

Inhalt

Vorwort	9
Expansion oder Stagnation? Neuere wirtschaftliche Entwicklungen und zukünftige Perspektiven der Buch-Industrie <i>Horst Benzing</i>	11
Chancen und Probleme im EG-Binnenmarkt aus deutscher Sicht <i>Horst Varrelmann</i>	19
Internationalisierung des Verlagsmarketing <i>Hans Günther Meissner</i>	27
Planungsprozeß der Marktkommunikation <i>Matthias Pflieger</i>	47
√ Public Relations in einem literarischen und Sachbuchverlag <i>Karl-Michael Mehnert</i>	53
Zur Bewertung von Verlagsunternehmen <i>Herbert Haag</i>	59
√ Einflußgrößen auf den Verlagserfolg <i>Günther Schweizer</i>	71
Mehr Schulung für Führungsaufgaben in Buchverlagen Ein Plädoyer <i>Fritz von Bernuth</i>	83
Ladenpreiskalkulation nach Deckungsbeitragsgesichtspunkten <i>Franz-Joachim Klock</i>	89

Effizienzrechnung in der Lagerhaltung <i>Gerhard Straub</i>	117
⌘ Die Repräsentanz der Schnellumfrage Zur wirtschaftlichen Entwicklung im Verlagsbuchhandel <i>Walter Schick</i>	145
Standardkonditionen <i>Jürgen Ehlers</i>	153
Der Widerspenstigen Zähmung <i>Rüdiger Hildebrandt</i>	203
⌘ Lesen und Wissen Kritische Anmerkungen zur Nutzung von Fachzeitschriften <i>Wulf D. v. Lucius</i>	215
Quantität und Qualität rechtswissenschaftlicher Literatur <i>Volker Schwarz</i>	223
In einer sächsischen Kutsche Ein Gedenkblatt für Benedictus Gotthelf Teubner (1784–1856) und seinen Verlag <i>Heinrich Krämer</i>	239
⌘ Malerische und romantische Provinz Strategische Ansätze für Regionalverlage <i>Friederike Kästing</i>	247
Nachwort <i>Claus Michaletz</i>	253
Quellen	257
Autoren	261