

Jahresbericht
der Buchwissenschaft an der
Friedrich-Alexander-Universität
Erlangen-Nürnberg

2014

Jahresbericht
der Buchwissenschaft an der
Friedrich-Alexander-Universität
Erlangen-Nürnberg
2014
Forschung und Lehre

Herausgegeben von Ursula Rautenberg

Inhalt

Vorwort	7
Aufsätze und Berichte	9
Daniel Bellingradt Märkte, Räume und Netzwerke des Buchhandels im 18. Jahrhundert. Bericht aus einem laufenden Forschungsprojekt	10
Ursula Rautenberg Ein Amsterdamer Druck aus dem Jahr 1674. Zum Nachleben eines Buchs	17
Svenja Hagenhoff Standardisierung und Differenzierung in der Verlagswirtschaft	23
Günther Fetzer Was heißt und zu welchem Ende erstellt man eine Verlagstypologie?	36
Günther Fetzer Berufsziel Lektorat	47
Svenja Hagenhoff / Axel Kuhn Bereitstellungsqualität digitaler Lesemedien. Ein Forschungsprojekt	56
Ursula Rautenberg Schriftmedien – Kommunikations- und buchwissenschaftliche Perspektiven. Eine neue Buchreihe im Verlag de Gruyter	57
Ursula Rautenberg Das »Sachlexikon des Buches« in grundlegend neuer Bearbeitung	59
Elisabeth Engl / Cathrin Koch / Axel Kuhn / Ruijing Qiu / Jenny Schwerin / Sonja Stadler »Die kleine Raupe Nimmersatt« auf Chinesisch. Exkursion in das Reich der Mitte	61
Anja Groß / Mônica dos Santos Duarte Papierproduktion in Vergangenheit und Gegenwart	66
Sandra Rühr Buchgestaltung – gestern und heute. Exkursion nach St. Gallen	74
Nikolaus Weichselbaumer Buchhistorische Forschung und Digital Humanities	76

Sandra Rühr Geschichten am Lagerfeuer. Literaturveranstaltungen im digitalen Zeitalter	82
Günther Fetzer innovation@publishing 2014 – Wanted: Alter 22, promoviert, 5 Jahre Berufserfahrung	84
Marina Mahling Das Leseverhalten von Kindern und Jugendlichen und die Bedeutung von Familie, Schule und Peers	85
Nikolaus Weichselbaumer Der digitale Schreibmeister. Zum Werk des Typographen Hermann Zapf	88
Volker Titel Deutsch-französische Perspektiven. Der neue Bachelor-Studiengang »Literatur und Buch«	92
Jahresbericht der Buchwissenschaft 2014	95
Die Erlanger Buchwissenschaft	96
Personelle Mitteilungen	
Personelle Veränderungen	
Funktionen in der akademischen Selbstverwaltung	
Fachmarketing	
Forschung	101
Publikationen	
Neu begonnene und weitergeführte Dissertationen	
Wissenschaftliche Tagungen	
Herausgeberschaften, Gutachtertätigkeiten und Wissenschaftliche Mitgliedschaften	
in Beiräten und Vorständen	
Studentische Abschlussarbeiten	
Studium, Lehre, Kooperationen	119
Studierende und Absolventen	
Gastdozenturen und Vorträge auswärtiger Dozenten	
Exkursionen	
Internationale Partnerschaften	
Freundeskreis der Erlanger Buchwissenschaft	124

Vorwort

Die Erlanger Buchwissenschaft legt ihren fünften Jahresbericht vor. Berichtszeitraum ist das Jahr 2014 mit gelegentlichen Ausblicken auf 2015.

Auch in diesem Jahr bietet das Jahrbuch wieder einige Aufsätze zu aktuellen Themen oder aus den Forschungsprojekten, von Svenja Hagenhoff über Standardisierung und Digitalisierung in der Publikationsindustrie, Günther Fetzer schreibt über ein Modell zur Systematisierung von Verlagstypen sowie über die Lektoratsarbeit. Einen Einblick in seine Forschungswerkstatt gibt Daniel Bellingradt zu Buchhandelsnetzwerken in Europa im 18. Jahrhundert.

Mit Daniel Bellingradt konnte die längere Zeit vakante Juniorprofessur zum Wintersemester besetzt werden. Er ist Kommunikationshistoriker mit Arbeitsschwerpunkten auf der Flugpublizistik der Frühen Neuzeit und der Wirtschaftsgeschichte des Buchhandels. Weitere personelle Veränderungen ergeben sich aus den 2014 abgeschlossenen Promotionsverfahren von Marina Mahling und Nikolaus Weichselbaumer, die mehrere Jahre als Wissenschaftliche Mitarbeiter am Lehrstuhl beschäftigt waren und nun zu neuen Ufern aufbrechen.

Besonders erwähnenswert in der Lehre ist die Einrichtung eines neuen Bachelorprogramms *Literatur und Buch*. Das Programm führt Buchwissenschaft, germanistische und frankoromanische Literaturwissenschaft der FAU und der Universität Blaise Pascal in Clermont-Ferrand mit dem Studienziel eines Joint Degree zusammen (S. 92–94). Auch andere Auslandsaktivitäten sind zu berichten. Eine Gruppe von Masterstudierenden im Schwerpunkt ›Medienkommunikation Buch‹ reiste im Rahmen ihrer Projektarbeit zum deutsch-chinesischen Lizenzhandel nach Shanghai und Wuhan (S. 61). Gegenbesuch aus China erhielten wir in der zweiten Oktoberhälfte: Prof. Dr. Xu Lifang, die Leiterin des Studiengangs ›Publishing Science‹ unserer Partneruniversität, hielt Vorlesungen und Seminare ab. Und wie immer waren Erlanger Dozenten im Rahmen des Erasmus-Programms unterwegs oder hielten Vorträge im Ausland.

Anzukündigen ist die Publikation der fünften Auflage des Lehrbuchs *Grundfragen der Medienwirtschaft*. Svenja Hagenhoff ergänzt das bisherige Autorenduo Matthias Schumann und Thomas Hess und bringt ihre Expertise zum Buch als Medium ein, das in vielen einschlägigen wirt-

schaftswissenschaftlichen Lehrbüchern vernachlässigt wird. Für andere zentrale Publikationen, die in den letzten zwei Jahren begonnen wurden, wird die Ernte 2015 eingefahren. *Reclams Sachlexikon des Buches*, das von Ursula Rautenberg herausgegebene und gut eingeführte Nachschlagewerk, erscheint in einer grundlegend neu bearbeiteten Ausgabe im Mai 2015 (S. 59). Für August 2015 anzukündigen ist auch *Lesen. Ein Handbuch*, ein interdisziplinäres Überblickswerk, herausgegeben von Ursula Rautenberg und Ute Schneider. Das Handbuch liefert einen fundierten Überblick, der psychologische, neurobiologische und linguistische Erkenntnisse ebenso einschließt wie soziale, medientechnische, handlungstheoretische und historische Perspektiven. Auch Erlanger Buchwissenschaftler sind als Autoren und Autorinnen beteiligt.

Gespannt sind wir auf den Start der neuen Reihe *Schriftmedien. Kommunikations- und buchwissenschaftliche Perspektiven* mit den ersten drei Bänden Mitte 2015 im Verlag de Gruyter; das Konzept wurde federführend von der Erlanger Buchwissenschaft entwickelt (S. 57).

Weiter erwähnenswert: Svenja Hagenhoff wurde zur stellvertretenden Sprecherin der Fachgruppe Medienökonomie in der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft gewählt. Außerdem hat sie den Vorsitz des Fachausschusses Wirtschaftsinformatik der Akkreditierungsagentur ASIIN übernommen.

Der formelle Berichtsteil ab S. 95 stellt alle Publikationen und Entwicklungen in der Lehre in der Übersicht zusammen.

Auch in diesem Jahr geht ein herzlicher Dank an den Freundeskreis der Erlanger Buchwissenschaft, der neben anderen Projekten auch die Publikation des Jahresberichts im Druck unterstützt hat.

Prof. Dr. Ursula Rautenberg

Prof. Dr. Svenja Hagenhoff

Im Januar 2015

Aufsätze und Berichte 2014

Daniel Bellingradt

Märkte, Räume und Netzwerke des Buchhandels im 18. Jahrhundert. Bericht aus einem laufenden Forschungsprojekt

Konzeptionell ist und war der Buchhandel stets nur im Plural zu haben: als Plural schriftbasierter Buchmedien, als Plural von beteiligten Personen sowie deren Arbeits- und Handelspraktiken, als Plural von genutzten und produzierten Räumen usw. Diese Feststellung des grundsätzlichen pluralen Gebildes ›Buchhandel‹ hat beispielsweise in der britischen Forschung zur trefflichen Formulierung der ›book trades‹ (James Raven) – anstelle des Singular-Terminus ›book trade‹ – geführt. Innerhalb der deutschsprachigen Forschung arbeitet man terminologisch mit der kleinstmöglichen Pluralandeutung, nämlich wenn vom herstellenden und vertreibenden Buchhandel die Rede ist. Hinter dieser terminologischen Spitzfindigkeit, die sich auch in weiteren europäischen Sprachen stellt, verbirgt sich jedoch ein noch nicht ausgeschöpftes Analysepotential buch-, medien- und kommunikationswissenschaftlicher Forschungen. Wenn die einzelnen arbeitsteiligen Prozesse, die die Herstellung und Verbreitung schriftbasierter Kommunikation im Regelfall umfassen, auch als solche wahrgenommen werden, dann eröffnet sich eine notwendige Perspektive auf die diese Prozesse initiierenden und bestimmenden kooperativen Praktiken von beteiligten Akteuren und Unternehmen. Ferner erscheinen die einzelnen prozessualen Strukturen deutlicher als ein plurales, großteils aufeinander bezogenes und ineinander verwobenes Gebilde, welches von multiplen Praktiken, die in sozialen sowie geografischen Räumen stattfinden, wiederkehrend konstituiert wird. In meinem laufenden Forschungsprojekt, welches seit 2012 von der Deutschen Forschungsgemeinschaft gefördert wird, dient die Pluralkonzeption als Ausgangspunkt eines analytischen Zugriffs auf den frühneuzeitlichen Buchhandel, der wirtschafts- und kommunikationshistorische Perspektiven mit marktsoziologischen Ansätzen kombiniert. Im Fokus des Projekts stehen exemplarisch die historischen Märkte für den Handel mit Buchmedien in London, Amsterdam und Hamburg während der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts. Übergeordnetes Fernziel des Forschungsprojekts ist es, auf empirischer Basis von exemplarischen Fallbeispielen eine zusammenhängende Interpretation

der pluralen Aktivitäten des frühneuzeitlichen Buchhandels zu entwickeln. Die folgenden Passagen verstehen sich als überwiegend überblicksgewährende Skizzierung der einschlägigen interdisziplinären Forschungskontexte und methodischen Horizonte des Projekts. Zu ausgewählten Aspekten werden zudem erste empirische sowie theoretische Befunde (und etwaige Problemfelder) in die Ausführungen integriert.

Buchhandelsgeschichte im Zeichen der Interaktion

Zugriff auf das Pluralkonstrukt ›Buchhandel‹ während der Epoche der Frühen Neuzeit entsteht in hohem Maße, wenn eine akteursnahe Perspektive gewählt wird. Diese Prämisse buchhistorischer Analysen haben bereits Generationen von Forschern beherzigt. Zeittypische sowie spektakuläre Verleger, Buchhändler, Zeitungsmacher usw. gerieten so in den Mittelpunkt der präsentierten und aufgearbeiteten Geschichten. Beispielsweise bereits um 1900 konstruierten die Pioniere der deutschen Buchhandelsgeschichte zum 17. und 18. Jahrhundert, Friedrich Kapp und Johann Goldfriedrich, ihre Geschichtsschreibung mittels ausgesuchter Einzelfälle. Obwohl es in den seltensten Fällen explizit theoretisch reflektiert wird, baut sich die jeweilige Geschichte zu einem substanziellen Teil um die Interaktionen des jeweiligen Akteurs herum auf. Hierbei dominierte in traditionelleren Studien oftmals ein vereinfachendes Interaktions-Schema der ökonomischen ›Buchberufe‹: Drucker standen u. a. in ökonomischer Beziehung zu Verlegern (wenn sie nicht selbst auch verlegten), Buchbinder verfügten über Beziehungen u. a. zu Buchhändlern, Sortimentsbuchhändler hatten Kontakte zu anderen Sortimentsbuchhändlern usw. Der Weg von einer akteursnahen Geschichtenerzählerei hin zu beginnenden systematisierenden Überlegungen zum *grand design* von interdisziplinär betriebenen buchhistorischen Forschungen dauerte eine gewisse Zeit – und hält aktuell noch an. Wie bereits angedeutet, wurden in der älteren europäischen Tradition der Buchhandelsgeschichte die kooperativen und konkurrierenden Muster der beleuchteten Akteure eher beschrieben als interaktionstheoretisch reflektiert. Indes im Verlauf der generellen kulturhistorischen Neujustierung der Geschichtsschreibung veränderten sich auch die Horizonte der Buchhandelsgeschichtsschreibung. Neben den direkten ökonomischen Interaktionen fanden nun – prominent und einflussreich vertreten vor allem von Donald F. McKenzie, Roger Chartier und

Adrian Johns – verstärkt indirekte, soziokulturelle, Beziehungsmuster der Herstellungsorganisation Berücksichtigung. Auch in diesen jüngeren konzeptionellen Ansätzen, die aus diversen europäischen Forschungsströmungen wie der französischen *Histoire du Livre* oder der *Sozialgeschichte der deutschen Literatur* Impulse erhielten, dominiert in der Perspektiventwicklung die analytische Betonung der zu beachtenden Interaktionsmuster. In den jüngeren Forschungsaktivitäten zur Vertriebsorganisation des frühneuzeitlichen Buchhandels findet sich der Fokus auf Interaktionen ebenfalls. Ein solcher Trend etablierte sich allmählich insbesondere im Fahrwasser von Forschungen zu offiziellen, geduldeten und klandestinen Vertriebsstrukturen von Buchmedien. Etwa in Studien zu transregionalen und -nationalen, grenzüberschreitenden Distributionsnetzwerken oder zum Geheimbuchhandel dokumentieren sich nicht nur die Attraktivität und Ergiebigkeit einer akteursnahen Darstellung, sondern auch die strategischen Vorteile netzwerkanalytischer Perspektiventwicklungen. Inspiriert durch die neu aufgesetzte Netzwerkbille gerieten nun einige typische Interaktionen und marginalisierte Akteursgruppen des Buchhandels konzentrierter in die fachwissenschaftliche Aufmerksamkeit (etwa der ambulante Kolportage-, Wander- und Straßenhandel); zugleich blieben andere typische Interaktionen und Akteursgruppen wie z. B. Papierhändler weiterhin weitgehend unbeachtet. Kurzum, trotz eines vielfach erprobten akteursnahen und somit auf Interaktionen ausgerichteten Zugangs zur Buchhandelsgeschichte formuliert sich eine systematische Berücksichtigung der Interaktionen im Buchhandel bislang als Desiderat und Chance zugleich.

Eine von den Interaktionen der am Buchhandel beteiligten Personen und Personengruppen her aufgerollte Forschungsperspektive eröffnet vielfache Möglichkeiten des analytischen Zugriffs auf die Herstellungs- und Verbreitungsorganisation von Buchmedien. In nuce bieten die Interaktionen forschungsleitend die Möglichkeit, eine zusammenhängende Interpretation der einzelnen (teils überlappenden und verwobenen, teils strikt getrennten und hochspezialisierten) Teilbereiche des Buchhandels zu gewährleisten. Ein solcher von den ökonomischen Praktiken der Akteure her zu bewerkstelligender Analyseblick ist bereits innerhalb der frühneuzeitlichen Wirtschaftsgeschichte erfolgreich erprobt und umgesetzt worden. Im Rahmen einer angeregten Neuausrichtung der Handels-

geschichtsschreibung richtet man hier das Interesse auf die »Praktiken des Handels« (Häberlein/Jeggle 2010). Die Interaktionen der betrachteten Akteure werden so als Resultate kooperativer ökonomischer Praktiken kenntlich gemacht. Mittels einer netzwerkanalytischen Perspektive erscheinen die Praktiken des Handels also als das Ergebnis sozialer Interaktion, die von ökonomisch motivierten Personen und Personengruppen gepflegt werden. Von diesem Punkt aus ist ein entscheidender Schritt getan hin zu einer zusammenhängenden Interpretation der in den einzelnen Teilbereichen des Buchhandels sich vollziehenden Aktivitäten. Der auf Interaktionen gerichtete und den Netzwerkaktivitäten nachspürende Blick ermöglicht eine Beschreibungssystematik für die Buchhandelsgeschichte, die über die Handlungen der Akteure ermöglicht wird – und die das ökonomische Marktgeschehen somit grundlegend als soziale Figuration würdigt.

Märkte als soziale Figurationen

Der Versuch die Handlungen der beteiligten Akteure historiographisch sichtbar zu machen, führt zunächst über eine breite Wahrnehmung der an den kooperativen sowie konkurrierenden Aktivitäten beteiligten »gens du livre« bzw. »book people« (Robert Darnton). Mitnichten begann nämlich die Herstellungsorganisation in der Druckerei oder endete die Verbreitungsorganisation im Buchhändlerladen. Vielmehr umfassten die alltagskulturellen Ausprägungen der Buchwirtschaft u. a. den Papierankauf der Drucker, die saisonalen Transporte der Buchmedien zu Messen, den stationären Buchladenverkauf sowie das ambulante Kolportieren. Beschreibt man das heterogene ökonomische Marktgeschehen nun als soziale Figuration, so lässt sich der Buchhandel in Gänze – in wirtschaftswissenschaftlichem Duktus – als eine aus Komponenten bestehende Industrie (»composite industry«) fassen. Die Kennzeichnung als zusammenhängenden Wirtschaftsbereich unterschiedlicher Branchen eröffnet eine konzeptionelle Feingliederung der auf konkurrierenden und kooperierenden Interaktionen beruhenden Aktivitäten in einzelne, wenn auch zusammenhängende Märkte. Innerhalb der sogenannten *Neuen Wirtschaftssoziologie* – genauer noch: in der Marktsoziologie – werden Märkte als soziale Figurationen definiert, in denen Akteure und Akteursnetzwerke ökonomische Interaktionen unter Wettbewerbssituationen vornehmen. Dieser Blick auf

die kooperierenden und konkurrierenden Praktiken ist geprägt vom Verständnis der Ineinanderverwobenheit von Märkten. In den Worten eines der Protagonisten der Marktsoziologie, Patrick Aspers, ausgedrückt, existieren Märkte nur in Beziehung zueinander (»markets exist in relation to other markets«, Aspers 2002, S.33). Moduliert auf das Pluralkonstrukt Buchhandel ließe sich von einer »composite industry« konstituiert und verbunden durch Praktiken der beteiligten Netzwerke sprechen, die als ein »set of interconnected markets« (Aspers 2002, S.168) erscheint.

Eine maßgebliche Konsequenz der Beschreibung von Märkten als soziale Figurationen ist es, dass neben Fragen zur Sozialität auch die Aspekte der Räumlichkeit und Materialität in den Vordergrund treten. Wenn mit Blick auf die Handelspraktiken bekannt ist, wer mit wem, in welcher Weise, wie lange und weshalb in Verbindung stand, ist die Frage nach den dazugehörigen konkreten räumlichen Dimensionierungen (in geografische und soziale Räume) evident. Konkrete Raumtypen wie Druckereien, Lagerhallen und Handelsrouten sind hierbei ebenso wichtig wie die durch die Praktiken der Akteure konstituierten Raumproduktionen (wie Messen, Auktionen oder Lotterien). Da eine valide Analyse der Praktiken und Räume schwerlich ohne Berücksichtigung der jeweiligen Handelsware möglich ist, geraten die charakteristischen »material flows« (Monika Dommann) der Märkte geschärft in den Fokus. Neben detaillierten Aussagen zu den jeweils gehandelten physischen Buchmedien treten auch die materiellen Aspekte der pluralen Herstellungs- und Vertriebsorganisation gezielt hervor. Beispielsweise Papier, als Basisprodukt der frühneuzeitlichen Buchhandelsbetriebsamkeit, lässt sich beileibe nicht mehr in eine isolierte Papier-Manufakturgeschichte degradieren, die lediglich zuliefernde Funktionen für Verlage oder Druckereien erfüllte. Aus meinen bisherigen Forschungen geht hervor, dass u. a. der Papier- und Buchhandel komplex ineinander verwoben waren. Diese Ineinanderverwobenheit lässt sich sowohl auf lokaler als auch auf europäischer Ebene feststellen. Am Beispiel der »Papierbeziehungen« zwischen Amsterdam und Hamburg wird dies besonders deutlich. Es waren niederländische »Papierspezialisten« (*Papierverkoper*), die aus ganz Europa Hadern, den Grundstoff frühneuzeitlichen Papierherstellens, importierten und an niederländische Papierhersteller weiterverkauften bzw. gegen papierne Neuware eintauschten. Diese Neuware, unterteilt in Schreib- und Druckpapier-Bögen

unterschiedlicher Qualitäts- und Formatmerkmale, bestimmte zu einem nicht unbedeutenden Teil den Rhythmus und die Herstellungskosten von Buchmedien in vielen europäischen Druckorten. Selbst transnational bedeutende Druckorte wie beispielsweise Hamburg importierten noch im 18. Jahrhundert im Durchschnitt jährlich rund 100 Millionen Bogen Papier direkt aus Amsterdam (vgl. Bellingradt 2014). Bei genauerer Betrachtung der Interaktionsmuster etwa dieser Amsterdamer Papierspezialisten offenbaren sich nicht nur die erstaunlichen Handelsvolumina und wirtschaftlichen Positionen dieser Akteure. Vielmehr zeigt eine Analyse der Interaktionen auf, wie verwoben diese »paper networks« inmitten der Buchhandels-Branchen agierten. Amsterdamer Papierhändler wie etwa der sehr umtriebige Zacharias Segelke (1763?–1802) interagierten mit beinahe jedem anderen Teilbereich des Buchhandels. Segelke organisierte den Import von papierner Neuware (von niederländischen Papiermanufakturen) nach Amsterdam hinein; Segelke kaufte lokales Altpapier, das in den Offizinen im Herstellungsprozess anfiel, bei den Druckereien gezielt auf und belieferte diese Offizinen auch gleich wieder mit neuen Papierballen; Segelke kaufte und verkaufte papierne Neuware von und mit seinen Papierhändler-Kollegen; Segelke kaufte (auf Auktionen, Räumungsverkäufen, Geschäftsaufgaben) größere und kleinere Sortiment-Buchbestände auf und verkaufte sie später wieder; Segelke handelte mit nahezu allen papiernen Produkten zu denen Nachfrage bestand (von der Grußkarte bis zur Enzyklopädie) und er verrechnete die einzelnen physischen Buchmedien und papiernen Waren in seinen Händeln mit Buchhändlern, Druckerei-Besitzern, Verlegern und Tabaksbuden-Besitzern (vgl. Bellingradt 2015).

Zum Nachtrab

Fernab der unreflektierten begrifflichen Folklore von der Existenz eines »literarischen Markts« plädiert mein Forschungsprojekt für eine konzise und bewusste Nutzung des Marktbegriffs mit Bezug auf den Buchhandel. Der hier in gegebener Kürze vorgestellte Transfer von Analysemodellen vornehmlich aus der Wirtschaftsgeschichte und Marktsoziologie in buchwissenschaftliche und -historische Kontexte birgt den Vorteil eines systematisierenden Zugriffs auf die pluralen Aktivitäten des frühneuzeitlichen Buchhandels.

Daniel Bellingradt ist seit September 2014 Juniorprofessor an der Erlanger Buchwissenschaft. Das von der Deutschen Forschungsgemeinschaft seit Februar 2012 geförderte Projekt trägt den Titel »Publizistik als Handelsware. Transregionale Märkte, Räume und Netzwerke im frühneuzeitlichen Europa (1750–1800)«.

Ausgewählte Literatur:

- Aspers, Patrick: Markets from networks. Socioeconomic models of production. Princeton 2002.
- Barbier, Frédéric / Juratic, Sabine / Varry, Dominique (Hrsg.): *L'Europe et le livre. Réseaux et pratiques du négoce de librairie XVIe–XIXe siècles*. Paris 1996.
- Bellingradt, Daniel: Trading paper in early modern Europe. On distribution logistics, traders, and trade volumes between Amsterdam and Hamburg in the mid-late-eighteenth century. In: *Jaarboek voor Nederlandse Boekgeschiedenis* 21 (2014), S. 117–131.
- Bellingradt, Daniel / Salman, Jeroen: Books and book history in motion: Materiality, sociality and spatiality. In: Bellingradt, Daniel / Salman, Jeroen / Nelles, Paul (Hrsg.): *Books in motion in early modern Europe. Beyond production, circulation and consumption* (in Vorbereitung für 2015).
- Bellingradt, Daniel: Paper networks and the book industry. The multitasking of the eighteenth-century paper dealer Zacharias Segelke in Amsterdam. In: Bellingradt, Daniel / Salman, Jeroen / Nelles, Paul (Hrsg.): *Books in motion in early modern Europe. Beyond production, circulation and consumption* (in Vorbereitung für 2015).
- Chartier, Roger / Lüsebrink, Hans Jürgen (Hrsg.): *Colportage et lecture populaire. Imprimés de large circulation en Europe, XVIe–XIXe siècles*. Paris 1996.
- Freedman, Jeffrey: *Books without borders in enlightenment Europe. French cosmopolitanism and German literary markets*. Philadelphia 2012.
- Häberlein, Mark / Jeggle, Christof (Hrsg.): *Praktiken des Handelns. Geschäfte und soziale Beziehungen europäischer Kaufleute in Mittelalter und früher Neuzeit*. Konstanz 2010.
- Haug, Christine / Mayer, Franziska / Schröder, Winfried (Hrsg.): *Geheimliteratur und Geheimbuchhandel in Europa im 18. Jahrhundert*. Wiesbaden 2011.
- Johns, Adrian: *The nature of the book. Print and knowledge in the making*. Chicago 1998.
- Ogborn, Miles / Withers, Charles W. J. (Hrsg.): *Geographies of the book*. Farnham 2013.
- Raven, James: *The business of books. Booksellers and the English book trade 1450–1850*. New Haven 2007.
- Salman, Jeroen: *Pedlars and the popular press. Itinerant distribution networks in England and the Netherlands 1600–1850*. Leiden / Boston 2013.

Ursula Rautenberg

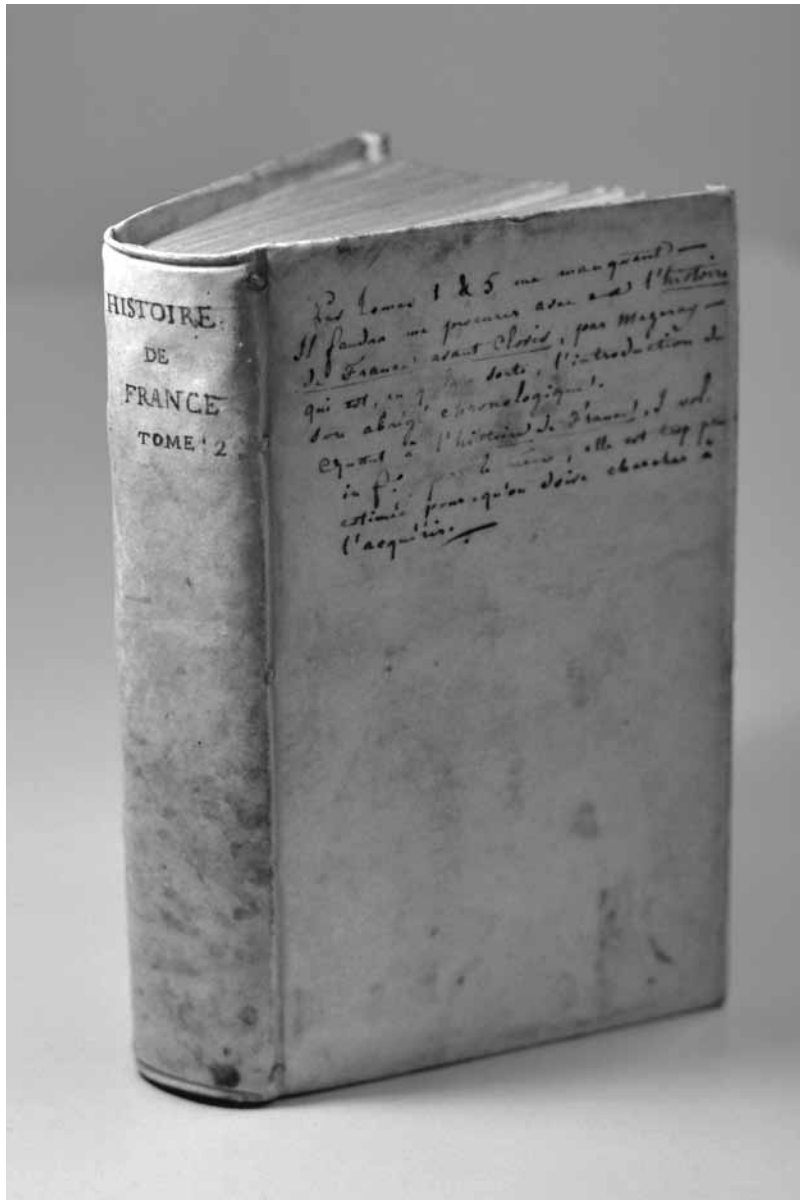
Ein Amsterdamer Druck aus dem Jahr 1674. Zum Nachleben eines Buchs

Ganz überraschend kann die Institutsbibliothek der Buchwissenschaft sich über einen Neuzugang freuen: ein 1674 in Amsterdam gedrucktes Buch im Originaleinband und mit Einträgen der Vorbesitzer. Eine Erlanger Rechtsanwältin meldete sich im Frühjahr 2014 mit einer E-Mail: Sie sei dabei, den Nachlass einer Klientin aufzulösen, die ungenannt bleiben wolle. Darunter befände sich auch ein altes Buch, das in »gute Hände« abzugeben sei. Natürlich haben wir für unsere kleine Sondersammlung zugegriffen. Wir zeigen in unseren Lehrveranstaltungen über Typographie, Buchherstellung und Buchgestaltung gern auch beispielhafte Bücher, die die Studierenden anfassen und in denen sie blättern können. Zwar verfügt die Erlanger Universitätsbibliothek über einen herausragenden und kostbaren Altbestand an Handschriften und Drucken, den wir regelmäßig nutzen, in kleinen Gruppen im Sonderlesesaal nach Anmeldung, aber einige Stücke geben wir gern spontan im Unterricht herum.

