

Johanna Stiglhuber

Macht und Ohnmacht der Unabhängigen

Independent-Verlage und ihre Verortung

vwh

Verlag Werner Hülsbusch
Fachverlag für Medientechnik und -wirtschaft

J. Stiglhuber: Macht und Ohnmacht der Unabhängigen

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet unter <http://d-nb.de> abrufbar.

© Verlag Werner Hülsbusch, Boizenburg, 2011

vwh Verlag Werner Hülsbusch
Fachverlag für Medientechnik und -wirtschaft

www.vwh-verlag.de

Einfache Nutzungsrechte liegen beim Verlag Werner Hülsbusch, Boizenburg.
Eine weitere Verwertung im Sinne des Urheberrechtsgesetzes ist nur mit Zustimmung der Autorin möglich.

Markenerklärung: Die in diesem Werk wiedergegebenen Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenzeichen usw. können auch ohne besondere Kennzeichnung geschützte Marken sein und als solche den gesetzlichen Bestimmungen unterliegen.

Lektorat und Satz: Werner Hülsbusch
Umschlag: design of media, Lüchow
Druck und Bindung: Kunsthaus Schwanheide

Printed in Germany

ISBN: 978-3-86488-003-2

Inhaltsverzeichnis

	Vorwort	7
1	Einleitung	9
1.1	Gegenstand	10
1.2	Forschungsstand und Quellenlage	12
2	Der Buchmarkt in Deutschland und Österreich	17
2.1	Kennzahlen des Buchmarktes	17
2.1.1	Umsätze des deutschen Buchhandels	17
2.1.2	Umsätze des österreichischen Buchhandels	19
2.1.3	Buchproduktion	20
2.1.4	Buchaußenhandel	23
2.2	Konzentration	24
2.2.1	Konzentration im herstellenden Buchhandel	26
3.2.2	Konzentration im verbreitenden Buchhandel	30
2.3	Strukturwandel	34
2.3.1	Diversifikation	35
2.3.1	Online-Handel	36
2.4	Buchpreisbindung	38
2.5	Digitalisierung	42
3	Independent-Verlage	47
3.1	Definition	47
3.1.1	Wirtschaftliche Unabhängigkeit	48
3.1.2	Geistige Unabhängigkeit	50
3.1.3	Klein- oder Kleinstunternehmen	52
3.1.4	Professionalität	54
3.1.5	Zusätzliche Einschränkungen	54
3.2	Entwicklung	58
3.3	Independent-Verlage in Zahlen	61
3.3.1	Buchverlage in Deutschland	62
3.3.2	Independent-Verlage in Deutschland	62
3.3.3	Buchverlage in Österreich	63
3.3.4	Independent-Verlage in Österreich	65
3.3.5	Buchproduktion	67

3.3.6	Mitarbeiter	68
3.4	Profil	69
3.4.1	Programm	70
	3.4.1.1 Verlegerisches Selbstverständnis	74
	3.4.1.2 Merkmale unabhängigen Verlegens	78
	3.4.1.3 Markenbildung	81
3.4.2	Finanzierung	83
3.4.3	Etablierung	91
	3.4.3.1 Reputation	91
	3.4.3.2 Umsatz	92
3.4.4	Funktion	94
3.4.5	Schwierigkeiten	96
3.4.6	Marketing	100
	3.4.6.1 Marketingmaßnahmen der Verlage	103
	3.4.6.2 Marketingmaßnahmen anderer Branchenmitglieder	115
3.4.7	Vertriebswege	118
3.4.8	E-Books	119
3.4.9	Gescheiterte Vorhaben	121
3.5	Förderer	123
3.5.1	Arbeitskreis kleinerer unabhängiger Verlage	124
3.5.2	Kurt-Wolff-Stiftung	125
3.6	Situation im Ausland	129
3.6.1	Schweiz	129
3.6.2	Großbritannien	131
3.6.3	China	133
4	Zusammenfassung	135
	Literaturverzeichnis	139
	Auflösung der Weblinks	151
	Anhang	155
	Sach- und Personenregister	167