ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of
ZBW
Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Hagenhoff, Svenja

Research Report

Ökonomie der Buchindustrie: Literaturbericht

Erlanger Beiträge zur Medienwirtschaft, No. 05/2015

Provided in Cooperation with:
Friedrich-Alexander University of Erlangen-Nuernberg (FAU), Institute for the Study of the Book, Professorship of E-Publishing and Digital Markets

Suggested Citation: Hagenhoff, Svenja (2015) : Ökonomie der Buchindustrie: Literaturbericht, Erlanger Beiträge zur Medienwirtschaft, No. 05/2015, Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, Institut für Buchwissenschaft, Professur für Buchwissenschaft, insb. E-Publishing und Digitale Märkte, Erlangen, https://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bvb:29-opus4-68261

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/223333

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/de/

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Erlanger Beiträge zur Medienwirtschaft
Hg.: Svenja Hagenhoff

Beitrag Nr. 05/2015
Hrsg.: Svenja Hagenhoff

Svenja Hagenhoff

Ökonomie der Buchindustrie: Literaturbericht

Erlanger Beiträge zur Medienwirtschaft

Herausgegeben von Svenja Hagenhoff
Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg
Institut für Buchwissenschaft
Professur für Buchwissenschaft, insb. E-Publishing und Digitale Märkte
Katholischer Kirchenplatz 9
91054 Erlangen

Erlangen Contributions to Media Management and Media Economics

Edited by Svenja Hagenhoff
Friedrich-Alexander University Erlangen-Nürnberg
Institute for the Study of the Book
Professorship of E-Publishing and Digital Markets
Katholischer Kirchenplatz 9
91054 Erlangen / Germany

Tel. +49 (0) 9131 / 85-24700
Fax +49 (0) 9131 / 85-24727
www.buchwiss.uni-erlangen.de
buwi-ebm@fau.de

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs 3.0 Germany License

Abstract

This contribution delivers a report on literature relating to economic aspects of the medium of books. Compiling the report proved difficult insofar as the book is or should be the research product of numerous disciplines, such as publishing sciences, management and economics. In the scope of this report, the knowledge gained concerning economic aspects is therefore distributed among many different publication organs which may not seem relevant for the topic at first glance.

The literature report includes both academic and practical works and it can be clearly stated that research on economic aspects of the medium of books has led to a considerable amount of significant and useful publications. Statements based on previous findings claiming a lack of theory-based or model-guided research can therefore no longer be maintained. Nevertheless, it must be noted that many contributions are devoted only to particular phenomena, for example influencing factors such as bestsellers or acceptance factors such as ebooks. Larger research areas, such as the structures and functions of the fiction market, which could encompass single items of interest, are a desideratum.

Keywords and Classification

Buchwirtschaft, Buchökonomie, Buchindustrie, Buchbranche, Schriftmedienwirtschaft

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis IV

1 Einleitung 1

2 Synopse 2

3 Wissenschaftliche Werke 5

3.1 Lehrbücher 5

3.2 Sammelwerke 5

3.3 Monografien 5

3.4 Graue Literatur 7

3.5 Beiträge in Sammelwerken 8

3.6 Beiträge in Zeitschriften 10

4 Praxisorientierte Werke 14

4.1 Lehrbücher 14

4.2 Weitere Werke 14

5 Statistische Auswertung der Publikationsleistung 15

Literaturverzeichnis 16

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Anzahl Publikationen (gesamt) 15

Abbildung 2: Anzahl Publikationen (Auswahl) 15

1 Einleitung

Dieser Beitrag hat das Ziel, einen Überblick über die Literatur zum Thema »Ökonomie der Buchindustrie« (Begriff nach Clement et al. 2009) darzubieten. Unter diesem Fokus sind Beiträge zu verstehen, die ökonomische Aspekte des Mediums Buch sowie der Buchbranche (Industrie) fokussieren. Hierunter fallen volkswirtschaftliche wie betriebswirtschaftliche Sichtweisen. Der Beitrag stellt die ausführliche Version eines entsprechenden Kapitels in Hagenhoff (2016) dar.

Das Zusammenstellen eines Literaturberichts ist schwierig. Dieses liegt daran, dass das Buch Untersuchungsobjekt zahlreicher Disziplinen ist (oder eigentlich sein müsste): Zu nennen wären exemplarisch die Disziplinen Buchwissenschaft, Publizistik, Kommunikationswissenschaft, Literaturwissenschaft, Medienwissenschaften oder Wirtschaftswissenschaften. Während die Wirtschaftswissenschaften die Domäne Medien als Ganzes eher ignorieren, fokussiert die Kommunikationswissenschaft vorzugsweise auf das, was sie selber als periodische, journalistisch geprägte Medien empfindet und definiert »eigentliche« (Heinrich 2006, S. 78) oder »vollgültige« (Wilke 2015, S. 10) Massenmedien, denen das Buch nach eigener Sichtweise nicht (mehr) zuzurechnen ist (Keiderling 2013, S. 34), während die Medienwissenschaft durchaus diskutierte, ob das Buch überhaupt ein Medium sei (zusammengestellt bei Rautenberg 2010, S. 51).