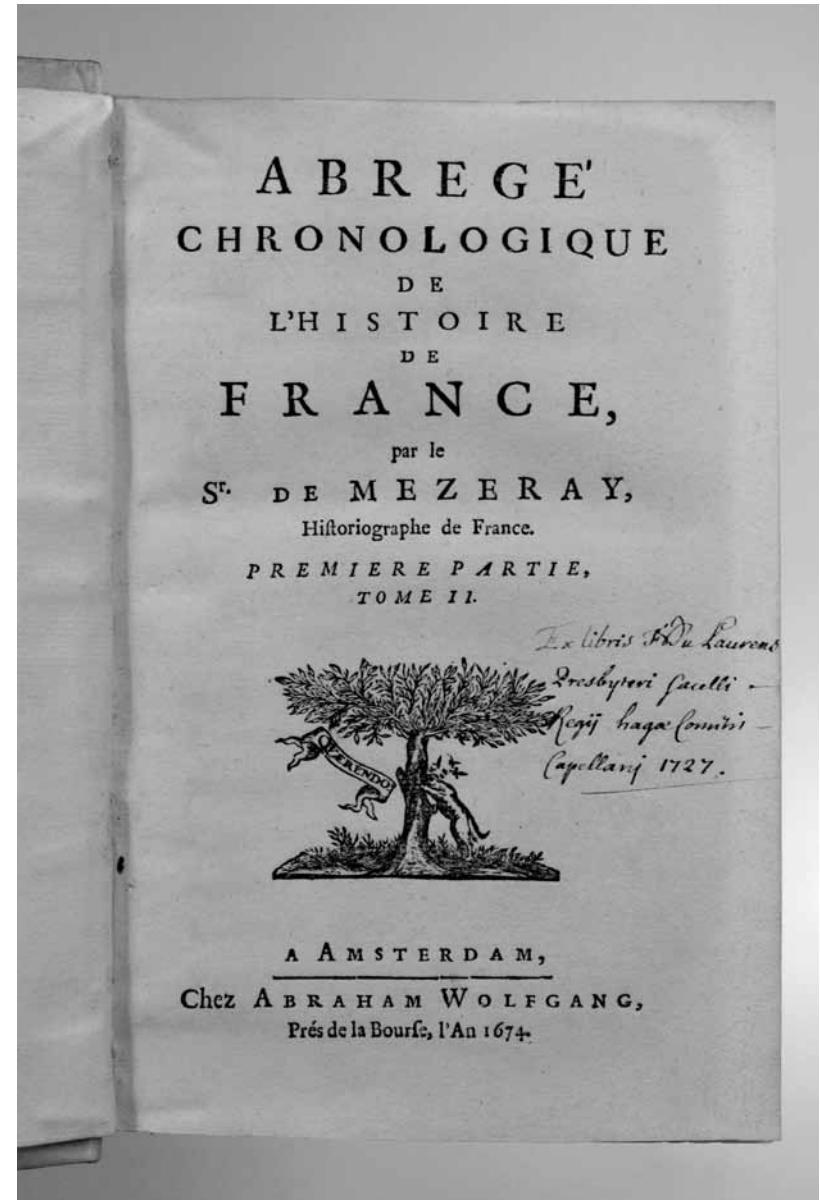
Das geschenkte Buch ist ein besonders schönes Beispielbuch. Gedruckt hat es Abraham Wolfgang, der 1658–1694 in Amsterdam als Verleger und Buchhändler in der Nähe der Börse ansässig war. In unserem Buch firmiert er: »A Amsterdam, Chez Abraham Wolfgang, Près de la Bourse, l'An 1674.« Sein Verlagsprogramm enthält zahlreiche Werke in französischer Sprache, die für den Export oder die französisch sprechende Oberschicht in den Niederlanden und Flandern bestimmt waren.

Verlegerzeichen des Abraham Wolfgang

Sein emblematisches Verlegerzeichen findet sich auf dem Titelblatt zwischen dem Titel und dem Impressum; er hat es in über sechzig Drucken verwendet. Es steht in der Tradition der sprechenden Verlegerzeichen, die dem zeitgenössischen Kenner der Emblematik kleine Rätsel anbieten. Der Holzschnitt zeigt einen Olivenbaum, an dessen Stamm rechts ein Fuchs oder ein Wolf (Wolfgang?) hochspringt, dem einige Bienen um den Kopf schwirren. Die Devise oder das Motto ist auf dem Spruchband links zu lesen: »Quaerendo«: suchend, erforschend. Wolfgangs Marke steht in der Tradition der Verlegerzeichen niederländischer Wissenschaftsverlage mit



Vorderer Deckel mit einer Notiz zu möglichen weiteren Buchwerbungen.



Titelseite mit Besitzvermerk.



Verlagssignet in leichter Vergrößerung.

Palm- oder Olivenbaum, wie zum Beispiel des gleichzeitig tätigen Amsterdamer Zweig der Elzevier, Louis und Daniel. Auflösen lässt sich Wolfgang's Rätsel wohl nicht (mehr): ein Fuchs oder Wolf, der sich wie ein Bär – nach Honig suchend – verhält?¹

Das enthaltene Werk stammt von François Eudes (Sieur) de Mézeray (1610–1683), offizieller Historiker des Königs Ludwig XIV. und Mitglied der Académie Française seit 1648. Auf dem Titelblatt wird er als »Historiographe de France« bezeichnet. Sein chronologischer Abriss der französischen Geschichte *Abrégé chronologique ou Extraict de l'Histoire de France* erschien erstmals in Paris 1667/68 in drei Bänden mit jeweils zwei Teilen. Es handelt sich um eine Kurzfassung seines Hauptwerks in drei Foliobänden *Histoire de France, depuis Faramond jusqu'à maintenant, œuvre enrichie de plusieurs belles et rares antiquités et d'un abrégé de la vie de chaque règne, dont il n'était presque point parlé ci-devant, avec les portraits au naturel des rois, régents et dauphins* (Paris 1643–1651).

Der Erlanger Band mit dem Nachdruck aus der Amsterdamer Presse enthält nur den ersten Teil des zweiten Bandes der *Abrégé chronologique* im kleinen Duodez-Format, der die mittelalterliche Geschichte Frank-

1 Vgl. Peter Davidson. *The vocal forest. A study of three low countries printers' devices of the seventeenth century.* Leiden 1996.

reichs von Ludwig IV. bis zu Karl IV. umfasst. Jedes Kapitel beginnt mit einem Kupferstich, dem Porträt des Königs. Der Text ist in kleinem Schriftgrad *Petit* gesetzt, zur beschriebenen Orientierung des Lesers finden sich zahlreiche Hinweise wie Jahreszahlen oder Namen in der Marginalspalte. Ein umfangreiches alphabetisches Register rundet den Band ab.

Welche exemplarspezifischen Besonderheiten, welche Leserspuren zeigt unser Buch?

Leserspuren

Auf dem Titelblatt findet sich ein lateinischer Besitzvermerk in brauner Tinte:

Ex libris Fr. [?] Du Laurens
Presbyteri sacelli –
Regii hague Comiti –
Capellani 1727.

Danach besaß ein Franciscus [?] du Laurens im Jahr 1727 das Buch, der Priester und Kaplan an der Königlichen Kapelle in Den Haag war.²

Das Werk ist in helles Pergament über einer starken Pappe mit überstehenden Kanten am vorderen Schnitt gebunden, ein typischer Einband für einen Studienband der Zeit. Auf dem Rücken ist der Kurztitel in schwarzbrauner Tinte genannt: »HISTOIRE DE FRANCE TOME 1 2«. Interessant ist der längere Eintrag auf dem Vorderdeckel außen in französischer Sprache, der nach einem Vergleich der Schrift wohl nicht vom Prediger Laurens stammt:

Les tomes 1 & 5 me manquent — Il faudra me procurer avec [...] l'histoire de France avant Clovis, par Mezeray — qui est en quelque sorte l'introduction de son abrégé chronologique. Quant à l'Histoire de France, 3 vol., in f°, par le même, elle est trop peu estimée pour qu'on doive chercher à l'acquérir. —³

Der Besitzer schreibt quasi eine Erwerbungsnotiz: Ihm fehlen die Bände – gemeint sind Teile – 1 und 5. Unbedingt besorgen muss er sich den Titel

2 Eine Anfrage beim Stadtarchiv Den Haag und bei der Königlichen Bibliothek der Niederlande (Dank an Dr. Marieke van Delft) hat leider keine Hinweise zur Person des Hofkaplans ergeben.

3 Ich danke Annika Haß, Saarbrücken, für Hilfe bei Entzifferung und Übersetzung.

desselben Autors *Histoire de France avant Clovis. L'origine des Français et leur établissement dans les Gaules*. Der Titel wurde übrigens auch von Abraham Wolfgang 1692 gedruckt. Die dreibändige Folioausgabe der *L'Histoire de France* ist jedoch zu wenig wertgeschätzt, als dass er diese zu erwerben versuche.

Mézerays Werke sind im heutigen Antiquariatsbuchhandel gut zu bekommen. Ein Einzelband der *Abrégé chronologique* in einer französischen oder niederländischen Ausgabe des 17. Jahrhunderts ist unter 50 Euro zu bekommen. Die Gesamtausgabe, zusammen mit der *Histoire de France avant Clovis*, gedruckt bei Abraham Wolfgang 1673/74 bzw. 1688, »splendidly bound«, schlägt allerdings mit 2.750 Euro zu Buche.⁴

4 Angebot auf ZVAB.com [Abruf am 10.11.2014].

Standardisierung und Differenzierung in der Verlagswirtschaft

Problemstellung und Ausgangslage

Der Begriff Standardisierung wird in der Regel verbunden mit industriellen Prozessen und Gütern und der Einschränkung von Freiheitsgraden, nicht jedoch mit der Verlagswirtschaft, die oftmals den kreativen Autor oder Lektor im Mittelpunkt ihres Tuns sieht: Medien sind die Erzeugnisse kreativer Prozesse, kaum ein Objekt gleicht (vermeintlich) dem anderen, was die Branche (vermeintlich) von anderen unterscheidet. Die Einschränkung von Freiheitsgraden in Bezug auf die Gestaltung von Produkten, aber auch in Bezug auf Abläufe zur Produktion dieser Produkte aufgrund von Standardisierung ist oftmals nicht im Alternativenraum. Auch führt die Entwicklung und Ausdifferenzierung von Medien, welche zur Rezeption von Inhalten tauglich sind (Tablets, Smartphones, aber auch das stationäre sowie das mobile Web) dazu, dass das Produktportfolio von Verlagen sehr heterogen und umfangreich geworden ist. Inhalte werden heute in der Regel crossmedial ausgeliefert. Einmal erstellte Inhalte werden zeitlich parallel in verschiedenen Medienkanälen elektronisch aber auch gedruckt bereitgestellt. Es findet faktisch eine erhebliche Ausdifferenzierung des Leistungsspektrums statt, wobei der Gesamt(massen)markt in mehrere kleinere Teilmärkte zergliedert wird: Haben Verlage in der »analogen Welt« vor allem aus Gründen der Kostendegression ein für alle Kunden einheitliches Gut massenhaft in hoher Auflage produziert, werden heute zunächst technologisch bedingte, später vielleicht auch einmal rezeptionswunschbedingte Varianten eines Ausgangsprodukts erzeugt.

Berg (2011) argumentiert, dass gerade das gestiegene Maß an Ausdifferenzierung und Heterogenität dazu führen sollte, dass Verlage standardisierte Verfahren implementieren, um Zuverlässigkeit zu erreichen und Ressourcen zielorientiert einzusetzen. Dieses erlaubt die bessere Beherrschbarkeit von Aufwänden. Ein Blick in die Praxis zeigt, dass sich durchaus Beispiele dafür finden, dass sogar Produkte der Branche ein hohes Maß an Standardisierung aufweisen können: Reihenkonzepte z. B., wie sie bei Reiseführern, Sachbüchern oder Magazinen oft zu finden sind, zeichnen sich durch Strukturidentität aus, die die Kreativität im Einzelfall schlicht limitiert.

Der Aufsatz zielt darauf ab, das Spannungsfeld zwischen den Phänomenen ›Standardisierung‹ und ›Differenzierung‹ in der Verlagswirtschaft zu beleuchten.

Grundlagen

Präzision der Untersuchungsobjekte

Gegenstand der Betrachtung ist die Verlagswirtschaft, verstanden als die Branche, die Schrift- oder Lesemedien erzeugt. Hierunter fallen Bücher, Zeitungen, Magazine, aber auch Landkarten, Postkarten, Kalender, Poster oder Musiknoten (vormals ›Print‹). Gemeinsam ist allen Produkten, dass sie Daten, Informationen oder Botschaften im Sinne einer kommunikativen Leistung in Form statischer Zeichensysteme kodieren. Diese werden durch den Rezipienten in individuellen Kontexten durch Lesen (Schriftzeichen, Noten), manchmal durch Betrachten (Bilder) dekodiert und in eine individuelle Bedeutungskonstruktion überführt (vgl. Kuhn/Hagenhoff 2014). Für die Präzision des Untersuchungsobjekts ist es dabei unerheblich, ob das Zeichensystem auf Papier als Beschreibstoff aufgetragen wird oder in Form elektronischer Impulse auf Bildschirmen sichtbar gemacht wird. Erzeugnisse einer so definierten Branche sind daher neben gedruckten Büchern, Zeitschriften und Zeitungen auch deren digitale Entsprechungen, aber auch z. B. statische und mobile Webseiten, auf denen redaktionell erzeugte Information bereitgestellt wird.

Zentrale Begriffe und Konzepte

Der Begriff Standardisierung zielt auf Vereinheitlichung oder Gleichartigkeit ab. Ziel von Standardisierungen ist es, über die Reduktion von Vielfalt und damit Komplexität sowohl Prozesse beherrschbarer und effizienter zu machen als auch Produkte kostengünstiger zu erstellen. Die Standardisierung ist die Voraussetzung für die Automatisierung und die inner- und überbetriebliche Spezialisierung oder Arbeitsteilung (vgl. folgende Abbildung, Hagenhoff 2010, S. 53). Standards können sich auf Produktbeschaffenheiten (Beschaffungsstandards), auf Abläufe (Verfahrensstandards) oder auf die Kommunikation (Verständigungsstandards) beziehen.

Die Antipoden der Standardisierung bzw. von Standard sind die Differenzierung bzw. die Heterogenität. Beide Konstrukte zielen auf Anders-

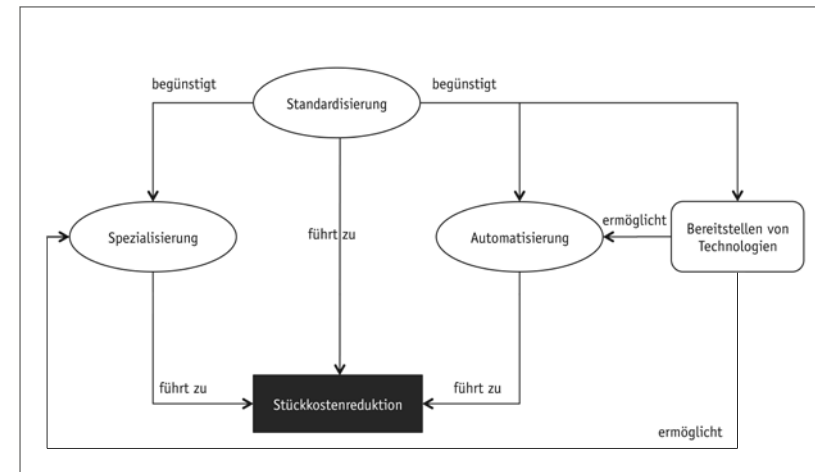


Abb. 1: Konsequenzen der Standardisierung.

artigkeit, Inhomogenität oder Unterscheidbarkeit ab. Die Entscheidung darüber, ob Lösungen (Prozesse, Produkte, Dienstleistungen) standardisiert sind oder standardisierte Elemente beinhalten, oder ob Divergenzen von Instanz zu Instanz ausgeprägt werden sollen oder müssen, ist zunächst eine Entscheidung auf unternehmerischer Ebene, die sich in der Anwendung strategischer Grundmuster niederschlägt.

Strategische Grundmuster

Neben zahlreichen anderen Autoren hat Porter (1980) mit der Kostenführerschaft und der Differenzierung grundlegende Wettbewerbsstrategien erläutert, die die theoretische Einbettung des Themas Standardisierung vs. Differenzierung erlauben.

Das Prinzip der Kostenführerschaft zielt darauf ab, Kostenvorteile in der Wertschöpfung gegenüber Konkurrenten zu erzielen. Die ökonomische Grundüberlegung basiert auf dem Fakt, dass die Nachfrage nach Gütern vom Preis abhängig ist und die Preis-Absatz-Funktion fallend verläuft. Um das Ziel der Kostenführerschaft zu erreichen, muss in Bezug auf Produkte und Prozesse die Vielfalt in einem Unternehmen reduziert, ein hohes Maß an Standardisierung realisiert werden. Produkte oder Prozesse orientieren sich in ihrer Beschaffenheit dann an einem antizipierten

Durchschnittskunden, so dass der Abstand der Ausprägungen der Eigenschaften der Standardlösung von den Präferenzen der einzelnen Nachfrage *im Schnitt* möglichst gering ist (sog. Idealpunktemodell; Piller 2006, S. 114). Dieses Vorgehen führt zu geringen Produktions- und auch Transaktionskosten. Voraussetzung für diese Strategie sind Massenmärkte.

Die Differenzierungsstrategie verfolgt das Ziel, divergente Merkmalsausprägungen von Leistungen zu realisieren. Da Kunden heterogene Präferenzen haben, lassen sich künstliche Marktsegmente schaffen, die quasi-monopolistischen Spielraum zur Preisgestaltung erlauben. Im Extremfall beträgt die Losgröße eines Produktes oder einer Dienstleistung eins (»Individualisierung«). Die theoretischen Fundierungen dieser Überlegungen finden sich bereits in der Industrieökonomik der 1930er Jahre sowie in den Arbeiten von Toffler (1970). Eine Herausforderung dieser Strategie ist es, dass die Realisierung von Individuallösungen die Produkt- und Prozesskomplexität erhöht. Die nachstehende Abbildung veranschaulicht beide Strategien anhand von Produkten, die als Bündel von Eigenschaften den Präferenzen der Nachfrager gegenüber gestellt werden.

Zwischen beiden findet sich das Konzept der »Mass Customization« als Kombination aus Differenzierung und kundenindividueller Bedürfnis-

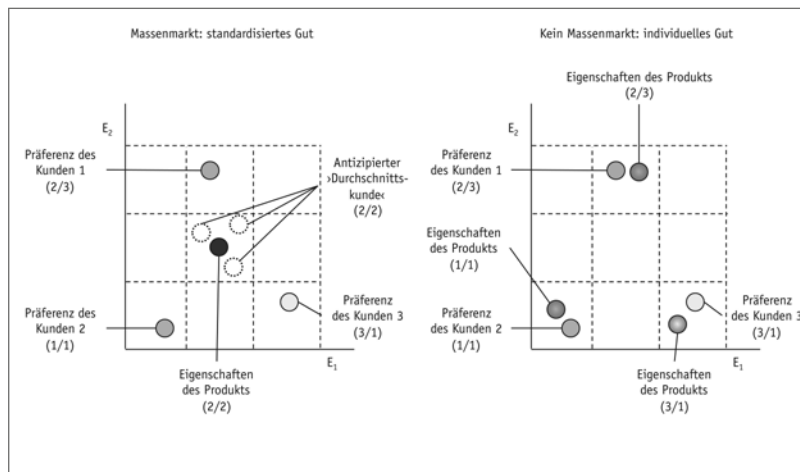


Abb. 2: Idealpunktemodell (links) und individuelle Präferenz-Eigenschafts-Passung (rechts).

befriedigung einerseits, zu aber den Konditionen der Massenproduktion andererseits (Davis 1987). Realisiert werden kann diese In-between-Strategie aufgrund von Fortschritten in der Informations- und Kommunikationstechnologie sowie dank moderner Prinzipien flexibler Variantenfertigung. Unter einer Variante wird die Ausdifferenzierung eines Produkts zum gleichen Zeitpunkt verstanden. Das Ausprägen von Varianten hat das Ziel, im gleichen Zeitpunkt unterschiedliche Präferenzen verschiedener Kunden oder Kundengruppen zu bedienen. Technisch gesprochen werden unter einer Variante Gegenstände oder Prozesse ähnlicher Form und / oder Funktion mit in der Regel hohem Anteil identischer Teile oder Arbeitsschritte verstanden.

Die Kernherausforderung der Produktion von Varianten und damit auch des Konzepts der »Mass Customization« besteht in dem »trade of« zwischen der externen und der internen Varietät (Anderson/Pine 1997, S. 45f.): Die externe Varietät orientiert sich am Beitrag eines Produkts oder Prozesses zur spezifischen Problemlösung. Das Ziel ist demnach die Ausprägung von Vielfalt, es handelt sich um eine Maximierungsaufgabe (Bedürfnisbefriedigung, Problemlösungsgrad). Die interne Varietät hingegen orientiert an den Produktions- und Vertriebsprozessen. Das Ziel ist die Reduktion von Vielfalt, es handelt sich um eine Minimierungsaufgabe (Reduktion von Kosten). Gehandhabt werden kann dieses Dilemma durch das Management von Varianten, konkret durch die Beherrschung von Varianten. Basis hierfür ist ein Verständnis für die Architektur eines Produkts oder eines Prozesses, also die Zerlegung des Ganzen in seine Komponenten und die Beantwortung der Frage, welche Funktion ein Einzelteil innerhalb des Systems erfüllt und an welcher Stelle im System es steht. Als konkrete Umsetzungsmöglichkeiten sind in industriellen Umgebungen insbesondere die Modularisierung sowie Plattformkonzepte und die dafür erforderliche funktionale Dekomposition bekannt.

Fallbeispiele

Produktion von Mitteilungsblättern

Das Thema Standardisierung und Erzeugen von Varianten von Druckwerken wird anhand eines Beispiels eines deutschen Verlags veranschaulicht, der Mitteilungsblätter für Gemeinden produziert. Diese Mitteilungsblätter enthalten amtliche Mitteilungen (»Amtsblatt«), werden aber

in der Regel auch um nicht-amtliche Mitteilungen aus der Gemeinde oder von Privatpersonen ergänzt. Die Werke haben die materielle Qualität von Zeitungen und werden auf Rollenoffsetmaschinen produziert sowie häufig auch elektronisch als PDF-Version bereitgestellt. Der Verlag hat knapp 250 solcher Blätter in seinem Portfolio.

Das Grundkonstrukt eines solchen Mitteilungsblatts besteht darin, dass es ausschließlich verlagsextern erzeugte Inhalte aus der jeweiligen Gemeinde erfasst und an diese kommuniziert. Die Kernleistung des Verlags besteht demnach aus einer Corporate-Publishing-Leistung mit 100 Prozent »user generated content«. Die Anzahl der Lieferanten redaktioneller Inhalte beträgt fast 20.000 Personen, die sich auf eine regionale Fläche von ca. 20.000 Quadratkilometer verteilen. Bei den Inhaltelieferanten handelt es sich z. B. um die Schriftführer der Sitzungen des Gemeinderats oder Personen aus Vereinen, Arbeitsgruppen oder sonstigen Gemeindeinitiativen.

Vordergründig kann für das Produktportfolio des Verlags ein hohes Maß an Differenzierung festgestellt werden: Jede Gemeinde bekommt ihr eigenes, individuelles Mitteilungsblatt, ggf. sogar in einer extrem kleinen Auflage. Die Produktion der Blätter war auch lange Zeit durch historisch gewachsene Prozesse sowie Schattenprozesse und damit verbundene produktübergreifende Heterogenität und Intransparenz in den Arbeitsabläufen gekennzeichnet. Hinzu kam eine heterogene IT-Infrastruktur, die von ineffizienten Medienbrüchen gekennzeichnet war. Insgesamt lag ein geringes Maß an Automatisierung in den Teilen der Geschäftsprozesse vor, die vor der eigentlichen Druckstufe angesiedelt sind. Eine umfangreiche Produkt-Prozess- und Systemanalyse hat produktübergreifende Synergien identifiziert und zu blattübergreifenden, standardisierten Prozessen geführt. Die IT-Landschaft wurde homogenisiert, so dass insgesamt ein höherer Grad an Automatisierung in der Produktion der Mitteilungsblätter erreicht werden konnte.

Nachstehend ist ein vereinfachter Datenflussplan für den Teil des Geschäftsprozesses abgebildet, der vor der Druckstufe liegt.

Gestrichelte Objekte zeigen Kommunikationswege, welche die Ausnahme darstellen. Nahezu alle redaktionellen Inhalte gelangen über eine Web-Schnittstelle in das Content-Management-System (CMS): Die mehreren tausend Inhaltelieferanten pflegen die Inhalte bis zum Redaktionsschluss

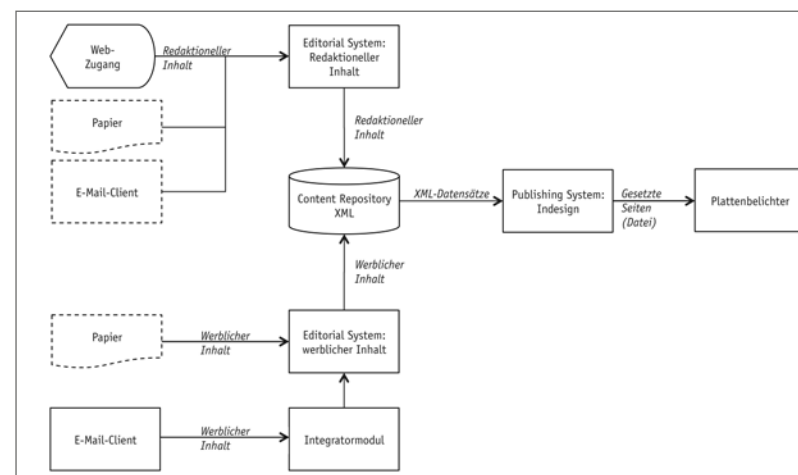


Abb. 3: Datenflussdiagramm Produktion von Mitteilungsblättern.

selbst ein. Werbliche Inhalte werden mehrheitlich per Mail geschickt und über ein Integrator-Modul einer Standard-Verlagssoftware in standardisierte Strukturen überführt. Sämtliche Inhalte liegen in XML-Strukturen vor, die es u. a. erlauben, den Satz der Blätter nahezu automatisch zu erstellen. Händisches Nachkorrigieren an der optischen Beschaffenheit der Blätter ist nur noch bei schlecht definierbaren Ausnahme-Anwendungsfällen erforderlich, nicht jedoch an präzise beschreibbaren und abbildbaren Routinen. Dieses entspricht der Vorstellung einer sinnhaften Vollautomatisierung (Mertens 1995). Das CMS ist mandantenfähig, d. h. jedes Blatt ist als eigene Instanz modelliert. So können einerseits verschiedene Mitteilungsblätter abgebildet werden (Maximierung der externen Varietät), andererseits Prozesse und Tools standardisiert werden (Minimierung der internen Varietät).

Um alle Produkte innerhalb eines CMS abbilden zu können und bis dahin blattspezifische Prozesse zu einem Prozess zusammenzuführen, ist es notwendig, eine funktionale Dekomposition des Erzeugnisses »Mitteilungsblatt« vorzunehmen. Eine solche Dekomposition ist exemplarisch und relativ grob unten stehend durchgeführt worden. Jedes Modul ist Träger einer spezifischen Funktion in Form einer präzise definierten kommunikativen Leistung. So sind zunächst als denkbare Bestandteile eines Mitteilungsblatts amtliche Mitteilungen von privaten Mitteilungen

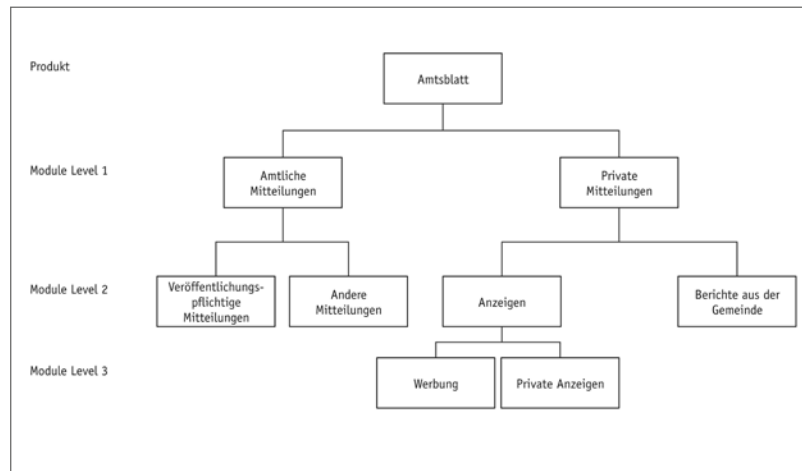


Abb. 4: Komponenten eines Mitteilungsblatts.

zu unterscheiden. Amtliche Mitteilungen können wiederum in die amtlichen Mitteilungen zu Aspekten mit Informations- und Veröffentlichungspflicht sowie weitere Mitteilungen von öffentlichem Belang subsumiert werden. Private Mitteilungen sind einerseits Anzeigen, andererseits Berichte aus dem Gemeindeleben. Die Module sind von Produkt zu Produkt inhaltlich, nicht jedoch in ihrer kommunikativen Leistung und ihrer Funktion austauschbar, prägen sie über letzteren Aspekt genau die Mediengattung ›Mitteilungsblatt‹ (Produktklasse), während sie über ersteren Aspekt (ihren konkreten Inhalt) das konkrete, gemeindeindividuelle Produkt (die Instanz) charakterisieren.

