Theoretische Konzepte und Stand der Forschung.....</b>	<b>23</b>
2.1 Exploration, Exploitation und Ambidextrie.....	23
2.1.1 Theoretische Grundlagen.....	24
2.1.2 Die Entstehung von Ambidextrie.....	30
2.1.3 Ambidextrie im Einfluss auf Erfolg.....	33
2.2 Organisationaler Status.....	43
2.2.1 Theoretische Grundlagen.....	43
2.2.2 Die Entstehung von Status.....	47
2.2.3 Status im Einfluss auf organisationales Verhalten.....	54
2.2.4 Status im Einfluss auf Erfolg.....	67
<b>3 Der Markt für Qualitätsliteratur .....</b>	<b>73</b>
3.1 Kulturindustrien, der Buchmarkt und seine Segmente.....	73
3.1.1 Inhaltliche Segmentierung.....	74
3.1.2 Formelle Segmentierung.....	76
3.1.3 Qualitative Segmentierung.....	78
3.2 Der Literaturmarkt als intermediiertes Feld.....	82
3.3 Die Akteure.....	84
3.3.1 Autoren.....	85
3.3.2 Agenten.....	86
3.3.3 Verlage.....	87
3.3.4 Literaturkritik.....	93
3.3.5 Literaturwissenschaft.....	95
3.3.6 Handel.....	96
3.3.7 Konsumenten.....	97
3.4 Das Wertproblem und die soziale Konstruktion von Qualität .....	99
3.4.1 Qualitätsunsicherheit als Koordinationsproblem .....	99
3.4.2 Koordinationsregimes.....	103

<b>4 Die Erklärung von Ambidextrie .....</b>	<b>111</b>
4.1 Statusbasierte Opportunitäten und Motivationen (H1) .....	113
4.1.1 Opportunitäten .....	114
4.1.2 Motivation .....	121
4.2 Sonderfall Mittelstatus-Konformität (H2) .....	127
<b>5 Die Erklärung von Erfolg .....</b>	<b>139</b>
5.1 Ambidextrie (H3) .....	139
5.2 Status (H4) .....	147
5.3 Ambidextrie und Status (H5) .....	151
<b>6 Daten, Modell und Methode .....</b>	<b>155</b>
6.1 Datenquellen und Datensatzerstellung .....	155
6.1.1 Publikationsdaten .....	155
6.1.2 Status .....	156
6.1.3 Erfolg .....	159
6.1.4 Integration und Spezifizierung des Datensatzes .....	160
6.2 Operationalisierung der Variablen .....	163
6.2.1 Abhängige Variablen .....	163
6.2.2 Unabhängige Variablen .....	165
6.2.3 Kontrollvariablen .....	166
6.3 Modell und Methode .....	168
6.3.1 Die Erklärung von Exploration (H1, H2) .....	168
6.3.2 Die Erklärung von Erfolg (H3, H4, H5) .....	169
<b>7 Ergebnisse .....</b>	<b>171</b>
7.1 Die Erklärung von Exploration .....	171
7.2 Die Erklärung von Erfolg .....	172
<b>8 Diskussion .....</b>	<b>189</b>
8.1 Die Bedeutung von Status bei der Erklärung von Ambidextrie .....	189
8.2 Die Bedeutung von Ambidextrie und Status bei der Erklärung von Erfolg .....	191
8.3 Limitierungen und weiterer Forschungsbedarf .....	195
<b>9 Literaturverzeichnis .....</b>	<b>201</b>

Der Status-Effekt

Bestseller und Exploration im Literaturmarkt

Reichert, I.

2017, XI, 205 S. 20 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-15691-6