Trotz vordergründig spärlichen Interesses an diesem Medium selber finden sich über etliche Disziplinen verstreut Beiträge, in denen ökonomische Tatbestände diskutiert oder Beziehungen hierzu hergestellt werden. Das erforschte Wissen verteilt sich entsprechend auf zahlreiche, oftmals auf den ersten Blick vielleicht nicht einschlägige Publikationsorgane. Die Recherche nach themenrelevanten Publikationen erweist sich zudem insofern als schwierig, als die Zeichenkette ›Buch*‹ bzw. ›Bücher*‹ im Werktitel naturgemäß eine sehr unscharfe Ergebnismenge erzeugt und z. B. auch Objekte wie ›Handbuch für…‹ oder ›Das große Buch vom…‹ umfasst. Die Zusammenschau relevanter Literatur ist daher nicht das Ergebnis streng systematischer Suche, sie ist in weiteren Teilen vielmehr das Ergebnis ›fleißiger und aufmerksamer Sammeltätigkeit‹ der Autorin in den letzten fünf Jahren.

2 Synopse

Auf der Suche nach Ausführungen zur Ökonomie der Buchindustrie können zunächst wissenschaftlich orientierte *Lehrbücher* der Medienökonomie und des Medienmanagements danach untersucht werden, ob sie – so sie den Stoff nach Gattungen organisiert präsentieren – das Buch als Medium, seine Märkte und Organisationen berücksichtigen (Kap. 3.1). Das UTB-Lehrbuch ›Verlagswirtschaft‹ von Lucius (2013) kann als Ausprägung einer sehr spezifischen Betriebswirtschaftslehre auf der Grenze zwischen wissenschaftlichem und praxisorientiertem Werk verstanden werden.

Unter den *Sammelwerken* zum Medienmanagement oder zur Medienökonomie finden sich Ausführungen zum Buch oder seinem Markt in nur wenigen Objekten. Diese sind in Kap. 3.2 aufgeführt, wobei das Werk von Clement et al. (2009) als einziges exklusiv auf die Buchökonomie fokussiert. Clement ist zudem als derjenige Autor zu identifizieren der mit Abstand die meisten Beiträge zur Buchökonomie überhaupt auf sich vereinen kann. Ergänzend zu erwähnen ist die Existenz verschiedener ›Lexika des Buchs‹, in denen sich in themenrelevante Lemmata finden, wie z. B. Buchhandel, Lizenzgeschäft, Preisbindung oder Subskription. Stellvertretend sei auf ›Reclams Sachlexikon des Buches‹ (Rautenberg 2015) verwiesen, das im deutschsprachigen Raum das aktuellste Werk darstellt.

Weiterhin sind themenrelevante *Monografien (*Kap. 3.3*)* sowie *Graue Literatur* (Kap. 3.4) zu identifizieren. Aufgeführt werden Werke, die das Objekt Buch entweder exklusiv oder neben anderen Gattungen zumindest hinreichend intensiv behandeln. Mehrheitlich handelt es sich bei den identifizierten Werken um Dissertationen.

Zahlreiche relevante Beiträge finden sich darüber hinaus in *Sammelbänden* (Kap. 3.5) sowie in *Zeitschriften* (Kap. 3.6). Nicht aufgeführt in der Bibliografie sind die Beiträge aus der Zeitschrift ›Publishing Research Quarterly‹ (vormals Book Research Quarterly). Sie hat laut eigener Profilbeschreibung einen deutlich ökonomischen Fokus und ist somit als Publikationsorgan in Gänze relevant. Etliche der Beiträge dieses Journals fallen allerdings rein deskriptiv aus ohne analysierende oder systematisierende Zugriffe. Dem Editorial Board gehören zudem viele Praktiker, wie Verleger oder Funktionsträger, sowie Wissenschaftler in frühen Qualifikationsphasen an. Im Vergleich zu Zeitschriften wie dem ›Journal of Cultural Economics‹ oder dem ›Journal of Media Economics‹ ist der Anspruch an das zu Publizierende hier deutlich geringer. Das Œvre des zweiten wissenschaftlichen Journals, das auf das Medium Buch fokussiert, des ›International Journal of the

Book‹, ist erheblich breiter aufgestellt und bietet z. B. auch literaturwissenschaftliche, informationswissenschaftliche, medienwissenschaftliche oder technikwissenschaftliche Zugänge. Die Zeitschrift ›Logos. Forum of the World Book Community‹ hat einen Fokus auf geisteswissenschaftlichen, buchgeschichtlichen sowie bibliothekswissenschaftlichen Themen. Sie adressiert nach eigener Aussage sowohl Praxis (z. B. Bibliothekare) wie Wissenschaft, kann aber Sicht der Ökonomie-Forschung ebenfalls mit Journals wie dem ›Journal of Media Economics‹ oder dem ›Journal of Cultural Economics‹ nicht mithalten.

Neben wissenschaftlich geprägten Werken existieren zahlreiche Werke zur Verlags- und Buchhandelswirtschaft, die den Stoff *praxisorientiert* präsentieren und beispielsweise auf den für den Einsatz in Berufsschulen abzielen (z. B. Edition Buchhandel aus dem Bramann-Verlag) oder dem Praktiker Entscheidungs-, Handlungs- oder Orientierungshilfen anbieten wollen. Diese Werke sind ebenfalls gelistet, nützen sie hin und wieder auch dem Realwissenschaftler (Kap. 4, ohne die 25 Werke der Bramann-Reihe).

Darüber hinaus muss ergänzt werden, dass sich für die historiografische Beforschung des Mediums Buch schon vor langer Zeit eine Community der Buchhistoriker geformt hat und das Buch auch Forschungsgegenstand der Medien- sowie Kommunikationsgeschichte ist. In entsprechenden Monografien (exemplarisch Febvre und Martin 1976; Giesecke 1991; Jäger 2001-2010; Wittmann 2011; Haug und Frimmel 2015) und Einzelaufsätzen (exemplarisch Schönstedt 2002; Heebels und Boschma 2011; Johns 2015) werden (auch) ökonomische Tatbestände thematisiert, wie z. B. die Organisation der Wertschöpfung oder die Struktur von Märkten. Sehr häufig geschieht dieses jedoch phänomenologisch-deskriptiv bis anekdotisch-narrativ sowie untertheoretisiert (hierzu Weyrauch 1995, S. 5–7; Rautenberg und Wetzel 2001, S. 14; Saxer 2010, S. 68–83) mit entsprechend limitiertem Erkenntnisgewinn in Bezug auf systematisierungs- und syntheseorientierte Erkenntnisziele.

