

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

Kalkulation – Preis- und Auflagenfindung	106
Kalkulation	106
Deckungsbeitragsrechnung	107
Preis- und Auflagenfindung	108
Der Verlag in der Krise	112
Häufige Fehler in Management und Organisation	116
Perspektiven der Verlage und des Buchhandels	121
Anhang	125
Geschäftsführervertrag und Dienstanweisung	127
Mitarbeitervertrag	130
Übersetzervertrag	133
Übersetzer-Beteiligungsvertrag	135
Auslands-Lizenzvertrag	137
Auslieferungs-/Kommissionsvertrag	139
Verlagsvertretervertrag	143
Liste von Subventionsorganisationen	144
Die wichtigsten internationalen Buchmessen	146
Der Jahresplan des Verlages	147
Bibliographie	151
Danksagungen	153