

Verlagsmanagement

Prof. Dr. Alexander Grossmann
HTWK Leipzig

Organisatorisches

2

- Veranstaltung für Nachholer aus dem 2. FS.
- Aufteilung in Vorlesungen und Seminar
- 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!**

Organisatorisches: Termine

3

- Aufteilung in Vorlesungen und Seminar
- **Vorlesung (digital):** für Nachholer
digital offline per Medienserver, asynchron

Organisatorisches: Termine

4

- Aufteilung in Vorlesungen und Seminar
- **Seminar (online per Zoom):**
ab 6. Juni immer freitags um 9:30 Uhr

Seminar

5

- ❑ Jeder Teilnehmer trägt ein Seminarthema vor:
Mögliche Themen in der **Liste** (ab Folie 10)
- ❑ Präsentation von **30 min** Dauer
PLUS Diskussion (ca. 10-15 Minuten) – bitte zwei **Fragen** vorbereiten
- ❑ Handout (einseitige, kurze Zusammenfassung) liegt zum Seminar vor und wird digital an Teilnehmer hochgeladen
- ❑ Präsentationen werden als PDF unter OPAL (im Ordner Studierendenaustausch) zur jeweiligen Veranstaltung abgelegt
- ❑ Seminarvortrag ist Prüfungsvorleistung
- ❑ **Aufgabe: Sehen Sie sich die Liste mit möglichen Terminen und Themen an und schreiben Sie sich bitte bis 20. April ein.**

Organisatorisches

6

- Prüfungsvorleistung: Referat
- Prüfungsleistung: Klausur (90 min)
- Vorbesprechung Klausur und Konsultation
- Termin Klausur und Form wird fristgerecht bekannt gegeben



Klausur: Stoff aus Vorlesung und Seminar!

□ Lernziele

- Das Modul dient der Vermittlung von grundlegenden Kenntnissen über die wichtigsten Kategorien, Grundbegriffe, Strukturen und Prozesse des
 - Medien-,
 - Buch-,
 - Zeitschriften- und
 - Zeitungsmarktes.
- Mit diesem Modul wird bei den Studenten das Verständnis für alle nachfolgenden, vertiefenden Module mit verlagsspezifischen Inhalten sowie für die aktuellen Entwicklungen auf dem Medienmarkt entwickelt.

Themenübersicht

8

- 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

Themenübersicht

9

- 7. Buchpreis und Wettbewerb
- 8. Kalkulation und betriebswirtschaftliche Planung im Verlag
- 9. Das Vertriebssystem des (deutschen) Buchmarktes
- 10. Die Unternehmen und Institutionen der Buchdistribution
Teil 1 – Die dem Bucheinzelhandel vorgelagerten Unternehmen und Institutionen
- 11. Teil 2 – Der Bucheinzelhandel
- 12. Marketingstrategien und -instrumente auf dem Buchmarkt

- **1. Der Medien- und Buchmarkt**
 - Wie sieht die Zukunft des Buchmarktes aus?
 - Der Buchmarkt in anderen Ländern: Europa
 - Der Buchmarkt in anderen Ländern: Japan
 - Der Buchmarkt in anderen Ländern: Korea
 - Der Buchmarkt in anderen Ländern an ausgewählten Beispielen
 - Welche Besonderheiten weisen Medien- und Buchmarkt auf?
 - Entwicklung des e-Book-Marktes in D und Vergleich mit ausgewählten Ländern (z.B. USA, China,...)

- **2. Der Buch- und Zeitschriftenverlag**
 - Wodurch unterscheidet sich ein Buch- und Zeitschriftenverlag von anderen Unternehmen in der Wirtschaft?
 - Welche Perspektiven bietet der Verlag 3.0?
 - Wissenschaftliche Verlage: Struktur, Geschäftsmodell und Vertrieb
 - Special-Interest-Verlage: Struktur, Geschäftsmodell und Vertrieb
 - Publikumsverlage: Struktur, Geschäftsmodell und Vertrieb
 - Neue Geschäftsmodelle für wissenschaftliche Zeitschriftenverlage (Megajournals)
 - Selfpublishing vs. klassischer Buchverlag

□ **3. Der Zeitungsverlag**

- Beispiele für Zeitungsneugründungen der letzten 10 Jahre.
- Vergleich Tageszeitung vs. Wochenzeitung Vergleich verschiedener Tageszeitungen: Konzept, redaktionelles Spektrum, Anzeigenstruktur
- Online-Zeitung und mobile Zeitungsangebote für Zeitungsleser
- News 2.0: Neue Konzepte für (tagesaktuell) Nachrichten (z.B. WikiTribune, Upday)
- Alternative Formen der Nachrichtenbeschaffung im Internet: Vergleich mit der klassischen Tageszeitung

- **4. Die Programmpolitik und –planung im Verlag**
 - Welche zeitlichen Aspekte spielen bei der Titelplanung im Verlag eine Rolle?
 - Fallbeispiel: Programmplanung in einem Belletristikverlag
 - Fallbeispiel: Programmplanung in einem Wissenschaftsverlag
 - Fallbeispiel: Programmplanung in einem Kinderbuchverlag
 - Fallbeispiel: Programmplanung in einem xyz-Verlag

