

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/>

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, Schrift-
medienwirtschaft

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 Ökonominforschung 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 mangle 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 Fachvereinsverlage 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 Buchpreisbindung | 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; Titell | 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 Progamplanungen 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 wohlfahrtsökonomische 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 |
| Schrabe | Der Wandel des Buchhandels durch Digitalisierung und Internet. | Stuttgarter Beiträge zur Organisations- und Innovationsforschung | Universität Stuttgart | Stuttgart | 2011 |
| Hagenhoff | Digitale Schriftmedien – Eine Melange aus Informationsgut und Software | Erlanger Beiträge zur Medienwirtschaft | Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, Institut für Buchwissenschaft | Erlangen | 2014 |
| Hagenhoff | Content-Management-Systeme in Fachverlagen: Ergebnisse einer empirischen Erhebung | Erlanger Beiträge zur Medienwirtschaft | Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, Institut für Buchwissenschaft | Erlangen | 2014 |
| Schleifer | Lizenzgeschäfte in der Buchverlagswirtschaft | Erlanger Beiträge zur Medienwirtschaft | 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: Evidences 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 historical 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 Digitalisierung von Handel und Produkt | MedienWirtschaft | 4 | 20–31 | 2011 |
| Prostka et al. | Einfluss neuer Technologien auf Angebot und Nachfrage im belletristischen Buchmarkt | Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche 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 Steuerrecht | 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 differences, 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 books | 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.

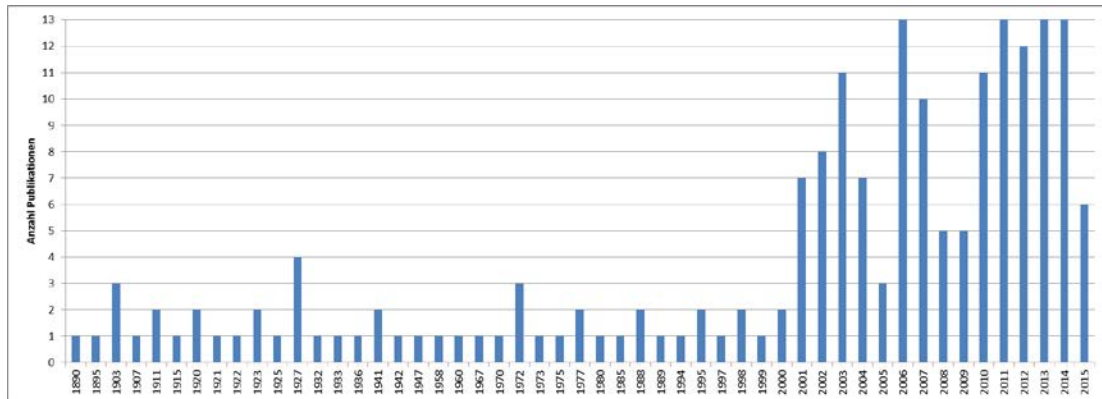


Abbildung 1: Anzahl Publikationen (gesamt)

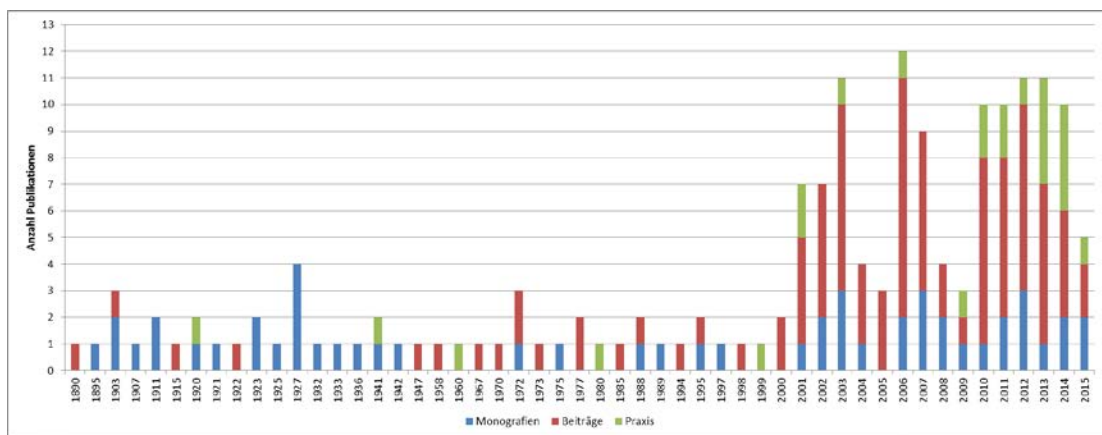


Abbildung 2: Anzahl Publikationen (Auswahl)

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; Wetzels, 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.