Crossmediales Publizieren und digitale Lesemedien

Eingangs wurde argumentiert, dass die Fortschritte in der Entwicklung von Endgeräten dazu führen, dass Lesestoffe in unterschiedlichen Varianten aufbereitet werden müssen, um verschiedene Rezeptionssituationen bedienen zu können. Diese Idee wird mit dem Begriff des crossmedialen Publizierens beschrieben (single source, multiple media). Um crossmedial publizieren zu können, ist es erforderlich, den Publikationsprozess mit einem Content-Management-System zu unterstützen. Wie intensiv solche Systeme in der deutschen Verlagslandschaft bereits eingesetzt wer-

den, war Gegenstand einer empirischen Erhebung im Jahr 2011 (Hagenhoff 2014). Befragt wurden Fachverlage, verstanden als Medienunternehmen, die Inhalte für die berufsbedingte Nachfrage nach Informationen aufbereiten. Die Branche ist klein- und mittelständisch strukturiert, was sich auch in der Stichprobe widerspiegelt: Über 75 % der Verlage der Stichprobe (n=73; Rücklaufquote≈17 %) gehören gemäß der Definition der Europäischen Union zu den Kleinst- und Kleinunternehmen (maximal zwei Millionen Euro bzw. maximal zehn Millionen Euro Umsatz).

Die Mehrheit der Befragten arbeitet crossmedial und bereitet Inhalte in medialen Varianten (print, stationäres Web, mobiles Web) auf. Dies geschieht allerdings größtenteils ohne Unterstützung durch ein CMS, stattdessen dominiert die manuelle Bearbeitung des Inhalts. Gefragt nach den Gründen für den Verzicht auf eine Unterstützung der Arbeiten durch ein Anwendungssystem nannten die Verlage u. a. zu hohe Investitionskosten, fehlendes Know-how und fehlende Ressourcen. Bei den Verlagen, welche ein Anwendungssystem einsetzen, dominiert die Eigenentwicklung gegenüber der Verwendung von Standardsoftware. Nach der Einschätzung von Verlagsvertretern sind Anwendungssysteme zur Unterstützung des crossmedialen Publizierens in Fachverlagen noch nicht als Usus zu bezeichnen. Die Verlage äußern aber deutlich, dass das crossmediale Publizieren – wenngleich es auch noch viel Handarbeit erfordert – erfolgskritisch sei. Unterstützende Anwendungssysteme betrachtet man als überlebenswichtig. Herausforderungen im crossmedialen Publizieren sieht man u. a. in den nach wie vor an Printprodukten orientierten Strukturen, fehlenden Erlösmodellen sowie den hohen Investitionserfordernissen.

Die Situation lässt folgende Überlegungen zu: Die Prozesse, die dem crossmedialen Publizieren dienen, haben einen geringen unternehmensübergreifenden Standardisierungsgrad. Stattdessen liegen unternehmensindividuelle Arbeitsweisen vor, die nach wie vor auf ein primäres Produkt abgestimmt sind. Produktvarianten für andere Kanäle oder Medien werden erzeugt, indem Inhalte aus dem Primärformat extrahiert und dann in Varianten für andere Kanäle oder Medien überführt werden. Auf Basis solcher Prozesse lassen sich bezahlbare IT-Standardlösungen nicht entwickeln. Hier gälte es im ersten Schritt organisatorische Veränderungen in den Unternehmen herbeizuführen, in dem effizientere, weitgehend medienneutrale Arbeitsweisen ausgearbeitet werden, die dann mittels

standardisierter Prozesse und Tools unterstützt werden können (die obige Fallstudie verdeutlicht die grundsätzliche Machbarkeit). Zu überlegen wäre außerdem, ob und wie dieses unternehmensübergreifend bewerkstelligt werden kann. Als Grund für diese Überlegung kann angeführt werden, dass die Zeit, welche für Publikationsprozesse zur Verfügung steht, immer kürzer wird und Prozessautomatisierungen sowie hierfür erforderliche Standardisierungen daher zwingend erforderlich sind (Berg 2009). In einer Branche die mehrheitlich klein- oder maximal mittelständisch organisiert ist, können Akteure in Bezug auf technologische Lösungen nicht mehr als Einzelkämpfer agieren und weiterhin Insellösungen pflegen. Kooperationen und der unternehmensübergreifende Ressourcen- und Know-how-Aufbau in Bezug auf Technologien können eine sinnvolle strategische Alternative zum isolierten Arbeiten sein. Ein Beispiel für die Funktionstüchtigkeit einer solchen Strategie liefert die Branche der Steuerberater und Wirtschaftsprüfer. Mitte der 1960er-Jahre befand sie sich aufgrund gesetzlicher Veränderungen in der Situation, die Buchführung in den Steuerberatungskanzleien auf EDV umstellen zu müssen. Mangels ausreichender eigener Ressourcen und Know-how in den typischerweise kleinen Kanzleien entschied man sich dafür, die Interessen kanzleiübergreifend zu bündeln und die DATEV zu gründen. Zweck der eingetragenen Genossenschaft ist es, ihre Mitglieder mit IT-Produkten und -Dienstleistungen in den primären und sekundären Prozessen zu versorgen. Die DATEV hat heute als Branchendienstleister über 6.000 Mitarbeiter und ein Umsatzvolumen von 800 Millionen Euro.

In Bezug auf die Verlagswirtschaft ist in weiteren Forschungen diesbezüglich aber zunächst zu analysieren, ob das crossmediale Publizieren und die formale Beschaffenheit der resultierenden Produkte einen Hygienefaktor der Branche darstellen, so dass die zugrundeliegenden Prozesse möglichst effizient und damit kostengünstig ablaufen müssen, oder ob hier strategisches Differenzierungspotenzial liegt, welches nur erhalten werden kann, wenn unternehmensspezifische Prozesse zu unternehmensspezifischen Produkten führen. Als Beispiel zur Untermauerung der Differenzierungsthese sei auf die Apps von Zeitungs- und Magazinverlagen verwiesen, für die sehr unterschiedliche Bedienkonzepte realisiert werden. Die Usability dieser Produkte differiert von Objekt zu Objekt erheblich. Die so genannte Bereitstellungsqualität eines Verlagsprodukts

könnte – neben dem Inhalt – in der digitalen Welt zu einem Erfolgsfaktor werden. In diesem Fall kann das Aufrechterhalten von unternehmensspezifischen Prozessen und unternehmensspezifischer Software zur Produktion der digitalen Lesemedien empfehlenswert sein, ein Markt für Standardsoftware wird sich dauerhaft nicht herauschälen. Die Konsequenzen des Einsatzes von Standardsoftware zur Erzeugung digitaler Lesemedien sind in der nachstehenden Abbildung zu betrachten. Abgebildet sind drei Magazine eines Verlagskonzerns, die alle mithilfe desselben App-Generators erstellt wurden. Standardsoftware führt deutlich sichtbar zu Produkten, die zumindest teilstandardisiert sind, hier in Bezug auf die Navigationsumgebung und das erste ›Look-and-Feel‹. Für den Leser erzeugt die Situation Vorteile, da seine Lernaufwände im Umgang mit einem digitalen Lesemedium reduziert werden, wenn ein hoher Grad produktübergreifender Standardisierung praktiziert wird. Ob für die Anbieter die Vorteile überwiegen, die aus ausgereiften technologischen Standardprodukten zur Unterstützung der Produktionsprozesse resultieren, oder die Nachteile, die sich ergeben aus dem Verlust des eigenen ›Gesichts‹ oder einer spezifischen Usability des jeweiligen Mediums, ist, wie oben argumentiert, zu analysieren.

Ergebnisse und Desiderata

Das Ziel dieses Aufsatzes war es, das Spannungsfeld zwischen den unternehmerischen Strategien ›Standardisierung‹ und ›Differenzierung‹ mit Bezug auf die Verlagswirtschaft aufzuzeigen und in einem ersten Zugang zu diskutieren. Diese Branche ist oftmals positioniert als Kreativwirtschaft, in der ›Standardisierung‹ als fehl am Platz klassifiziert wird. Die Branche steht aber seit Jahren vor zwei großen Herausforderungen: Zum einen muss sie ihre Produkte in Bezug auf die Realisierungsform erheblich ausdifferenzieren (print, online, download) und zum anderen muss sie im Umfeld zahlreicher kostenfreier Inhalte einen Überschuss über die Kosten erwirtschaften. Es stellt sich die Frage, ob Publikationsprozesse durch einen vierten Industrialisierungsschritt kosteneffizienter werden können:

Als erster Industrialisierungsschritt in Bezug auf die Buchmedienkommunikation ist der Wechsel von der handschriftlichen Reproduktion von Inhalten zur Reproduktion mithilfe von Drucktechnologien auf Basis beweglicher Lettern zu benennen (Industrie 1.0). Der nächste Schritt



Abb. 5: Digitale Varianten von »Capital«, »Stern« und »Geo Magazin« (v. l. n. r.).

(Industrie 2.0) ist gekennzeichnet durch hoch ausdifferenzierte Arbeitsteilung und die Produktion großer Massen, ermöglicht durch die Dampfkraft. Die Schnellpresse, erfunden von Friedrich König zu Beginn des 19. Jahrhunderts, stellte einen ersten Schritt in Richtung Automatisierung von Publikationsprozessen dar. Der dritte Schritt ist geprägt von der Elektrizität sowie der Informationstechnologie als basale Technologien, um endgültig Automatisierungen zu erreichen (Industrie 3.0). Desktop Publishing sowie Verfahren des Digitaldrucks sind jüngere Beispiele für diesen Abschnitt. Die Industrie 4.0 treibt den Gedanken der »Mass Customization« streng weiter und versucht, individuelle Beschaffenheiten von Lösungen mit den Effekten der Standardisierung zu kombinieren.

Ein Anwendungsgebiet hierfür in der Verlagswirtschaft wäre das »Corporate Publishing«. Das Beispiel der Amtsblätter zeigt das Potenzial der Standardisierung von Prozessen und Produktstrukturen. Dennoch erhalten die Kunden individuelle Schriftmedien. Über die wohlorganisierten Prozesse hinaus ist die Art und Weise des Umgangs mit dem Content als Vermögensgegenstand sowie ein leistungsstarkes, aber flexibles CMS als Basis des Erfolgs zu identifizieren.

Die Crossmedia-Untersuchung in Fachverlagen zeigt die Schwierigkeiten und Herausforderungen bei der Implementierung von Standardtechnologien in Publikationsprozessen auf. Zu sehen ist auch, dass die Verwendung von Standardtools durchaus auch zu standardisierten Produkten führen kann, denen ggf. kritisches Differenzierungspotenzial abhanden kommt.

Literatur:

- Anderson, David / Pine, Joseph: Agile product development for mass customization. Chicago 1997.
- Berg, Helmut von: Prozesse aktiv steuern statt nur managen. In: Deutsche Fachpresse Aktuell (2009) H. 4, S. 10–11.
- Berg, Helmut von: Verlage brauchen standardisierte und deshalb zuverlässige Verfahren – Interview mit Ursula Welsch und Helmut von Berg. 21. Juli 2011. URL: <http://news.buchakademie.de/verlage-brauchen-standardisierte-und-zuverlaessige-verfahren/> [Abruf am 20. 04. 2014].
- Davis, Stanley: Future perfect. Reading 1987.
- Hagenhoff, Svenja: Content-Management-Systeme in Fachverlagen: Ergebnisse einer empirischen Erhebung. Erlanger Beiträge zur Medienwirtschaft (2014) 1. Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. URL: <http://opus4.kobv.de/opus4-fau/solrsearch/index/search/searchtype/series/id/17> [Abruf am 11. 11. 2014].
- Hagenhoff, Svenja: Von der Industrie lernen, heißt Prozesse optimieren. In: Buchreport Spezial (2010), S. 52–55.
- Kuhn, Axel / Hagenhoff, Svenja: Digitale Lesemedien. In: Rautenberg, Ursula / Schneider, Ute (Hrsg.): Lesen – Ein Handbuch. Berlin 2015 (in Vorbereitung).
- Mertens, Peter: Wirtschaftsinformatik – Von den Moden zum Trend. In: König, Wolfgang (Hrsg.): Wirtschaftsinformatik '95 – Wettbewerbsfähigkeit, Innovation, Wirtschaftlichkeit. Heidelberg 1995, S. 25–64.
- Piller, Frank: Mass customization. Wiesbaden 2006.
- Porter, Michael: Competitive strategy. New York 1980.
- Toffler, Alvin: Future shock. Cologne 1970.

Günther Fetzter

Was heißt und zu welchem Ende erstellt man eine Verlagstypologie?

Mancher mag das Unterfangen, eine Verlagstypologie zu entwerfen, für eine akademische Spielerei halten, doch schon bei flüchtiger Betrachtung wird klar, dass zum Beispiel Programm, interne Strukturen und wirtschaftliche Daten erhebliche Differenzkriterien zwischen einzelnen Verlagen sind. Die Bildung von Typen erlaubt Vergleichsoperationen, Problemanalysen und durchaus auch vorsichtige Prognosen, die über den jeweiligen Einzelfall hinausgehen. In den folgenden Ausführungen werden zunächst ›Verlag‹ und ›Typologie‹ bzw. ›Typologisierung‹ definiert, danach werden verschiedene Verlagstypologien vorgestellt. Am Ende steht ein eigener Typologisierungsvorschlag.

Reclams Sachlexikon des Buches definiert den Verlag als »ein Medienunternehmen, das Werke der Literatur, Kunst, Musik oder Wissenschaft als Werke von Urhebern in verschiedenen Formen aus ökonomischen und kulturellen Gründen vervielfältigt und verbreitet. Er erfüllt drei Kernfunktionen: Er wählt Inhalte zielgruppenadäquat aus, vermarktet diese ausgewählten Inhalte und übernimmt das wirtschaftliche Risiko für Produktion und Vermarktung«. (Fetzter/Schlüter 2015) Die extensivste Auslegung des Begriffs umfasst in Deutschland rund 16.000 Verlage. Diese Zahl nennt die jährlich veröffentlichte Branchenstatistik *Buch und Buchhandel in Zahlen* für das Jahr 2013 (Börsenverein 2014, S. 42) und beruft sich dabei auf das *Adressbuch für den deutschsprachigen Buchhandel*¹. Darunter sind alle Firmen, Institutionen, Einrichtungen, Vereine und Ähnliches subsumiert, die als Verlag tätig geworden sind, und sei es auch nur mit einer einzigen Publikation wie etwa einer Festschrift zum Gründungsjubiläum eines Vereins. Es ist offenkundig, dass eine so weit gefasste Definition nicht für eine Operationalisierung taugt. Sehr viel präziser ist die Definition des Statistischen Bundesamts, die die Bestimmung einer

1 Das *Adressbuch für den deutschsprachigen Buchhandel* selbst wirbt mit »rund 24.000 Verlagen« (www.adb-online.de/adbwas/ [Abruf am 25.11.2014]). Diese Zahl ist mit Skepsis zu betrachten, verzeichnet die Datenbank doch zum Beispiel für die Verlagsgruppe Random House 59 Einträge, während Random House auf der eigenen Homepage nur 46 Verlage nennt, eine Differenz von immerhin knapp 30 Prozent.

Organisation als Verlag an die Umsatzgröße bindet. Ab dem relativ niedrigen Jahresumsatz von 17.500 Euro (ohne Mehrwertsteuer) führen die offiziellen Statistiker einen Verlag als Verlag. Im Jahr 2012 gab es nach dieser Messgröße in Deutschland 2.209 Verlage (2.243 Verlage im Jahr 2011). Die Umsatzgröße lässt die Annahme einer relativ regelmäßigen Geschäftstätigkeit zu. Das ist auf jeden Fall bei den 1.775 Verlagen der Fall, die *Buch und Buchhandel in Zahlen* als Zahl der Mitglieder des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels für das Jahr 2013 nennt (1.851 Verlage im Jahr 2011). Allein die Tatsache der relativ hohen Mitgliedsbeiträge stützt die Vermutung, dass es sich bei den Verlagsmitgliedern des Börsenvereins um aktive Unternehmen handelt.

Typologisierung als Verfahren

Der Begriff ›Typologisierung‹ ist kein speziell medienwissenschaftlicher oder gar buchwissenschaftlicher. Typologisierung ist vielmehr ein allgemeines klassifizierendes Verfahren, bei dem Objekte anhand bestimmter Merkmale eingeteilt werden. Ein berühmtes Beispiel dafür ist die biologische Systematik von Carl von Linné, der 1758 in seiner *Systema Naturae* Tiere und Pflanzen klassifizierte. ›Typologie‹ ist demnach das Ergebnis einer Typologisierung. Zwei Prinzipien sind bei einer Typologisierung bzw. Typologie von zentraler Bedeutung: Die interne Homogenität meint, dass die Vertreter eines Typus in möglichst vielen Punkten übereinstimmen; ideal wäre eine Übereinstimmung in allen Punkten. Die externe Heterogenität bezeichnet die Abgrenzung der einzelnen Typen voneinander. Hier ist eine größtmögliche Differenz zwischen den einzelnen Typen wünschenswert. Die Klammer, die die Typen zu einer Typologie zusammenfügt, ist der Merkmalsraum, auf den sich alle Elemente inhaltlich und systematisch beziehen. Kurz: Unter Typologisierung versteht man einen Vorgang, in dessen Verlauf Typen durch Hervorhebung bestimmter Merkmalsausprägungen gebildet und systematisiert werden. Eines der Hauptprobleme bei der Erstellung einer Typologie ist die Auswahl der richtigen Kriterien für das konkrete Untersuchungsziel. Jedes Element muss die gleichen Merkmale aufweisen, variieren darf lediglich deren Ausprägung. Ziel der Typologisierung ist die Strukturierung und Überschaubarkeit eines festgelegten Untersuchungsbereichs, der vorrangig deskriptiv untersucht werden soll (vgl. Huber 2012, S. 9f.).

Typologisierung nach Produkt, Produktmerkmalen und der Vermarktung

Fast alle Überblicksdarstellungen des Verlagswesens beschäftigen sich mehr oder weniger ausführlich mit einer Typologie der Verlage. Die längste Liste von Kriterien, nach denen Verlage eingeordnet werden können, findet sich in der *Sortiments- und Verlagskunde* von Klaus-Wilhelm Bramann, Joachim Merzbach und Roger Münch. Dort wird eine Unterscheidung der Verlage nach

- dem Inhalt des Printmediums
- der Form des Printmediums
- der Größe des Verlags
- der Erscheinungsweise des Printmediums
- der Zielgruppe
- urheberrechtlichen Erwägungen
- der buchbinderischen Verarbeitung des Printmediums
- der Trägerschaft
- der Rechtsform
- der Urheber-Verleger-Beziehung
- der wirtschaftlichen und rechtlichen Abhängigkeit
- Absatzwegen
- geografischer Bedeutung
- der Zugehörigkeit zu einem Verband, Arbeitskreis, Verein etc. vorgeschlagen (vgl. Bramann/Merzbach/Münch 1999, S. 110). Auch ohne die Erläuterungen, die die Autoren geben und auf die hier nicht näher eingegangen werden kann, wird deutlich, dass die Kriterien zu vielfältig, disparat und inhomogen sind, um eine leistungsfähige Verlagstypologie zu ergeben. Das gilt auch für das inzwischen in sechster Auflage vorliegende Werk *Bücher und Büchermacher* von Wolfgang Ehrhardt Heinold. Hier werden die Verlage nach

- Absatzweg
- Eigentümern
- Produktart
- Produktform (herstellerisch)
- Produktinhalt
- Rechtsform
- Tendenz

- Umsatzgrößenklassen
- Verbandszugehörigkeit
- Wirtschaftsform
- Zielgruppen

unterschieden (vgl. Heinold 2009, S. 39). Bis auf ›Tendenz‹ und ›Zielgruppen‹ sind die Kriterien in der umfangreicheren Liste von Bramann/Merzbach/Münch enthalten.

Einen anderen Ansatz wählt Dietrich Kerlen in seinem *Lehrbuch der Buchverlagswirtschaft* – so der Untertitel –, indem er nach ›Buchgattungen‹ kategorisiert und damit nach Inhaltskriterien unterscheidet. Er führt

- Kinder- und Jugendbücher
- Schulbücher
- Fachbücher
- Sachbücher
- Hobby-, Freizeit- und Reiseliteratur
- Belletristik
- Kunstbücher
- Musikliteratur
- Taschenbücher
- Lexika und Handbücher
- Comicbücher

auf (vgl. Kerlen 2006, S. V)². Auf den ersten Blick zeigt sich, dass ›Taschenbücher‹ sowie ›Lexika und Handbücher‹ keine inhaltlichen Kategorien sind und somit aus der inhaltsbezogenen Einteilung herausfallen. Auch stellt sich die Frage, warum andere Inhalte nicht berücksichtigt werden – wie zum Beispiel der marktrelevante Sektor der Esoterik. Auch wären die Größenverhältnisse von der Zahl der produzierten Titel her zu

2 Als pragmatische Typologie lässt sich die Einteilung des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels e.V. verstehen, die sich zum Teil an den existierenden Arbeitsgemeinschaften und Arbeitskreisen orientiert. Unter dem Stichwort ›Verlagstypen‹ werden in alphabetischer Reihung genannt: Bild- und Kunstbuchverlage, Fachbuch- und Wissenschaftsverlage, Fachzeitschriftenverlage, Hörbuchverlage, Kalenderverlage, Kinder- und Jugendbuchverlage, Publikumsverlage, Ratgeberverlage, Regionaliaverlage, Schulbuchverlage, Touristikverlage (www.boersenverein.de/de/portal/Verlagstypen/293237 [Abruf am 22.11.2014]). Im Börsenverein besteht auch der Arbeitskreis Musikverlage. Man fragt sich, warum diese Kategorie nicht unter die Verlagstypen aufgenommen wurde.

berücksichtigen. ›Kunstbücher‹ und ›Musikliteratur‹ sind sowohl von der Titelproduktion als auch von den Umsatzgrößen im Buchhandel auf die Gesamtheit bezogen eher randständige Segmente.

Einen völlig anderen Ansatz wählen Eduard Schönstedt und Thomas Breyer-Mayländer in ihrem Einführungswerk *Der Buchverlag*. Sie teilen die Buchverlage unter dem Dachbegriff ›Verlagsformen und Wirtschaftsprinzipien‹ in drei Arten ein, den ›Selbstverlag‹, den ›Kommissionsverlag‹ und den ›eigentlichen Verlag‹ (Schönstedt / Breyer-Mayländer 2010, S. 59). Grundlegendes Differenzkriterium ist die Risikoübernahme, wie sie bei Selbstverlag und eigentlichem Verlag gegeben ist, beim Kommissionsverlag nicht. So sehr diese strikte Kategorisierung zunächst einleuchtet, fällt auf, dass zwei der drei genannten Typen nach dem Prinzip der Risikoübernahme *nicht* unterschieden werden können. Es handelt sich also eher um Geschäftsmodelle als um Verlagstypen. Das wird auch deutlich, wenn die Autoren im Folgenden die einzelwirtschaftlichen Formen ausführlich beschreiben, mögen die Einzelbeobachtungen und historischen Herleitungen auch noch so interessant und aufschlussreich sein:

- Selbst- oder Eigenverlag
- Selbstkosten-, Herstellkosten-, Druckkosten(zuschuss)-, Privatverlage
- Autoren- und Autoren-Selbstverlage
- Kollektivverlage oder Verlage in Selbstverwaltung
- Universitätsverlage
- Kommissionsverlag und Verlag subventionierter Literatur
- Gesponsorte und scheinbar gesponsorte Literatur

Verlage als Regiebetriebe (a. a. O., S. 60–82).

Beispielsweise ist zwischen dem ›Verlag subventionierter Literatur‹, der ›gesponsorten und scheinbar gesponsorten Literatur‹, dem ›Druckkosten-(zuschuss)verlag‹ und dem ›Universitätsverlag‹ in puncto Risikoübernahme kein Unterschied zu erkennen. Auch fällt die Kategorie ›Kollektivverlage oder Verlage in Selbstverwaltung‹ gänzlich aus der Einteilung nach Risikoübernahme/Nicht-Risikoübernahme heraus, zielt dieser Typus doch auf die Führungsorganisation eines Verlags ab.

Wulf D. von Lucius kategorisiert in seiner Einführung in die *Verlagswirtschaft*, die in der vierten Auflage vorliegt, die Verlage nach dem dichotomischen Prinzip und nennt u. a. die Gegensatzpaare

- Autorenverlage und Lektoratsverlage
- Themenverlage und Zielgruppenverlage
- Original- und Lizenzverlage (vgl. Lucius 2014, S. 82–86)³.

Für eine grobe Klassifizierung sind diese Einteilungen durchaus hilfreich. So sind beispielsweise die Arbeitsweise und die Organisationsstruktur bei Lektoratsverlagen (Lexikonverlage, Schulbuchverlage, Wörterbuchverlage) eine deutlich andere als bei Verlagen, die weitgehend von Autoren abhängig sind und ihre Produkte nicht selbst erstellen können. Die Opposition von Themenverlag und Zielgruppenverlag ist nur teilweise zielführend. Einerseits kann ein Verlag ein Thema in der Bandbreite von populärer Darstellung bis zum Fachbuch abdecken, wie das zum Beispiel der Verlag Matthaes im Kochbuchsegment tut, andererseits gerät er dadurch in Gefahr, unter Zielgruppenaspekten zu diffus aufgestellt zu sein und damit ein klares Profil vermissen zu lassen. Die Unterscheidung zwischen Original- und Lizenzverlag hatte in der Anfangsphase der Taschenbuchproduktion nach dem Zweiten Weltkrieg in Deutschland ihren Wert, begannen doch alle Taschenbuchverlage mit Lizenzausgaben deutscher oder ausländischer Werke. Heute ist diese Unterscheidung nicht mehr zielführend, da ein erheblicher Teil der Taschenbuchproduktion aus Originalausgaben besteht. Das Verhältnis zwischen Originalausgaben und Lizenzausgaben innerhalb eines Verlags bestimmt allerdings die Arbeitsweise und Organisationsstruktur, denn Originalausgaben sind wesentlich personalintensiver in der Lektorats- und Marketingarbeit.

Typologisierung nach Konsumenteninteressen

Thomas Breyer-Mayländer hat in die vierte Auflage seines Buchs *Wirtschaftsunternehmen Verlag* (Breyer-Mayländer 2010) für eine Typologie von Verlagen sieben der 14 Kriterien (Inhalt, Produktart, Aufbereitung des Inhalts, Umsatzgröße, Vertrieb, Eigentumsverhältnis und Verbandszugehörigkeit) aufgenommen⁴, die Klaus-Wilhelm Bramann, Joachim Merzbach und Roger Münch in ihrer Publikation aus dem Jahr 1999 vor-

³ Das Gegensatzpaar Buch- und Zeitschriftenverlag spielt in unserem Kontext keine Rolle. Warum Lucius als weitere Kategorie den Kommissionsverlag nennt, bleibt unerfindlich, sagt er doch selbst, dabei handele es sich um ›ein spezifisches Geschäftsmodell‹ (Lucius 2014, S. 88).

⁴ In den vorangegangenen Auflagen fehlt diese Typologie.

gelegt hatten, ergänzt um die Kategorie ›Zielgruppe‹. Die daraus abgeleitete Verlagstypologie nimmt die Vorarbeiten von Winfried Ruf und Wolfgang Ehrhardt Heinold sowie von Holger Behm et al. auf. Bemerkenswert für den Reflexionsstand der Überblicksdarstellungen des Verlagswesens ist, dass nur Breyer-Mayländer diese wichtigen Publikationen aufgreift. Alle anderen beziehen ihre Kategorien für eine Typologie der Verlage aus Merkmalen, die sich entweder am Produkt oder seiner Vermarktung orientieren⁵.

Ausgangspunkt der Typologie von Breyer-Mayländer ist Rufs »Grundmärkte-Kreis« (Ruf 1992), den Heinold (1993) in Zusammenarbeit mit Ruf zu einer Verlagstypologie ausbaut.

Der Grundmärkte-Kreis verknüpft die Interessen und Bedürfnisse der Zielgruppe zu einer Art Koordinatensystem, das durch die Achsen beruflich/privat und allgemein/speziell charakterisiert ist. So entstehen Sektoren der spezifischen Interessen, denen buchhändlerische Märkte zugeordnet sind.

In ihrer Verlagstypologie modifizieren die Autoren diese vier ›Grundinteressen‹ zu fünf Interessen (›cultural interest‹, ›general interest‹, ›special interest‹, ›professional interest‹ und ›scientific interest‹), ohne das argumentativ zu unterlegen. Diese fünf Interessen »führen unmittelbar zu den drei verlegerischen Grundtypen«:

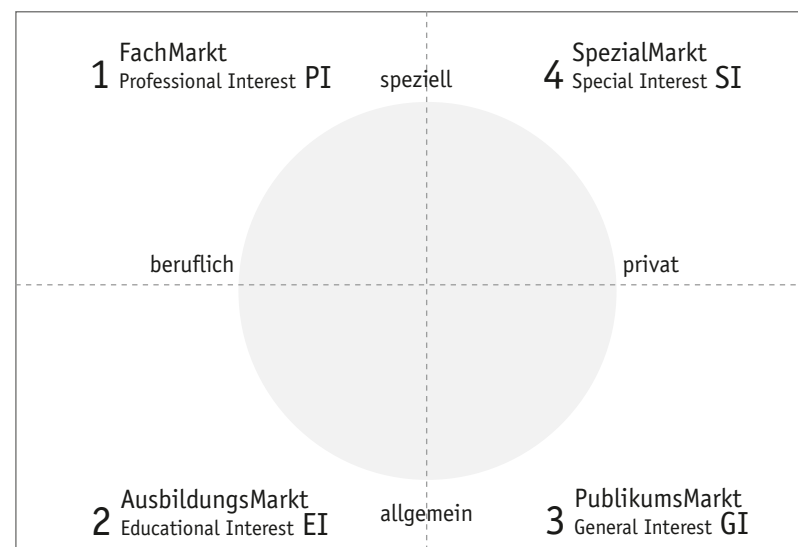
- dem Publikumsverlag
- dem Special-Interest-Verlag
- dem Ausbildungs-, Fach- und Wissenschaftsverlag (vgl. Heinold 1993, S.37).

