

Themenübersicht

149

- 0. Allgemeines, Ablauf, Literatur, Einteilung der Referate, Prüfung
- 1. Der Medien- und Buchmarkt
- 2. Der Buch- und Zeitschriftenverlag
- 3. Der Zeitungsverlag
- 4. Die Programmpolitik und –planung im Verlag
- **5. Die funktionale Struktur des Verlages**
- 6. Die juristischen Grundlagen der Verlagsarbeit
- 7. Buchpreis und Wettbewerb
-

Teil 5 – Struktur des Verlages

150

- Aufbau des Verlages
- Organisationsstrukturen
- Organisationsformen

Aufbau des Verlages (1)

151

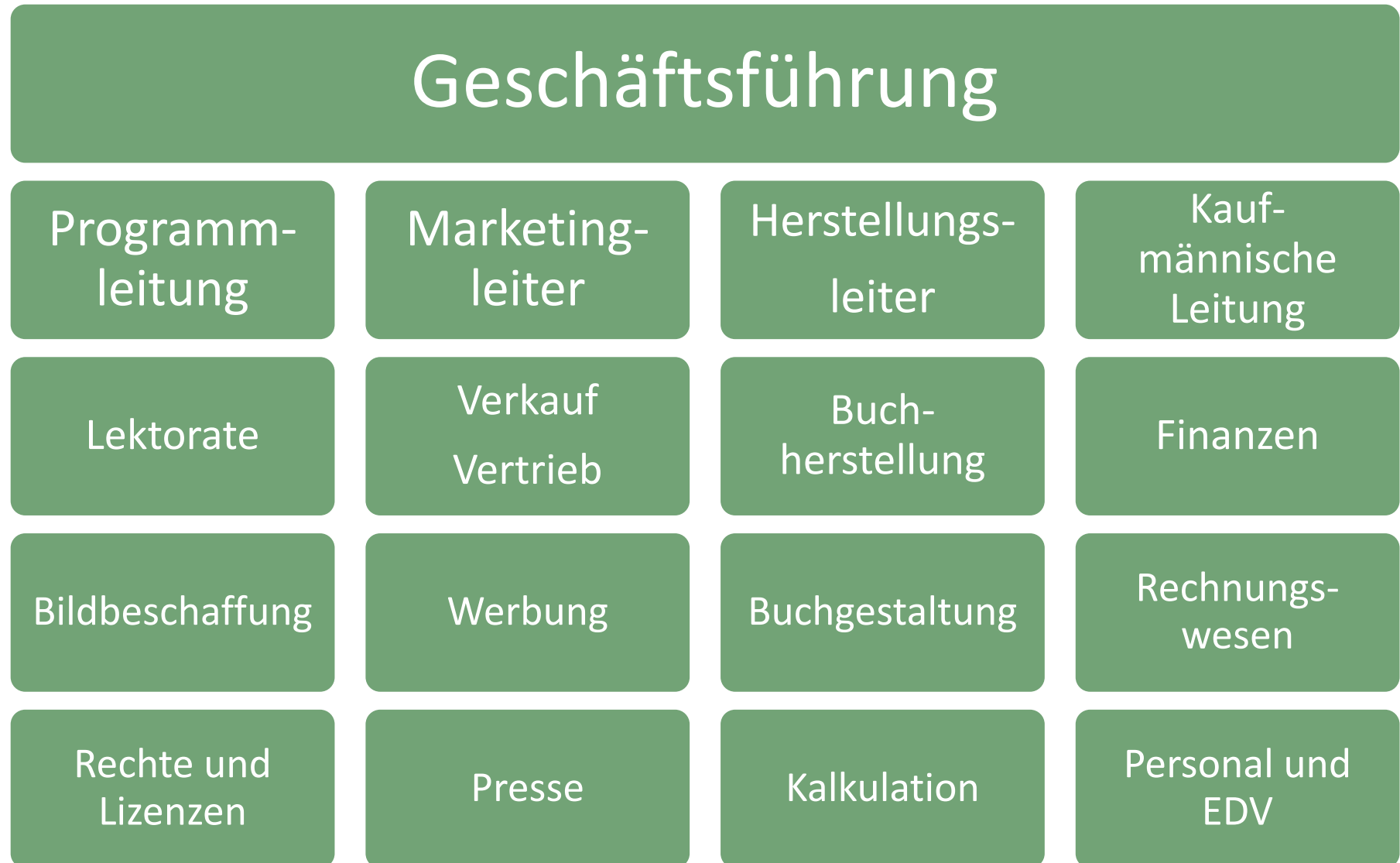
- klare Verteilung von Aufgaben und Verantwortung
- Einbeziehung der Verantwortlichen an Entscheidungen
- Führungsebene bezieht Leiter der Fachabteilungen mit ein (erweiterte Geschäftsführung)



