

Verlagsmanagement

Prof. Dr. Alexander Grossmann
HTWK Leipzig

Themenübersicht

60

- 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 2 – Buch- und Zeitschriftenverlag

61

- Der Verlag
- Der Buchverlag
- Der Zeitschriftenverlag

Grundlagen des Verlages

- Verlagsgesetz (VerlG)
 - seit 1901 in Kraft
 - regelt Aufgaben, Honorare und Rechtsfolgen
 - Basis für Verlagsvertrag zwischen Autor und Verleger/Verlag
 - gilt nur für Literatur- und Musikverlage
- Urheberrechtsgesetz (UrhG)
 - beschreibt Nutzungsrecht des Autors
 - Übertragung des ausschließlichen Nutzungsrechts an den Verlag

Aufgaben des Verlages

- Konzeption
- Lektorat
- Herstellung
- Druck
- Bewerbung
- Vertrieb

Aufgaben des Verlages



Idee
Autor
Konzept
Vertrag

Kalkulation
Preis
Copyediting
Kontakt

Gestaltung
Satz
Korrektur
Druck
Bindung

Handelsvorschau
Pressearbeit
Anzeigen
Rezensionen
Lesungen

Lagerung
Versand
Verkauf
Abrechnung



Der Verlag handelt auf eigene Rechnung und Risiko

Verlage im Wandel der Zeiten

- Verlag 1.0
- Verlag 2.0
- Verlag 3.0

Verlag 1.0

- ▣ klassischer Print-Verlag
- ▣ seit Entstehen der Verlage (15. Jhrd.)
- ▣ bis ca 1990er Jahre
- ▣ Inhalt geht ausschließlich vom Verlag zum Leser
- ▣ das gedruckte Werk ist *einzig*e Produktform



Der Verlag 1.0 ist ein klassischer Printverlag

Verlag 2.0

- ▣ kombiniert Print- mit zusätzlichen Angeboten:
- ▣ digitale Medien, Webangebote, Seminare
- ▣ seit Mitte der 1990er Jahre
- ▣ Inhalt geht ausschließlich vom Verlag zum Leser
- ▣ optimiert Verwertung des Inhalts
- ▣ ist ein *Inhalte-Lieferant*



Der Verlag 2.0 ist ein Content-Provider

Verlag 3.0

- ❑ Inhalte werden in Elemente aufgeteilt angeboten (Granularität)
- ❑ Multimediale Aufbereitung: Animationen, Videos, Audiodateien
- ❑ Verlag ist kein ausschließlicher Inhalte-Lieferant
- ❑ Organisation des Inhalte-Austauschs zwischen Nutzern
- ❑ Möglichkeit zur Individualisierung
- ❑ Nutzer (Community) diskutiert und modifiziert Inhalte
- ❑ seit Mitte der 2000er Jahre



