

Holger Behm • Gabriele Hardt
Hermann Schulz • Jochen Wörner

Büchermacher der Zukunft — Marketing und Management im Verlag

Wissenschaftliche Buchgesellschaft
Darmstadt

Inhalt

Geleitwort von Peter Weidhaas	VII
Vorwort	IX
Das Unternehmen im Markt	1
Was ist der Markt?	1
Der Verlag und seine Handelspartner.	3
Konsequenzen für das Marketing	7
Verlagsorganisation.	9
Verlagstypen.	11
Verlagsstrukturen.	13
Organisationsformen.	14
Programmentwicklung — Programmpolitik.	16
Programmentwicklung.	16
Produktplanung.	20
Zusammenarbeit mit Organisationen.	21
Die Arbeit im Verlag	22
Arbeitsorganisation im Team.	22
Die Führung eines Verlages.	24
Verträge.	25
Die Finanzen des Verlages.	45
Lektorat	49
Rechte und Lizenzen.	56
Herstellung.	69
Vertrieb und Verkauf.	75
Werbung.	90
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	96

VI	Inhalt	
Kalkulation-Preis-und Auflagenfindung106
Kalkulation106
Deckungsbeitragsrechnung107
Preis-und Auflagenfindung108
Der Verlag in der Krise112
Häufige Fehler in Management und Organisation116
Perspektiven der Verlage und des Buchhandels121
Anhang125
Geschäftsführervertrag und Dienstanweisung127
Mitarbeitervertrag130
Übersetzervertrag133
Übersetzer-Beteiligungsvertrag135
Auslands-Lizenzvertrag137
Auslieferungs-/Kommissionsvertrag139
Verlagsvertretervertrag143
Liste von Subventionsorganisationen144
Die wichtigsten internationalen Buchmessen146
Der Jahresplan des Verlages147
Bibliographie151
Danksagungen153