Verlag wird nach Managementprinzipien geführt

Aufbau des Verlages (2)

152



Aufbau des Verlages (3)

153



Organisationsstrukturen

154

Die wesentlichen Funktionen eines Verlages werden dargestellt durch

- Verlagsleitung/Verleger
- Lektorat und Redaktion
- Projektmanagement
- Herstellung
- Vertrieb und Verkauf
- Marketing (Werbung)
- Presse und PR
- Anzeigenverkauf
- Controlling
- Personal
- Buchhaltung

Verlagsleitung/Verleger

- Geschäftsführung
- oft auch (Teil-)Inhaber
- bestimmt Profil des Verlages
- stellt Verlag nach außen dar
- Kooperation mit Verbänden, Organisationen und Geschäftspartnern (Dienstleister, Banken)
- Kontrolle des Geschäftsbetriebs
- setzt strategische und operative Ziele für Abteilungen
- verantwortlich für wirtschaftlichen Erfolg
- stellt Rahmenbedingungen sicher (Personal, Technik, Know-How)

Lektorat und Redaktion

- Umsetzung der Programmstrategie
- Konzeption von Titeln und Produkten
- Projektplanung
- Marktbeobachtung und Marktkenntnisse
- inhaltlicher Ansprechpartner des Autors
- Schnittstelle zu anderen Fachabteilungen
- **Lektorat:** Vermittlung von Inhalten außerhalb des Verlages
- **Redaktion:** Schaffung und Bearbeitung von Inhalten im Verlag

Projektmanagement

- Projektdurchführung
- Projektkontrolle
- terminliche Überwachung
- Schnittstelle zwischen Lektorat und Herstellung
- operativer Ansprechpartner für Autoren und Fachabteilungen

Herstellung

- Kalkulation (3 Phasen) → **siehe 3. Semester im Rahmen des Moduls *Verlagskalkulation***
- Ansprechpartner für Dienstleister (Druckerei, Setzerei, Papiereinkauf)
- disponiert Copyediting
- disponiert Bildbearbeitung
- koordiniert Fahnenversand und Autorenkorrekturen

Grundlagen der Kalkulation

159

Kalkulationsphasen

- Phase 1: **Vorkalkulation**
Projekt in der Planungs-/Genehmigungsphase
- Phase 2: **Nachkalkulation**
Kalkulation anhand der tatsächlichen Eckdaten und Kosten
- Phase 3: **Schlußkalkulation**
Nach Ablauf des produkttypischen Verkaufszeitraums (z.B. 18 Monate oder 3 Jahre)



Nach-/Schlußkalkulation erforderlich zur Wirtschaftlichkeitsbetrachtung und Kalkulation neuer Projekte

Vertrieb und Verkauf

- Preisfestlegung
- Ansprechpartner für Handel und Key-Accounts
- koordiniert Verlagsvertreter
- organisiert Verlagskonferenz
- betreut Vertriebskanäle intern und extern
- Auslieferung
- Bestandsmanagement
- Präsenz auf Kongressen, Tagungen, Messen

Marketing (Werbung)

- Verkaufsförderung
- Marktforschung
- Festlegung der Marketing-Ziele
- Ansprache der Endkunden und des Handels („point of sales“)
- Werbeplanung und -Strategie
- Konzeption der Werbemittel
- Werbeerfolgskontrolle

Presse und PR

- Repräsentation der Verlagsarbeit in den Medien
- Ansprechpartner für Journalisten
- Organisation des Rezensionsversands
- Pressespiegel (intern/extern)
- Marktbeobachtung
- Ausstellungen und Lesungen

Anzeigenverkauf

- Betreuung der Key-Accounts
- Akquise von Neukunden
- Verkauf von
 - Imageanzeigen
 - Stellenanzeigen
 - Bulk-Sales (Sammelverkäufe)
 - Sonderdrucke (Reprints)

Controlling und Personal

- Planung der Finanzen (Einnahmen, Ausgaben, Investitionen)
- Zusammenfassung der Unternehmenslage (Reporting)
- Überwachung von Kennzahlen (Controlling)
- Entwicklung von Erfolgsmeßgrößen
- Einrichtung von Kostenstellen
- Portfolio-Analysen
- Finanzbuchhaltung
- Lohnbuchhaltung
- Personalwesen (Human Resources/HR)