Der Verlag 3.0 ist ein Netzwerk-Organisator

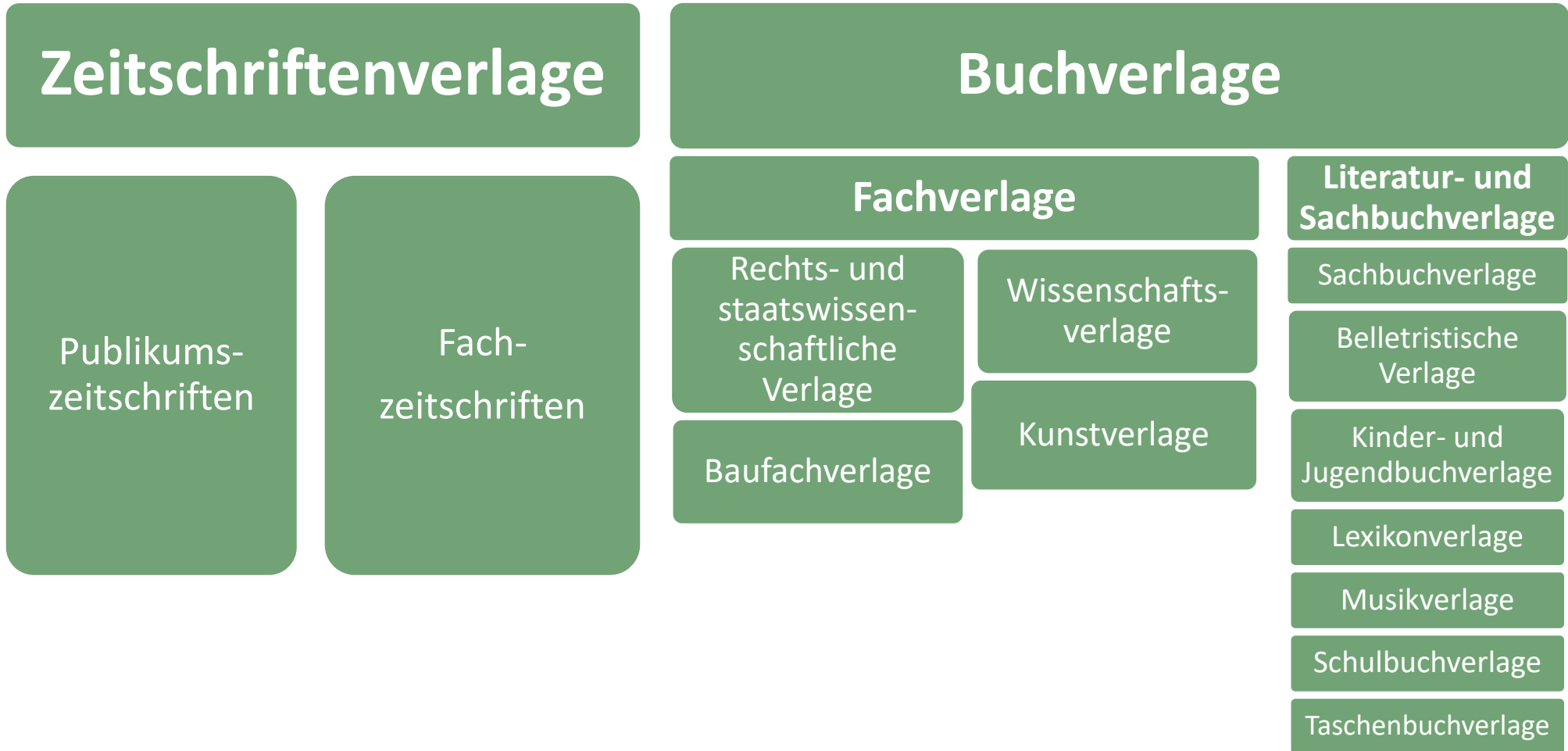
Entwicklung vom Verlag 2.0 zum Verlag 3.0

- Von Produktlinien zu Zielgruppen
 - Medienneutrale Aufbereitung
 - Berücksichtigung der Kundenbedürfnisse
- Vom Hersteller zum flexiblen Content-Dienstleister
 - Standardisierung
 - Integration der IT-Struktur
- Vom Einkanalverlag zum *Community-Publisher*
 - Aus Konsumenten (Lesern) werden aktive Beiträger (Autoren, Kommentatoren)
- Von der ein- zur mehrmedialen Marke
- Vom Produktverkäufer zum Service-Anbieter
 - Umstellung der Geschäftsmodelle

Potentiale des Verlag 3.0

- ▣ Individuelle Kapitelzusammenstellung
- ▣ „make your own (e-)book“
- ▣ Print on Demand
- ▣ Mobile Nutzung
- ▣ Kombi-Angebote Buch und E-Book