Abschließend ist festzuhalten, dass die Beforschung der ökonomischen Aspekte des Mediums Buch zu einer durchaus nicht unerheblichen Menge an hochwertigen Publikationen geführt hat. Die Feststellung von Rautenberg (2010, S. 50), es mangele an theorie- oder modellgeleiteter Buchwirtschaftsforschung – als nennenswerte Ausnahme ist lediglich die im Jahr darauf veröffentlichte Dissertation von Emrich (2011) aufgeführt – ist nicht haltbar. Gleichwohl bleibt aber festzuhalten, dass viele Beiträge Partikularphänomene thematisieren, wie z. B. Einflussfaktoren von Bestsellern oder Akzeptanzfaktoren bei E-Books. Größer geschnittene Arbeitsgebiete, wie z. B. die Funktions-

weise des belletristischen Literaturmarkts, die als Klammer um Einzelteile fungieren könnten, sind ein Desiderat.

3 Wissenschaftliche Werke

3.1 Lehrbücher

Autor	Titel	Ort	Jahr
Beck	Medienökonomie	Berlin, Heidelberg	2011
Gläser	Medienmanagement	München	2011
Beck	Das Mediensystem Deutschlands	Berlin	2012
Lucius	Verlagswirtschaft	Konstanz	2013
Wirtz	Medien- und Internetmanagement	Wiesbaden	2013
Büsching; Goderbauer-Marchner	E-Publishing-Management	Wiesbaden	2014

3.2 Sammelwerke

Herausgeber	Titel	Ort	Jahr
Alexander; Owers; Carveth	Media Economics	Hillsdale, NJ	2004
Scholz	Handbuch Medienmanagement	Berlin	2006
Clement; Blömeke; Sambeth	Ökonomie der Buchindustrie	Wiesbaden	2009
Rautenberg	Reclams Sachlexikon des Buches	Stuttgart	2015

3.3 Monografien

Autor	Titel	Ort	Jahr
Pohle	Das deutsche Buchhändlerkartell	Leipzig	1895
Bücher	Der deutsche Buchhandel und die Wissenschaft. Denkschrift im Auftrage des Akademischen Schutzvereins.	Leipzig	1903
Fischer	Grundzüge der Organisation des deutschen Buchhandels	Jena	1903
Koppel	Organisation, Lage und Zukunft des deutschen Buchhandels. Zugleich ein Beitrag zur Kartellfrage	Leipzig	1907
Heller	Das Buchdruckgewerbe	München	1911
Jordan	Der Zentralisations- und Konzentrationsprozess im Kommissionsbuchhandel	Jena	1911
Paschke; Rath	Das Buch, der Handel, der Buchhandel, der Verlagsbuchhandel	Leipzig	1920
Moufang	Die gegenwärtige Lage des deutschen Buchwesens	München	1921
Kliemann	Die Werbung fürs Buch	Stuttgart	1923
Pustet	Die wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Verlagsbuchhandel und Buchdruckgewerbe in der Gegenwart.	Regensburg	1923

Steinkopff	Organisationsfragen und Preisgestaltung auf dem deutschen Büchermarkt	Leipzig	1925
Franz	Die Konzentrationsbewegung im deutschen Buchhandel	Heidelberg	1927
Lücke	Die Kostenfrage im Sortimentsbuchhandel	Magdeburg	1927
Winterhoff	Die Krisis im deutschen Buchhandel als Folge seiner Kartellierung	Karlsruhe	1927
Zickfeldt	Die Umgestaltung des Buchmarktes durch Buchgemeinschaften und Fachvereins-verlage im Zusammenhang mit den Plänen und Versuchen der Sozialisierung und Verstaatlichung des Buchwesens	Osterwieck am Harz	1927
Klotzbach	Deutsche Warenhäuser als Buchhändler	Leipzig	1932
Bader	Die Buchverlagsunternehmung	Ravensburg	1933
Schneider	Der Monopolcharakter des Buches	Leipzig	1936
Menz	Der europäische Buchhandel seit dem Wiener Kongreß	Würzburg	1941
Menz	Der deutsche Buchhandel	Gotha	1942
Scheib	Das Angebot wissenschaftlicher Bücher in der BRD	Hamburg	1971
Prosi	Ökonomische Theorie des Buches	Düsseldorf	1971
Kuhlmann	Die Werbung für das wissenschaftliche Buch	Köln	1972
Wiener	Produktinnovationen in Buchverlagen	München	1975
Stockem	Vermarktung von Büchern	Wiesbaden	1988
Brunila	Structure of the Finnish book publishing industry and performance of firms, 1965 - 85	Helsinki	1989
Klein-Blenkers	Marketing für Fachbuchverlage	Wiesbaden	1995
Rürup et al.	Ökonomische Analyse der Buchpreis-bindung	Frankfurt am Main	1997
Rautenberg; Wetzel	Buch	Tübingen	2001
Goolsbee; Chevalier	Measuring prices and price competition online	Cambridge, Mass	2002
Kreulich	Generische Bücher - ein graphentheoretisches Modell zur logischen Strukturierung von Büchern in on-Demand-Publikationsprozessen	Chemnitz	2002
Chevalier; Mayzlin	The effect of word of mouth on sales	Cambridge, Mass	2003
Thielen	Book-On-Demand: Entwicklung eines Konzepts zur Integration der Buchweiterverarbeitung in einen digitalen Workflow	Chemnitz	2003
Tzouvaras	Referenzmodellierung für Buchverlage	Göttingen	2003
Kuhn; Titel	E-Commerce	Erlangen	2004
Beck	The sales effect of word of mouth: A model for creative goods and estimates for novels	Berlin	2006
Kerstan	Einfluss von Literaturkritik auf den Absatz von Publikumsbüchern	Marburg	2006
Picot; Janello	Wie das Internet den Buchmarkt verändert	Berlin	2007
Beck	Resale price maintenance for books	Norderstedt	2007
Ortelbach	Controlling in wissenschaftlichen Verlagen ; Analyse IT-induzierter Veränderungen wissenschaftlicher Verlage und Konzeption ausgewählter Controlling-Instrumente	Göttingen	2007
Holtmann	Pfadabhängigkeit strategischer Entscheidungen Eine Fallstudie am Beispiel des Bertelsmann Buchclubs Deutschland	Köln	2008