Controlling

□ Operatives Controlling

Erstellt z.B. Maßnahmen zur

- Verbesserung von Betriebsergebnissen
- Senkung von Kosten
- Stabilisierung der Liquidität
- Erweiterung der Zahlungsziele an Lieferanten
- Reduzierung von Honoraren, Vorschüssen
- Erweiterung der Betriebsmittellinie

Controlling

- Strategisches Controlling
 - Beobachtung des Marktumfeldes
 - Entwicklung von Erfolgssegmenten
 - Ermittlung von Chancen und Risiken
 - Verbesserte Kundenbindung
 - Prüfung neuer Kooperationen mit Dienstleistern
 - Aufbau neuer Vertriebswege

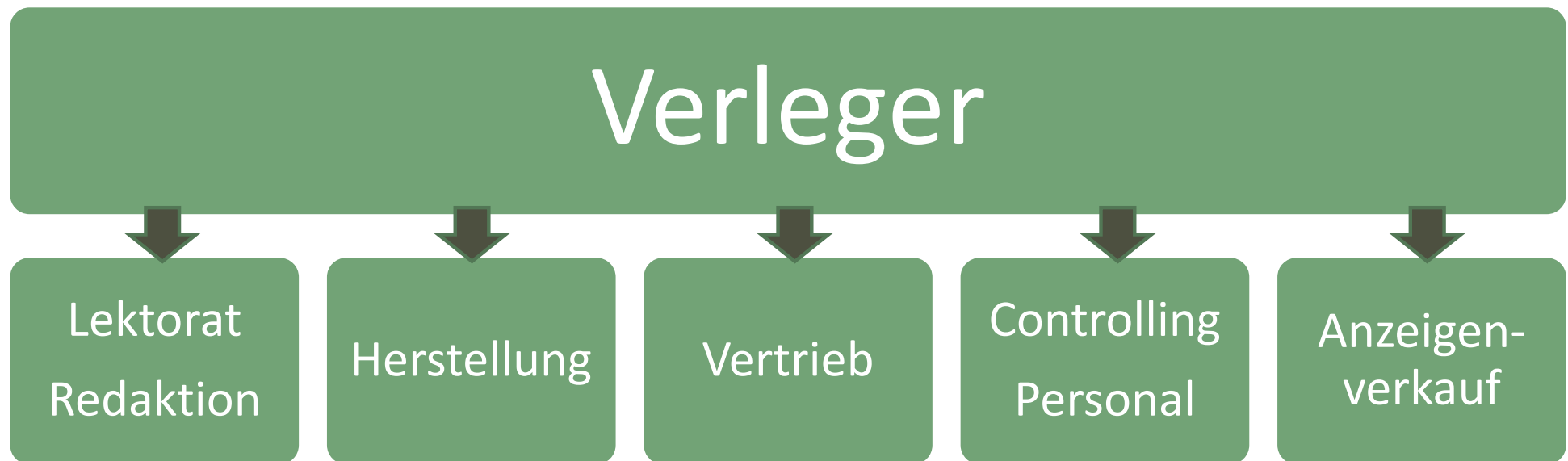
Organisationsformen

167

Organisation der Arbeitsprozesse kann über verschiedene Formen (Workflows) erfolgen