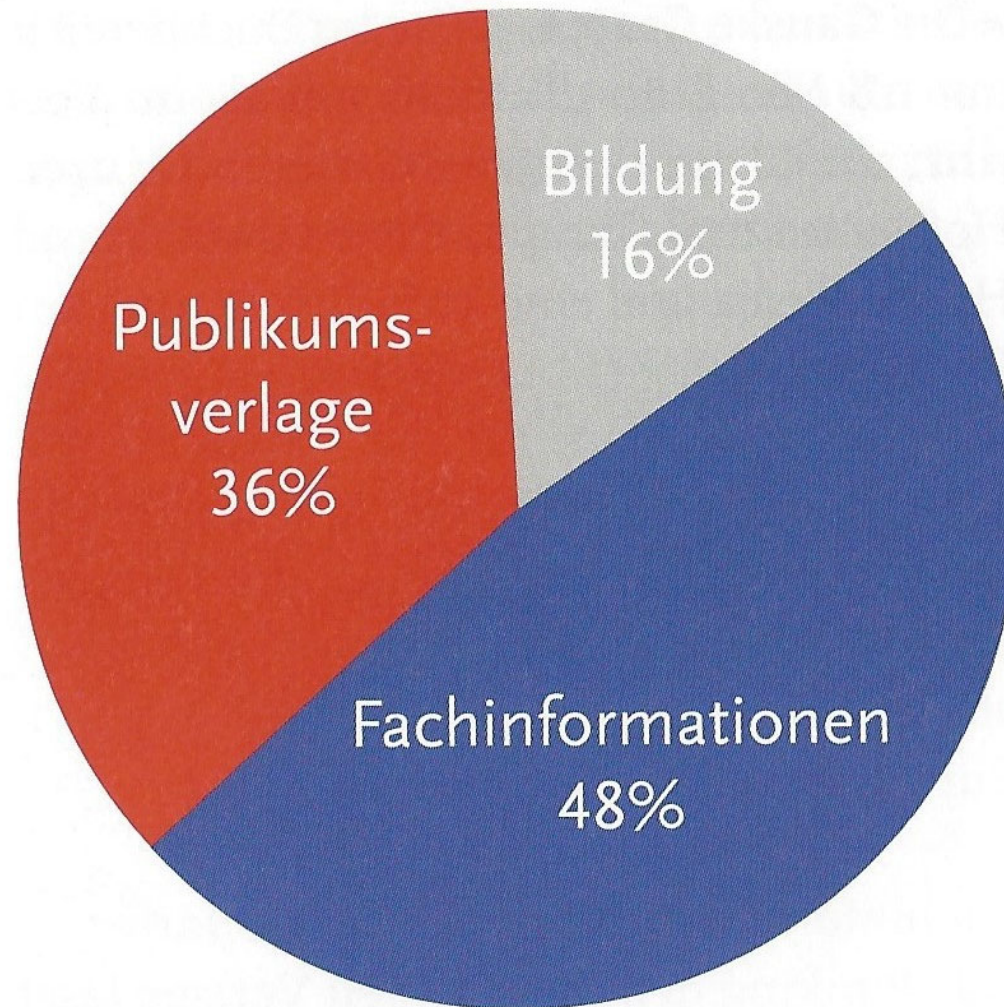
Verlagsarten



Buchverlage in D (2014)

72

Umsatzkuchen:
Die auf knapp 5,7 Mrd Euro addierten Umsätze der „100 Größten“ lassen sich grob auf drei Verlagstypen verteilen. Fachinformationen belegen wie gehabt das größte Kuchenstück.



Buchverlage in D (2014)