Behm et al. gehen ebenfalls von den Zielgruppen und deren Interessen aus und unterscheiden ohne Bezugnahme auf Ruf und Heinold und ohne nähere Begründung zwischen

- Publikums- oder General-Interest-Verlagen
- Special-Interest-Verlagen
- Zielgruppen-Verlagen (vgl. Behm et al. 1999, S.24).

Diese Dreier-Kategorisierung erweitert Breyer-Mayländer zu einer Typologie mit vier Kategorien, die er wie folgt beschreibt:

⁵ Lucius erweitert mit der Kategorie des Zielgruppenverlags die rein produkt- und marketingbezogene Betrachtungsweise.



Der Grundmärkte-Kreis von Winfried Ruf.

»Publikumsverlag (General Interest): Der Publikumsverlag bedient allgemeine (kulturelle) Interessen und das Unterhaltungsbedürfnis der Leser. [...]

Special-Interest-Verlag: der Special-Interest-Verlag richtet sich auf spezielle Interessen privater Betätigungen, die mit quasi fachlichem Anspruch betrieben werden. [...]

Fachverlag (Professional und Scientific Interest): Der Fachverlag bedient berufliche Fachinteressen. [...]

Verlag für Bildungsmedien: Der Verlag für Bildungsmedien bedient Aus- und Weiterbildungsinteressen.« (Breyer-Mayländer 2010, S.29f.)

Hier stellt sich die Frage, warum der Verlag für Bildungsmedien abgegrenzt wird, lässt er sich doch passender unter den Fachverlag subsumieren.

Richten sich die oben skizzierten Typologien von Bramann/Merzbach/Münch (1999), Heinold (2009), Kerlen (2006), Schönstedt/Breyer-Mayländer (2010) und Lucius (2014) an Produktkategorien aus, so orientiert sich Breyer-Mayländer (2010), gestützt auf Ruf (1992) und Heinold (1993), an einer Konsumententypologie, nämlich den Zielgruppen und deren Interessen.

Verbindung von Produkttypologie und Konsumententypologie

Die im Folgenden vorgeschlagene Typologie verbindet Produkttypologie und Konsumententypologie miteinander (vgl. Diller 2001, S. 178f). Daraus ergibt sich eine Dreigliederung in Publikumsverlage, Fachverlage und Wissenschaftsverlage.

	Publikumsverlag	Fachverlag	Wissenschaftsverlag
Programminhalt	Fiction und Non-Fiction	Non-Fiction	Non-Fiction
Programm	sehr breites Spektrum	berufsspezifisch	wissenschaftsspezifisch
Programmbreite	hoch	mittel	hoch
Programmtiefe	hoch	mittel	hoch
Titelzahl	hoch	mittel	sehr hoch
Auflage (Durchschnitt)	hoch	niedrig bis hoch	niedrig
Ladenpreis (Durchschnitt)	niedrig	mittel bis hoch	hoch
Zielpublikum	breit, heterogen	berufsspezifisch	wissenschaftsspezifisch
Zielpublikum (Bedürfnisse)	Information, Bildung, Unterhaltung	Information	Information
Zielpublikum (Interessen nach Ruf und Heinold)	Cultural interest, General interest, Special interest	Professional interest, Educational interest	Professional interest, Scientific interest
Verlagsrisiko	hoch	mittel	niedrig

Verlagstypologie.

Diese mehrdimensionale Typologie erlaubt auch die Zuordnung von Verlagen, die sich der einfachen Zuordnung von General Interest und Special Interest entziehen. Bildungskonzerne sind demnach eindeutig den Fachverlagen, Ratgeberverlage, wie z. B. Reiseführerverlage, den Publikumsverlagen zuzuordnen. Die Trennung von Fachverlag und Wissenschaftsverlag ist geboten, da eindeutige Differenzkriterien auf den Ebenen Produkt und Konsument gegeben sind.

Zu unterstreichen bleibt, dass diese Verlagstypen selbstverständlich nicht immer in Reinkultur in der Verlagslandschaft vorkommen. Bereits im Verlagsnamen zeigt sich, dass beispielsweise Springer Science and Business sowohl Wissenschaftsverlag als auch Fachverlag unter einem Dach ist, genauer, dass sowohl Wissenschaftsverlage als auch Fachverlage zu diesem größten deutschen Verlagskonzern gehören. Auch differenzieren sich Fachverlage in Richtung Publikumsverlage aus, etwa der medizinische Fachverlag Thieme mit dem auf das allgemeine Publikum zielenden Imprint Trias, der Campus-Verlag, der seine fachspezifische Business-Literatur durch neue Produktlinien einem breiteren Publikum zugänglich macht, oder die Haufe Verlagsgruppe, die ihre Kompetenzen im Segment Recht, Wirtschaft, Steuern (RWS) in der Reihe *TaschenGuide* popularisiert.

Zu welchem Ende erstellt man also eine Verlagstypologie? Aus buchwissenschaftlicher Sicht hat sich jede Untersuchung die Frage zu stellen, welcher Verlagstyp Gegenstand des wissenschaftlichen Interesses ist. Das beginnt bei Fragen der Organisation eines Verlags, denn ein Fachverlag zum Beispiel kann durchaus andere Entscheidungsstrukturen haben als ein Publikumsverlag. Das geht weiter zu den Fragen von Prozessmanagement und Prozessoptimierung, von Workflow und Standardisierung. Und das gilt ferner für sehr konkrete Fragen der Digitalisierung sowohl der Produkte als auch des Workflows als auch des Marketings und Vertriebs.

Relevant ist eine solche Typologie auch für Branchenanalysen auf numerischer Ebene. Die Frage der Konzentration in der Buchbranche etwa wird man sinnvoll nur beantworten können, wenn man einzelne Segmente auf der Basis von Verlagstypen analysiert. Auch die historische Entwicklung der Konzentration ist unter diesem Blickwinkel zu betrachten. Schließlich ist die jüngst kommunizierte Zahl, der E-Book-Anteil an den Gesamtumsätzen der Branche liege in Deutschland bei 3,9 Prozent, wenig aussagekräftig, weil hier die Differenzierung nach Verlagstypen fehlt. So beträgt der Marktanteil der E-Books im Publikumsverlag 9,4 Prozent, in manchen Segmenten der Genreliteratur (Krimis, Liebesromane, Thriller, Softpornos) bis zu zwanzig Prozent.

Und ein letztes Beispiel: Das Hype-Thema Big Data ist sicher nicht für einen mit kleinen und Kleinstauflagen operierenden Wissenschaftsverlag relevant, sehr wohl aber für einen großen Publikumsverlag.

Literatur:

- Adressbuch für den deutschsprachigen Buchhandel. URL: www.adb-online.de/adbwas/ [Abruf am 29.11.2014]
- Behm, Holger et al.: *Büchermacher der Zukunft. Marketing und Management im Verlag*. 2., grundlegend überarb. Aufl. Darmstadt 1999.
- Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Hrsg.): *Buch und Buchhandel in Zahlen 2012*. Frankfurt 2012.
- Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Hrsg.): *Buch und Buchhandel in Zahlen 2014*. Frankfurt 2014.
- Bramann, Klaus-Wilhelm / Merzbach, Joachim / Münch, Roger: *Sortiments- und Verlagskunde (Edition Buchhandel 2)*. 3. Aufl. Frankfurt 1999.
- Breyer-Mayländer, Thomas: *Wirtschaftsunternehmen Verlag*. Mit Beiträgen von Klaus-W. Bramann et al. (Edition Buchhandel 5) 4., völlig neu bearb. Aufl. Frankfurt 2010.
- Diller, Hermann (Hrsg.): *Vahlens Großes Marketinglexikon*. 2., völlig überarb. und erw. Aufl. München 2001.
- Fetzter, Günther/Schlüter, Okke: *Verlag*. In: Ursula Rautenberg (Hrsg.): *Reclams Sachlexikon des Buches*. Stuttgart 2015 (im Druck).
- Heinold, Wolfgang Ehrhardt: *Bücher und Büchermacher*. Was man von Verlagen und Verlegern wissen sollte. 4., völlig neu bearb. Auflage. Heidelberg 1993.
- Heinold, Wolfgang Ehrhardt: *Bücher und Büchermacher*. (Edition Buchhandel 17) 6., von Ulrich Ernst Huse, Klaus-W. Bramann und Hans-Hinrich Ruta neu bearb. Auflage. Frankfurt 2009.
- Huber, Verena: *Zur Typologisierung der aktuellen deutschen Verlagslandschaft (Alles Buch. Studien der Erlanger Buchwissenschaft 46)*. Erlangen 2012. URL: http://www.buchwissenschaft.phil.uni-erlangen.de/uploads/txbwe/Alles_Buch_Band_46_Huber.pdf [Abruf am 29.11.2014]
- Kerlen, Dietrich: *Der Verlag*. Lehrbuch der Buchverlagswirtschaft. Stuttgart 2006.
- Lucius, Wulf D. von: *Verlagswirtschaft. Ökonomische, rechtliche und organisatorische Grundlagen*. Unter Mitwirkung von Hans Huck und Matthias Ulmer (UTB 2652). 3., Neubearb. und erw. Aufl. Konstanz 2014.
- Ruf, Winfried: *Der Grundmärkte-Kreis zur Positionierung von Verlagsgeschäften*. Mehring 1992.
- Schönstedt, Eduard / Breyer-Mayländer, Thomas: *Der Buchverlag*. Geschichte, Aufbau, Wirtschaftsprinzipien, Kalkulation und Marketing. 3., vollst. überarb. und erw. Aufl. Stuttgart/Weimar 2010.

 Günther Fetzter
Berufsziel Lektorat

Lektor ist ein Beruf ohne Berufsbild¹, wenn man unter Berufsbild die für den Beruf geltenden Rechtsnormen und Standards, die Beschreibung der typischen Tätigkeiten und Aufgaben und die erforderlichen formalen Ausbildungen und informellen Qualifikationen versteht. Daher gilt nach wie vor: »Kein Arbeitsbereich in einem Verlag ist so mit einem mysteriösen Heiligenschein versehen wie das Lektorat.« (Behm et al. 1999, S. 51) Daran kann auch die beeindruckende wissenschaftliche Monografie *Der unsichtbare Zweite* von Ute Schneider (2005) materialbedingt nur wenig ändern. Vor allem was die konkrete Lektoratsarbeit in Sachbuch- und Ratgeberverlagen sowie in Fachbuch- und Wissenschaftsverlagen angeht, fehlen Darstellungen dazu fast völlig.

Kompetenzen und Grundkenntnisse

In der Entwicklung seit Beginn des 20. Jahrhunderts haben sich je nach Typ und Größe des Verlags unterschiedliche Profile herausgebildet; die Tätigkeitsmerkmale sind stark differenziert. Dennoch kann man die Kernanforderungen an die Mitarbeiter im Lektorat auf einige wenige Schlüsselwörter komprimieren:

- *inhaltliche Kompetenz*: »das Erkennen, Akquirieren und Planen des richtigen und verkäuflichen Buches« (Kerlen 2006, S. 74) sowie Ablehnung der ungeeigneten Manuskripte,
- *formale Kompetenz*: der redigierende oder lektorierende Umgang mit Texten bis zur Druckreife in inhaltlicher, stilistischer und sprachlicher Hinsicht,
- *ästhetische Kompetenz*: Mitwirkung bei der Gestaltung des Umschlags und je nach Verlagstyp beim Innenlayout eines Buchs, was Satzspiegel, Typografie sowie die Auswahl, Gestaltung und Platzierung von Bildern, Grafiken und Tabellen angeht,
- *juristische Grundkenntnisse*: vor allem hinsichtlich Verlagsvertrag, Lizenzvertrag, Urheberrecht und Zitatrecht,
- *ökonomische Grundkenntnisse*: hinsichtlich Fragen der Kalkulation

¹ Der Beitrag beruht auf dem Buch *Berufsziel Lektorat* des Verfassers.

und damit der Preisbildung; die Fähigkeit, eine Deckungsbeitragsrechnung zumindest zu ›lesen‹ und zu interpretieren,

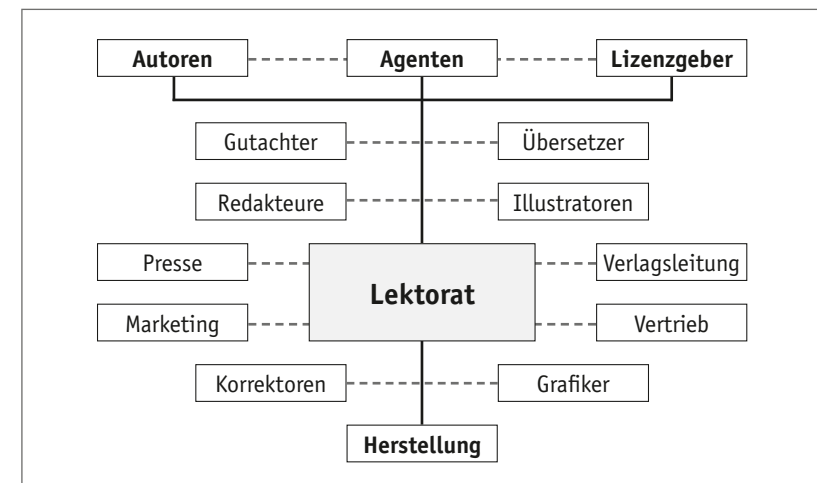
- *Marktkennntnisse*: allgemeine Kenntnisse über die Buchindustrie, detailliertes Wissen über das spezifische Segment, in dem der Verlag tätig ist, spezialisierte Kenntnis sowohl des Beschaffungsmarkts (Autoren, Herausgeber, Übersetzer) als auch des Absatzmarkts (Konkurrenten, Zielpublikum, Markttendenzen),
- *kommunikative Kompetenz*: In Verlagen als hoch differenzierten kommunikativen Organisationen ist Teamfähigkeit in allen Richtungen und auf allen Ebenen Voraussetzung,
- *soziale Kompetenz*: Position zwischen ›Baum und Borke‹: Vertretung der Verlagsinteressen gegenüber den Urhebern (Autoren, Herausgeber, Übersetzer, Fotografen, Illustratoren) und angemessene Vertretung der Interessen der Urheber, denen der Verlag oft wie eine Blackbox erscheint,
- *persönliche Kompetenz*: breite Allgemeinbildung, Sprachkenntnisse, Kenntnisse und Fertigkeiten in der elektronischen Datenverarbeitung und der Informationstechnologie, Kreativität, Neugierde, Wille zur Weiterbildung und Fortentwicklung, Organisiertheit, Genauigkeit, Sorgfalt, Urteilsfähigkeit, Kritikfähigkeit, Selbstbewusstsein, Verhandlungsgeschick und Durchsetzungsfähigkeit. Kurz: Der Lektor sollte eine Persönlichkeit sein.

Funktionen des Lektors

›Im Lektorat werden unter Zeitdruck riesige Stapel Manuskripte mehr oder weniger flüchtig gelesen, von einer Seite des Schreibtisches auf die andere gewuchtet, wird mit Autoren über Sätze und Worte gefeilscht, müssen Korrekturen überprüft, Illustrationen oder Grafiken herangeschafft werden und gilt es, Klappen-, Werbe- und Presstexte zu verfassen, auf jeden Fall zu kontrollieren. Alles dies sind die traditionellen Aufgaben, die im Lektorat anfallen.« (Behm et al. 1999, S. 51) Diese klassischen Aufgaben des Lektors (und ihr idealisiertes Bild davon) prägten noch bis in die 1970er und 1980er Jahre die Arbeit im Lektorat. Die Verschärfung der Konkurrenz unter den Verlagen mit dem Kampf um Marktanteile, der Eintritt der Konzerne in den bisher von kleinen und mittelständischen Unternehmen geprägten Buchmarkt, die wachsende Bedeutung internationaler Lizenzgeschäfte und der deutlich steigende Stellenwert des Marketings machten ein verstärktes wirtschaftliches Denken notwendig und

stellten damit auch neue Anforderungen an den Lektor. Es ging nicht mehr nur um eine (manchmal abgehobene) geistig-künstlerische Tätigkeit (vor allem im belletristischen Lektorat), sondern um handfeste Dinge wie Kalkulation, Deckungsbeitragsrechnung, Zielgruppen und Absatzzahlen. Es vollzog sich ein »Paradigmenwechsel im Lektorat von der autor- und produktionsorientierten Programmstrategie zur markt- und leserorientierten Produktionsstrategie« (Göbel 1997, S. 17). Der Lektor wurde zum »Manager des Produktes Buch« (ebd.).

Ob man den Lektor etwas modisch ›Produktmanager‹ nennt oder nicht, ist letztlich eine akademische Frage. Fest steht, dass er im gesamten Ablauf von der Idee bis zum fertigen Buch initiiierende, steuernde, koordinierende, ausführende und überwachende Funktionen innehat. Er fungiert als »Scharnier« (Behm et al. 1999, S. 57) sowohl zum Autor als auch zu den einzelnen Verlagsabteilungen sowie zu externen Dienstleistern. Da er keine hierarchisch übergeordnete Position hat, somit nicht weisungsbefugt ist, sind umso mehr soziale Kompetenz und Prozessmanagement-Knowhow unabdingbare Voraussetzung für eine erfolgreiche Tätigkeit im und für den Verlag. Ein eindrucksvolles Bild von der »Schaltzentrale Lektorat« (Schickerling/Menche 2012, S. 14) zeichnet die folgende Grafik. Zwar wird mit dieser Darstellung suggeriert, das Lektorat stehe



Schaltzentrale Lektorat. Nach Schickerling/Menche 2012, S. 14.

im Zentrum aller Bemühungen um das Buch – die Verlagsleitung mutiert zur Abteilung am Rand, doch fasst das Schaubild die Funktion des Lektorats als »Koordinator zahlreicher Funktionsbereiche« (Lucius 2014, S.96) gut zusammen.

Doch der Lektor befasst sich nicht nur mit dem einzelnen Buch. Es gilt vielmehr die alte Maxime: Ein Programm ist mehr als die Summe einzelner Titel. Bei der Funktion des Lektors als Programm*macher* geht es nicht um Programm*politik*. Das ist eine strategische Entscheidung auf der Ebene der Unternehmensführung. Dadurch wird der Verlag durch ein erkennbares Profil bei Handel, Presse und Käufern im Markt positioniert. Auf der Ebene des Lektorats gilt es, diese unternehmerischen Entscheidungen durch ein konsistentes, erfolgreiches Programm zu unterfüttern. Und da Bücher ökonomisch gesehen Erfahrungsgüter sind, muss der Lektor in seinem vorgegebenen Rahmen Manuskripte akquirieren und Bücher machen, die sich durch die folgenden Komponenten auszeichnen:

- *inhaltliche Konsistenz und Kohärenz*: Der berühmt-berüchtigte Gemischtwarenladen wird langfristig Probleme bekommen,
- *Kontinuität*: Programmlinien müssen durchgehalten und immer wieder durch neue Titel fortgesetzt und ergänzt werden,
- *Qualität*: Dieses Kriterium ist nicht im Sinn von Niveau qualitativ absolut zu nehmen, sondern in Relation zum Verlagsprofil. Durchgängige Massenkompatibilität kann auch ein Qualitätsmerkmal sein, indem das Produkt den Kundenbedürfnissen entspricht,
- *Markteignung*: Bei aller Argumentation gerade im Publikumsverlag, dieser oder jener Titel bringe zwar nicht viel Geld ein, dafür aber umso mehr Image und Prestige, steht am Ende doch die Erkenntnis, dass das Buch nicht nur ein Kulturgut, sondern auch ein Wirtschaftsgut ist,
- *Innovation*: Trotz aller Vorgaben, Richt- und Leitlinien sowie systematischer Kärrnerarbeit bedarf es auch der Innovation: neue, überraschende Produkte, die Spielräume für neue Segmente eröffnen.

Grundstrukturen der Lektoratsarbeit

Selbstverständlich sind die Tätigkeitsfelder, Schwerpunkte und Aufgaben im Lektorat je nach Typ, Größe, Programm und Struktur eines Verlags unterschiedlich. Doch lassen sich vier Grundstrukturen herauspräparieren.

Akquisition

Die Akquisition von Inhalt (Content), sei es eines belletristischen Texts, eines hoch spezialisierten Fachbuchs, einer wissenschaftlichen Monografie oder auch des relativ unstrukturierten Knowhows eines Spezialisten, erfolgt durch unmittelbaren Kontakt mit dem potentiellen Autor, durch Hinweise eines Scouts, Vermittlung eines Agenten oder durch Verhandlungen mit einem ausländischen Rechteinhaber, in der Regel einem Verlag, der seinerseits wieder durch einen Agenten vertreten werden kann. Dieser Akquisitionsweg hat für den Verlag den Vorteil, dass das Buch bereits einen Selektionsprozess durch den ausländischen Verlag durchlaufen hat, was die Entscheidungsunsicherheit reduziert.

Weitere Akquisitionswege sind der Einkauf einer Lizenz (beispielsweise für eine Taschenbuchausgabe von einem Hardcover-Verlag oder für eine Buchgemeinschaftsausgabe) sowie die Inhouse-Entwicklung eines Buchprojekts, das dann mit Hilfe externer Contentkompetenz umgesetzt wird. Dieses Vorgehen findet sich oft bei Ratgeber- und Fachverlagen, aber auch bei Sachbuchverlagen. Die Abwerbung eines erfolgreichen Autors von einem Konkurrenzverlag oder die Selektion eines Manuskripts aus dem Berg unaufgefordert eingesandter Manuskripte können ebenfalls Wege zur Akquisition von Inhalten sein.

Autorenbetreuung

Autoren sind das wichtigste Kapital eines Verlags, denn ohne Autoren gibt es keine Bücher und ohne Bücher keinen Verlag. Nach der Akquisition ist daher die Autorenbetreuung die wichtigste Aufgabe in der Lektoratsarbeit. Von den vier hier vorgestellten Grundstrukturen der Lektoratsarbeit in den verschiedenen Verlagstypen lässt sich vermutlich die Betreuung des Kreativpotentials eines Verlags am wenigsten auf einen Begriff bringen. Zu groß ist die Spannweite der Autorenindividualitäten, der Verlagstypen und der organisatorischen Strukturen sowie der Genres und Textsorten. Für alle aber gilt: »Das psychologische Feingefühl, die Fähigkeit, sich auf unterschiedliche Menschentypen einzustellen, kommunikativ zu sein – dieses Gespür zu haben, das ist für das Autorenmanagement extrem wichtig.« (Christoph Selzer, Klett-Cotta-Verlag; zit. nach Hömberg 2010, S.165) Leider werden die geistigen Urheber der Verlagsprodukte oft als Störfaktor im Alltagsstress und in den prozessoptimierten

Workflows mit ihren Standardisierungen empfunden; nicht überall gilt der eherne Grundsatz für eine erfolgreiche Lektorats- und Verlagsarbeit: *authors first*.

Arbeit am Text

Die klassische Lektoratsaufgabe, die Arbeit am Text, beginnt für den Lektor nicht erst mit dem Lektorieren und Redigieren des eingegangenen Manuskripts, sondern bereits bei eindeutigen Absprachen mit dem Autor über Formalia der Manuskripterstellung. Dem dienen Stylesheets, in denen unter anderem Grundsätze der Textgestaltung, Überschriftenhierarchien, Zitierweise, Auszeichnungen und Vorgaben für das Literaturverzeichnis geregelt sind.

Nach Eingang des Manuskripts wird der Lektor eine formale Kontrolle (Vollständigkeit incl. Anhang, Übereinstimmung von Inhaltsverzeichnis und Kapitelüberschriften), eine erste inhaltliche Kontrolle (Plausibilitätskontrolle oder Detailrecherchen) und eine rechtliche Kontrolle (Verlagsvertrag, Abdruckrechte, Persönlichkeitsrechte) vornehmen. Für die eigentliche Textarbeit lassen sich über die Verlagstypen hinweg keine allgemein verbindlichen Grundsätze aufstellen. Die Diskussionen, was gutes Deutsch sei, füllen Bibliotheken; konkrete (und sinnvolle) Handlungsanleitungen sind kaum zu finden.

Oberstes Prinzip ist die Einheitlichkeit, eine Anforderung, die zu erfüllen nicht immer leicht ist. Dazu gehört an allererster Stelle, dass der Duden für absolut verbindlich erklärt wird. Verbindlich sind zudem die Regeln des Dudens für die Textverarbeitung, zum Beispiel, was die Sonderzeichen betrifft (Gedanken- statt Bindestrich).

Zur Satzreife des Manuskripts, also zu seinem Zustand bei Übergabe an die Herstellungsabteilung, gehören auch die Titelei mit Schmutztitel sowie das vollständige Impressum mit den verlagsüblichen Einzelangaben. Mit der Übergabe endet die Textarbeit jedoch nicht, denn auch die Korrekturdurchläufe gehören zu den Aufgaben des Lektors. Dabei werden Autorkorrekturen, Korrekturen des hauseigenen Korrektors und gegebenenfalls Lektoratskorrekturen kollationiert, das heißt, in einem Exemplar beziehungsweise in einer Datei zusammengetragen. Bei komplexeren Büchern mit Abbildungen, Registern, Literaturverzeichnissen etc. gehören diese Elemente ebenfalls zur Arbeit am Text.

Dienstleistungen

Dienstleister gegenüber den anderen Abteilungen des Verlags ist der Lektor in vielerlei Hinsicht. Wichtigste Aufgabe ist dabei das Verfassen von Werbetexten (Umschlag-, Vorschau- und Presstexte). Zweiter wichtiger Bereich der durch den Lektor zu erbringenden Dienstleistungen sind beratende und informatorische Pflichten der verschiedensten Art. Das beginnt bei den Angaben und Hinweisen, die der Lektor an die Herstellungsabteilung liefert, sei es für eine erste Kalkulation, sei es für die anschließende Produktion des Buchs (Format, Umfang, gegebenenfalls Zahl der Abbildungen, Bindeart, gegebenenfalls Reihenanzahl etc.). Als Basis für die immer wichtiger werdenden Marketingmaßnahmen sorgt der Lektor dafür, dass die entsprechende Abteilung Informationen zum Autor, zu seinem publizistischen Umfeld und zu seinen sonstigen relevanten Aktivitäten erhält. Das gilt in Analogie für die Presseabteilung. Zu den informatorischen Pflichten gehört beispielsweise auch die schlichte Mitteilung an die Buchhaltung, dass der Autor das Manuskript abgeliefert hat, denn oft ist vertraglich geregelt, dass dann eine Honorarzahlung an ihn fällig ist.

Wege in den Beruf

Angesichts der Akademisierung des Berufs ist heutzutage ein erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium Voraussetzung, für Fachverlage und Wissenschaftsverlage in der Regel ein spezifisches Fachstudium. Das Studium der Buchwissenschaft oder Medienwissenschaft verbessert vermutlich bei sonst gleicher Qualifikation die Einstiegschancen gerade bei Publikumsverlagen, doch gibt es dazu keine Untersuchungen. Das gilt auch für die Frage, ob ein Bachelorabschluss genügt oder ob es sinnvoll und notwendig ist, ein Masterstudium anzuschließen. Hier liegen noch zu wenige konkrete Erfahrungen mit der Relevanz dieser relativ jungen Studienabschlüsse in der Verlagswelt vor. Wichtig ist es, ein Studium *abzuschließen*, denn die Zahlen sind eindeutig: Studienabbrecher haben so gut wie keine Chance, denn mehr als 90 Prozent aller in einer empirischen Studie befragten Lektoren und Lektorinnen haben entweder ein abgeschlossenes Studium oder sind promoviert (vgl. Hömberg 2010, S. 78). Das hängt nicht nur mit der fachlichen Qualifikation, sondern auch in hohem Maß damit zusammen, dass man mit dem Abschluss eines langjährigen Studiums

über die formale Qualifikation hinaus auch dokumentiert, dass man über mentale Stabilität, Durchhaltevermögen, Stressresistenz und Organisiertheit verfügt. Ob Abschlussnoten in Einstellungsgesprächen eine ausschlaggebende Rolle spielen, ist nicht eindeutig zu beantworten. Oft zählt das persönliche Auftreten mehr.

Jedem Berufsanfänger stellt sich zwangsläufig die Frage, wie man in den relativ kleinen Zirkel der 2.200 bis 2.300 festangestellten Lektoren (vgl. Hömberg 2010, S. 63) kommt. In der Regel wird ein Praktikum den Einstieg in das Verlagsleben bilden. Praktika dauern üblicherweise nicht länger als zwölf Wochen und sind unvergütet. Ein Volontariat dauert in der Regel sechs Monate bis maximal zwei Jahre bei (teils geringer) Bezahlung. Ein befristeter Arbeitsvertrag stellt den Volontär rechtlich den anderen Arbeitnehmern gleich. Das Volontariat entspricht bei guter Verlagsorganisation einem Trainee-Programm in anderen Branchen und bietet gerade bei größeren Verlagen einen Durchlauf durch verschiedene Abteilungen wie Lektorat, Herstellung und Marketing. Ein Direkteinstieg als Lektor oder Redakteur ist bei dem herrschenden Andrang auf die wenigen festen Stellen eher selten und gelingt allenfalls, wenn man als freier Mitarbeiter oder auch Gutachter gut vernetzt ist und dem potentiellen Arbeitsgeber bereits (durch entsprechende Leistungen) bekannt ist. Im Unterschied zum Volontariat hat man in diesem Fall von Beginn an ein eigenes Arbeitsgebiet mit entsprechender Verantwortung. Eine duale Berufsausbildung als Grundlage für einen Einstieg ins Lektorat, wie sie mancherorts erwähnt wird, ist in der Regel nicht zielführend.

