

Wulf D. von Lucius

# Verlagswirtschaft

## Ökonomische, rechtliche und organisatorische Grundlagen

Mit zahlreichen Abbildungen und Übersichten

**UVK Verlagsgesellschaft mbH**

# Inhaltsverzeichnis

<b>1.</b>	<b>Märkte und Rahmendaten</b> .....	<b>15</b>
1.1	»Books are different« .....	15
1.2	Rechtliche Rahmenbedingungen .....	20
1.2.1	Grundgesetz .....	20
1.2.2	Kunstfreiheit .....	23
1.2.3	Eigentumsgarantie nach Art. 14 GG - Schranken des Urheberrechts. ....	23
1.2.4	Strafgesetzbuch .....	25
1.2.5	Wettbewerbsrecht .....	30
1.2.6	Preisbindung .....	31
1.2.7	Presserecht .....	35
1.3	Statistische Daten des Buchmarkts .....	40
1.3.1	Strukturzahlen des Verlagswesens .....	40
1.3.2	Titelproduktion .....	44
1.3.3	Vertriebswege/Konzentration im Handel .....	47
1.3.4	Tendenzen im Freizeitverhalten .....	49
1.3.5	Außenhandel/Lizenzen .....	51
1.4	Markttendenzen .....	54
1.4.1	Medienkonkurrenz .....	54
1.4.2	Konzentrationsbewegungen .....	55
1.4.3	Strukturelle Veränderungen .....	58
1.4.4	Beschleunigung .....	59
1.4.5	Internationalisierung .....	61
1.4.6	Wachsende Bedeutung von Vertrieb und Marketing .....	62
<b>2.</b>	<b>Planung, Organisation und Controlling</b> .....	<b>65</b>
2.1	Programm und Programmplanung .....	65
2.1.1	Programmplanung .....	65
2.1.2	Programmstruktur .....	67
2.1.3	Projektentwicklung .....	70
2.1.4	Ökonomische Planung .....	72
2.2	Verlagstypen .....	75
2.2.1	Buch- und Zeitschriftenverlag .....	75
2.2.2	Autorenverlage und Lektoratsverlage .....	76

# Inhaltsverzeichnis

2.2.3	Themenverlage und Zielgruppenverlage.....	77
2.2.4	Original- und Lizenzverlage.....	79
2.3	Organisation im Verlag.....	80
2.3.1	Begriffe und Konzepte.....	80
2.3.2	Aufbauorganisation.....	82
2.4	Lektorat und Redaktion.....	88
2.5	Outsourcing und Kooperationen.....	91
2.5.1	Funktionsausgliederung/Outsourcing.....	91
2.5.2	Kooperationen.....	96
2.6	Finanzen, Rechnungslegung, Controlling.....	99
2.6.1	Besonderheiten der Verlagsbilanz.....	99
2.6.2	Kosten- und Ertragsplanung.....	109
2.6.3	Plan-Ist-Vergleich und Vorjahresvergleich.....	114
2.6.4	Kennziffern.....	115
2.6.5	Controlling.....	118
<b>3.</b>	<b>Herstellung, Kosten und Kalkulation.....</b>	<b>121</b>
3.1	Technische Grundlagen.....	121
3.2	Buchgestaltung und Buchtypen.....	123
3.3	Ablauforganisation der Produkterstellung.....	124
3.3.1	Texterfassung.....	124
3.3.2	Organisatorische Konsequenzen in den Herstellungsabteilungen.....	127
3.3.3	Bildverarbeitung.....	127
3.4	Woraus ein Buchpreis besteht.....	129
3.5	Honorare und Zuschüsse.....	132
3.5.1	Absatzhonorar und Pauschalhonorar (s.a. Kap. 7.6).....	132
3.5.2	Entfall von Honorar, Zuschüsse.....	134
3.5.3	Honoraranpassung.....	134
3.5.4	Pauschalhonorare.....	135
3.5.5	Vorauszahlungen.....	136

3.6	Kalkulation und Preisfindung .....	137
3.6.1	Unsicherheit der Kalkulationsgrundlagen .....	137
3.6.2	Kalkulationsschemata .....	140
3.6.3	Zuordnung der Gemeinkosten .....	144
3.7	Auflagenbemessung und Laufzeiten .....	147
3.7.1	Fixkosten und variable Kosten .....	147
3.7.2	Bemessung der Druckauflagen .....	150
3.7.3	Digitaldruck und Printing on Demand .....	153
3.7.4	Deckungsauflagenrechnung .....	156
3.7.5	Deckungsbeitragsrechnung .....	159
3.7.6	Planungsrechnung (s. a. Kap. 2.6.2) .....	160
<b>4.</b>	<b>Marketing, Werbung und Vertrieb .....</b>	<b>163</b>
4.1	Marketing als zentrale Aufgabe des Unternehmens .....	163
4.2	Distributionspolitik .....	168
4.2.1	Logistik .....	168
4.2.2	Absatzkanäle .....	169
4.2.3	Pull- und Push-Marketing .....	171
4.2.4	Titelverfügbarkeit und Warenpräsenz .....	173
4.2.5	Verlagsauslieferung .....	175
4.2.6	Das Barsortiment .....	177
4.2.7	Warenbezugswege .....	178
4.3	Kontrahierungspolitik .....	178
4.3.1	Preispolitik .....	178
4.3.2	Konditionenpolitik .....	182
4.4	Kommunikationspolitik .....	186
4.4.1	Ziele der Werbung .....	186
4.4.2	Der Werbeplan .....	187
4.4.3	Zeitliche Planung der Werbung .....	190
4.4.4	Das Werbebudget .....	194
4.4.5	Werbemittel .....	196
4.4.6	Rezensionen und Freistücke .....	199
4.4.7	Informationsquellen für die Werbung .....	199
4.4.8	Das Internet als Werbemedium und Vertriebskanal .....	202
4.4.9	Verlagsvertreter .....	204
4.4.10	Key Account Management .....	207