73

3 Die 20 größten Publikumsverlage¹⁾

Rang ²⁾	Unternehmen	Umsatz 2014	±%	Umsatz 2013
1	(2) Random House	325	-4,4	340
2	(16) Bastei Lübbe	87,7	-10,5	98,0
3	(17) S.Fischer	85,6	-1,3	86,7
4	(18) Rowohlt	76,2	+1,6	75,0
5	(20) dtv	63,0	+1,6	62,0
6	(25) Droemer Knaur	56,1	-3,9	58,4
7	(26) Ravensburger*	55	-3,5	57,0
8	(27) Piper	54,2	+3,2	52,5
9	(28) Carlsen	53,2	+10,8	48,0
10	(30) Ullstein	52,0	+20,9	43,0
11	(31) Egmont Holding	50,1	+3,1	48,6
12	(32) Oetinger	46,8	+2,0	45,9
13	(39) Langen Müller Herbig	37,2	-3,1	38,4
14	(43) Suhrkamp	34,4	+14,3	30,1
15	(51) Herder	31,2	-1,0	30,9
16	(54) Diogenes	28,8	-12,2	32,8
17	(55) Kiepenheuer & Witsch	28,3	+33,5	21,2
18	(59) Copenrath	26	-10,3	29
19	(33) Hanser ³⁾	23,5*	-10*	26,5*
20	(65) Harlequin	22,4	-6,3	23,9

1) Verlage mit Schwerpunkt Belletristik/Sachbuch, inkl. Kinder und Jugendbuch

2) linke Zahl Rangfolge Publikumsverlage, in Klammern Rang im Gesamtranking

3) hier: belletristischer Verlagsteil (geschätzt) ohne Fachbuch

* geschätzter Umsatz

2⁽³⁾ Random House

Verlagsgruppe Random House GmbH

Neumarkter Str. 28, 81673 München, Tel. 089|4136-0

■ **Web** www.randomhouse.de

■ **Auslieferung:** VVA; digital: BIC Media

325 Mio €*

-4,5%*

2013: 340 Mio €

2012: 344 Mio €

Umsatz 2014

2011: 318 Mio €

■ **Novitäten** 2845 (2890), davon 1223 (1254) Taschenbücher, 308 (319) Hörbücher; von den Printnovitäten sind auch ca. 2000 Titel als E-Book angeboten

■ **Mitarbeiter** 919 (930)

■ **Integrierte Programme** Adeo, Ansata, Ariston, Arkana, Bassermann, Blanvalet, Blessing, btb, carl's books, C. Bertelsmann, cbj Audio, cbj, cbt, Der Hörverlag, Diana, Diederichs, DVA, Edition Elke Heidenreich, Gerth Medien, Goldmann, Gütersloher Verlagshaus, Heyne, Heyne Fliegt, Heyne Hardcore, Integral, Irisiana, Kailash, Knaus, Kösel, Limes, Lotos, Luchterhand, Ludwig, Manesse, Manhattan, Mosaik, Page & Turner, Pantheon, Penhaligon, Prestel, RH Audio, RH Entertainment, Riemann, Siedler, Sphinx, Südwest

■ **Schwerpunkte** Belletristik, Sachbuch, Ratgeber, Bildbände, Kinder-/Jugendbuch, Taschenbuch, Lebenshilfe und Religion, MA, Kalender, Audio Hörbücher

■ **Geschäftsführung** Dr. Frank Sambeth (Vorsitz/CEO), Nicola Bartels (Verlegerin Blanvalet/Kinder- und Jugendbuch), Ulrich Genzler (Verleger Heyne/Ratgeber), Thomas Pichler (CFO), Thomas Rathnow (Verleger C. Bertelsmann), Claudia Reitter (Marketing/Vertrieb), Dr. Georg Reuchlein (Verleger Goldmann/btb)

■ **Anmerkungen/Meldungen:** Die Verlagsgruppe ist ein Teil der Buchverlagsaktivitäten der Bertelsmann SE & Co. KGaA, deren detaillierte Kennzahlen nach Redaktionsschluss veröffentlicht werden.