Reiche	Referenzmodellierung technologischer Hauptprozesse der grafischen Industrie	Chemnitz	2008
Wesener	Konzentration und Kooperation im Buchhandel	Heidelberg	2009
Janello	Wertschöpfung im digitalisierten Buchmarkt	Wiesbaden	2010
Emrich	Konzentration im Sortimentsbuchhandel	Wiesbaden	2011
Fröhlich	Büchermenschen in Deutschland	Berlin	2011
Keuschnigg	Das Bestseller-Phänomen	Wiesbaden	2012
Ahrens	Recommender systems	Berlin	2012
Vogel	Der Buchmarkt als Kommunikationsraum	Wiesbaden	2012
Caliendo	Are books different?	Frankfurt	2013
Kühnert	Die Geschichte der Buchpreisbindung in Deutschland. Von ihren Anfängen bis ins Jahr 1945	Wiesbaden	2014
Gerlach	Die Akzeptanz elektronischer Bücher. Eine umfassende Analyse der Einflussfaktoren.	Wiesbaden	2014
Haug; Frimmel	Der Schulbuchmarkt. Ein Spezialmarkt im Zeitalter der Aufklärung	Wiesbaden	2015
Kurschus	European book cultures	Wiesbaden	2015
Hiller	Reaktionsmuster der Buchhandelsketten in den USA und Deutschland auf disruptive Innovationen	Berlin	2016

3.4 Graue Literatur

Autor	**Titel**	**Reihentitel**	**Institution**	**Ort**	**Jahr**
Studer; Sieber	Der deutsche Buchhandel im Internet – Veränderungen und neue Strategien	Arbeitsbericht	Universität Bern. Institut für Wirtschaftsinformatik	Bern	1998
Schweizer	Managing interactions between technological and stylistic innovation in the media industries. Insights from the introduction of eBook technology in the publishing industry	ERIM report series research in management		Rotterdam	2002
Rühr	Hörbuchboom? Zur aktuellen Situation des Hörbuchs auf dem deutschen Buchmarkt	Alles Buch	Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, Institut für Buchwissenschaft	Erlangen	2004
Bauermees	Printing on Demand-Anbieter in Deutschland	Alles Buch	Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, Institut für Buchwissenschaft	Erlangen	2004
Schlusche	Erfolg in Serie? Zeitungsbibliotheken auf dem deutschen Buchmarkt	Alles Buch	Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, Institut für Buchwissenschaft	Erlangen	2007

Schweitzer	Marketingstrategien und Progammplanung spanischer Verlage vor dem Hintergrund der Kommunikationskontrolle und Wirtschaftspolitik des Franquismus (1939 - 1975)	Alles Buch	Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, Institut für Buchwissenschaft	Erlangen	2008
Hanreich et al.	Buchpreisregelungen in Europa als Mittel der Kulturpolitik Wirksamkeit und wohlfahrtsökono-mische Bedeutung		Institut für Höhere Studien (IHS)	Wien	2009
Hiller	Die Auswirkungen der digitalen Ökonomie auf die Buchbranche	Alles Buch	Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, Institut für Buchwissenschaft	Erlangen	2010
Bonik; Schaale	Gutenberg 3.0 – Ebook-Piraterie in Deutschland			o. O.	nach 2010
Schrape	Der Wandel des Buch-handels durch Digitali-sierung und Internet.	Stuttgarter Beiträge zur Organisations- und Innovations-forschung	Universität Stuttgart	Stuttgart	2011
Hagenhoff	Digitale Schriftmedien – Eine Melange aus Infor-mationsgut und Software	Erlanger Beiträge zur Medien-wirtschaft	Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, Institut für Buchwissenschaft	Erlangen	2014
Hagenhoff	Content-Management-Systeme in Fachverlagen: Ergebnisse einer empirischen Erhebung	Erlanger Beiträge zur Medien-wirtschaft	Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, Institut für Buchwissenschaft	Erlangen	2014
Schleifer	Lizenzgeschäfte in der Buchverlagswirtschaft	Erlanger Beiträge zur Medien-wirtschaft	Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, Institut für Buchwissenschaft	Erlangen	2016

3.5 Beiträge in Sammelwerken

Autor	**Titel**	**In**	**Seiten**	**Jahr**
Volpers	Der internationale Buchmarkt	Leonhard – Medienwissenschaft	2649–2660	2002
Rötzer	Die Transformation des Buchs	Eberspächer – Die Zukunft der Printmedien	207–215	2002
Fischer	Bestseller in Geschichte und Gegenwart	Leonhard – Medienwissenschaft	764–775	2002