## Inhaltsverzeichnis

4.4.11	Messen und Ausstellungen. ....	208
4.4.12	Public Relations, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. ....	210
4.5	Vertriebliche Statistiken und Kennziffern. ....	211
<b>5.</b>	<b>Zeitschriften. ....</b>	<b>219</b>
5.1	Besonderheiten von Zeitschriften im Überblick. ....	219
5.1.1	Die Situation am Zeitschriftenmarkt. ....	219
5.1.2	Steuerungskompetenz des Verlags. ....	221
5.1.3	Optimierungsfähigkeit. ....	222
5.1.4	Finanzierung. .... V. ....	227
5.1.5	Erlösquelle Anzeigen (s.a. Kap. 5.3). ....	228
5.1.6	Zeitschriftentypen. ....	231
5.1.7	Zusatzleistungen als weitere Erlösquellen. ....	233
5.2	Produkterstellung im Zeitschriftenverlag. ....	234
5.2.1	Redaktionen/Herausgeber. ....	234
5.2.2	Organisation der Arbeitsabläufe. ....	238
5.3	Das Anzeigengeschäft. ....	241
5.3.1	Grundlagen. ....	241
5.3.2	Mediadaten. ....	245
5.3.3	Auflagen und Auflagenkontrolle. Werbeträgeranalysen. ....	249
5.3.4	Anzeigenverkauf. ....	252
5.4	Zeitschriftenvertrieb. ....	253
5.4.1	Absatzkanäle. ....	253
5.4.2	Werbung. ....	257
5.5	Loseblattwerke. ....	258
<b>6.</b>	<b>Digitale Produkte. ....</b>	<b>261</b>
6.1	Thematische Abgrenzung. ....	261
6.2	Ziele und Erwartungen an Online-Produkte. ....	262
6.3	Neue Geschäftsmodelle. ....	265

6.4	Fallbeispiele.....	269
6.4.1	Grundlagen.....	269
6.4.2	Preismodelle im Internet.....	271
6.4.3	Verlage als Anbieter im Netz.....	273
6.4.4	Datenbankbetreiber als Anbieter.....	285
6.4.5	Zahlungssysteme.....	291
6.4.6	Sonstige Erlösquellen im Internet.....	293
6.4.7	Digitale Offline-Angebote.....	294
6.4.8	Marktanalyse im Internet: Web usage Mining.....	296
6.5	Lizenzen.....	298
6.6	Wie geht es weiter?.....	299
<b>7.</b>	<b>Rechtsschutz für geistiges Eigentum</b>	
	<b>und Vertragspraxis.....</b>	<b>303</b>
7.1	Das Verhältnis Urheber/Verwerter.....	303
7.2	Das Verlagsgesetz.....	306
7.3	Vertragsnormen und Normverträge.....	308
7.4	Der Werkvertrag/Bestellvertrag.....	312
7.5	Wesentliche Regelungen in Verlagsverträgen.....	312
7.6	Das Honorar (s.a. Kap. 3.5).....	318
7.7	Persönlichkeitsrechte.....	324
7.7.1	Urheberpersönlichkeitsrechte.....	324
7.7.2	Persönlichkeitsrechte Dritter.....	327
7.8	Lizenzverträge.....	329
7.9	Einzelfragen.....	332
7.9.1	Bildrechte.....	332
7.9.2	Zitatrecht.....	336
7.10	Vertragsverletzungen, Nichterfüllung.....	338

## Inhaltsverzeichnis

7.11	Wichtige Institutionen und Organisationen im Urheberrecht ...	340
7.11.1	Internationaler Rechtsschutz für geistiges Eigentum. ....	340
7.11.2	Verwertungsgesellschaften, .....	342
	<b>Nützliche Adressen, .....</b>	<b>345</b>
	<b>Abkürzungsverzeichnis, .....</b>	<b>350</b>
	<b>Weiterführende Literatur, .....</b>	<b>351</b>
	<b>Register, .....</b>	<b>355</b>