Am Ende sollen die etwas pathetischen, aber nichtsdestoweniger treffenden Worte von Hans-Helmut Röhring stehen, der als Verlagsleiter von Hoffmann und Campe, als Verleger von Rasch und Röhring und als Verfasser der ersten auf dem Markt erschienenen Einführung in den Buchverlag, *Wie ein Buch entsteht*, die Branche mitgeprägt hat. Bezeichnenderweise steht bei ihm die Persönlichkeitsstruktur des Lektors bzw. der Lektorin, nicht der technische Aspekt des Büchermachens im Zentrum: »Interesse, ja Neugierde an der Welt, in der wir leben, Ausdauer, Fleiß und Freude am Umgang mit Menschen, aber vor allem ein offenes kommunikatives Auftreten sind wesentliche, aber kaum erlernbare Grundvoraussetzungen. Erfolg wird in diesem Beruf auf Dauer nur haben, wer die permanente Bereitschaft mitbringt, ständig Neues zu lernen

und sich täglich neu zu engagieren. Nur so besteht die Chance, dem Ziel näher zu kommen, die Buchproduktion eines Verlages spürbar zu beeinflussen. Auf jeden Fall gilt: Die reine Arbeit am Text ist nur ein geringer Teil des Aufgabenspektrums eines Lektors.« (Röhring 2011, S. 34)

Literatur:

- Behm, Holger et al.: *Büchermacher der Zukunft. Marketing und Management im Verlag*. 2., grundlegend überarb. Aufl. Darmstadt 1999.
- Fetzer, Günther: *Berufsziel Lektorat. Tätigkeiten, Basiswissen, Wege in den Beruf* (UTB 4220). Tübingen 2015.
- Göbel, Wolfram: *Produktmanager, Ghostwriter oder Macher. Die Funktionsveränderungen im Verlagslektorat*. In: Schneider, Ute (Hrsg.): *Das Lektorat – eine Bestandsaufnahme* (Mainzer Studien zur Buchwissenschaft 6). Wiesbaden 1997, S. 9–28.
- Hömberg, Walter: *Lektor im Buchverlag. Repräsentative Studie über einen unbekannteren Kommunikationsberuf*. Unter Mitarbeit von Susanne Pypke und Christian Klenk. Konstanz 2010.
- Kerlen, Dietrich: *Der Verlag. Lehrbuch der Buchverlagswirtschaft*. Stuttgart 2006.
- Lucius, Wulf D. von: *Verlagswirtschaft. Ökonomische, rechtliche und organisatorische Grundlagen*. Unter Mitwirkung von Hans Huck und Matthias Ulmer (UTB 2652). 3., neubearb. und erw. Aufl. Konstanz 2014.
- Röhring, Helmut: *Wie ein Buch entsteht. Eine Einführung in den modernen Buchverlag*. Vollständig überarbeitet und aktualisiert von Klaus-W. Braumann. 9. Aufl. Darmstadt 2011 [zuerst 1983].
- Schickerling, Michael/Menche, Birgit: *Büchermachen. Ein Handbuch für Lektoren und Redakteure* (Edition Buchhandel 13). 3., aktual. und erw. Aufl. Frankfurt 2012.
- Schneider, Ute: *Der unsichtbare Zweite. Die Berufsgeschichte des Lektorats im literarischen Verlag*. Göttingen 2005.

Svenja Hagenhoff / Axel Kuhn

Bereitstellungsqualität digitaler Lesemedien. Ein Forschungsprojekt

Smartphones und Tablet-Computer haben sich in den letzten Jahren als mobile universelle Lesegeräte etabliert. Dies hat dazu geführt, dass Anbieter primär schriftcodierter Medien ihre Inhalte verstärkt in digitaler Form und spezifisch für diese Endgeräte aufbereiten. An der Schnittstelle von Medienökonomie, Mediengestaltung und Medienrezeption stehen softwarebasierte Schnittstellen im Mittelpunkt des Projekts, welche als Präsentationsumgebung den Zugang zu den digital codierten Informationen ermöglichen und nutzungs- und rezeptionsrelevante Funktionen bereitstellen. Präsentationsumgebungen digitaler Texte werfen Fragen danach auf, inwiefern diese eine Hürde für Rezipienten sein können und als Risiko des Medienerwerbs wahrgenommen werden.

Für die Anbieter digitaler Lesemedien stellt sich die Frage nach dem Aufwand und Ertrag zur Erzeugung funktionstüchtiger Konzepte, organisatorischer Prozesse und strategischer Entscheidungen im Hinblick auf bestehende Produkt-Portfolios.

Den Risiken stehen die Chancen solcher Präsentationsumgebungen für Anbieter und Rezipienten gegenüber: Überprüft wird deshalb auch, inwiefern Präsentationsumgebungen einen Mehrwert für digitale Lesemedien erzeugen, der sich als Alleinstellungsmerkmal auf Selektionsentscheidungen der Leser auswirkt und Differenzierungspotentiale für Medienunternehmer birgt. Die Benutzungsschnittstellen digitaler Lesemedien werden so zu einem komplexen Merkmal der Passung erfolgreicher Produktgestaltung zur erfolgreichen Bedürfnisbefriedigung der Nutzer.

Erste Bearbeitungen des Themas erfolgten seit 2012 in Lehrveranstaltungen und einzelnen studentischen Arbeiten der Erlanger Buchwissenschaft. 2015 wird das Thema zu einem integrativen, interdisziplinären Drittmittelprojekt ausgebaut. Dabei werden Kompetenzen aus den Bereichen Rezeptions- und Mediennutzungsforschung, Gebrauchstauglichkeit und Gestaltung der Mensch-Maschine-Schnittstelle, Gestaltung von Printmedien sowie Medienmanagement zusammengeführt und interdisziplinäre Erkenntnisse aus angrenzenden Themenfeldern übertragen.

Ursula Rautenberg

Schriftmedien – Kommunikations- und buchwissenschaftliche Perspektiven. Eine neue Buchreihe im Verlag de Gruyter

Ab Mitte 2015 kommen die ersten drei Bände einer neuen Buchreihe auf den Markt, die Monographien, Dissertationen und thematische Sammelbände unter dem Reihentitel *Schriftmedien – Kommunikations- und buchwissenschaftliche Perspektiven* versammelt. Die Reihe ist peer-reviewed.

Die geplante Reihe setzt den Fokus auf schriftbasierte Medien in historischer und gegenwärtiger Perspektive und verfolgt ein integratives Konzept, das die Dimensionen Materialität, Institutionalisierung, Organisiertheit und Funktionalität der Medienkommunikation einbezieht; es hat viele Schnittstellen zu Nachbardisziplinen.

In den letzten Jahren ist eine Veränderung der buchwissenschaftlichen Forschung zu sehen, die von einer überwiegend historischen und narrativen Richtung – nicht zuletzt durch die medialen Umbrüche – eine notwendige Neukonzeption und Ausweitung von Forschungsfragen und ihrer theoretischen Basierung vornimmt. Die Bearbeitung der Kommunikationsformen von Schrift- und Lesemedien kennzeichnen den neuen Ansatz. Das Konzept folgt dem in der Erlanger Forschung und Lehre eingeführten Modell.

Von den anderen Reihen am Markt unterscheidet sich die geplante durch ihren sowohl historischen wie gegenwärtigen Zugriff und den kommunikationswissenschaftlichen und historischen Ansatz, der u. a. Zeitung, Zeitschrift und Flugpublizistik einbezieht.

Die Gründung der Reihe kam auf eine Initiative der Erlanger Buchwissenschaft zustande. Die Herausgeber sind:

Prof. Dr. Heinz Bonfadelli (Kommunikationswissenschaft, Zürich)

Prof. Dr. Ursula Rautenberg (Buchwissenschaft, Erlangen)

Prof. Dr. Ute Schneider (Buchwissenschaft, Mainz)

Ihre Mitarbeit im Editorial Board haben zugesagt:

Prof. Dr. Daniel Bellingradt (Buchwissenschaft/Kommunikationsgeschichte, Erlangen)

Prof. Dr. Natalie Binczek (Neuere deutsche Literaturwissenschaft, Bochum)

Prof. Dr. Svenja Hagenhoff (Buchwissenschaft/Medienwirtschaft, Erlangen)

Dr. Axel Kuhn (Buchwissenschaft/Mediensoziologie/Lese- und Leseforschung, Erlangen)

Jun.-Professor Dr. Patrick Merziger (Kommunikationsgeschichte, Leipzig)

Prof. Dr. Martin Mulrow (Direktor des Forschungszentrums Gotha der Universität, Erfurt)

Prof. Dr. Rudolf Stöber (Kommunikationswissenschaft, Bamberg)

Prof. Dr. Konrad Umlauf (Bibliothekswissenschaft, Berlin)

Im Ausland:

Prof. Dr. Frédéric Barbier (Directeur de recherche, CNRS, Paris)

Prof. Dr. Heiko Droste (School of Historical and Contemporary Studies, Södertörn University, Stockholm, Schweden)

Prof. Dr. István Monok (Bibliothekswissenschaft/Kulturelles Erbe, Szeged; Direktor der Bibliothek der Ungarischen Akademie der Wissenschaften, Budapest, Ungarn)

Prof. Dr. Thomas Gergen (Rechtswissenschaft/Geistiges Eigentum, euforn University, Luxemburg)

Dr. Jonathan Green (Germanistik, Buchwissenschaft, USA)

Die ersten drei Bände der neuen Reihe sind:

Ulrike Henschel: Das juristische Verlagswesen von 1794 bis 1949 – Entwicklungslinien und Veränderungstendenzen

Nikolaus Weichselbaumer: Das typographische Werk von Hermann Zapf

Marina Mahling: Lesen bei Kindern und Jugendlichen. Lesestoffbeschaffung und -nutzung unter Berücksichtigung der Lesesozialisationsinstanzen

Ursula Rautenberg

Das »Sachlexikon des Buches« in grundlegend neuer Bearbeitung

2003 ist das *Sachlexikon des Buches*, herausgegeben von Ursula Rautenberg, erstmals erschienen. Noch im gleichen Jahr wurde wegen der großen Nachfrage eine zweite, leicht bearbeitete Auflage herausgebracht. Für den Reclam-Verlag war der Titel, der nun über ein Jahrzehnt auf dem Markt ist, ein überragender Verkaufserfolg. Eine grundlegende Bearbeitung des gut eingeführten Lexikons war aber nach über zehn Jahren dringend geboten.

Die neue Ausgabe trägt den ergänzenden Untertitel *Von der Handschrift zum E-Book*. Dieser soll über den sehr allgemeinen Begriff ›Buch‹ im Haupttitel hinaus deutlich machen, dass das Lexikon die Schrift- und Lesemedien in der historischen Tiefe bis zur Gegenwart behandelt. Seit dem ersten Erscheinen hat sich die Buch- und Buchhandelswelt verändert, dafür steht symbolhaft das ›E-Book‹. Digitalisierung und Digitale Ökonomie deuteten sich damals erst an und sind heute zentral. So erscheint jetzt das Buchlexikon parallel zur gedruckten Ausgabe als E-Book.

Die Neuausgabe, die am 20. Mai 2015 erscheint, unterscheidet sich von der Erstausgabe in vielerlei Hinsicht. Aufgewertet wurden die Bereiche Elektronisches Publizieren und Digitale Ökonomie. Weiter wurden nicht wenige Artikel, meist von inzwischen nicht mehr oder selten gebräuchlichen Phänomenen, herausgenommen und viele neue – insgesamt 212 – aufgenommen. Besonders profitiert haben davon unter anderem Buchgattungen und Verlagstypen, Recht und Kommunikation, Bibliothek. Einer der zentralen Artikel ist »Buch«: In die Konzeption sind viele Erlanger Überlegungen zum Medium Buch aus den letzten Jahren einfließen.

Auch sonst ist ›kein Stein auf dem anderen‹ geblieben: Zwölf neue Autorinnen und Autoren sind hinzugekommen, fünf Autoren der Erstausgabe ausgeschieden. Neben den neuen 212 Artikeln wurden 471 Artikel, die bereits in der alten Ausgabe vorhanden waren, ganz neu geschrieben. Alle anderen Artikel wurden von ihren Autoren gründlich durchgesehen, verbessert und aktualisiert. Das Lexikon bietet insgesamt 1.481 Lemmata, wobei die Textmenge – nicht wenige Artikel sind umfangreicher – und die Zahl der Abbildungen gegenüber 2003 deutlich angewachsen ist.

Auch äußerlich wurde der Band aufgewertet und erscheint nun in größerem Format von 12,5 × 20 cm und mit einem auffälligen Cover, das besonders marketingtauglich ist. Der Preis bleibt klein: € 19,95 bei ca. 480 Seiten.

Das einbändige Lexikon möchte ein handliches, aber dennoch mit Wissen ›randvolles‹ Nachschlagewerk sein. Es richtet sich an ein breites Publikum, besonders an alle, die sich im Buchhandel und im Studium als Lehrende, Lernende oder als Praktiker ein preiswertes, einbändiges Nachschlagewerk für den Schreibtisch oder in elektronischer Form wünschen.

In der Erlanger Lehre können wir das Lexikon nun wieder mit dem aktuellen Wissensstand im Unterricht nutzen. Auch zahlreiche Erlanger Buchwissenschaftler haben als Autorinnen und Autoren zum Lexikon beigetragen: Daniel Bellingradt, Günther Fetzer, Svenja Hagenhoff, Axel Kuhn, Ursula Rautenberg, Volker Titel und Nikolaus Weichselbaumer. Wir wünschen uns, dass alle Studenten und Studentinnen von dem neuen Grundlagenwerk profitieren.

Die bibliografischen Daten:
Ursula Rautenberg (Hrsg.):
Reclams Sachlexikon des
Buches. Von der Handschrift
zum E-Book. Stuttgart 2015.
3., vollständig überarb. und
aktual. Auflage, ca. 480 S. mit
zahlreichen Abb., Klappen-
broschur, Format: 12,5 x 20 cm,
ca. € (D) 19,95 / € (A) 20,50 /
CHF 28,50,
ISBN 978-3-15-011022-5.



Elisabeth Engl / Cathrin Koch / Axel Kuhn / Ruijing Qiu / Jenny Schwerin / Sonja Stadler

»Die kleine Raupe Nimmersatt« auf Chinesisch. Exkursion in das Reich der Mitte

Vom 24. Oktober bis zum 1. November reisten fünf Masterstudierende unter Betreuung von Axel Kuhn nach Wuhan und Shanghai in China. Die Exkursion war Teil eines einjährigen Projektseminars im Schwerpunkt ›Medienkommunikation Buch‹, in dem die Studierenden eigenständig ein wissenschaftliches Forschungsprojekt planen und durchführen sollen, um strategisches und analytisches Denken und Handeln in konkreten Handlungsfeldern der Buchbranche zu erlernen. Die Studierenden des aktuellen Jahrgangs wählten unter Anleitung und Betreuung von Ursula Rautenberg und Axel Kuhn das Thema *Lizenzhandel zwischen Deutschland und China. Strategien und Mechanismen der Titelauswahl im Verlagsbuchhandel*.

Die Projektarbeit thematisiert dabei die Entwicklung von Strategien und Mechanismen der Titelauswahl bei Lizenzgeschäften zwischen Deutschland und China in den zehn Jahren von 2003 bis 2013. Fokussiert werden die Bereiche Kinder-/Jugendbuch und Belletristik, da zwischen beiden eine auffällige Diskrepanz bezüglich der lizenzierten Titel festzustellen ist. Die zentralen Fragestellungen beschäftigen sich deswegen zum einen mit den Akteuren des Lizenzhandels, neben den Verlagen sind dies insbesondere Agenturen, Kulturvermittler und die Buchmessen. Zum anderen werden die konkreten Prozesse des Lizenzhandels erforscht, beispielsweise hinsichtlich der Selektionskriterien für erfolgsversprechende Lizenzen, der interkulturellen Kommunikation zwischen deutschen und chinesischen Verlagen sowie der Einflüsse auf den Lizenzhandel durch Subventionierung oder rechtliche Rahmenbedingungen.

Gerade in diesem wissenschaftlich wenig thematisierten Bereich erschien den Studierenden eine rein theoretische oder literaturbasierte Betrachtung wenig zielführend, deswegen wurde ein qualitativer empirischer Zugang gewählt, um über Tiefeninterviews ein besseres Verständnis für die Geschäfts- und Kommunikationsprozesse des Lizenzhandels zwischen Deutschland und China zu entwickeln. Hierzu wurden jeweils vier deutsche und chinesische Verlage aus den Bereichen Kinder-/Jugendbuch

und Belletristik ausgewählt und für detaillierte Auskünfte angefragt. Im Sommer 2014 wurden Verantwortliche der Lizenzabteilungen der Verlage Oetinger, Suhrkamp, Carlsen und Tessloff interviewt. Im Oktober wurden auf der Frankfurter Buchmesse erste Zwischenergebnisse präsentiert und ein Ausblick auf die weiteren Planungen gegeben, die insbesondere die persönlichen Interviews in den chinesischen Verlagen vor Ort umfassten. Eine besondere Qualität erreichen diese Interviews, da der Projektgruppe mit Ruijing Qiu eine chinesische Muttersprachlerin angehört, sodass die Interviews ohne Sprachbarrieren und damit verbundenen Informationsverlusten geführt werden konnten.



Ruijing Qiu im Interview mit der Leiterin der Lizenzabteilung des Changjiang Children and Juvenile's Publishing House.

Unterstützt wurde die Reise zu den chinesischen Interviewpartnern und damit auch das Gesamtprojekt durch das Bayerische Hochschulzentrum für China (BayChina), die FAU Erlangen-Nürnberg sowie den Freundeskreis der Erlanger Buchwissenschaft. Besonders hilfreich waren dabei auch die langjährigen Kontakte von Prof. Dr. Ursula Rautenberg zur chinesischen Buchwissenschaft und Buchbranche: Neben der Vermittlung der Interviewpartner und Unterstützung der Exkursionsvorbereitungen wurden die Studierenden auch von Prof. Xu Lifang an die School of Information Management/Department Publishing Sciences unserer Partneruniversität in Wuhan eingeladen sowie in den Planungen der Exkursion und in ihrer Durchführung maßgeblich unterstützt.

In Wuhan angekommen, wurde die Projektgruppe stets von mehreren chinesischen Studierenden begleitet und konnte so die chinesische Kultur im Allgemeinen und insbesondere auch verschiedene Buchhandlungen hautnah erleben. Im Vergleich zu deutschen Buchhandlungen waren die Studierenden vor allem von der Größe, der Ausstattung und dem enormen Angebot, sowohl hinsichtlich der Menge als auch der Bandbreite der angebotenen Titel, beeindruckt.



Die Projektgruppe zu Besuch bei Changjiang Children and Juvenile Publishing.

Im Verlagshaus von Changjiang Publishing and Media bekamen die Studierenden neben den Möglichkeiten der Interviews auch eine Führung durch die Geschäftsgruppe der Verlage Changjiang Fine Art Publishing House, Changjiang Children and Juvenile Publishing House und Dolphin Media. 2008 hat Dolphin Media einen Kooperationsvertrag mit dem Nürnberger Kinder- und Jugendbuchverlag Tessloff über die Sachbuchreihe *Was-ist-was?* abgeschlossen. Seither erschienen 120 Titel der bekannten deutschen Marke auf dem chinesischen Buchmarkt.

Neben der beeindruckenden Größe eines der führenden Verlagshäuser in China fiel die Integration von Produktionsstufen auf, die deutsche Verlage üblicherweise an externe Dienstleister abgeben. So befanden sich in den Verlagen eigene Abteilungen für Buchillustrationen und das Cover-Design. Die Einladung zu einem Geschäftsessen bot dann die Möglichkeit, sich mit einzelnen Verlagsmitarbeitern auszutauschen und die Besonderheiten des Verlagshauses kennenzulernen.

Zusätzlich zu den drei Verlagsinterviews und dem Besuch der Buchhandlungen verbrachte die Projektgruppe weiterhin einen interessanten Vormittag in lebhafter Fachdiskussion mit den Studenten des Lehrstuhls für Publishing Science in Wuhan. Die Erlanger Studierenden stellten zu Beginn den Studiengang und ihre Projektarbeit vor. In der anschließenden

den Diskussion wurden die Unterschiede zwischen dem deutschen und chinesischen Buchmarkt, aber auch der beiden Studiengänge diskutiert. Nach dem gemeinsamen Mittagessen haben die chinesischen Studierenden die Erlanger Buchwissenschaftler dann über den historischen Campus mit seinen authentischen Bauten und wichtigen Einrichtungen geführt. Mit einem deutschen Campus ist der Campus in Wuhan dabei nur schwer zu vergleichen: Zum einen befinden sich alle für den Alltag wichtigen Einrichtungen auf dem Gelände, etwa Supermärkte oder die Poststelle, sodass der Campus eine eigene Kleinstadt bildet. Zum anderen haben chinesische Studierende nicht die Privatsphäre im Wohnheim, wie sie in Deutschland üblich ist. Gemeinsam mit vier bis acht Personen leben sie auf engem Raum in kleinen Apartments ohne abgetrennte Privatbereiche.

Die Reise von Wuhan nach Shanghai unternahm die Projektgruppe in einem modernen Schnellzug und bekam so einen Eindruck von der chinesischen Landschaft, den Dörfern und größeren Städten außerhalb der bekannten Millionenstädte. Nach einem weiteren Interview im Shanghai Children and Juvenile Publishing House besuchte die Gruppe zusammen



Was-ist-was-Bücher sind eine der erfolgreichsten deutschen Lizenzen in China und erfreuen sich in den chinesischen Buchhandlungen großer Beliebtheit.

mit Studenten der Tongji-Universität, auch eine Partneruniversität der Erlanger Buchwissenschaft, verschiedene Buchhandlungen. Auch hier präsentierten sich die riesigen Ladengeschäfte mit hohen Bücherstapeln und internationalen Bestsellern wie *Der Hundertjährige, der aus dem Fenster stieg und verschwand* oder den Romanen von Walter Moers. Außerhalb der Buchläden zeigte sich die 24-Millionen-Stadt mit ihrer bekannten Skyline aus leuchtenden Wolkenkratzern und den bunten, exotischen Basaren.

Welcher Beliebtheit sich deutsche Titel in China erfreuen, erkannten die Studierenden an dem vielfältigen Angebot an ihnen bekannter Kinder- und Jugendliteratur. Neben *Der kleine Rabe* und *Die kleine Raupe Nimmersatt* ließen sich immer wieder *Was-ist-was*-Bücher für verschiedene Altersgruppen finden, die bereits in den Bücherregalen der Masterstudierenden standen.

Für die Studierenden war es eine wichtige Erfahrung, chinesische Verlage kennen zu lernen, die bereits erfolgreich mit deutschen Unternehmen kooperieren. Als Ergebnis der Reise konnten viele Fragen beantwortet und Einblicke in mögliche Tätigkeitsfelder in der Buchbranche gewonnen werden. Die Neugierde an China und seiner Kultur wurde geweckt. Für das Frühjahr 2015 sind der Abschluss und die Veröffentlichung der Projektarbeit in der Publikationsreihe der Erlanger Buchwissenschaft *Alles Buch* geplant, mit dem Ziel eine Forschungslücke im Bereich des internationalen Lizenzhandels füllen zu können.

Anja Groß / Mônica dos Santos Duarte

Papierproduktion in Vergangenheit und Gegenwart

Im Rahmen des von Günther Fetzer und Volker Titel geleiteten Hauptseminars *Geschichte der Papierherstellung in Europa* fand vom 24. bis 26. Oktober 2014 eine dreitägige Exkursion in das Valle delle Cartiere in Toscolano (Italien) statt. Ziel war es, die Inhalte der Lehrveranstaltung mit persönlichen Eindrücken zu verbinden. Den Bericht schrieb Anja Groß, den Comic zeichnete Mônica dos Santos Duarte.

Die Papierfabrik Garda Cartiere in Riva del Garda

Am ersten Tag besichtigten die Studierenden in Riva del Garda die moderne Papierfabrik Garda Cartiere. Dort sind derzeit 550 Mitarbeiter beschäftigt. Im Rahmen einer zweistündigen Führung erfuhr die Gruppe Einzelheiten über die Unternehmensgeschichte sowie die Herstellungsmethoden und Arbeitsweisen des Betriebs.

Garda Cartiere wurde 1956 von Tito Legrenzi gegründet. 1971 übernahm der internationale Medienkonzern Bertelsmann den Papierhersteller. Seit dem Jahr 1997 gehört Garda Cartiere zur Lecta Group, dem zweitgrößten Papierhersteller von gestrichenem holzfreiem Papier in Europa. Der Betrieb verfügt über zwei Papiermaschinen. Die ältere produziert Papierbahnen von einer Länge zwischen 400 bis 800 Meter pro Minute, während die neuere Maschine in der gleichen Zeit etwa 1.000 Meter schafft. Auch die erzeugten Papierprodukte sind unterschiedlich: Die alte Maschine fabriziert Spezialpapiere sowie schwere Papiere, die neue Maschine leichte Papiere. Beide Maschinen laufen täglich 24 Stunden. Aufgrund der hohen Laufleistung produziert Garda Cartiere jedes Jahr etwa 300.000 Tonnen Papier.

Bei der Stoffaufbereitung werden die Rohstoffe in einer Art Riesensmischer, dem Pulper, in Fasern zerlegt. Dabei wird langfaseriger (vorwiegend aus Nadelhölzern gewonnen) und kurzfaseriger Zellstoff (vorwiegend aus Eukalyptusbäumen) verwendet. Dritte Komponente ist recyceltes Altpapier. Die drei Komponenten werden erst zu Beginn der Produktion zu einer wässrigen Mischung aus 99 Prozent Wasser und einem Prozent Faserstoff zusammengeführt. Diese Mischung läuft über das 35 Meter lange Langsieb, wobei durch die Schwerkraft ein großer Teil des Wassers

entzogen wird. In der darauf folgenden Pressenpartie pressen Walzen weiteres Wasser aus der Papierbahn. In der Trockenpartie schließlich wird der Papierbahn durch die Umleitung über beheizte Rollen bei einer Temperatur von 75 bis 100 Grad Celsius die Restfeuchtigkeit entzogen.

Anschließend erfolgt die Veredelung. Die Oberfläche des Papiers wird dabei durch einen Streichvorgang mit einer Masse aus Calciumcarbonat (Kalk) und Kaolin geglättet. Die fertige Papierbahn, die eine Breite von mehr als drei Meter hat, wird dann auf Rollen gewickelt, die ein Gewicht von etwa 15 Tonnen haben. Vor der Lagerung werden die Rollen auf die Breite zugeschnitten, die der Kunde braucht. Das Papier wird entweder in Rollen ausgeliefert oder in einem weiteren Arbeitsschritt in Bogen geschnitten.

Das Valle delle Cartiere in Toscolano-Maderno

Am zweiten Exkursionstag konnten die Studierenden im Valle delle Cartiere (Papiermühlental) einen Blick in die Vergangenheit der Papierherstellung werfen. Das Tal beherbergt zahlreiche Überreste frühester Papiermühlen in Europa. Das Valle delle Cartiere wurde erstmals im Jahr 1381 in einem Dokument erwähnt. Aufgrund des Wildbachs Toscolano eignete sich das Tal hervorragend für die Herstellung von Papier und so entstanden rasch zahlreiche Papiermühlen. Im 15. und 16. Jahrhundert hatten sich die Mühlenbesitzer des Tals aufgrund der hohen Papierqualität bereits einen hervorragenden Ruf erarbeitet. Das Tal galt als erstes Papierzentrum der Republik Venedig und die Ware fand ihren Weg bis in den Orient. Die Blütezeit wurde zu Beginn des 17. Jahrhunderts jäh unterbrochen, als die Pest in das Papiermühlental einzog. Bereits während der Wende zum 18. Jahrhundert hatte das Tal jedoch zu alter Stärke zurückgefunden; für das Jahr 1720 ist die Tätigkeit von fast 40 Mühlen nachgewiesen. Das allmähliche Ende der Papierherstellung im Tal wurde während der Zeit der Industrialisierung eingeläutet. Hatten konkurrierende Papierfabrikanten bereits die Vorteile der industriellen Herstellung für sich entdeckt, so verweigerten sich viele Mühlenbesitzer den modernen Produktionsweisen. Ihr Augenmerk galt der Bewahrung traditioneller Herstellungsmethoden. Schließlich waren die meisten Fabrikanten des Valle delle Cartiere nicht mehr wettbewerbsfähig und so kam es im Lauf des 19. Jahrhunderts zu zahlreichen Schließungen.