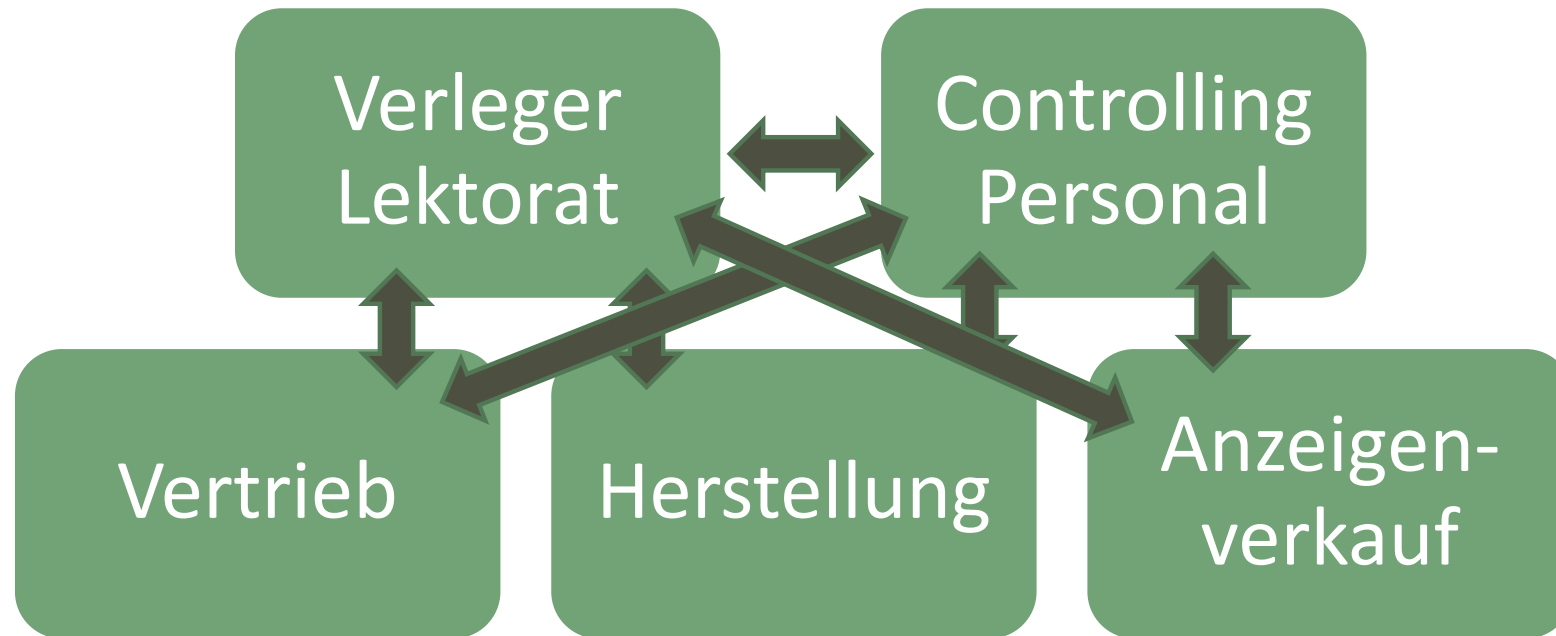
- ▣ Einlinien-System
- ▣ Mehrlinien-System
- ▣ Stab-Linien-System
- ▣ Projektorganisation
- ▣ Matrixorganisation
- ▣ Profit-Center-Organisation

Einlinien-System



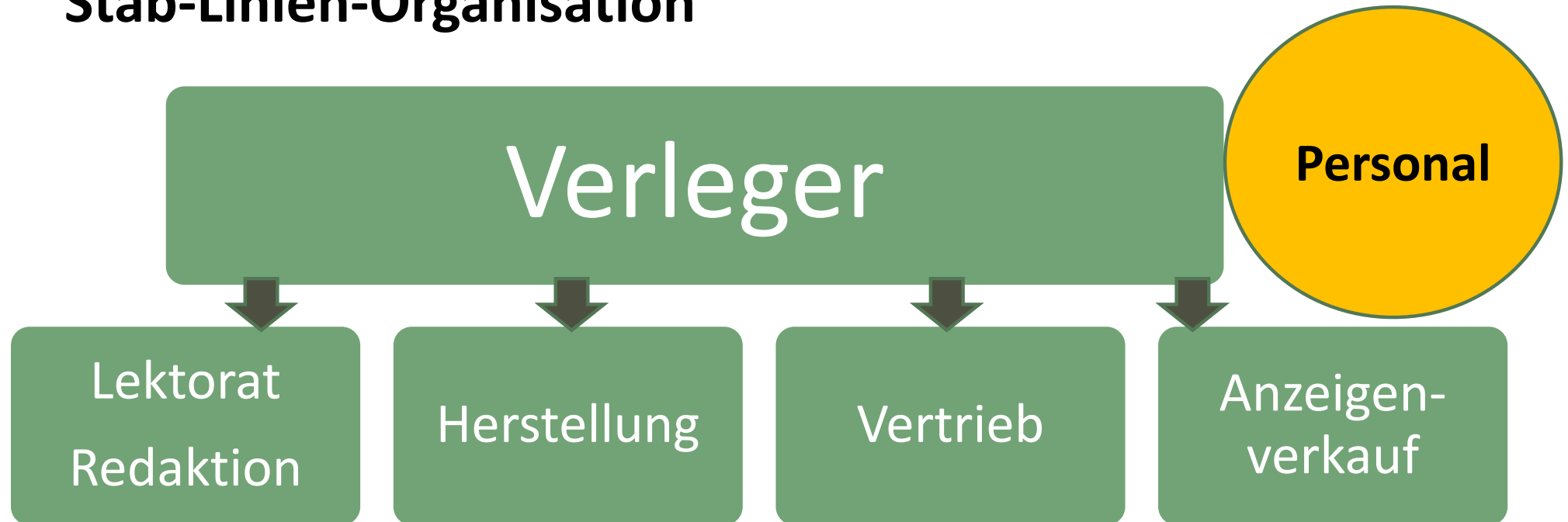
- Eine Vorgesetzteninstanz
- Vorteile: klare Leitungsverhältnisse
- Nachteile: Lange und umständliche Instanzwege

