

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Abstract	8
Abbildungsverzeichnis	13
Tabellenverzeichnis	14
Abkürzungsverzeichnis	15
1 Einleitung	16
2 Patron-Driven-Acquisition	22
2.1 Definition	22
2.2 Historische Entwicklung der PDA	22
2.3 Globale Verbreitung der PDA	24
2.4 Verbreitung der PDA in Deutschland	24
2.5 Umsetzung der PDA in Bibliotheken	26
2.5.1 Wahl des PDA-Anbieters	27
2.5.2 Wahl einer Moderation des Erwerbungsprozesses	28
2.5.3 Einsatz einer Moderation in deutschen PDA-Anwenderbibliotheken	29
2.6 Begründung der Wahl der SLUB Dresden als Forschungspartner für diese Bachelorarbeit	29
3 Sächsische Landesbibliothek – Staats- und Universitätsbibliothek (SLUB) Dresden	31
3.1 Profil der SLUB Dresden	31
3.2 Nutzerkategorien der SLUB Dresden	33
3.3 PDA in der SLUB Dresden	35
3.3.1 Das PDA-Modell der Ebook Library (EBL)	35
3.3.2 Schweizer Fachinformationen als EBL-Vertriebspartner	36
3.3.3 Testphase des PDA-Modells der EBL	38
3.3.4 Routinebetrieb des PDA-Modells der EBL	40
3.3.4.1 Anpassung der Modell-Parameter	41
3.3.4.2 Umsetzung der Modell-Parameter	43
3.3.4.3 PDA aus Sicht des Kunden	45
3.3.4.4 Nutzung der PDA	46
3.3.4.5 Kosten	47
3.3.4.6 Herausforderungen	47
3.3.4.7 Zukunft	48

4 Konsumentenverhalten/ Käuferverhaltensforschung	49
4.1 Definition	49
4.2 Bezug zur Fragestellung der Arbeit	49
4.3 Erklärungsansätze	50
4.3.1 Strukturansätze (neo-behavioristische Modelle)	52
4.3.1.1 Systemmodelle	54
5 Empirische Untersuchung des Konsumentenverhaltens der SLUB-Kunden während der Nutzung des PDA-Modells	79
5.1 Forschungsvorhaben und Ziel der Untersuchung	79
5.2 Hypothesenbildung	80
5.3 Konzeption der Untersuchung	81
5.4 Operationalisierung der Variablen	82
5.5 Methodenwahl	85
5.5.1 Befragung	85
5.5.2 Methode des lauten Denkens	90
5.5.3 Beobachtung	91
5.6 Teilnehmer-Rekrutierung	92
5.7 Grundgesamtheit und Stichprobengröße	93
5.8 Pretest	94
5.9 Untersuchungsablauf	96
5.10 Technisches Equipment	97
5.11 Auswertung	97
5.11.1 Interpretative Auswertung	97
5.11.2 Rahmenbedingungen	98
5.12 Ergebnisse	99
5.12.1 Hypothese zum Beeinflussungsfaktor: Größe der Auswahlmenge	99
5.12.2 Hypothese zum Beeinflussungsfaktor: Einstellung bezüglich der SLUB	104
5.12.3 Hypothese zum Beeinflussungsfaktor: Einstellung bezüglich der PDA	106
5.12.4 Hypothese zum Beeinflussungsfaktor: Nutzung des PDA-Modells	109
5.12.5 Hypothese zum Beeinflussungsfaktor: Preisinformationen	110
5.12.6 Hypothese zum Beeinflussungsfaktor: Einstellung bezüglich des Recherchethemas	113
5.12.7 Auswirkungen des Beeinflussungsfaktors Recherchethema	114
5.12.8 Weitere Beeinflussungsfaktoren	117
5.13 Handlungsempfehlungen	119

6 Zusammenfassung	132
Literaturverzeichnis	136
Anhang	147
Anhang 1: Erster Rekrutierungsblog-Post	147
Anhang 2: Zweiter Rekrutierungsblog-Post	148
Anhang 3: Rekrutierungs-Tweed	149
Anhang 4: Rekrutierungsposter	150
Anhang 5: modifiziertes Rekrutierungsposter	151
Anhang 6: Rekrutierungs-Tweed II	152
Anhang 7: standardisierter Fragebogen mit Angaben zur Sozialstatistik	153
Anhang 8: Datenschutzerklärung	154
Anhang 9: vollständiger Screenshot einer Voransicht eines PDA-E-Books	155
Anhang 10: Auswertungstabelle (aufgrund der Größe ausgelagert)	156
Anhang 11: Schriftliche Herleitung der Ergebnisse	157