Schumann; Tzouvaras	Referenzmodelle für den unternehmensübergreifenden Leistungsprozess von Buchverlagen	Wirtz – Handbuch Medien- und Multimediamanagement	223–247	2003
Riehm	Veränderungen in der Produzenten-Konsumenten-Beziehung beim elektronischen Handel	Fischer– Wirtschaftsethische Fragen der E-Economy	187-201	2003
Titel	Digitaler Buchmarkt	Keiderling, Weyrauch – Buch-Stätte	117–133	2006
Altenhein	Die Krisis um deutschen Buchhandel.	Blaschke; Schulze –Geschichtswissenschaft und Buchhandel in der Krisenspirale?	S. 71–81.	2006
Titel	Chance und Gefahr? Perspektiven für die Digitalisierung in der Buchbranche	Keiderling, Kutsch et al. – Buch	197–224	2007
Bläsi	E-Books und die Stakeholder des Buches. Die Auswirkungen der Verbreitung von E-Books v.a. auf die buchhändlerischen Wirtschaftsstufen.	Kuhlen – Information	335–348	2009
Bläsi; Kuhn	Kreative Prozesse in Verlagen und mobile Technologien	Amberg – Produktivitätssteigerung und Serviceverbesserung	247–277	2011
Wagner; Hess; Benlian	The Role of product Involvement in digital and physical Reading - A comparative study of customer reviews of eBooks vs. printed Books	ECIS – Proceedings	Paper 57	2012
Funk; Pagel	E-Books und E-Supplements zu Lehrbüchern.	Kolo, Döbler et al.– Wertschöpfung durch Medien im Wandel	225–241	2012
Lee; Lee	Dynamics of price elasticity over Time: Evicence from the E-Book industry	PACIS – Proceedings	Paper 124	2013
Hake; Hewig; Rupp	Vom Baum zum Buch	Scheer, Abolhassan et al. – Innovation durch Geschäftsprozessmanagement	246–255	2013
Faustino	Book industry business, concentration, Internet and social media of management and marketing	Friedrichsen, Mühl-Benninghaus – Handbook of Social Media Management	87–123	2013
Füssel; Vogel; Pleimling	Neuere Arbeitsfelder der Buchwissenschaft mit sozialwissenschaftlicher, ökonomischer oder juristischer Perspektive	Füssel, Norrick-Rühl et al. – Einführung in die Buchwissenschaft	79–119	2014
Hess,; Wagner	The digitization of the book industry	Mansell, Ang – The International Encyclopedia of Digital Communication and Society	-	2015
Hagenhoff	Verlage und Buchhandel als Organisationen zur Bereitstellung von Lektüre	Rautenberg, Schneider – Lesen	617–645	2015
Hagenhoff	Buch und Buchsachgruppen	Krone, Pellegrini – Handbuch Medienökonomie	im Druck	2016

3.6 Beiträge in Zeitschriften

Autor	Titel	Zeitschrift	Nr.	Seiten	Jahr
Bunce	English and American Book markets	The North American Review	401	470–479	1890
Liefmann	Der deutsche Buchhandel in der Kartellenquete	Jahrbuch für Nationalökonomie und Statistik	3	200–237	1903
Tosdal	Price maintenance in the book trade	The Quarterly Journal of Economics	1	86–109	1915
Green	The Market for the scholarly book	PMLA	o. Nr.	85–94	1922
Reichmann	The reorganization of the book trade in Germany	The Library Quarterly: Information, Community, Policy	3	185–200	1947
Wolfe	The market for books in Canada	The Canadian Journal of Economics and Political Science	4	541–553	1958
Wellershoff	Literatur, Markt, Kulturindustrie	Merkur	11	1013–1026	1967
Prosi	Der Einfluß des Autoren-honorars auf den Bücherpreis	Zeitschrift für Nationalökonomie	o. Nr.	209–224	1970
Zimmer	Bücher: Aspekte einer Strukturkrise	Merkur	11	1087–1107	1971
Wulffen	Umkämpftes Kinderbuch	Merkur	11	1105–1118	1972
Altenhein	Die andere Seite der Literatur	Merkur	10	1011–1024	1972
Altenhein	Autor, Verlag, Öffentlichkeit	Merkur	11	1025–1033	1973
Fullerton	Creating a mass Book Market in Germany: The Story of the ›Colporteur Novel‹ 1870-1890	Journal of Social History	3	265–283	1977
Altenhein	Ein immerhin geschäftliches Unternehmen	Merkur	10	981–988	1977
Valdehuesa	Book publishing: An underrated industry	Journal of Reading	8	709–711	1985
Bittlingmayer	Resale price maintenance in the book trade with an histori-cal application to Germany	Journal of Institutional and Theoretical Economics	5	789–812	1988
Szenberg; Lee	The structure of the American book publishing industry	Journal of Cultural Economics	o. Nr.	313–322	1994
Jansohn	The making of a national poet: Shakespeare, Carl Joseph Meyer and the German book-market in the nineteenth Century	The Modern Language Review	3	545–555	1995
Hildebrandt; Görz	Wettbewerb und innovative Strategien im Buchhandel	Handelsforschung	o. Nr.	207-226	1998
Hjorth-Andersen	A Model of the Danish book market	Journal of Cultural Economics	1	27–43	2000
Greco	Market concentration Levels in the U.S. Consumer Book industry: 1995-1996	Journal of Cultural Economics	4	321–336	2000