Mehrlinien-System



- Vorteile: schnelle Kommunikation, Spezialisierung
- Nachteile: Kompetenzabgrenzung (Konfliktpotential)

Stab-Linien-Organisation

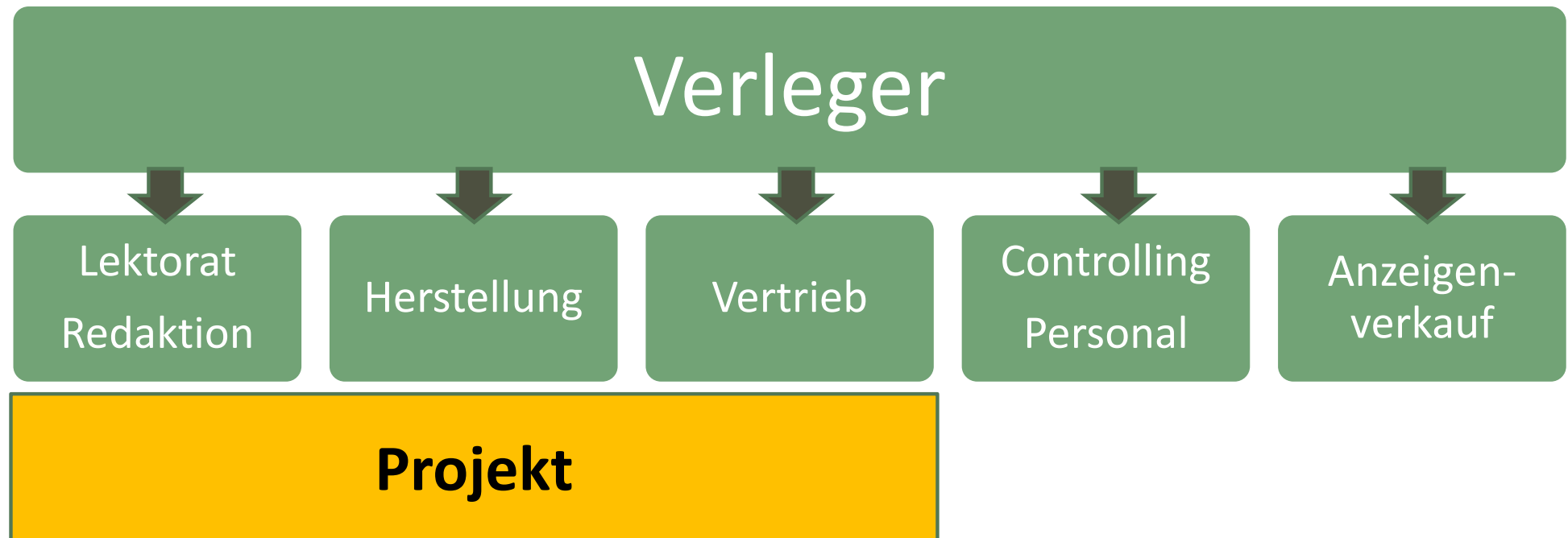


- Vorteile: administrative Entlastung
- Nachteile: Sonderstellung außerhalb sonstiger Organisationsstrukturen

Organisationsformen

171

Projektorganisation



- Vorteile: Kompetenzbündelung, hohe Effizienz
- Nachteile: Ressourcenkonflikt mit übrigen Aufgaben

Matrix-Organisation



1—6: Schnittstellen

- Vorteile: Eigenverantwortung
- Nachteile: Hoher Abstimmungs- und Informationsaufwand

Profitcenter

□ Vorteile:

- Eigenverantwortung
- eigene betriebswirtschaftliche Kompetenz

□ Nachteile:

- Konkurrenzdenken der Profitcenter
- Verringerung von Synergien
- Gewinnorientierung überdeckt verlegerische Breite

Organisatorisches

174

- Alle Folien werden zur Vorlesung als PDF online auf **OPAL** gestellt zusammen mit dem Link auf den Medienserver (Vorlesung)
- Bitte überprüfen, ob Sie in den Kurs eingeschrieben sind und einen Referatetermin mit Thema ausgewählt haben!