

# Inhaltsverzeichnis

1. Was ist ein Buch? – Ansätze zu einer Theorie der Buchkommunikation	1
1.1. Der Buchbegriff der herstellenden und verbreitenden Organisationen	2
1.2. Das Buch als Medium schriftsprachlicher Kommunikation	4
1.2.1. Die Medienspezifität des Buches als Zeichenträger	4
1.2.2. Die historisch-systematische Medienspezifität des Buches	8
1.3. Das Buch in sozial- und kommunikationswissenschaftlicher Theoriebildung	10
1.4. Buchwissenschaft und Buchforschung	13
2. Die Herstellungstechnik des Buches	22
2.1. Typographie: Begriff, Theorie und gestalterische Praxis	22
2.2. Druck und Buch	24
2.2.1. Satzherstellung	24
2.2.2. Herstellung von Abbildungen	27
2.2.3. Druckmaschinen	30
2.3. Beschreib- und Bedruckstoffe, Formate	35
2.4. Typographie und Text digital	38
3. Das Buch in der Gesellschaft	42
3.1. Zum Funktionsbegriff in der Buchkommunikation	42
3.2. Schriftkommunikation	43
3.3. Schrift und Buch	45
3.3.1. Speichern und Wiederfinden	45
3.3.2. Publizieren	47
3.4. Funktionen des Buches in der Gesellschaft	49
3.5. Funktionen des Buches: ein geschichtlicher Abriss	51
3.5.1. Autorität und Symbol: das Buch im Mittelalter	51
3.5.2. Von der ‚Medienrevolution‘ zu den ‚Leserevolutionen‘ – Das Buch in Früher Neuzeit und Moderne	53
3.5.3. Das Buch in der Medienkonkurrenz	56
3.5.4. Buchmarktforschung	59

4. Buchhandel	62
4.1. Definition und Organisationsformen	62
4.2. ‚Books are different‘ – Der Doppelcharakter von Geist und Ware	63
4.3. Geschichte der Organisationsformen des deutschen Buchhandels in Grundzügen	67
4.3.1. Handschriftenhandel im Mittelalter	67
4.3.2. Buchhandel der Frühen Neuzeit	68
4.3.3. Von der Mitte des 18. Jahrhunderts bis zur Gründung des Börsenvereins	71
4.3.4. Von der Krönerschen Reform bis zum Nationalsozialismus	75
4.3.5. Von der Nachkriegszeit bis zur Gegenwart	78
4.3.6. Multimedialer Umbruch im Buchhandel	81
5. Buchmarkt und Buchmarketing	83
5.1. Buchmarkt	83
5.2. Buchhandelsorganisationen	87
5.3. Politische Abhängigkeiten	89
5.4. Marktteilnehmer	91
5.5. Marketing	96
6. Literaturverzeichnis	100