Schweizer	Multimedia giants, literary Publishers and new technologies: Can culture and business benefit from the change of rules in the book world?	International Journal of Arts Management	3	51–67	2001
Clay; Krishnan; Wolff	Prices and price dispersion on the web	Journal of Industrial Economics	4	521–539	2001
Latcovich; Smith	Pricing, sunk costs, and market structure online	Oxford Review of Economic Policy	2	217–234	2001
Hess; Tzouvaras	Books-on-Demand: Ansatz und strategische Implikationen für Verlage	Zeitschrift Führung + Organisation	4	239–246	2001
Müller	Verlagswesen und europäische Massenkommunikationsgesellschaft um 1900	Internationales Archiv für Sozialgeschichte der deutschen Literatur	1	170–197	2002
Clay et al.	Retail strategies on the Web	The Journal of Industrial Economics	3	351–367	2002
Erickson	New books, new men: City-mysteries fiction, authorship, and the literary Market	Early American Studies	1	273–312	2003
Laband; Hudson	The pricing of economics books	The Journal of Economic Education	4	360–368	2003
Shaver; Shaver	Books and digital technology	The Journal of Media Economics	2	71–86	2003
Janssen	ONIX	Zeitschrift für Bibliothekswesen und Bibliographie	o. Nr.	215–218	2003
Kopp	Die Budgetierung bei Gräfe und Unzer	Controlling & Management	1	41–51	2003
Ringstad	On the cultural blessings of fixed book prices. Facts or fiction?	International Journal of Cultural Policy	3	351–365	2004
Ploeg	Beyond the dogma of the fixed book price agreement	Journal of Cultural Economics	1	1–20	2004
Clement; Sambeth	Buchkritiker und Bucherfolg: Wie ist der Einfluss wirklich	MedienWirtschaft	3	105–114	2004
Nixon; Wellington	›Good Books‹: Is there a future for academic writing within the educational publishing industry?	British Journal of Sociology of Education	1	91–103	2005
Klinkhardt	Erfolgscontrolling im Buchverlag - ein inhaltebezogener Ansatz	Controlling & Management	SH 2	61–67	2005
Laing; Royle	Bookselling culture & Consumer behaviour	International Journal of the Book	2	101–112	2005
Canoy; van Ours.; van der Ploeg	The economics of books	Handbook of the Economics of Art and Culture		721–761	2006
Benlian et al.	Dissemination of content re-utilization practices in the German and US Book publishing industry	Journal of Media Business Studies	2	41–61	2006

Ringstad; Løyland	The demand for books estimated by means of consumer survey data	Journal of Cultural Economics	2	141–155	2006
Drótos; Móricz	Critical factors of attracting supply chain network members of electronic marketplaces	Society and economy	2	147–164	2006
Dewally; Ederington	Reputation, certification, warranties, and information as remedies for seller-buyer information asymmetries	The Journal of Business	2	693–729	2006
Dewally; Ederington	Reputation, certification, warranties, and information as remedies for seller-buyer information asymmetries: Lessons from the online comic book market	The Journal of Business	2	693–729	2006
Clement; Proppe; Sambeth	Der Einfluss von Meinungsführern auf den Erfolg von hedonischen Produkten	Zeitschrift für Betriebswirtschaftslehre	7/8	797–824	2006
Beck	The sales effect of word of mouth	Journal of Cultural Economics	1	5–23	2007
Blömeke et al.	Status Quo der betriebswirtschaftlichen Erfolgsfaktorenforschung bei Büchern	Medien & Kommunikationswissenschaft	3	412–441	2007
Meuser et al.	Wie überlebt man gute Bücher?	MedienWirtschaft	3	39	2007
Clement; Proppe; Rott	Do critics make bestsellers?	The Journal of Media Economics	2	77–105	2007
Berka; Eilmansberger	Das Buchpreisbindungsgesetz auf dem Prüfstand des Verfassungsrechts und Gemeinschaftsrechts	Wirtschaftliche Blätter	5	206–217	2007
Banou; Kostagiolas	Marketing strategies for the printed book in greece: Current issues and survey results	International Journal of the Book	1	45–54	2008
Clement et al.	Der Einfluss von Rankings auf den Absatz	Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung	8	746–777	2008
Benghozi; Benhamou	The Long Tail: myth or reality?	International Journal of Arts Management	3	43–53	2010
Mierzejewska	Disruptive innovations in book publishing - threat or opportunities	International Journal of the Book	2	51–60	2010
Banou	Backlist and Frontlist, Bestsellers and Longsellers in a small publishing market	International Journal of the Book	2	139–154	2010
Ayodeji	The book an adaptation from the film	International Journal of the Book	3	113–122	2010
Quitmann	Bilanzierung von E-Books in der Verlagsbranche nach IFRS	Kapitalmarktorientierte Rechnungslegung	2	88–92	2010
Passig	Internetkolumne	Merkur	12	1185–1190	2010