Buchverlage in D (2014)

75

3 Die 20 größten Fachverlage

Rang ¹⁾	Unternehmen	Umsatz 2014	±%	Umsatz 2013
1	(1) Springer Science+Business M.	471,6	+1,3	465,5 Mio €
2	(6) Haufe ²⁾	234,6	+3,0	227,8 Mio €
3	(7) Wolters Kluwer	209	+0,5	208 Mio €
4	(8) WEKA ²⁾	181	-2,7	186,1 Mio €
5	(9) C.H. Beck ^{* 3)}	159,5	+9,6	145,5 Mio €
6	(10) Thieme ²⁾	142	+3,6	137 Mio €
7	(11) dfv/Deutscher Fachverlag	135,9	-2,3	139,1 Mio €
8	(12) Rentrop	119	+5,3	113 Mio €
9	(13) Wiley-VCH	116,3	+3,4	112,5 Mio €
10	(14) Vogel Business Media	100	±0	100 Mio €
11	(19) Landwirtschaftsverlag ²⁾	64,4	+0,5	64,1 Mio €
12	(21) DAV Verlagsgruppe	62,9	+4,7	60,1 Mio €
13	(22) Beuth	61,9	+2,1	60,6 Mio €
14	(23) De Gruyter	57,6	+8,9	52,9 Mio €
15	(29) Hüthig Jehle Rehm	53*	-10,8	59,4 Mio €
16	(34) Deutscher Ärzte Verlag	44,6	-3,9	46,4 Mio €
17	(36) Juris	42,3	+3,4	40,9 Mio €
18	(38) Hogrefe	39,2	+7,1	36,6 Mio €
19	(41) Elsevier	34,8	±0	34,8 Mio €
	(41) Forum Media Group ²⁾	34,8	+1,2	34,4 Mio €

1) linke Zahl Rangfolge Fachverlage, in Klammern Platzierung im Gesamtranking

2) inkl. Umsätze mit populären Ratgebern 3) inkl. Umsätze Belletristik/Sachbuch-Sparte

* geschätzter Umsatz

1⁽¹⁾ Springer

Springer Science + Business Media Deutschland GmbH
Heidelberger Platz 3, 14197 Berlin, Tel. 030|82787-5431

■ **Web** www.springer.com

■ **Auslieferung** KNO

471,6 Mio € +1,3%

2013: 465,5 Mio €

2012: 476,1 Mio €

Umsatz 2014 Gesamtumsatz: k.A.

2011: 477,0 Mio €

9000< davon fast 9000 als E-Book

■ **Mitarbeiter** 8259 (7787) international

■ **Schwerpunkte** Fachzeitschriften, Fachbücher, Datenbanken in den Bereichen Wissenschaft, Medizin, Technik, Verkehr, Wirtschaft

■ **Geschäftsleitung/Leitende**

Derk Haank (CEO)

Martin Mos (COO)

Dr. Ulrich Vest (CFO)

Jan-Erik de Boer (IT)

Syed Hasan (Global Sales)

Peter Hendriks (STM Publishing)

Gregor Karolus (Human Resources)

Joachim Krieger (Professional Businesses)

■ **Anmerkungen/Meldungen** Der internationale Gesamtumsatz 2014 inkl. techn. Betriebe der Springer Science+Business Media S.A.

lag zu Redaktionsschluss noch nicht vor (2013: ca. 943 Mio Euro).

2013 Verkauf des Springer Verlags Wien

2014 Übernahme Rosenberger Fachverlag durch Springer Gabler.

1/2015 Ankündigung der Fusion von Springer Science + Business

Media mit einem Großteil von Macmillan Science (Mehrheit: Macmillan-Gesellschafter Holtzbrinck)