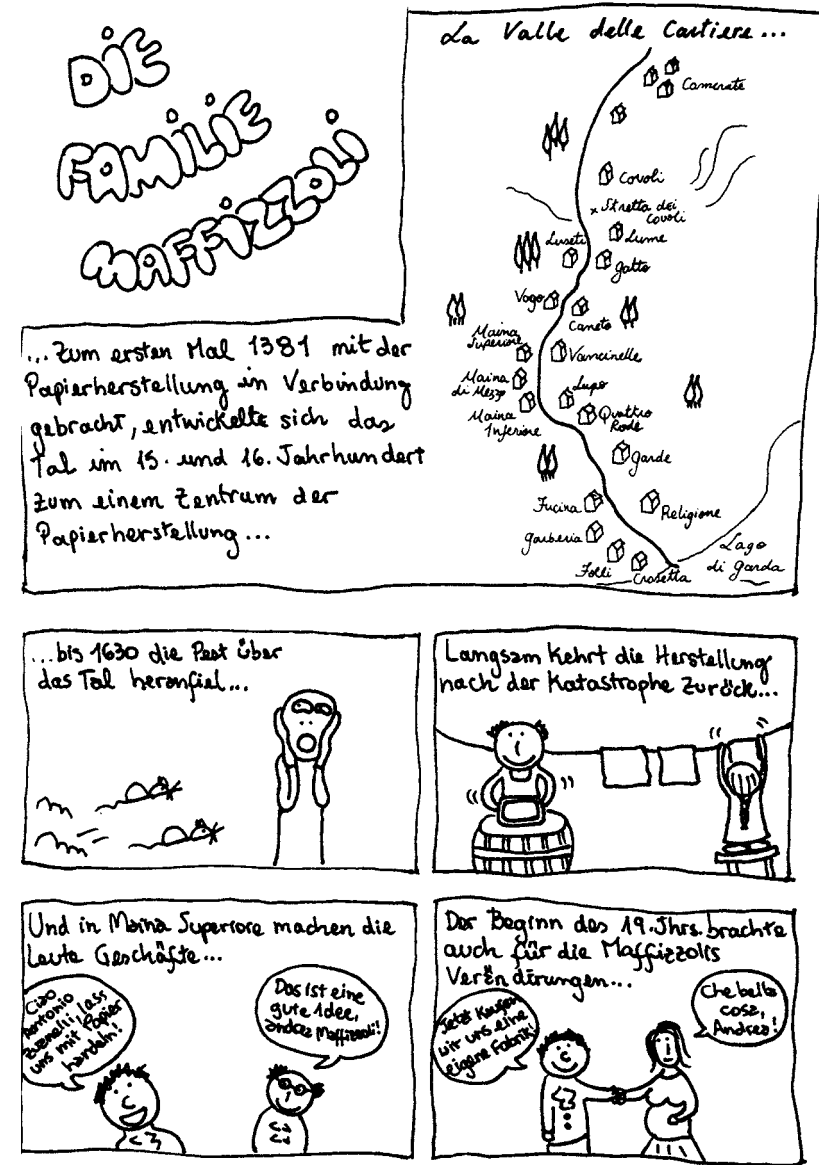
Im Tal gab es jedoch auch Fabrikanten, die den technischen Neuerungen aufgeschlossen gegenüberstanden. Besonders ist hier die Familie Maffizzoli zu erwähnen. Bereits Anfang des 19. Jahrhunderts verwendete sie die erste moderne Papiermaschine. Eine weitere Errungenschaft der Familie Maffizzoli war der Bau einer ersten Straße im Jahr 1871, die fortan den gefährlichen Pfad ersetzte und die Transportwege im Tal deutlich verbesserte.

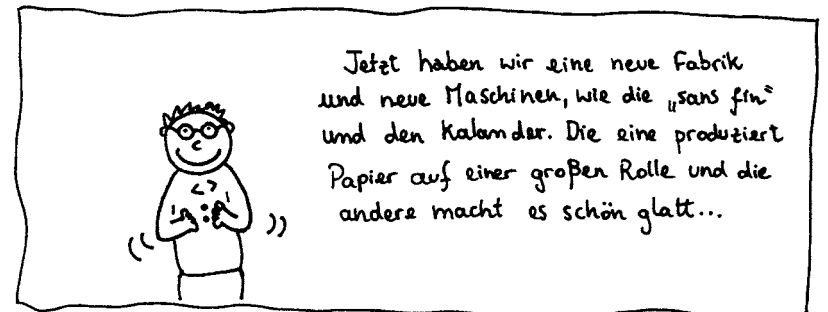
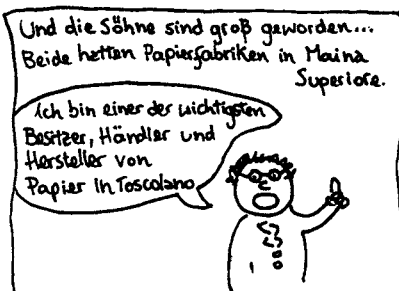
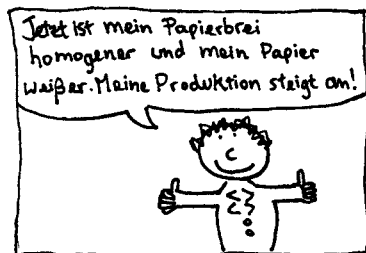
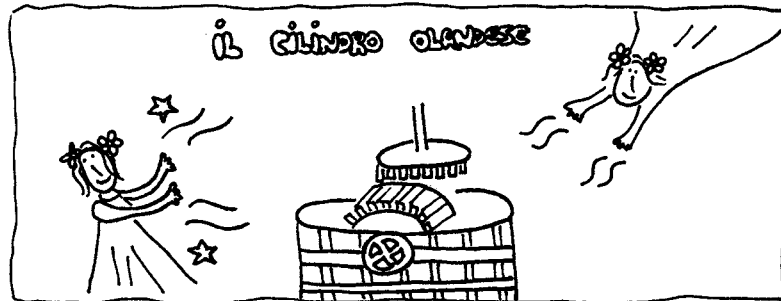
Die technischen Neuerungen führten nicht nur zu einer schnelleren Arbeitsweise, sondern veränderten auch das Landschaftsbild des Valle delle Cartiere. Der ersten modernen Papiermaschine folgten schnell weitere und schließlich fanden auch Dampfmaschinen Einzug in das Tal. Schornsteine prägten fortan das Bild des Papiermühlentals.

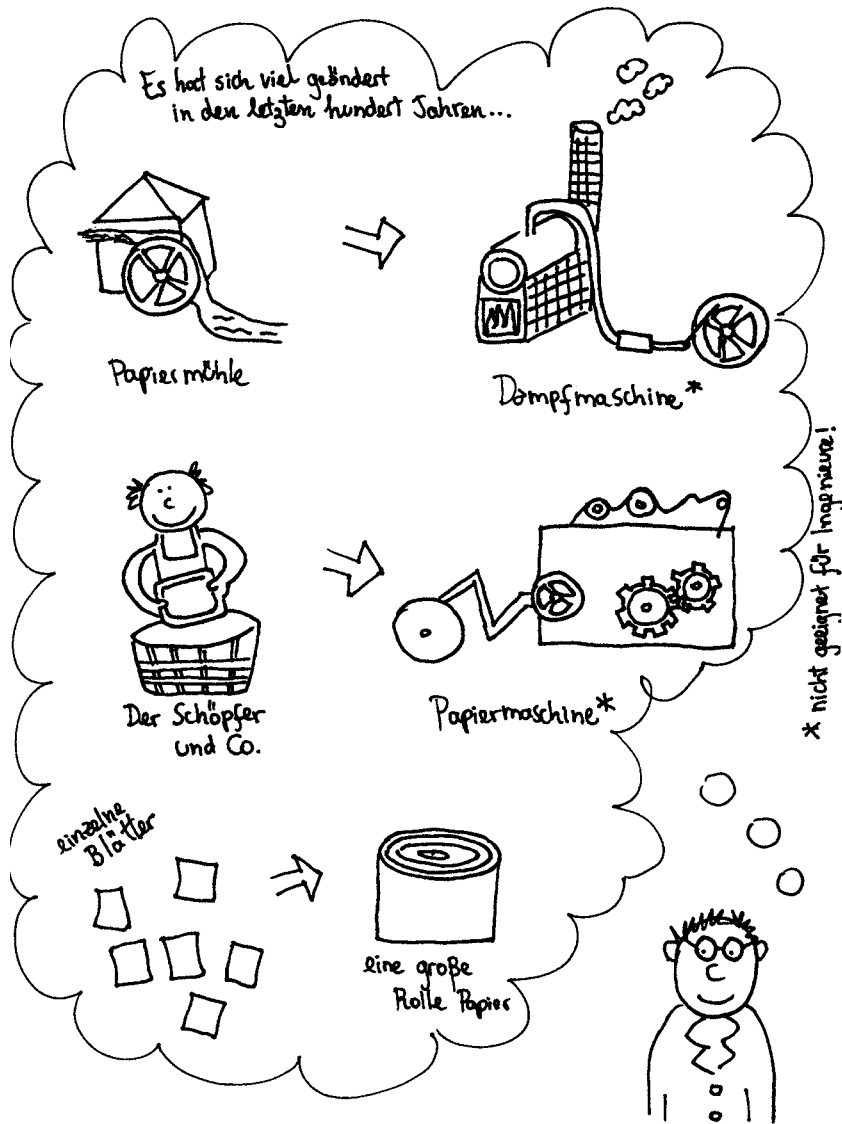
Die Produktionsweisen im historischen Valle delle Cartiere unterschieden sich gänzlich von der modernen Papierherstellung in heutigen Fabrikanlagen. Außerdem befanden sich die Häuser der Arbeiter der Mühlen in unmittelbarer Nähe zur Arbeitsstätte. Somit war das Valle delle Cartiere nicht nur ein Ort zur Herstellung von Papier, sondern das gesamte Leben der Papiermühlenbesitzer und der Angestellten spielte sich im Tal ab.

Am Taleingang wurde im Jahr 2011 ein Museum eröffnet. In den Räumlichkeiten wurde noch bis zum Jahr 1962 Papier hergestellt. Besucher des heutigen Museums können sich an den historischen Maschinen betätigen und die Papiergeschichte am eigenen Leib erfahren. Leider war es den Studierenden nicht möglich, das Museum zu besichtigen, da es erst kürzlich durch eine Schlammlawine beschädigt wurde.

Die Exkursion zu der modernen Papierfabrik Garda Cartiere und in das Papiermühlental Valle delle Cartiere verdeutlichte den Studierenden den Wandel, den die Papierproduktion durchlaufen hat. Die Studienreise war sowohl eine Reise in die Vergangenheit der Papierproduktion als auch ein Blick hinter die Kulissen der modernen Papierfabrikation.







Andrea Maffezzoli war ein großer Unterstützer des Aufbaus einer Straße durch das Tal zwischen 1871 und 1878.

Allerdings wurde das Papiertal zu klein für die Produktion...

Che parohere! Das tal ist zu eng!

1905 zog die Fabrik an den See, wo sie noch in Betrieb ist.

Aber dann kam die Krise von 1929 und viele Mitarbeiter wurden gekündigt...

Ich habe die Papierfabrik nach den Wirtschaftskrisen des 20. Jhrs. gekauft und sanftert.

Benjamin Donzelli

Heutzutage gehört die Villa Maffezzoli der Gemeinde. Die vielen Ruinen des Tals können von Touristen besucht werden.

Das war die Geschichte der Familie Maffezzoli im Valle delle Corticere. Auch wenn die letzte Fabrik ihre Produktion 1962 eingestellt hat, können heute die Menschen doch wieder die papierene Geschichte des Tals erleben und nach Spuren suchen.

Übrigens... Es ist auch sehr schön dort zu wandern!

ENDE

Sandra Rühr

Buchgestaltung – gestern und heute. Exkursion nach St. Gallen

Vom 10. bis 12. Juni 2014 unternahmen 14 Masterstudierende unter Betreuung von Ursula Rautenberg und Sandra Rühr eine Exkursion nach St. Gallen. Ziel war es, den Studierenden, die zuvor zwei Lehrveranstaltungen im Rahmen des Moduls ›Buchmedienästhetik‹ besucht hatten, Buchgestaltung und Typographie auch praktisch nahezubringen. Finanziert wurde die Exkursion jeweils zur Hälfte aus Mitteln der Waldemar-Bonsels-Stiftung (St. Galler Zentrum für das Buch) und Studienzuschüssen des Lehrstuhls für Buchwissenschaft.

Der erste Tag begann mit einer Stadtführung durch die historische Altstadt von St. Gallen. Die Studierenden besichtigten unter anderem den Klosterbezirk, den sie bislang nur vom St. Galler Klosterplan aus dem 9. Jahrhundert kannten. Letzterer gilt als ältester erhaltener Plan eines mittelalterlichen Klosters und zeigt auf beeindruckende Weise die Architektur und Organisation des Klosters.

Der nächste Tag begann mit einer Einführung in die Kantonsbibliothek Vadiana mit einer Bücherschau aus alten und neuen Büchern. Im Anschluss gestattete die Buchgestalterin Krispin Heé Einblicke in ihre Arbeit. Ihre Bücher entstehen in enger Zusammenarbeit mit den Autoren und spiegeln die Idee des Werks buchgestalterisch wider.

Die Gruppe fuhr anschließend nach Bischofszell ins typographische Museum »Typorama«, das sich in der Lagerhalle der ehemaligen Papierfabrik Bischofszell befindet. Dort lassen sich eine Handsetzerei mit acht Gassen und zwölf Setzmaschinen bewundern. Alle Lettern, Geräte und Maschinen sind nach wie vor im Einsatz. Die Studierenden waren beeindruckt von den Setzmaschinen, deren Entwicklung mit der 1886 von Ottmar Mergenthaler erfundenen Linotype begann. Sie konnten nicht nur Arbeits- und Funktionsweise nachvollziehen, sondern auch die unterschiedlichen Ausführungen der Einmagazin-, Mehrmagazin- und Mixermaschinen bewundern. Daneben wurden Tiegeldruck- und Zylinderpressen in Aktion gezeigt. Im Anschluss wurden die Teilnehmer durch den Niggli-Verlag mit Sitz in Sulgen geführt. Sie erhielten zunächst einen Einblick in die verschiedenen Abteilungen des Verlags. Der Verlag vermittelt

mit seinen Schwerpunkten in Architektur, Design und Typographie einen Eindruck von zeitgenössischer Schweizer Buchgestaltung. So ist einer der wichtigsten Autoren des Verlags Emil Ruder, dessen Visionen von neuen gestalterischen Gesetzmäßigkeiten sich in den Programmen des Verlags niederschlugen.

Der dritte Tag wartete mit einem weiteren Highlight auf: Dr. Karl Schmuki führte die Teilnehmer durch die Stiftsbibliothek. Diese verfügt über eine der ältesten geschlossenen überlieferten Handschriftensammlungen des Mittelalters und zahlreiche Inkunabeln und Frühdrucke, die im barocken Prunksaal in Regalen und Bücherschränken ausgestellt sind. Den Abschluss der Exkursion bildete ein Besuch im Graphikatelier TGG Hafen Senn Stieger. Die Studierenden diskutierten mit Roland Stieger einige besonders herausgehobene Arbeiten des Ateliers, die zumeist als Auftragsproduktionen entstanden sind.

Drei Tage bei herrlichem Wetter in der wunderbaren Buchstadt St. Gallen haben bei den Studierenden zahlreiche bleibende Eindrücke hinterlassen.

Nikolaus Weichselbaumer

Buchhistorische Forschung und Digital Humanities

Vom 29. September bis 1. Oktober 2014 fand in der Herzog August Bibliothek Wolfenbüttel die Jahrestagung des Wolfenbütteler Arbeitskreises für Bibliotheks-, Buch- und Mediengeschichte unter der Leitung von *Ursula Rautenberg* (Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg) und *Oliver Duntze* (Gesamtkatalog der Wiegendrucke (GW), Staatsbibliothek zu Berlin) statt. Ursula Rautenberg eröffnete die Tagung mit einem Rückblick auf die noch nicht lange zurück liegende vordigitale Buchforschung und stellte die inzwischen weit fortgeschrittene Infrastrukturbildung für buchhistorische Digital Humanities heraus.

Bibliographische Online-Datenbanken und quantitative Fragestellungen

Eine unverzichtbare Grundlage für Digital Humanities in der Buchgeschichte stellen bibliographische Datenbanken dar. In seinem Beitrag stellte *István Monok* (Budapest / Szeged) den Gesamtkatalog der im Königreich Ungarn mit der Handpresse gedruckten Bücher vor, der auch die Bestände von Bibliotheken berücksichtigt, die sich heute außerhalb Ungarns befinden, historisch aber zum ungarischen Kulturraum zu rechnen sind. Bei der Erfassung werde grundsätzlich die Provenienz vermerkt, was es ermöglicht viele heute verstreute Sammlungen zu rekonstruieren. Verbunden mit einem Plädoyer für die Erfassung qualitativ guter statt möglichst vieler Daten zeigte Monok daneben *eruditio.hu*, eine Datenbank zur Lesegeschichte, die beinahe 3.000 Bücherlisten oder Bibliothekskataloge aus dem Königreich Ungarn und Transsilvanien versammelt. Über die Erfassung u. a. von Berufen und Nationalitäten der Buchbesitzer ermöglicht sie belastbare Aussagen über das historische Buchkauf- und Leseverhalten. In die gleiche Richtung zielt das von *Dietrich Hakelberg* (Wolfenbüttel) präsentierte Projekt zur Erfassung frühneuzeitlicher Gelehrtenbibliotheken. Dort werden u. a. historische Antiquariatskataloge und andere gedruckte Bücherverzeichnisse aus den Beständen der Herzog August Bibliothek erschlossen, deren Einträge durch die großen bibliographischen Datenbanken in der Regel bestimmten Ausgaben zugeordnet werden können.

Die Nutzung bibliographischer Datenbanken zur Klärung quantitativer Fragestellungen verdeutlichte *Wolfgang Undorf* (Stockholm) am Beispiel seiner Forschungen über die Bedeutung des Buchhandels zwischen dem Kontinent und Skandinavien und seine Auswirkung auf den skandinavischen Buchdruck. *Ulrike Fuss* (Leuven) berichtete über ihre Untersuchung zum Einfluss von Büchern aus den südlichen Niederlanden auf die frühmodernen intellektuellen Eliten im Vizekönigreich Peru. Fuss wie Undorf nutzten für Ihre Arbeit Office-Programme und keine spezialisierten Digital-Humanities-Werkzeuge. Beim Export bibliographischer Daten sahen jedoch beide Raum für Verbesserungen. Die Extrahierung von Daten durch Literaturverwaltungsprogramme wie Zotero oder der Download einzelner Suchergebnisse sei kein Ersatz für gut ausgebaute Schnittstellen zum Download größerer Datenmengen.

Hans-Jörg Künast (Augsburg) beleuchtete in seinem Beitrag die Augsburger Buchproduktion im Spiegel des VD16 und beobachtete Verzerrungen. So führe die Entscheidung, keine Einblattdrucke aufzunehmen, zu einer deutlichen Unterrepräsentation des Druckorts Augsburg, da dort besonders viele Einblattdrucke produziert wurden. Doch auch die verdienstvollen und erfolgreichen Bemühungen, Drucker vor allem für das frühe 16. Jahrhundert zu ermitteln, verfälschten das Bild, weil dadurch die Produktion dieser Zeit verstärkt lokal zugeordnet ist, während für spätere Jahrzehnte viele Drucke »sine loco« verzeichnet sind. Eine unkritische Übernahme von Daten aus bibliographischen Datenbanken führe aufgrund solcher Effekte schnell zu falschen Ergebnissen.

Auf andere Weise nutzte *Jonathan Green* (North Dakota) große bibliographische Datenbestände. Mit einem Verfahren, das in der Biologie zur Berechnung der Anzahl ausgestorbener Arten angewandt wird, könne die Menge verlorener Ausgaben abgeschätzt werden. Dabei wird die Anzahl der überlieferten Exemplare jeder Ausgabe erfasst. Auf Basis dieser Werte könne durch Wahrscheinlichkeitsrechnung die Anzahl der nicht überlieferten Ausgaben abgeleitet werden. Auch Green wies darauf hin, dass die für solche Untersuchungen nötigen Daten oft nur schwer aus bibliographischen Datenbanken zu extrahieren seien und sie in ihrer Datenbankstruktur häufig nicht als weiterführende Forschungsdaten angelegt seien. So sei es nicht trivial aus den Exemplarangaben des GW automatisch die Anzahl der nachgewiesenen Exemplare abzuleiten.

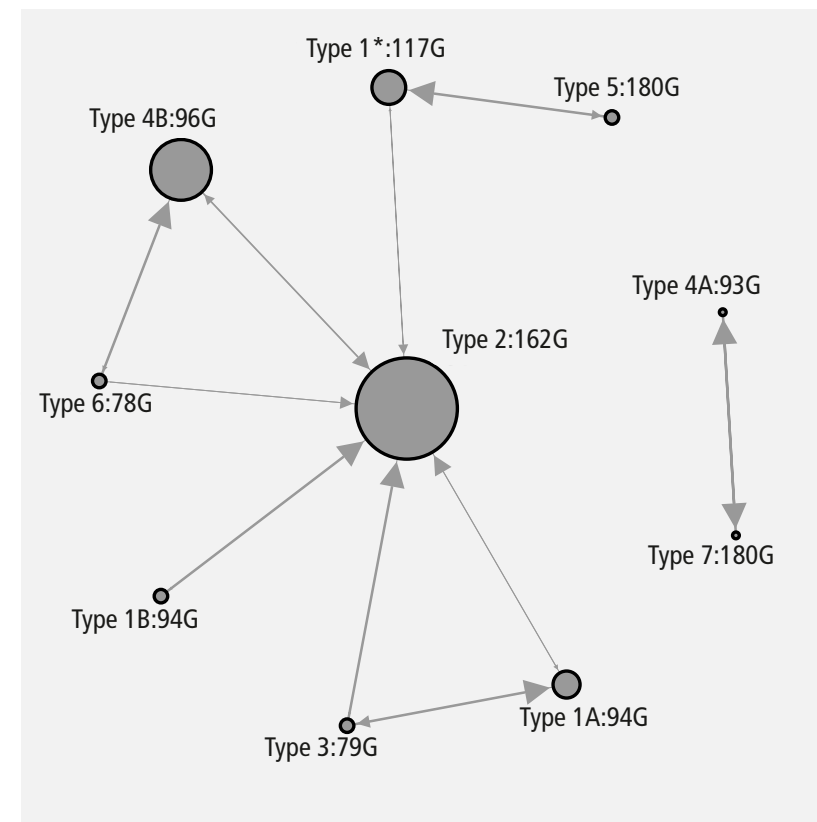
Neue elektronische Methoden der Analyse und Darstellung von Korpora

Einen Schritt weiter als die meisten Teilnehmer ging *Günther Görz* (Erlangen) in der technischen Komplexität seines Projekts. Er stellte die wissenschaftliche Kommunikations-Infrastruktur (WissKI) vor, eine für das Germanische Nationalmuseum Nürnberg und das Zoologische Museum König in Bonn entwickelte virtuelle Forschungsumgebung. WissKI dient als Arbeitsumgebung für große Teile der Dokumentation, Erforschung und Präsentation der Museumsbestände und vernetzt sowohl Informationen als auch Mitarbeiter. Dadurch soll der sonst übliche Verlust von Forschungsrohdaten vermieden und die Kommunikation zwischen Bearbeitern verbessert werden.

Ralf Stockmann (Berlin) führte in die Möglichkeiten der Visualisierung von Forschungsdaten ein und betonte, dass bibliographische Daten sich dafür besonders gut eignen, weil sie hochgradig strukturiert sind. Naheliegende Varianten seien etwa Geovisualisierungen und Netzwerkvisualisierungen. Neben der Demonstration verschiedener, für technische Laien zugänglicher Tools, wies er darauf hin, dass Visualisierung auch ›lügen‹ könne. Je nach vorgegebenen Parametern können Daten so dargestellt werden, dass die Aussage verzerrt, im Extremfall sogar umgekehrt wird. Dieses Problem griff *Gregory J. Prickman* (Iowa) auf, der eine neue Version des *Atlas of Early Printing* vorstellte. Dieser Atlas verzeichnet verschiedene Parameter der Ausbreitung des Buchdrucks in der Inkunabelzeit als einblendbare Ebenen auf einer Karte und verbindet sie mit einer Zeitachse. Prickman berichtete von Problemen bei der Kompilation der Daten für die Angabe der Druckproduktion, die nicht aus den großen Datenbanken übernommen werden könnten, sondern erst gesondert aufbereitet und bereinigt werden müssten. Dabei würden als unsicher markierte Angaben genauso gewertet, wie andere. Aus dem Atlasbild ist diese Ambiguität der Daten aber nicht mehr ersichtlich. Eine in Planung befindliche dritte Version des Atlas soll diesem Problem begegnen, indem unsichere Datierungen als solche ausgewiesen werden.

Die Anwendung von Visualisierung als Forschungsmethode zeigte *Oliver Duntze* (Berlin), der Software aus der Bioinformatik für die Datierung von Inkunabeln nutzte. Am Beispiel der Ausgaben des Basler Druckers Lienhart Ysenhut demonstrierte Duntze die softwarebasierte

Stemma-Bildung für Drucktypen. Je nach Häufigkeit der gemeinsamen Verwendung wurden die Typen automatisch gruppiert und über die bereits datierten Drucke sortiert. So können wichtige Indikatoren für die Datierung durch Typenbestimmung rasch visuell angezeigt werden. Die so gewonnenen Erkenntnisse wären auch mit konventioneller Forschung erreichbar gewesen, die Softwareunterstützung dient als Erleichterung und Beschleunigung.



Grafische Darstellung der Verwendung verschiedener Drucktypen in Inkunabeln des Basler Druckers Lienhart Ysenhut. Die Größe der Kreise symbolisiert die Häufigkeit, mit der eine Drucktype verwendet wurde. Pfeile bilden die gemeinsame Verwendung verschiedener Drucktypen ab.

Christoph Boveland (Wolfenbüttel) experimentierte ebenfalls mit der Visualisierung von Zusammenhängen als Teil des Forschungsprozesses. Er nutzte die Möglichkeiten, die das VD17 durch seine Erfassung der Namen von Dedikationsempfängern und Beiträgern eröffnet. Aus diesen Metadaten können Netzwerke von Bekanntschaften und Kollaborationen abgeleitet werden, wobei beispielsweise gemeinsame Beiträge als Indikator für soziale Nähe gewertet werden. In diesem Anwendungsgebiet kann Visualisierungssoftware Teil des Erkenntnisprozesses sein, weil die aus der Datenbank extrahierten Netzwerkinformationen visualisiert lesbar werden. Duntze wie Boveland wiesen darauf hin, dass diese Visualisierungen hochgradig interpretationsbedürftig und nicht selbsterklärend sind. Sie bieten vielmehr einen neuen Zugriff auf den Gegenstand, der aber auch neue Fehlerquellen eröffnet.

Andrea Rapp (Darmstadt) stellte die Anwendungsmöglichkeiten der Bibliometrie als buchhistorische Forschungsmethode anhand zweier Projekte vor. Im Rahmen von *ePoetics* wurden 20 deutsche Poetiken aus der Zeit von 1770 bis 1960 im Volltext erfasst. Durch computergestützte Textanalysen konnte die Entwicklung literaturtheoretischer Fachbegriffe und der in Poetiken verwendeten literarischen Beispiele nachvollzogen werden. Das Projekt *eCodicology* analysiert 500 Handschriften aus der Abtei St. Matthias in Trier. Dabei werden hochauflösende Digitalisate mit Bilderkennungsalgorithmen bearbeitet und auf Größe, Anordnung und räumliche Verteilung von Bild und Text untersucht. Beide Projekte seien aufgrund ihrer eng gewählten Gegenstände nicht geeignet endgültige Forschungsergebnisse zu liefern, doch ermöglichten sie durch ihren explorativen Ansatz die Entwicklung von Methoden, die mittelfristig auch in größeren Beständen anwendbar seien. Abschließend rief Rapp unter dem Schlagwort »More data is better data« dazu auf, für den Aufbau großer Korpora zu sorgen, ohne die Digital Humanities nicht möglich seien. Dem stellten sich in der Diskussion u. a. Cristina Dondi und Ursula Rautenberg entgegen, die vor allem für eine Verbesserung der Datenqualität eintraten sowie für eine vorgängig auf der Grundlage des jeweils projektspezifischen »State of the Art« entwickelte Fragestellung.

Als Konsens konnte festgestellt werden, dass einheitliche Standards für Digital Humanities unverzichtbar seien, denn nur so könnten die an verschiedenen Orten entstehenden Daten gemeinsam weitergenutzt werden.

Als Beispiel dafür zeigte *Cristina Dondi* (Oxford) das von ihr initiierte Projekt *Material Evidence in Incunabula* (MEI), das exemplarspezifische Informationen zu Inkunabeln von Beiträgern in Europa und den USA sammelt und in einer an den ISTC angegliederten Datenbank zugänglich macht. Dondi berichtete weiterhin von einem Editionsprojekt zum Zornale von Francesco de Madiis, dem Rechnungsbuch eines Venezianischen Buchhändlers, das fast 7.000 Verkäufe von insgesamt über 25.000 Exemplaren aus den Jahren 1484–1488 beinhaltet. Dabei werde zunächst eine Transkription in Excel vorgenommen und die genannten Titel in einem zweiten Schritt nach Möglichkeit ISTC/MEI zugeordnet. Diese Zuordnung erfordere jedoch bei aller Computerunterstützung konventionelle buchhistorische Forschungsarbeit.

In der Abschlussdiskussion wurde neben dem Konflikt zwischen explorativen, experimentellen und integrativen, standardbasierten Ansätzen die Bedeutung der Ausbildung von Geisteswissenschaftlern in Methoden der Digital Humanities diskutiert. Während Thomas Stäcker Geisteswissenschaftlern riet bei ihren Methoden zu bleiben, plädierte u. a. Oliver Duntze für eine grundlegende Ausbildung in XML und Python/Perl in allen Geisteswissenschaften. Durch den gesunkenen Aufwand beim Bibliographieren sei dafür Platz in den Curricula. Für das wiederholt genannte Problem, keine Plattform für Rohdaten zu haben, wies Stäcker auf die Möglichkeiten von DARIAH-DE hin, die leider noch nicht bekannt genug seien. Schließlich wurde der von Petra Feuerstein-Herz und Ursula Rautenberg eingebrachte Vorschlag, durch die Gründung eines Arbeitskreises eine bessere politische und organisatorische Vertretung der buchhistorischen Digital Humanities zu erreichen, zustimmend aufgenommen. Gedacht ist an die Etablierung einer Arbeitsgruppe unter dem Dach des Verbandes für Digital Humanities im deutschsprachigen Raum (DHd).