Moeran	The book fair as a tournament of values	The Journal of the Royal Anthropological Institute	1	138–154	2010
Hua; Cheng.; Wang	Electronic books: To ›E‹ or not to ›E‹? A strategic analysis of distribution channel choices of publishers	International Journal of Production Economics		338–346	2011
Heebels; Boschma	Performing in Dutch book publishing 1880-2008: the importance of entrepreneurial experience and the Amsterdam Cluster	Journal of Economic Geography	6	1007–1029	2011
Schmidt-Stölting; Blömeke; Clement	Success drivers of fiction books: An empirical analysis of hardcover and paperback editions in Germany	Journal of Media Economics	1	24–47	2011
Bläsi	Veränderungen in der Buch-distribution durch die Digi-talisierung von Handel und Produkt	MedienWirtschaft	4	20–31	2011
Prostka et al.	Einfluss neuer Technologien auf Angebot und Nachfrage im belletristischen Buchmarkt	Schmalenbachs Zeit-schrift für betriebs-wirtschaftliche Forschung	7	714–744	2011
Been; Ryan	Bricks-and-Mortar: bookselling and supermarket philosophy	The International Journal of the Book	2	55–66	2012
Petersen	Handels- und steuerrechtliche Behandlung von Remissionen im deutschen Buchhandel	Deutsches Steuererecht	42	2141–2147	2012
Spreer et al.	Augmented Reality. Digital erweiterte Realität im stationären Handel	Marketing Review St. Gallen	5	28–33	2012
Bali	The Turkish book publishing market at the end of 2009	MELA Notes	85	30–43	2012
Blaylock; Shevlin; Wilson	Tax avoidance, large positive temporary book-tax differen-ces, and earnings persistence	The accounting review	1	91–120	2012
Faherty	Curiouser and curiouser: Novelty-centred business models and value creation in established publishing firms	International Journal of the Book	1	39–57	2013
Shehu et al.	The influence of book advertising on sales in the German fiction book market	Journal of Cultural Economics	April	109-130	2013
Li; Gu; Liu	Price dispersion and loss-leader pricing	Management science	6	1290–1308	2013
Walls	Bestsellers and blockbusters	Handbook of the Economics of Art and Culture	o. Nr.	185–213	2014
Bellingradt	Trading paper in Early Modern Europe. On distribution logistics, traders, and trade volumes between Amsterdam and Hamburg in the mid-late-eighteenth century	Jaarboek voor Nederlandse Boekgeschiedenis	o. Nr.	117–131	2014
Barrot et al.	Price elasticities for hardcover and paperback fiction fooks	Schmalenbach Business Review	1	73–91	2014

4 Praxisorientierte Werke

4.1 Lehrbücher

Autor	Titel	Ort	Jahr
Paschke; Rath	Der Sortimentsbuchhandel, das Antiquariat, der Kolportagebuchhandel, der Reisebuchhandel, das buchhändlerische Kommissionsgeschäft, das Barsortiment	Leipzig	1920
Menz	Richtige Fachbuch-Kalkulation	Berlin	1941
Heinold	Bücher und Büchermacher	Heidelberg	2001
Kerlen	Lehrbuch der Buchverlagswirtschaft	Stuttgart	2003
Kerlen	Der Verlag	Stuttgart	2006
Heinold; Huse; Ulrich	Bücher und Büchermacher	Frankfurt, a. M	2009
Schönstedt; Breyer-Mayländer	Der Buchverlag	Stuttgart	2010
Wantzen	Betriebswirtschaft für Verlagspraktiker	Frankfurt a. M.	2011
Röhring	Wie ein Buch entsteht	Darmstadt	2013
Uhlig	Der Sortimentsbuchhandel	Stuttgart	2013

4.2 Weitere Werke

Autor, Herausgeber	Titel	Ort	Jahr
Schulz	Das Schicksal der Bücher und der Buchhandel	Berlin	1960
Bodian	Book marketing handbook	New York	1980
Behm	Büchermacher der Zukunft	Darmstadt	1999
Zell	Book marketing and promotion	Oxford	2001
Bez; Keiderling	Der Zwischenbuchhandel	Stuttgart	2010
Wischenbart; Kaldonek	The global ebook market	o. O.	2011
Fedtke; Reinerth	Erfolgreich publizieren im Zeitalter des E-Books. Ein pragmatischer und zielorientierter Leitfaden für die Zukunft des digitalen Buches	Wiesbaden	2012
Wischenbart	Global ebook market. A report on market trends and developments	o. O.	2013
PWC	Media Trend Outlook. E-Books im Aufwind	Frankfurt	2013
Sjurts	Frauenkarrieren in der Medienbranche	Wiesbaden	2014
Henzler; Kern	Mobile publishing	Berlin	2014
Greco; Milliot; Wharton	The book publishing industry	New York	2014
Bez	ABC des Zwischenbuchhandels	Norderstedt	2014
Wischenbart; Carrenho	Global eBook Report	Wien	2015

5 Statistische Auswertung der Publikationsleistung

In den folgenden zwei Grafiken ist die mengenmäßige Publikationsleistung über die Jahre 1890 bis 2015 dargestellt. Die erste Abbildung zeigt die Verteilung sämtlicher gefundener Publikationen, die zweite Abbildung differenziert nach wissenschaftlichen Monografien, Beiträgen in wissenschaftlichen Sammelbänden bzw. Zeitschriften sowie Praktikerbeiträgen.

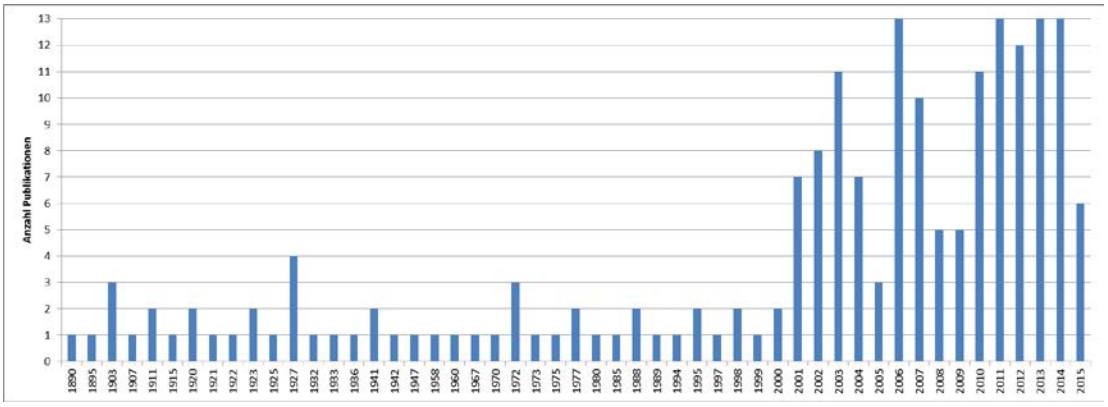

Abbildung 1: Anzahl Publikationen (gesamt)