- **5. Die juristischen Grundlagen der Verlagsarbeit**
 - Der Autorenvertrag: Abwägung und Ausgleich der Interessen von Autoren und Verlagen.
 - Grundsätze des Deutschen Urheberrechtes. Probleme bei Veröffentlichungen außerhalb der Verlagsbranche (Internet?)
 - Open Access: Definition, Arten und Bedeutung für Veröffentlichungen im Internet.
 - Richtiger Umgang mit urheberrechtlich geschützten Inhalten (Texte, Zitate, Bilder) im Verlag
 - Lizenzhandel im Buchverlag: Was leistet die Lizenzabteilung im Verlag?
 - Einfluss des NetzDG auf Verlage und Medienunternehmen (s. Studie von Prof. Liesching)

- **6. Die funktionale Struktur des Verlages**
 - Gegenstand und Inhalt der Strukturbereiche des Verlages
 - Fehlerquellen in Organisation und Management des Verlages
 - Content-Management-Systeme im Verlag
- **7. Der Buchpreis und das preispolitische Instrumentarium**
 - Pro und Contra Buchpreisbindung
 - Buchpreisbindung: Vergleich mit anderen Ländern
 - Rabatte als absatzpolitische Instrumente der Verlagsarbeit
 - Neue Formen der Finanzierung: Crowdfunding
 - Was kostet ein Buch? Systematischer Vergleich der Ladenpreise für ähnliche Produktgruppen
 - Einfluss der Ausstattung (Umschlag, Veredelung, Papier, Bindung) auf den Ladenpreis: Fallbeispiele und Vergleich

- **8. Das Vertriebssystem des (deutschen) Buchmarktes**
 - Die Distributionsfunktionen beim Umschlag von Büchern und anderen Verlagsprodukten
- **9. Die Unternehmen und Institutionen der Buchdistribution**
 - Funktionsweise des Buch-Großhandels in D (KNV, LIBRI)
 - ISBN und ISSN (e-ISSN)
 - Google Books
 - Elektronische Inhalte und ihre Distribution: Analyse und Vergleich verschiedener e-Books-Stores
 - E-Books und neue Medien: Chancen und Risiken des Buch Einzelhandels
 - Franchising-Buchhandlungen international und in D
 - Metadaten (MARC Records) und Katalogsysteme (VIB): Bedeutung für den Verlag und Buchhandel

- **10. Herstellung und Produktion**
 - Vom Manuskript zum Buch: Verlagsabläufe im Verlag
 - Planung von Druckauflagen im Verlag über Print-On-Demand
 - Nachhaltigkeit im Verlag in Zeiten des Klimawandels und Ressourcenknappheit
 - Buch oder Blog? – Alternativen für Druck und Papier in der klassischen Medienwelt
 - Enhanced e-Books und Multimedialität im Schulbuchverlag

- **11. Marketingstrategien und -instrumente auf dem Buchmarkt**
 - Fallbeispiel: Marketingstrategie im Jugendbuchverlag
 - Fallbeispiel: Marketingstrategie im Comicbuchverlag
 - Fallbeispiel: Marketingstrategie im Sachbuchverlag
Welche Maßnahmen können Verlage zum Aufspüren neuer Zielgruppen und Kundenkreise treffen?
 - Standortgebundener Buchhandel vs. Amazon & Co.: Vor- und Nachteile; Stärken und Schwächen
 - Verlagsmarketing 2.0: Einsatz sozialer Medien im Verlagsmarketing
 - BookTalk & Co.



Bitte wählen Sie bis 20. April ein Thema aus!

Einschreibeliste:

https://docs.google.com/document/d/1NRpk8CKzSqv_OcAWqqgbTAz4treG91-kel97bnvctmw/edit?usp=sharing

- Die Einschreibung in die Termine (und Themen) für die Referate kann ab sofort vorgenommen werden.



Bitte wählen Sie bis 20. April Thema/Termin aus!

□ **Allgemein**

- Kerlen: Der Verlag (Hauswedell)
- Röhring: Wie ein Buch entsteht (Primus)
- Schönstedt: Der Buchverlag (Metzler)
- V. Lucius: Verlagswirtschaft (UTB)
- Wolf: Publishing for Profit (Chicago Review Press)

□ **Marketing**

- Behm: Büchermacher der Zukunft (Primus)
- Kind (Hrsg.): Buchmarketing (Metropolitan)
- Cole: The Complete Guide to Book Marketing (Allworth)

- **Herstellung**
 - Plenz: Buchherstellung (Verlag Beruf + Schule)

- **Controlling/Kalkulation**
 - Wantzen: Betriebswirtschaft für Verlagspraktiker (Bramann)
 - Gärtig: Die Balanced Scorecard im Verlagswesen (peniope)

- **Essays**
 - Fredriksson: A Century of Science Publishing