Die Referenten und Beiträge der Tagung sind auf S. 111f. aufgelistet. Der Tagungsband wird voraussichtlich 2015 in der Reihe »Wolfenbütteler Schriften zur Geschichte des Buchwesens« erscheinen.

Sandra Rühr

Geschichten am Lagerfeuer. Literaturveranstaltungen im digitalen Zeitalter

Günther Fetzter und Sandra Rühr richteten am 19. und 20. Februar 2014 die interdisziplinäre Tagung *Geschichten am Lagerfeuer. Literaturveranstaltungen im digitalen Zeitalter* aus. In sechs Vorträgen und zwei Podiumsdiskussionen wurde in der Clubbühne des Kulturzentrums E-Werk mit über 100 Gästen die Vielfalt der Vermittlungsformen von Literatur diskutiert. Die Tagung wurde durch die Dr. German Schweiger-Stiftung der FAU Erlangen-Nürnberg und den Freundeskreis der Erlanger Buchwissenschaft unterstützt.

Ursula Rautenberg führte in die Thematik ein, indem sie aufzeigte, dass bereits mittelalterliche Minnedichtung ›verkaufswirksam‹ sein musste. *Sandra Rühr* erweiterte dies und spannte den Bogen zu Charles-Dickens'-Lesungen, die, wenn auch noch nicht unter diesem modernen ›Label‹ angekündigt, Event-Charakter aufwiesen. *Stephan Porombka* (Berlin) skizzierte die Herausforderungen für Buchmarkt und Verlagskultur und damit für die Literaturvermittlung in Zeiten zunehmender gesellschaftlicher Vernetzung. *David Oels* (Mainz) stellte die Einflüsse des digitalen Zeitalters auf die Literaturveranstaltungen der Frankfurter Buchmesse in einen theoretischen Rahmen, der von *Katja Böhne* (Frankfurt am Main) anhand von praktischen Beispielen untermauert wurde. *Sonja Vandenrath* (Frankfurt am Main) strich in ihrem Vortrag die Bedeutung von Sponsoren und Stiftungen zur Förderung von Literatur und Literaturvermittlung heraus. *Renate Giacomuzzi* (Innsbruck) erstellte eine Systematik verschiedener Formen von Autorenlesungen im Internet, die sie mit einer Vielzahl an Beispielen veranschaulichte. *André Haller* (Bamberg) entwickelte ein kommunikationswissenschaftliches Modell für Buchvorstellungen und Lesungen, das die verschiedenen Tauschakte der beteiligten Akteure veranschaulichte. *Michel Clement* (Hamburg) belegte anhand von Studienergebnissen, inwieweit Literatursendungen wie Elke Heidenreichs *Lesen!* den Absatz der besprochenen Bücher beeinflussten.

Bei der ersten Podiumsdiskussion wirkten *Ewald Arenz* (Fürth), *Martin Bruch* (Freiburg), *Anja Johannsen* (Göttingen) und *Rainer Moritz*

(Hamburg) mit. Sie gingen der Frage nach, inwieweit Literaturhäuser ihrem Kulturauftrag folgen oder Autorenmarketing betreiben. Bei der zweiten Podiumsdiskussion waren *Bodo Birk* (Erlangen), *Claudia Floritz* (Fürth), *Friederike Moldenhauer* (Hamburg) und *Gesine Neuhof* (Leipzig) vertreten. Sie diskutierten, wie Literaturveranstaltungen im Allgemeinen und Literaturfestivals im Speziellen funktionieren.

Die Referenten und Beiträge der Tagung sind auf S. 110f. aufgelistet. Zur Tagung ist 2014 der von Sandra Rühr herausgegebene Band »Geschichten am Lagerfeuer. Ereignischarakter und Dispositive von Literaturveranstaltungen im digitalen Zeitalter« (Alles Buch. Studien der Erlanger Buchwissenschaft LII, 37 S., URL: http://www.buchwissenschaft.phil.uni-erlangen.de/uploads/tx_bwe/Alles_Buch_Band_52_Ruehr.pdf) erschienen.

Günther Fetzter

innovation@publishing 2014 – Wanted: Alter 22, promoviert, 5 Jahre Berufserfahrung

Zusammen mit den Teilnehmern der Lehrveranstaltung *Alte Branche – neue Berufe. Karrierechancen in der sich wandelnden Verlagswelt* (Sommersemester 2014) hat Günther Fetzter die vierte Folge der Erlanger Zukunftskonferenz ausgerichtet. Die Tagung fand am 14. November 2014 im Erlanger E-Werk statt und war mit über 120 Teilnehmern ein voller Erfolg. Gekommen waren nicht nur Studierende aus Erlangen, sondern auch aus Leipzig, Stuttgart, Göttingen und München sowie Gäste aus Verlagen, Buchhandel, Schulen und der interessierten Öffentlichkeit.

Nach der Begrüßung durch *Ursula Rautenberg* und einer kurzen Einführung schilderte *Rüdiger Wischenbart* (Wien) in seinem Eröffnungsvortrag anhand vieler Beispiele *Die neue Unübersichtlichkeit im Buch-Business*. In ihrem Beitrag *Persönlichkeit & Potenzial, Kompetenzen & Karriere: Was mach' ich daraus* legte *Kirsten Steffen* (München) besonderen Wert auf die Themen Präsentation und Vernetzung. *Klaus Kluge* (Köln) illustrierte seinen Vortrag *Autorenmarketing in sich verändernden Märkten* mit Beispielen aus der konkreten Arbeit und erklärte, was ein Verlag zur Durchsetzung eines Autors tun kann. *Dorothea Hennessen* (München) erläuterte detailliert die *Programmarbeit im Fachverlag* von der Portfolioanalyse bis zur Akquisition der einzelnen Titel. *Beate Kuckertz* (München) führte mit zwei Studierenden ein Gespräch über *Programmarbeit im Publikumsverlag*. Dabei hob sie hervor, wie wichtig Eigeninitiative sowie selbständiges Denken und Handeln sind.

Nach der Mittagspause gab es in vier jeweils von den Referenten geleiteten Workshops viele weitere Informationen zu den Themenblöcken. Auch entstanden lebhaft Diskussionen, die sich in der abschließenden Podiumsdiskussion mit Fragen zu Mindestlohn, weiblichen Führungskräften und der Vereinbarkeit von Kindern und Karriere fortsetzten.

Die Tagung wurde durch die Dr. German Schweiger-Stiftung, FAU Erlangen-Nürnberg, den Freundeskreis der Erlanger Buchwissenschaft und den BW Bildung und Wissen Verlag, Nürnberg, unterstützt.

Die Referenten und Beiträge der Tagung sind auf S. 113 aufgelistet.

Marina Mahling

Das Leseverhalten von Kindern und Jugendlichen und die Bedeutung von Familie, Schule und Peers

Die Familie hat die wichtige Funktion inne, Kinder im Vorschulalter und auch während der Grundschulzeit an das Medium Buch heranzuführen, um ihre Lesemotivation zu fördern. Welche Rolle die Familie jenseits der Grundschule spielt und in welcher Beziehung sie dann zu den anderen wichtigen Instanzen der Lesesozialisation – nämlich der Schule und den Peers – steht, wurde bisher unzureichend erforscht. Die 2014 abgeschlossene Dissertation beschäftigt sich damit, welche Bedeutung die Familie, die Schule und die Peers für das Leseverhalten von Schülern ab der 5. Jahrgangsstufe bis zum Verlassen der Schule haben und welche Beziehungen zwischen diesen Instanzen bestehen. Im Zusammenhang damit wird auch untersucht, ob ein negatives Leseklima bei einer Instanz – beispielsweise ein leseunfreundlicher Freundeskreis – normalerweise durch positive Einflüsse anderer Instanzen – also durch ein gutes Leseklima in der Schule oder eine leseaffine Familie – ausgeglichen wird. Neben dem Leseverhalten selbst werden in der Arbeit auch die verschiedenen Wege der Lese-stoffbeschaffung analysiert. Dafür wurden Fragebogen von über 1.300 hessischen und thüringischen Schülern weiterführender Schulen ausgewertet.

Beschaffung der Lesestoffe

Die Schüler lesen am häufigsten Bücher, die sie selbst in einer Buchhandlung gekauft haben. Große Relevanz haben auch Buchgeschenke der Eltern und der Großeltern sowie der Internetkauf. Mehr als 50 Prozent der Befragten lesen außerdem Bücher, die ihnen ihre Freunde geliehen oder geschenkt haben oder die sie selbst in einem Kaufhaus bzw. am Kiosk gekauft haben. Buchgeschenke der Geschwister und die Leihe von Familienmitgliedern sind dagegen für weniger als jeden zweiten von Bedeutung. Auch die Buchleihe aus öffentlichen Büchereien und Schulbüchereien wird verhältnismäßig selten genutzt. Die geringste Rolle spielt (bisher) aber das elektronische Herunterladen von Büchern: Fast 80 Prozent der Schüler geben an, dass sie nie davon Gebrauch machen. Insgesamt sind – neben dem selbständigen Buchkauf – vor allem die Eltern und Großeltern

dafür von Bedeutung, dass die Heranwachsenden an Lesestoffe gelangen, wobei Buchgeschenke eine größere Relevanz haben als die Buchleihe.

Die Rolle von Familie, Schule und Peers

Die Lesesozialisationsforschung ging bisher davon aus, dass vor der Pubertät die Familie die wichtigste Instanz der Lesesozialisation darstellt, gefolgt von der Schule. Den Peers wurde dagegen für diese Altersgruppe nur eine untergeordnete Bedeutung zugeschrieben. Im Verlauf der Pubertät sollten nach den bisherigen Erkenntnissen die Peers zur wichtigsten Instanz aufsteigen, wohingegen man der Meinung war, dass die Familie hinter die Schule zurückfällt.

Im Gegensatz zu diesen Annahmen – die bisher noch nicht quantitativ überprüft wurden – wurde in der durchgeführten Studie festgestellt, dass die Peers bereits bei den Schülern der 5. Klasse die wichtigste Rolle spielen: Die Befragten sprechen vor allem mit ihren Freunden über ihre Lektüre, außerdem hängen die Häufigkeit und die Beliebtheit der Lektüre der Heranwachsenden besonders damit zusammen, wie leseaffin ihr Freundeskreis ist. Fast ebenso wichtig wie die Peers ist die Familie: Sie ist sowohl für die Beschaffung der Lesestoffe als auch für die Anschlusskommunikation über Gelesenes bedeutend. Sowohl die Peers als auch die Familie verlieren im Laufe der Jahre nur geringfügig an Bedeutung. Die Schule ist dagegen vergleichsweise unwichtig für die Entwicklung des Leseverhaltens in der Freizeit: Das schulische Leseklima hängt nur schwach damit zusammen, wie gerne und häufig die Schüler in ihrer Freizeit Bücher bzw. E-Books lesen. Auch Lektüeranregungen des Lehrers und die Anschlusskommunikation mit dem Lehrer über Freizeitlectüre sind von geringer Relevanz. Die Bedeutung der Leseempfehlungen und der Lektüregespräche sinkt darüber hinaus mit zunehmendem Alter.

Existiert eine Lesekrise?

Bisher schätzte die Lesesozialisationsforschung die Pubertät als kritische Entwicklungsphase für das Lesen ein, was mit dem Einsetzen einer ›Lesekrise‹ in Verbindung gebracht wurde. Man ging davon aus, dass in diesem Alter andere Interessen wichtiger werden als das Lesen und die bisherigen Lesestoffe ihren Reiz verlieren. Daher war man der Meinung, dass die Lesefreude in der Pubertät deutlich einbricht und im Zusammenhang da-

mit ein Teil der Heranwachsenden die Lesekarriere abbricht, ein anderer Teil seine bisherige Leseweise transformiert.

Diese Annahme stimmt nicht mit den Ergebnissen der Studie überein: Zwar lesen ältere Befragte weniger gerne und häufig als jüngere, es zeichnet sich aber ein relativ kontinuierlicher Bedeutungsverlust der Buchlektüre mit zunehmendem Alter ab. Darüber hinaus trifft dies in erster Linie auf Bücher zu – für andere Lesemedien ist entweder nur ein schwacher oder gar kein Zusammenhang feststellbar. Die Internetlectüre gewinnt mit zunehmendem Alter sogar etwas an Bedeutung. Einschränkend festzuhalten bleibt allerdings, dass nur durch eine Längsschnittstudie eindeutig festgestellt werden könnte, ob eine ›(Buch)Lesekrise‹ existiert: Es wäre nämlich theoretisch auch möglich, dass sich diese bei den Befragten zu einem individuellen Zeitpunkt innerhalb einer größeren Altersspanne bemerkbar macht.

Dieser Text fasst die Ergebnisse der Promotionsschrift »Lesen bei Kindern und Jugendlichen. Lesestoffbeschaffung und -nutzung unter Berücksichtigung der Lesesozialisationsinstanzen« zusammen, die Marina Mahling im Dezember 2014 verteidigt hat (Betreuerin: Prof. Dr. Ursula Rautenberg).

Nikolaus Weichselbaumer

Der digitale Schreibmeister. Zum Werk des Typographen Hermann Zapf

Als 1984 der Macintosh-Rechner eingeführt wurde, verschenkte Apple zu PR-Zwecken 20 Geräte an berühmte Personen der Zeit. Die Liste reichte von Woody Allen bis Hermann Zapf (geboren 1918). Wenngleich er einem breiten Publikum weniger bekannt ist als der Regisseur, zählt Zapf zu den einflussreichsten Buch- und Schriftgestaltern des 20. Jahrhunderts. In meiner 2014 abgeschlossenen Dissertation untersuche ich sein typographisches Werk. Zapfs lange Schaffensperiode von den 1930er-Jahren bis zum Ende seiner aktiven Karriere am Beginn des 21. Jahrhunderts erlaubt es, ein Schlaglicht auf die Entwicklung der Schrift- und Buchgestaltung des 20. Jahrhunderts zu werfen. Eine umfassende Auswertung des an der Herzog August Bibliothek Wolfenbüttel verwahrten Eigenarchivs Zapfs ermöglichte es, soziale, ökonomische und technologische Einflüsse auf Zapfs Gestaltungen ebenso nachzuvollziehen wie seine Anstrengungen zur Selbstpositionierung.

Zapfs Anfänge

In den 1930er-Jahren bildete sich Zapf, neben einer Lehre zum Fotoretuscheur, autodidaktisch zum Kalligrafen aus. Kurz vor und teilweise während des Zweiten Weltkriegs arbeitete er als Notenschreiber und entwarf seine erste Druckschrift ›Gilgengart‹, eine Fraktur. Nach dem Krieg avancierte Zapf binnen weniger Jahre zu einem weltweit angesehenen Typographen und Schriftgestalter. Er fand Anstellung als künstlerischer Leiter in der Schriftgießerei D. Stempel, für die er Schriften wie ›Palatino‹ und ›Optima‹ entwickelte, die zu den Schriftbestsellern des 20. Jahrhunderts zählen. Zapf profilierte sich daneben selbst, indem er aufwändige Prestigeprojekte organisierte, wie etwa das *Manuale Typographicum*, das in der Druckerei seines Arbeitgebers auf dessen Kosten hergestellt wurde und von Zapf gestaltete Zitate von berühmten Gestaltern aus aller Welt enthält. Dieses und ähnliche Projekte lösten ein ungewöhnlich großes Medienecho mit Besprechungen in deutschen aber auch zahlreichen ausländischen Zeitungen aus. Insbesondere in den USA, wo eine große Gemeinde von Exil-Gestaltern arbeitete, stieß Zapf auf große Resonanz.

Ende der 1950er-Jahre pausierte Zapf als Schriftgestalter, weil er sich durch den Fotosatz in seinen Verdienstmöglichkeiten zu sehr eingeschränkt sah. In dieser neu aufkommenden Satztechnologie konnten Schriften fotografisch einfach kopiert werden, wodurch Plagiate zu einem verbreiteten Problem wurden. In dieser Zeit weitete er seine Aktivitäten als Buchgestalter aus. Zapf war bereits sehr gut vernetzt und erhielt ohne nachweisbare Werbeanstrengungen Aufträge von beinahe allen großen Publikumsverlagen Deutschlands. Für viele Verlage entwarf er in dieser Phase auch Verlagssignete, darunter S. Fischer, Suhrkamp und Hanser.

Ein bemerkenswerter Schritt im Selbstmarketing Zapfs war die Veröffentlichung seiner Autobiographie. Zwar existierten zuvor Autobiographien von Buchgestaltern, doch hatten alle Autoren bereits ein hohes Alter erreicht. *Über Alphabete* erschien 1960 – Zapf war erst 42 Jahre alt – parallel auf Deutsch und Englisch. Wenige Jahre später entstand der PR-Film *The Art of Hermann Zapf*, der u. a. an Kunstschulen gezeigt wurde – für Jahrzehnte der einzige Film über einen Typographen.

Vorreiter der digitalen Typographie

Programmatisch positionierte sich Zapf in zahlreichen Aufsätzen als Anhänger traditioneller Formgebung und lehnte modernistische Ansätze ab, wie sie in der Schweizer Typographie oder der Ulmer Schule entstanden. Gleichzeitig wendete er sich gegen technologiefeindliche Strömungen in der Gegenwartstypographie, die den aufkommenden Fotosatz grundsätzlich als qualitativ minderwertig ablehnten. In radikaler Gegenposition veröffentlichte er bereits ab Mitte der 1960er-Jahre Artikel über die Bedeutung von Computern für Satz und Typographie. Mit dieser Kombination aus Fortschrittsfreundlichkeit und konservativer Gestaltung reüssierte Zapf vor allem in den USA, die er für eine Vielzahl von Aufträgen und Ausstellungen regelmäßig bereiste. Er erhielt u. a. hochdotierte Berateraufträge bei Firmen wie dem Grußkartenhersteller Hallmark oder der World Book Encyclopedia. Ab 1977 lehrte Zapf am Rochester Institute of Technology das eigens für ihn geschaffene Fach ›Computer Typography‹.

Ende der 1970er-Jahre begann Zapf wieder mit Schriftentwürfen, zunächst für die neu gegründete International Typeface Corporation, deren liberale Lizenzpolitik den im Photosatz verbreiteten Plagiaten entgegenzutreten versuchte. Es entstand u. a. der heute weitverbreitete Krimskrams-



Donald Knuth (links) und Hermann Zapf in Stanford bei der Arbeit an TeX / Metafont 14. 2. 1980.

Font ›Zapf Dingbats‹. In der Folge etablierte sich Zapf als Spezialist für Gestaltung in den neuen Satztechnologien. Die Kieler Satzmaschinenfirma Hell beauftragte ihn 1974 mit einigen der ersten Schriften für die Digitalsatzmaschine Digiset. Als der Informatik-Pionier Donald Knuth Ende der 1970er-Jahre in Stanford mit der Entwicklung des Layout-Programms TeX begann, zog er als Berater Zapf hinzu. In den 1980er-Jahren gründete Zapf mit den amerikanischen Gestaltern Aaron Burns und Herb Lubalin eine Softwarefirma, die Amateuren die Erstellung von Drucksachen am Computer in professioneller Qualität ermöglichen sollte. Dafür sollte der Text strukturell ausgezeichnet und dann mithilfe von Layoutvorlagen automatisch formatiert werden. Diese Trennung von Struktur und Layout war innovativ, die Umsetzung aber noch schwierig. Sogar IBM lehnte mit der Begründung ab, dass die Rechenkapazitäten nicht ausreichen würden.

Ab 1990 wendete sich Zapf vor allem der Sicherung seines typographischen Erbes zu und überarbeitete seine erfolgreicherer Schriften mehrmals, um sie an die modernen Font-Standards ›PostScript‹ und ›OpenType‹ anzupassen. In diese Zeit fällt sein letzter großer Erfolg als Schriftgestalter:

die ›Zapfino‹, eine kalligraphische Schrift, die mehrere Parallelalphabete automatisch so kombiniert, dass ein Schriftbild entsteht, das das Aufeinandertreffen identischer Formen vermeidet und so den optischen Eindruck einer Handschrift imitiert. Durch die Aufnahme in den Lieferumfang des Apple-Betriebssystems ›Mac OSX‹ wurde die Schrift binnen kurzer Zeit eine der verbreitetsten kalligraphischen Druckschriften überhaupt.

Fazit

Im Vergleich mit anderen Gestaltern des 20. Jahrhunderts ist Zapfs Vita ein Sonderfall. Er kam aus keiner Gestalterschule und hatte keinen berühmten Lehrer. Er setzte keine der üblichen Profilierungsmittel ein, wie etwa den Aufbau einer eigenen Schule, die Gründung einer Stilrichtung oder die Veröffentlichung eines Lehrbuchs. Dennoch konnte Zapf sich über Jahrzehnte als einer der angesehensten Vertreter seines Fachs positionieren. Das ist neben seinem großen und intensiv gepflegten Beziehungsnetzwerk vor allem darauf zurückzuführen, dass es ihm seine Ausbildung als Retuscheur ermöglichte, seine kalligraphischen Fähigkeiten auf neue Satztechnologien zu übertragen. Dazu kommt ein intensives strategisches Selbstmarketing, in dem sich Zapf als fortschrittsfreundlich positionierte und seinen Namen, der Bestandteil vieler seiner Schriftnamen ist, als Marke stilisierte. Diese bewusste Selbstinszenierung, vor allem aber die Tatsache, dass er über 100 Schriften – darunter mehrere Klassiker – für fünf unterschiedliche Satztechnologien entworfen hat, hat zum Erfolg des heute in Darmstadt lebenden Zapf beigetragen.

Dieser Text fasst die Ergebnisse der Promotionsschrift »Das typographische Werk Hermann Zapfs« zusammen, die der Autor 2014 an der Erlanger Buchwissenschaft verteidigt hat (Betreuerin: Prof. Dr. Ursula Rautenberg).

Volker Titel

Deutsch-französische Perspektiven. Der neue Bachelor-Studiengang »Literatur und Buch«

»... das ist eine malerische, historische Stadt, mit einer Kathedrale, vielen kleinen Geschäften und Kneipen ... durchaus auch für das studentische extrauniversitäre Leben eine ganz schöne Umgebung.« – Ludwig Fesemeier, Sprachwissenschaftler und Inhaber der Professur für Romanistik, insbesondere Sprachwissenschaft, an der FAU Erlangen-Nürnberg, kommt ins Schwärmen, wenn er von Clermont-Ferrand spricht, jener in der zentralfranzösischen Auvergne gelegenen 140.000-Einwohner-Stadt, die traditionellen Charme mit moderner Lebensart zu verbinden versteht. Blaise Pascal wurde hier geboren, der streitbare Mathematiker, Physiker und vor allem Philosoph des 17. Jahrhunderts. Nach ihm ist eine Universität in Clermont-Ferrand benannt, mit der nun ein binationaler Studiengang auf den Weg gebracht wurde. Kaum zehn Minuten sind die Hauptgebäude der Universität vom Stadtzentrum entfernt, das sich um die aus dem Lavagestein von Volvic erbaute Kathedrale Notre-Dame-de-l'Assomption erstreckt.

Auf Seiten der FAU beteiligen sich an dem Joint Degree neben der Romanistik das Sprachenzentrum, die Professur für Neuere Deutsche Literaturwissenschaft, der Lehrstuhl für Neuere Deutsche Literaturgeschichte, die Professur für Ältere Deutsche Literatur sowie, mit dem größten Modulanteil, der Lehrstuhl für Buchwissenschaft; an der Université Blaise-Pascal werden die Lehrveranstaltungen von der Frankoromanistischen und Germanistischen Kultur- und Literaturwissenschaft sowie der dortigen Buchwissenschaft (»Métiers du livre«) angeboten, ergänzt um Seminare zur französischen Sprachpraxis.

Der Studienverlaufsplan sieht für die Studierenden aus Deutschland während der ersten beiden Semester Lehrveranstaltungen in Erlangen vor. Einführungsmodule der Fächer Neuere Deutsche Literatur, Buchwissenschaft, Deutsche und Französische Literaturwissenschaft sowie ein buchwissenschaftliches Modul zur Lese(r)forschung werden begleitet von Übungen zur französischen Sprachpraxis. Es folgt ein Studienjahr in Clermont-Ferrand, in dem neben Vorlesungen, Seminaren und Übungen zur Sprachpraxis und Literaturwissenschaft zwei speziell buchwissen-

schaftliche Module zu absolvieren sind: In »Connaissance du champ professionnel; gestion et enjeux contemporains« und »Edition: présentation générale du secteur«, werden berufsfeldbezogene Kenntnisse in den Bereichen Verlag und Buchhandel vermittelt. Auch der interdisziplinär ausgerichtete Studienschwerpunkt »Culture« bietet buchwissenschaftliche Relevanz mit berufspraktischer, linguistischer und betriebswirtschaftlicher Ausrichtung: »Les métiers du livre en France et en Allemagne«, »Analyse de la langue de médias«, »Economie et gestion«. Das abschließende dritte Studienjahr findet wieder in Erlangen statt, Vertiefungsmodule in Französischer und Deutscher Literaturwissenschaft, die buchwissenschaftlichen Schwerpunkte »E-Publishing/E-Commerce« und »Typographie« sowie die abschließende Bachelorarbeit stehen dabei auf dem Programm. Dieses Programm des dritten Studienjahres absolvieren sie gemeinsam mit den französischen Studierenden. Studienbegleitend ist ein mindestens vierwöchiges Praktikum in einem Unternehmen der Buchwirtschaft vorgesehen, das in Frankreich oder Deutschland absolviert werden kann.

Bildungspolitisch entspricht der neue Studiengang dem Ziel der Internationalisierung universitärer Lehre und Forschung. Für die Studierenden bietet er eine Verknüpfung wissenschaftlicher und berufsorientierter Perspektiven frankoromanistischer und germanistischer Kultur- und Literaturwissenschaft sowie der Buchwissenschaft mit der Vermittlung überdurchschnittlicher Sprachkompetenzen insbesondere im fachsprachlich-buchwissenschaftlichen Bereich. Die im Bachelor-Studiengang *Literatur und Buch* immatrikulierten Studierenden erwerben sowohl für eine weiterführende akademische Laufbahn als auch für die Berufsorientierung auf eine Tätigkeit im international agierenden Buchmarkt sehr gute Voraussetzungen. Die Absolventinnen und Absolventen erhalten neben ihrem Bachelor-Zeugnis eine Bestätigung der Deutsch-Französischen Hochschule (DFH), die den geplanten Studiengang finanziell fördern wird. Aus der Sicht von transnational ausgerichteten Unternehmen ist dieser Nachweis seit vielen Jahren eine zusätzliche Bestätigung der Qualität potenzieller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Der Studiengang startet zum Wintersemester 2015/16. Die Attraktivität des Standorts Erlangen für buchwissenschaftliche Lehre und Forschung, die sich schon bislang auch aus internationalen und interdisziplinären Kooperationen ergibt, erfährt durch die inneruniversitäre Zusammenarbeit

mit der Romanistik und der Literaturwissenschaft eine erneute Bereicherung. Umso mehr, als diese Zusammenarbeit mit der Kompetenz der Wissenschaftsstadt Clermont-Ferrand verbunden werden kann. Neben der dortigen Université Blaise-Pascal gibt es mit der Université d'Auvergne eine weitere Universität, darüber hinaus mit der Ecole Supérieure de Commerce eine private Wirtschaftsuniversität, eine Technische Hochschule (Institut Français de Mécanique Avancé) und eine Kunsthochschule (Ecole Supérieure d'Art de Clermont Métropole). Professor Dr. Fesenmeier, Koordinator für den neuen Studiengang in Erlangen, ist davon überzeugt, dass die Chance, in Clermont-Ferrand »die französischen Forschungstraditionen und den französischen Wissenschaftskontext unmittelbar zu erleben, eine bleibend wichtige Erfahrung« sein kann.

Jahresbericht
der Buchwissenschaft an der
Friedrich-Alexander-Universität
Erlangen-Nürnberg

2014

Die Erlanger Buchwissenschaft

Personelle Mitteilungen

Im Jahr 2014 waren bei der Erlanger Buchwissenschaft tätig:

Professoren

- Prof. Dr. Daniel Bellingradt (Juniorprofessur für Buchwissenschaft, insb. Historische Kommunikationsforschung, seit September 2014)
- Prof. Dr. Svenja Hagenhoff (Professur für Buchwissenschaft, insb. E-Publishing und Digitale Märkte)
- Prof. Dr. Peter Lutz (Honorarprofessur für Buchwissenschaft, insb. Urheber- und Verlagsrecht)
- Prof. Dr. Ursula Rautenberg (Lehrstuhl für Buchwissenschaft)

Akademische Räte

- AR Dr. Axel Kuhn (Habilitation)
- AR Dr. Sandra Rühr
- AOR Dr. Volker Titel

Wissenschaftliche Mitarbeiter

- Dipl.-Kfm. Jörn Fahsel
- Dr. Günther Fetzer
- Simon Hiller M. A. (ab September 2014)
- Marina Mahling M. A.
- Simone Pfahler M. Sc.
- Anna-Maria Seemann M. A. (bis Februar 2014)
- Nikolaus Weichselbaumer M. A. (bis September 2014)

Sekretariat

- Ute Müller
- Magdalena Murach

Externe Doktoranden

- Christoph Jensen M. A.
- Daniela Preiß M. A.
- Songnan Yu M. A. (China Scholarship Council)

Personelle Veränderungen

Anna-Maria Seemann ist zum 1. März 2014 in die naturwissenschaftliche Fakultät gewechselt und koordiniert dort das ARIADNE-Mentoring-Programm. Sie arbeitet weiterhin als externe Doktorandin an ihrer Promotion.

Nikolaus Weichselbaumer hat das Promotionsverfahren erfolgreich abgelegt und ist seit 1. Oktober 2014 Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Buchwissenschaft an der Universität Mainz.