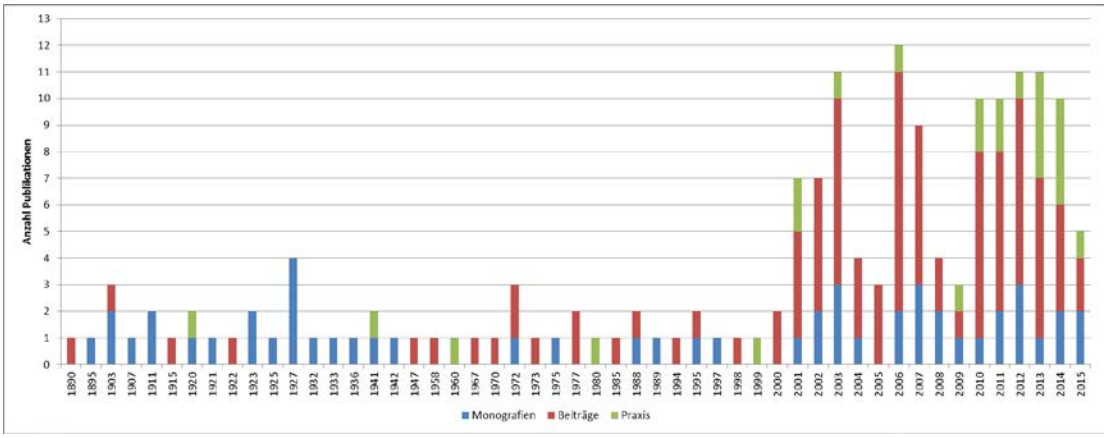

Abbildung 2: Anzahl Publikationen (Auswahl)

Literaturverzeichnis

Clement, Michel; Blömeke, Eva; Sambeth, Frank (Hg.) (2009): Ökonomie der Buchindustrie. Herausforderungen in der Buchbranche erfolgreich managen. Wiesbaden.

Emrich, Kerstin (2011): Konzentration im Sortimentsbuchhandel. Wiesbaden.

Febvre, Lucien; Martin, Henri-Jean (1976): The coming of the book. The impact of printing 1450 - 1800. London.

Giesecke, Michael (1991): Der Buchdruck in der frühen Neuzeit. Eine historische Fallstudie über die Durchsetzung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien. Frankfurt am Main.

Hagenhoff, Svenja (2016): Buch und Buchsachgruppen. In: Jan Krone und Tassilo Pellegrini (Hg.): Handbuch Medienökonomie. Berlin. Im Druck.

Haug, Christine; Frimmel, Johann (2015): Der Schulbuchmarkt. Ein Spezialmarkt im Zeitalter der Aufklärung. Wiesbaden.

Heebels, Barbara; Boschma, Ron (2011): Performing in Dutch book publishing 1880-2008: the importance of entrepreneurial experience and the Amsterdam Cluster. In: *Journal of Economic Geography* 11 (6), S. 1007–1029.

Heinrich, Jürgen (2006): Medienprodukte - Medienangebote und Mediennutzung. In: Christian Scholz (Hg.): Handbuch Medienmanagement. Berlin, S. 73–96.

Jäger, Georg (2001-2010): Sortimentsbuchhandel. In: Georg Jäger (Hg.): Geschichte des deutschen Buchhandels im 19. und 20. Jahrhundert. Mehrere Bände. Berlin.

Johns, Adrian (2015): The coming of print to Europe. In: Leslie Howsam (Hg.): The Cambridge Companion to the History of the Book. Cambridge, New York, S. 107–124.

Keiderling, Thomas (2013): Buch. In: Günter Bentele, Hans-Bernd Brosius und Otfried Jarren (Hg.): Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. 2., überarb. und erweiterte Auflage. Konstanz, S. 34–38.

Rautenberg, Ursula (2010): Buchwissenschaft in Deutschland. Einführung und kritische Auseinandersetzung. In: Ursula Rautenberg (Hg.): Buchwissenschaft in Deutschland. Berlin, S. 3–64.

Rautenberg, Ursula; Wetzel, Dirk (2001): Buch. Tübingen.

Saxer, Ulrich (2010): Buchwissenschaft als Medienwissenschaft. In: Ursula Rautenberg (Hg.): Buchwissenschaft in Deutschland. Berlin, S. 65–104.

Schönstedt, Eduard (2002): Geschichte des Buchverlags. In: Joachim-Felix Leonhard (Hg.): Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen. Berlin, S. 458–467.

Weyrauch, Erdmann (1995): Das Buch als Träger frühneuzeitlicher Kommunikationsrevolutionen. In: Michael North (Hg.): Kommunikationsrevolutionen. Die neuen Medien des 16. und 19. Jahrhunderts. Köln, S. 1–14.

Wilke, Jürgen (2015): Einführung. Die frühesten Schriften für und wider die Zeitung und ihre Autoren. In: Jürgen Wilke (Hg.): Die frühesten Schriften für und wider die Zeitung, S. 10–42.

Wittmann, Reinhard (2011): Geschichte des deutschen Buchhandels. 3., überarb. München.