

Abstrakt

Diplomová práce *Vydavatelství Axel Springer a jeho transformace v digitální dům* se zabývá postupnou transformací německého vydavatelského domu *Axel Springer* z tradičního vydavatelství tištěných novin v dnešní digitální dům. Práce zkoumá obchodní aktivity a nabízí periodizovaný přehled dominantních obchodních strategií vydavatelství od jeho založení v roce 1946 do současnosti roku 2014. Souběžně s tím tak práce předkládá chronologický vývoj produktového portfolia vydavatelství. Právě tento záznam historické i aktuální podoby portfolia pak odkrývá nejen změny ve struktuře výnosů, ale také odklon vydavatelství od původně hlavního předmětu podnikání.

Transformace se v případě vydavatelství *Axel Springer* vyznačuje přenosem principů mediálního podnikání do digitálního prostředí – v něm však vedle mediálních produktů také na nemediální produkty. Z ekonomického hlediska je tato strategie úspěšná, neboť vydavatelství *Axel Springer* v roce 2014 generuje více než 70% svého celkového zisku (EBITDA) z digitálních aktivit. Zároveň však práce kriticky dokazuje, že zdárná digitální transformace vydavatelství *Axel Springer* není výsledkem úspěšné digitální transformace prodeje mediálního obsahu. Jaké dopady tato případná „cesta z krize mediálního podnikání bez médií“ může na samotná média mít, autorka nastiňuje v závěru práce.