

INHALT

1	EINLEITUNG	1
1.1	Stand und Perspektiven der Forschung	4
1.2	Theoretische Grundlage: Bourdieus literarisches Feld	9
1.3	Thesen und Erkenntnisinteresse	14
1.4	Vorgehensweise und Textkorpus	15
2	KONSTITUIERUNG DER GEGENWÄRTIGEN VERLAGSLANDSCHAFT	19
2.1	Verlagslandschaft nach dem Zweiten Weltkrieg	28
2.2	Ausdifferenzierung und Monopolisierung	32
2.3	Konkurrenz durch Medienkonvergenz	36
2.3.1	Technologische Fortführung des Buches	39
3	MÖGLICHKEITEN DER BUCHGESTALTUNG	47
3.1	Einband und Umschlag als Repräsentation des Verlags	59
3.2	In der Tradition der Buchkunst	82
3.2.1	Vorbild und Nachahmung der <i>Insel-Bücherei</i>	83
3.2.2	Altes im Neuen: <i>Die Andere Bibliothek</i>	101
3.3	<i>Die Welt in Gelb</i> : Reclams Re-Design und andere Inszenierungen	110
4	MÖGLICHKEITEN DER INHALTLICHEN LENKUNG	127
4.1	Lektürelenkung durch Covergestaltung	131
4.1.1	Darstellung von Schreibweisen	133
4.1.2	Vorschlag von Weltdiegesen	144
4.1.3	Autofiktionalisierung durch Autorenporträts	153
4.2	Steuerung der Poetologie am Beispiel Joachim Lottmanns	171

5	MÖGLICHKEITEN DER PROGRAMMGESTALTUNG	189
5.1	Feldentwicklungen: Vom Kulturverleger zum Konzern	194
5.2	Individuelle Programmatiken bei Kleinstverlagen	218
5.3	Vom Häretiker zum Orthodoxen: Rowohlts Etablierung im verlegerischen Feld	227
5.4	Politisches Verlegen bei Klaus Wagenbach	238
6	MÖGLICHKEITEN DER REZEPTIONELLEN LENKUNG	247
6.1	Die Gruppe 47 in Wechselwirkung mit Verlagen	252
6.2	Genese des Pop-Begriffs: eine verlagsspezifische Opposition?	269
7	DAS VERLEGERISCHE FELD	285
7.1	Spielräume verlegerischen Handelns	285
7.2	Modellerweiterung	289
	LITERATURVERZEICHNIS	295
	ABBILDUNGSVERZEICHNIS	329