DER SPIEGEL

Hardcover Sachbuch

Plätze 1–20 im SPIEGEL vom 11.4.2015

1	1	Was ich noch sagen wollte	■ Schmidt/C.H. Beck/18,95/ET3·15	5.W/Top: 1
2	3	Der Junge muss an die frische Luft	▲ Kerkeing/Piper/19,99/ET10·14	27.W/Top: 1
3	2	Gelassenheit	▼ Schmid/Insel/8,00/ET3·14	54.W/Top: 1
4	4	Die Freihandelslüge	■ Bode/DVA/14,99/ET3·15	5.W/Top: 4
5	5	Endlich frei	■ Mahmoody/Bastei Lübbe/19,99/ET3·15	4.W/Top: 4
6	6	Gekaufte Journalisten	■ Ulfkotte/Kopp/22,95/ET9·14	27.W/Top: 3
7	7	Eine Bluse macht noch keinen Sommer	■ Kretschmer/Edel Books/17,95/ET11·14	22.W/Top: 2
8	8	Leitfaden für britische Soldaten in ... 1944	■ Kiepenheuer & Witsch/8,00/ET8·14	34.W/Top: 4
9	9	Ändere die Welt!	■ Ziegler/C. Bertelsmann/19,99/ET3·15	4.W/Top: 5
10	11	Der Fluch der bösen Tat	▲ Scholl-Latour/Propyläen/24,99/ET9·14	30.W/Top: 1

11	12	Die Entscheidung	▲ Klein/S. Fischer/26,99/ET3·15	5.W/Top: 11
12	14	Smalltalk	▲ v. Schönburg/Rowohlt Berlin/16,00/ET12·14	16.W/Top: 7
13	24	Merci, Udo!	▲ Sahner/Herder/16,99/ET1·15	11.W/Top: 2
14	21	Als die Soldaten kamen	▲ Gebhardt/DVA/21,99/ET3·15	6.W/Top: 6
15	20	Die Würde ist antastbar	▲ von Schirach/Piper/16,99/ET8·14	34.W/Top: 2
16	17	Das Kapital im 21. Jahrhundert	▲ Piketty/C.H. Beck/29,95/ET10·14	26.W/Top: 5
17	–	Wo war ich noch mal?	▲ Cleese/Blessing/22,99/ET3·15	1.W/Top: 17
18	15	Der Mann und das Holz	▼ Mytting/Insel/18,00/ET3·14	3.W/Top: 15
19	35	Mein Weg zu den Sternen	▲ Linster & Holzer/Kiepenh. & Witsch/18,99/ET3·15	4.W/Top: 19
20	10	Der Tastenficker	▼ Flake/Schwarz. & Schwarz./19,99/ET3·15	3.W/Top: 9

21	26	Vertagte Zukunft	▲ Steinbrück/HoCa/22,00/3·15	4.W/21
22	19	Das wird mir nicht nochmal passieren	▼ Pauls/Aufbau/18,95/3·15	4.W/19
23	22	Kind, versprich mir, dass du dich erschießt	▼ Huber/Berlin Verlag/22,99/2·15	7.W/11
24	13	Die Zeit der Gegenwart	▼ Winkler/C.H. Beck/29,95/1·15	11.W/9
25	43	Anziehungskraft	▲ Kretschmer/Edel Books/17,95/10·13	78.W/1

31	30	Vom Aufstieg u. anderen Niederlagen	▼ Di Lorenzo/Kiepenh. & Witsch/18,99/10·14	26.W/7
32	31	Der Marshmallow-Test	▼ Mischel/Siedler/24,99/3·15	3.W/31
33	25	Jahre mit Ledig	▼ Raddatz/Rowohlt/16,95/2·15	6.W/15
34	–	Silicon Valley	▲ Keese/Knaus/19,99/9·14	1.W*/29
35	16	Oh (weia) Kanada	▼ Jacob/mvg/17,99/3·15	3.W/16

41	49	Was bleiben wird	▲ Schorlemmer & Gysi/Aufbau/19,95/3·15	3.W/39
42	23	Unter Tränen gelacht	▼ Tietjen/Piper/19,99/3·15	4.W/23
43	40	The Secret – Das Geheimnis	▼ Byrne/Arkana/16,95/4·07	3.W/2
44	28	Als Deutschland noch nicht Deutschland ...	▼ Preisendörfer/Galiani/24,99/3·15	5.W/23
45	41	Etwas mehr Hirn, bitte!	▼ Hüther/Vandenhoeck & Ruprecht/19,99/3·15	4.W/22

- 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!