Dr. Daniel Bellingradt hat zum 1. September 2014 den Ruf auf die Juniorprofessur für Buchwissenschaft angenommen. Nach Studium in Berlin und Dublin (Geschichtswissenschaft, Anglistik, Publizistik- und Kommunikationswissenschaft) und Promotion über *Flugpublizistik und Öffentlichkeit um 1700. Dynamiken, Akteure und Strukturen im urbanen Raum des Alten Reiches* an der Freien Universität Berlin (2011) arbeitete Bellingradt als Post-Doc mit einem von der Deutschen Forschungsgemeinschaft geförderten Projekt an der Universität Erfurt (im Lehr- und Forschungsbereich »Geschichte und Kulturen der Räume in der Neuzeit«). Ein Schwerpunkt von Bellingradts Forschungen liegt auf kommunikationshistorischen Zugängen zur Epoche »Frühe Neuzeit« (ca. 1450 bis 1800). Sein aktuelles Projekt beschäftigt sich mit frühneuzeitlichen Netzwerken des Buchhandels in Hamburg, London und Amsterdam und kombiniert netzwerktheoretische, marktsoziologische, wirtschaftshistorische und raumanalytische Ansätze.

Funktionen in der akademischen Selbstverwaltung

Prof. Dr. Svenja Hagenhoff

- Sprecherin der Kollegialen Leitung des Departments für Medienwissenschaften und Kunstgeschichte
- Mitglied des Vorstands des Interdisziplinären Zentrums für Digitale Geistes- und Sozialwissenschaften (IZ Digital)

Dr. Axel Kuhn

- ERASMUS-Beauftragter des Lehrstuhls für Buchwissenschaft
- Koordinator für internationale Kontakte
- Mittelbauvertreter in der Kollegialen Leitung des Departments Medienwissenschaften und Kunstgeschichte

Prof. Dr. Ursula Rautenberg

Mitglied im Bibliotheksausschuss der FAU

Mitglied des Vergabeausschusses der Dr. German Schweiger-Stiftung, FAU

Dr. Sandra Rühr

Mittelbauvertreterin in der Studienbeitragskommission

Bibliotheksbeauftragte

Dr. Volker Titel

Studiengangskoordinator Bachelor und Master des Lehrstuhls für Buchwissenschaft an der FAU Erlangen-Nürnberg

Fachmarketing

Der Master im Fokus

Ein Schwerpunkt lag auf der Gewinnung von Studierenden für die Einschreibung unseres 2013 reformierten Masterstudiengangs. Im Zentrum standen Marketingmaßnahmen wie die Bewerbung mit Präsentationspaketen und Aktivitäten in den Social Media. Für den Start im Oktober 2014 haben sich 23 Studierende eingeschrieben, die nach einem persönlichen Auswahlgespräch in Erlangen angenommen worden waren oder einen Bachelor Buchwissenschaft mit guter Note absolviert hatten. Beworben hatten sich 56 Studierende.

13.–16. März 2014, Buchmesse Leipzig, Gemeinschaftsstand

»Studium rund ums Buch«

Im März 2014 nahmen Teilnehmerinnen der Übung *Eventmanagement* an der Leipziger Buchmesse teil. In Zusammenarbeit mit den Kommilitonen aus Leipzig, Stuttgart, Mainz und München setzten sie das erarbeitete Konzept am Gemeinschaftsstand um. Studiengangspräsentationen weckten das Interesse von Fachbesuchern und Studieninteressenten. Ein besonderer Schwerpunkt lag auf der Vorstellung des neuen Masters mit den beiden Profilierungsschwerpunkten »Medienkommunikation Buch« und »Medienwirtschaft Print & Digital«. Das zur festen Institution gewordene Alumni-Treffen trug wieder zum Erfahrungsaustausch zwischen Absolventen der Erlanger Buchwissenschaft und den jetzigen Studierenden bei.

8.–12. Oktober 2014, Buchmesse Frankfurt, Gemeinschaftsstand

»Studium rund ums Buch«

Die Erlanger Buchwissenschaft präsentierte auf der Buchmesse in Frankfurt unter der Leitung von Simone Pfahler den Studiengang und weckte mit einem Messe-Quiz das Interesse der Besucher. Außerdem stellten die Projektgruppen des Masterstudiengangs ihre Studienprojekte vor. Studenten des Schwerpunkts »Medienkommunikation Buch« präsentierten ihre Ergebnisse zum Thema *Lizenzhandel zwischen Deutschland und China: Strategien und Mechanismen der Titelauswahl im Verlagsbuchhandel* (siehe auch S. 61–65). Anschließend stellten Studierende des Profilierungsschwerpunkts »Medienwirtschaft Print & Digital« gemeinsam mit Jörn Fahsel den aktuellen Stand ihrer Projektarbeit vor. Unter dem Titel *Standardisierte Individualentwicklung. Vom Jahresbericht der Buchwissenschaft Erlangen zum Crossmedialen Workflow* wurde zunächst der theoretische Rahmen einer *Standardisierten Individual(leistungs)entwicklung* erläutert. Der Übertrag auf die Publishing Industry, *Vom Jahresbericht der Buchwissenschaft Erlangen zum Crossmedialen Workflow*, war Inhalt des zweiten Teils der Präsentation. Den Abschluss bildete die Vorstellung der gefundenen Standardsoftware zur nutzerfreundlichen Erstellung und automatisierten Ausgabe der Inhalte in verschiedene Formate der Firma appsoft Technologies GmbH.

Neuer Webauftritt der Erlanger Buchwissenschaft

<http://www.buchwiss.uni-erlangen.de>

Die Erlanger Buchwissenschaft hat seit Juli 2014 einen neuen Webauftritt. Er basiert auf einem Content-Management-System, in dem Inhalt, Struktur und Layout streng voneinander getrennt sind. Das Ziel, Daten an einer Stelle wohlstrukturiert zu pflegen, ist damit ein großes Stück näher gekommen; das responsive Design erlaubt es, die Inhalte nun endlich auch mit den heute üblichen mobilen Endgeräten gut rezipieren zu können. Neben Informationen zum Personal der Erlanger Buchwissenschaft, zum Studium und zur Forschung stehen in der Rubrik »Publikationen« Werke aus den lehrstuhleigenen Reihen *Alles Buch* und *Erlanger Beiträge* direkt zum Download zur Verfügung. Alle Publikationen der Erlanger Buchwissenschaft können über eine Sucheingabemaske nach den Kriterien »Autor/Herausgeber« und »Art der Publikation« sowie nach Jahr bzw.

BUCH WISSENSCHAFT ERLANGEN	Lehrstuhl	Studium	Forschung	Publikationen	English
Team Ehemalige Bibliothek Sekretariat Kooperationen Lage und Anfahrt Freundeskreis	Bachelor Master Promotion Ansprechpartner Abschlussarbeiten Kommunikation Ausland	Tagungen Projekte Promotionen Habilitationen	Alles Buch AGB Erlanger Beiträge jahresberichte	The Chair Research Study	

Großer Zuspruch für die Erlanger Zukunftskonferenz
 Mit über 120 Teilnehmern war die vierte Folge der Erlanger Zukunftskonferenz *innovation|publishing* ein voller Erfolg. Die Tagung, die von der Erlanger Buchwissenschaft veranstaltet wurde, stand unter dem Titel »Wanted: Alter 22, promoviert, 5 Jahre Berufserfahrung«. Gekommen waren nicht nur Studierende aus Erlangen, sondern auch aus Leipzig, Stuttgart, Göttingen und München sowie Gäste aus Verlagen, Buchhandel, Schulen und der interessierten Öffentlichkeit.
 In seinem Eröffnungsvortrag...
[Weiterlesen](#)
 19.11.2014

Tagungsbericht »Buchhistorische Forschung und Digital Humanities« (Wolfenbüttel, September 2014)
 Auf H-Soz-u-Kult ist ein ausführlicher Tagungsbericht zur Konferenz erschienen, die Oliver Duntze und Ursula Rautenberg in Zusammenarbeit mit dem »Wolfenbütteler Arbeitskreis für

Neuer Webauftritt der Buchwissenschaft Erlangen.

Monat der Publikation und Schlagwortsuche nach Wunsch zusammengestellt werden. Die Website präsentiert das Fach gestalterisch übersichtlich und lesefreundlich in dezentem Grau mit roten Überschriften. Nicht mehr als ein oder zwei Klicks sind nötig, um an alle Informationen zu gelangen. Barrierefreiheit ist selbstverständlich.

Forschung

Publikationen

Buchhistorische Forschung

- Bellingradt, Daniel: Trading paper in early modern Europe. On distribution logistics, traders, and trade volumes between Amsterdam and Hamburg in the mid-late-eighteenth century. In: *Jaarboek voor Nederlandse Boekgeschiedenis* 21 (2014), S. 117–131.
- Bellingradt, Daniel: Wenig Papier, viel Aufwand. Öffentliche Buchverbrennungen der Frühen Neuzeit als materielles Problem. In: *Jahrbuch für Kommunikationsgeschichte* 16 (2014), S. 28–48.
- Rautenberg, Ursula: Editoria e ricerca in Germania. Sviluppo e interdipendenze di una relazione complessa. Traduzione di Alessandro Italia. C.R.E.L.E.B. Università Cattolica, Milano/Edizioni CUSL. Milano 2014. URL: http://centridiricerca.unicatt.it/creleb_Rautenberg.pdf.
- Titel, Volker: Bürgersinn und jüdische Lebenswelt: Ullsteins Fürther Wurzeln. In: Oels, David/Schneider, Ute (Hrsg.): »Der ganze Verlag ist eine Bonbonniere«. Ullstein in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts. Berlin 2014, S. 365–387.

Literaturvermittlung / Hörbuch

- Rühr, Sandra: »Man muß lesen, nicht hören, was geschrieben steht.« Dispositive der Lesungen von Karl Kraus zu Beginn des 20. Jahrhunderts. In: *Archiv für Geschichte des Buchwesens* 69 (2014), S. 135–151.
- Rühr, Sandra: Hörbücher. Das Ende der Gutenberg-Galaxis. In: Paul, Gerhard/Schock, Ralph (Hrsg.): *Sound des Jahrhunderts. Geräusche, Töne, Stimmen – 1889 bis heute*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung 2013, S. 554–557.

Medienwirtschaft und anwendungsorientierte Technologien

- Hagenhoff, Svenja: Content-Management-Systeme in Fachverlagen: Ergebnisse einer empirischen Erhebung (Erlanger Beiträge zur Medienwirtschaft 1). Erlangen 2014. 75 S. URL: <http://opus4.kobv.de/opus4-fau/frontdoor/index/index/docId/4195>
- Schumann, Matthias/Hess, Thomas/Hagenhoff, Svenja: *Grundfragen der Medienwirtschaft*. 5. Auflage. Berlin 2014. 211 S.

Verlage und Verlagsgeschichtsschreibung

Fetzer, Günther: Zwischen Firmenschrift und Wissenschaft – ein Überblick über neuere Verlagsgeschichten III. In: *Archiv für Geschichte des Buchwesens* 69 (2014), S. 263–271.

Recht

Lutz, Peter: Designed by ... Das Recht der Geschmacksmuster. In: *DA-TEV-Magazin* 21 (2014) H. 10, S. 24–26.

Lutz, Peter: Fragen Sie Professor Lutz! Folge 2: Wie viel Realität ist erlaubt, wie viel Fiktionalität ist erforderlich? In: *Federwelt. Zeitschrift für Autorinnen und Autoren* (2014) Nr. 104, S. 44f.; Folge 3: Was muss auf eine Autoren-Website, was darf drauf und was nicht? Ebd. Nr. 105, S. 36; Folge 4: Zitatrecht: Darf ich Bekanntschaftsanzeigen für meinen Roman verwenden? Ebd. Nr. 106, S. 41; Folge 5: Collagen und das Urheberrecht. Ebd. Nr. 109, S. 59f.

Lutz, Peter: Zum Urheberrecht in Kartografie und Geoinformation In: *Kartographische Nachrichten* 64 (2014) H. 4, S. 219–225.

Rezensionen und Forschungsberichte

Bellingradt, Daniel: Rezension zu Arndt, Johannes: Herrschaftskontrolle durch Öffentlichkeit. Die publizistische Darstellung politischer Konflikte im Heiligen Römischen Reich 1648–1750 (Veröffentlichung des Instituts für Europäische Geschichte Mainz 224). Göttingen 2013. In: *Wolfenbütteler Notizen zur Buchgeschichte* 38 (2013) H. 1/2, S. 123–129 [erschienen 2014].

Bellingradt, Daniel: Rezension zu Harms, Roeland / Raymond, Joad / Salman, Jeroen (Hrsg.): Not dead things. The dissemination of popular print in England and Wales, Italy, and the low countries, 1500–1820. Leiden / Boston 2013. In: *Historische Zeitschrift* 299 (2014) H. 2, S. 481f.

Bellingradt, Daniel: Rezension zu Oetzel, Lena: ›Gespräche‹ über Herrschaft. Herrscherkritik bei Elisabeth I. von England (1558–1603) (*Historische Studien* 505). Husum 2014. In: *Jahrbuch für Kommunikationsgeschichte* 16 (2014), S. 191f..

Bellingradt, Daniel: Rezension zu Paas, John Roger: The German political broadsheet 1600–1700, Band 11: 1683–1685. Wiesbaden 2012. In: *Historische Zeitschrift* 298 (2014) H. 1, S. 209f.

Bellingradt, Daniel: Rezension zu Rial Costas, Benito (Hrsg.): Print culture and peripheries in early modern Europe. A contribution to the history of printing and the book trade in small European and Spanish cities (*Library of the Written Word* 24 / *The Handpress World* 18). Leiden / Boston 2013. In: *Zeitschrift für Historische Forschung* 41 (2014) H. 1, S. 144–145.

Bellingradt, Daniel: Rezension zu Rospoche, Massimo (Hrsg.): Beyond the public sphere. Opinions, publics, spaces in early modern Europe. (*Annali dell'Istituto storico italo-germanico in Trento / Jahrbuch des italienisch-deutschen historischen Instituts in Trient, Contributi / Beiträge* 27) Bologna / Berlin, il Mulino / Duncker & Humblot 2012. In: *Historische Zeitschrift* 298 (2014) H. 2, S. 487f.

Bellingradt, Daniel: Forschungsbericht: Periodische Presse im deutschen Sprachraum der Frühen Neuzeit. In: *Archiv für Geschichte des Buchwesens* 69 (2014), S. 235–248.

Rautenberg, Ursula: Ein Meilenstein der Inkunabelforschung. Der Katalog des niederländischen Inkunabelholzschnitts von Ina Kok. In: *Archiv für Geschichte des Buchwesens* 69 (2014), S. 249–251.

Titel, Volker: Schwarz-Rot-Gold: 250 Jahre Verlag C. H. Beck. Rezension zu Rebenich, Stefan: C.H. Beck 1763–2013. Der kulturwissenschaftliche Verlag und seine Geschichte. München 2013 und Wesel, Uwe: 250 Jahre rechtswissenschaftlicher Verlag C.H. Beck 1763–2013. München 2013. In: *Aus dem Antiquariat* (2014) H. 3–4, S. 176–179.

Zeitschriften

Rautenberg, Ursula / Schneider, Ute (Hrsg.): *Archiv für Geschichte des Buchwesens* (AGB). Bd. 69 (2014). 281 S.

Der Band enthält folgende Aufsätze:

Randall Herz: From manuscript copy to the printed book: Hans Tucher's Palestine account of 1482. A case study of the use of ›printer's copy‹ in two early southern German printing houses, S. 1–19.

Gisela Möncke: Hans Schobers Münchner Drucke 1500–1530. Eine bibliographische Nachlese, S. 21–45.

Wolfgang Schellmann: Ein Fehldruck als Beleg für die Technik des Bilddrucks vom Klischee im frühen 17. Jahrhundert, S. 47–57.

Carlos Spoerhase: Empfindsame Lyrik im Medium des modernen Manu-

- skriptbuchs. Das Silberne Buch von Caroline Flachsland und Johann Gottfried Herder, S. 59–75.
- Stefan Knödler: Die Desiderienbücher der Jahre 1832–1841 aus der Bibliothek der Tübinger Museumsgesellschaft. Mit einer kommentierten Edition sämtlicher Einträge von Hermann Kurz, Berthold Auerbach, Friedrich Theodor Vischer und Georg Herwegh, S. 77–113.
- Anika Wolfram: Die Festkultur des B. G. Teubner Verlags bis zum Beginn des 20. Jahrhunderts, S. 115–134.
- Sandra Rühr: »Man muß lesen, nicht hören, was geschrieben steht.« Dispositive der Lesungen von Karl Kraus zu Beginn des 20. Jahrhunderts, S. 135–151.
- David Oels: Die Monatsberichte Max Wießners an den Zentralpartei-Verlag NSDAP Franz Eher Nachf. über wichtige Geschäftsvorfälle im Deutschen Verlag 1940–1945. Teil I: 1940–1941, S. 153–234.

Anmerkung:

Ursula Rautenberg (Herausgeberin seit Band 58, 2005) und Ute Schneider (Universität Mainz; Band 67, 2012) werden das *AGB* in Zukunft nicht mehr betreuen. Die Herausgeberinnen haben die Herausgeberschaft für das *AGB* niedergelegt, das von der »Historischen Kommission des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels« getragen wird. Grund hierfür sind Meinungsverschiedenheiten zwischen den Vorsitzenden der Kommission und den Herausgeberinnen über die Funktion von Rezensionen in der wissenschaftlichen Diskussion und die Herausgeberrolle im Zusammenhang mit der Publikation von Rezensionen und Forschungsberichten in einer wissenschaftlichen Fachzeitschrift. Das für die Zusammenarbeit nötige vertrauensvolle Verhältnis sahen die Herausgeberinnen nicht mehr gegeben.

Weitere Publikationen

- Alles Buch. Studien der Erlanger Buchwissenschaft. Hrsg. von Ursula Rautenberg und Axel Kuhn.
- Band XLIX*
- Werner, Vanessa: Das Leseverhalten von Senioren. 2014. 90 S.
- Band L*
- Stumpf, Jacqueline: Rezeption und Wirkung von sequenzieller Kunst. Empirische Studie zum Comiclesen. 2014. 105 S.

- Band LI*
- Hillebrecht, Steffen: Der Buchmarkt in Slowenien. 2014. 24 S.
- Band LIII*
- Rühr, Sandra (Hrsg.): Geschichten am Lagerfeuer. Ereignischarakter und Dispositive von Literaturveranstaltungen im digitalen Zeitalter. 2014. 37 S.
- Alle Bände open access unter www.buchwiss.uni-erlangen.de.*
- Erlanger Beiträge zur Medienwirtschaft. Hrsg. von Svenja Hagenhoff.
- Band 1*
- Hagenhoff, Svenja: Content-Management-Systeme in Fachverlagen. Ergebnisse einer empirischen Erhebung. 2014. 64 S.
- Band 2*
- Geis, Veronika: Gebrauchstauglichkeit digitaler Lesemedien. 2014. 134 S.
- Band 3*
- Haußer, Felix: XML-basierte Anreicherung von Texten. Potentiale für Verlage. 2014. 109 S.
- Band 4*
- Hagenhoff, Svenja: Digitale Schriftmedien – Eine Melange aus Informationsgut und Software. 2014. 24 S.

Alle Bände open access unter www.buchwiss.uni-erlangen.de.

- Rautenberg, Ursula (Hrsg.): Jahresbericht der Erlanger Buchwissenschaft 2013. Erlangen 2014. 96 S.
(auch online unter www.buchwiss.uni-erlangen.de)

Vorschau auf 2015

- Fetzer, Günther: Berufsziel Lektorat. Tätigkeiten, Basiswissen, Wege in den Beruf (UTB 4220). Tübingen 2015. 224 S.
- Hagenhoff, Svenja: Content-, Redaktions- & Vertriebsmanagement. In: Krone, Jan/Pellegrini, Tassilo (Hrsg.): Handbuch Medienökonomie. Berlin 2015.
- Hagenhoff, Svenja: Mediengattung Buch. In: Krone, Jan/Pellegrini, Tassilo (Hrsg.): Handbuch Medienökonomie. Berlin 2015.

Rautenberg, Ursula (Hrsg.): Reclams Sachlexikon des Buches. Stuttgart 2015.
Rautenberg, Ursula/Schneider, Ute (Hrsg.): Lesen. Ein Handbuch. Berlin/Boston 2015.

Künast, Hans-Jörg/Ursula Rautenberg in Verbindung mit Martin Behr und Mechthild Habermann: Text, Bild, Buch und die Leser. Die »Melusine« des Thüring von Ringoltingen in der frühneuzeitlichen Drucküberlieferung. Berlin/Boston 2015.

Rautenberg, Ursula: New Books for a new reading public: Frankfurt »Melusine« editions from the press of Gülfferich, Han and heirs. In: Specialist Markets in the Early Modern Book World. Edited by Richard Kirwan and Sophie Mullins. Leiden/Boston 2015.

Vorträge

Daniel Bellingradt

folgte einer Einladung zur Tagung *Vom (Be-)Nutzen der Bücher. Praktiken des Buchgebrauchs in der Frühen Neuzeit* an der Universität Düsseldorf und hielt am 15. November einen Sektionskommentar. In der Sektion *Konsum, Gebrauch, Aneignung* ging es anhand ausgewählter Fallbeispiele um Nutzungspraktiken, Buchbesitz und Buchgebrauch im 16., 17. und frühen 18. Jahrhundert.

Jörn Fabsel

nahm am 15. Mai 2014 mit seinem Promotionsvorhaben am *2nd European BPM Round Table* teil. Die internationale Konferenz fand an der Universität Liechtenstein in Vaduz statt und wurde von Prof. Dr. Jan vom Brocke, Dr. Theresa Schmiedel und Nadine Reuter organisiert. Das Thema war *Business Process Management. Driving Innovation in a Digital World*. Mit der Einreichung eines Kurzbeitrags zum Promotionsvorhaben im Umfeld der *Standardisierung und Individualisierung in der Publishing Industry* wurde ein Stipendium in Höhe von 500 Euro gewonnen.

Günther Fetzer

hielt am 16. und 17. Mai 2014 im Rahmen der von der Hanns-Seidel-Stiftung veranstalteten Tagung *Digitale Bücher – digitales Publizieren* in Wildbad Kreuth die beiden Vorträge *Von der Bibel bis zum Massenphänomen Buch* und *Buch, Buchhandel und Verlag in Zeiten der Digitalisierung*. Der erste Vortrag bot einen historischen Überblick, der zweite eine Übersicht über die derzeitige Situation der Buchbranche.

Axel Kubn und Svenja Hagenhoff

referierten am 14. November 2014 auf der Jahrestagung der Fachgruppe Medienökonomie der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft *Schnittstellen der Medienökonomie. Interaktion mit Medienpolitik, Medienrezeption und Medientechnologie* an der Hochschule Mainz das Thema *Klickst Du noch oder liest Du schon? Technische Benutzungsschnittstellen als Chance und Risiko digitaler Buch-, Zeitschriften- und Zeitungsangebote*. Sie thematisierten grundlegende Ideen zur Bedeutung des softwarebasierten Textzugangs für den Leser und das Lesen, für die Gestaltung digitaler Lesemedien und die ökonomische Umsetzung in Produkte.

Simone Pfabler

nahm an der *emma Doctoral Summer School 2014* (11.–15. August 2014) der European Media Management Association teil (emma), die in diesem Jahr an der Jönköping International Business School in Schweden stattfand. Dort stellte sie ihr Forschungsvorhaben zum Thema *Knowledge-enabled CRM. An integrative reference model for specialist publishing houses* vor.

Ursula Rautenberg

sprach am 24. Juni 2014 an der Volkshochschule Erlangen über *Buchkulturen im Wandel*. Erlangen, 24.06.2014.

Am 16./17. September 2014 nahm sie am Arbeitsgespräch *The Changing Face of Early Printed Literature* teil und referierte über *The incunable title page in the Netherlands*. Zu dem Arbeitsgespräch waren 14 Experten aus Belgien, Deutschland, Italien, den Niederlanden, England, Spanien und der Schweiz an die Universität Antwerpen eingeladen, um zwei Tage lang erste Ergebnisse eines neuen Forschungsprojekts der Universitäten Amsterdam und Utrecht zu diskutieren. Thema des Projekts sind 35 Ausgaben mittelalterlicher niederländischer Erzählliteratur im Druck zwischen 1477 und ca. 1540. Diskutiert wurden besonders die Zusammenstellung des Untersuchungskorpus, Quellen, Titelblatt, Illustrationen und Format. Ziel des Gesprächs war, die bisherigen Ergebnisse in den Kontext der Überlieferung in anderen Sprachen und Literaturen zu stellen.

Ursula Rautenberg referierte am 13. Oktober 2014 in Straßburg über *Straßburger Buchhändler und Straßburger Buchhandel von Johann Mentelin bis ins 16. Jahrhundert* im Rahmen der Tagung *Strasbourg, Le livre et les bibliothèques*. Die von der Universität Straßburg und der National-

bibliothek Straßburg veranstaltete Tagung widmete sich der Straßburger Buch- und Bibliotheksgeschichte vom 15. Jahrhundert bis zur Gegenwart.

Neu begonnene und weitergeführte Dissertationen

Songnan Yu: Vermittlungsinstanzen und Fördermöglichkeiten für deutsche Literatur in China (1990–2013)

Betreuerin: Prof. Dr. Ursula Rautenberg

Seit den 1990er Jahren ist die literarische Rezeptionsgeschichte bzw. die Rezeptionsforschung ein national und international häufig behandeltes Thema, das auch aus der Perspektive der Buchwissenschaft untersucht werden kann.

Die Dissertation beschäftigt sich mit den Vermittlungsinstanzen und Förderungsmöglichkeiten deutscher Literatur in China seit den 1990er Jahren. Diese ist auf dem chinesischen Buchmarkt unterpräsentiert. Im Vergleich mit philosophischen und historischen Werken machen literarische Titel nur einen kleinen Teil aus, von denen ein vergleichsweise hoher Anteil auf klassische Literatur und Märchen entfällt. Der Grund könnte darin liegen, dass die chinesischen Verlage keinen Zugang zu aktuellen Informationen über deutsche Gegenwartsliteratur haben und die Klassiker als erfolgsversprechend eingestuft werden, weil sie in China schon ein breites Publikum erreicht haben. Beispielweise werden *Grimms Märchen* jährlich von verschiedenen Verlagen für unterschiedliche Zielgruppen neu übersetzt und publiziert. Was in China als ›vermittlungswürdig‹ angesehen wird, wird auch durch ideologische Aspekte und durch Arbeitsschwerpunkte einzelner chinesischer Verlage bestimmt. André Lefevre hat die Theorien von Übersetzung als ›Rewriting‹ und ›Manipulation‹ entwickelt. Nach dieser Theorie wird die Literaturübersetzung in der Zielsprache von der Ideologie, Poetik und Patronage des jeweiligen Landes beeinflusst. Die Belletristik wurde als Analysegegenstand gewählt, weil sie eher als Sach- und Fachbücher sowie Kinder- und Jugendliteratur kulturbildend wirkt.

Die Arbeit hat zum Ziel, eine vollständige Bibliographie aller ins Chinesische übersetzten deutschen literarischen Titel zu erstellen, die die Vermittlungssituation in China widerspiegelt. Außerdem sollen die Vermittlungsinstanzen, wie Verlage, Übersetzer, Agenturen und Förderinstanzen dargestellt werden.

Die Recherche zu soll Ende 2014 abgeschlossen werden; der Erfassungszeitraum endet 2013, da zu diesem Zeitpunkt *China National Bibliography 2013* die aktuellste Quelle ist. Die Untersuchungsdaten beziehen sich ausschließlich auf die auf dem chinesischen Festland publizierten deutschen belletristischen Bücher, da die Kulturpolitik und das Verlagswesen in Taiwan, Hongkong und Macao sich davon grundlegend unterscheiden. Mit Hilfe der *China National Bibliography* werden Informationen wie Titel, Übersetzer, Preise und Verlage zusammengestellt. Diese werden ergänzt durch Informationen zur Themenauswahl, zur Covergestaltung und zur Auflagenhöhe der einzelnen Verlage und Kulturinstitutionen. In einem zweiten Schritt sind Interviews mit Verlagsvertretern und für die Vermittlung relevanten Kulturinstitutionen geplant.

Die folgenden Dissertationen wurden 2014 weitergeführt und abgeschlossen; vgl. auch die ausführlichen Dissertationsvorstellungen in den Jahresberichten der Erlanger Buchwissenschaft 2011 und 2012.

Betreuerin: Svenja Hagenhoff

Jörn Fahsel: Referenzmodellierung in der Publishing Industry

Simone Pfahler: Customer Relationship Management in Fachverlagen

Betreuerin: Ursula Rautenberg

Simon Hiller: Reaktionsmöglichkeiten der Unternehmen des verbreiteten Buchhandels innerhalb der digitalen Ökonomie (Abschluss 2015)

Christoph Jensen: Die Nürnberger Buchhändler- und Buchdruckerfamilie Endter (Abschluss 2015)

Marina Mahling: Lesen bei Kindern und Jugendlichen. Lesestoffbeschaffung und -nutzung unter Berücksichtigung der Lesesozialisationsinstanzen (abgeschlossen Dezember 2014)

Daniela Preiß: Tasten oder hören, körperlich oder lieber digital? Eine qualitative Analyse der Lesemotivation blinder Menschen

Anna-Maria Seemann: Geteiltes Land, geteilte Unternehmen. Entstehung und Beziehungen wissenschaftlicher Parallelverlage in Deutschland nach 1945 (Abschluss 2015)

Nikolaus Weichselbaumer: Das typographische Werk Hermann Zapfs (abgeschlossen Juli 2014)

Wissenschaftliche Tagungen

Geschichten am Lagerfeuer. Literaturveranstaltungen im digitalen Zeitalter

Günther Fetzer und Sandra Rühr haben die interdisziplinäre Tagung *Geschichten am Lagerfeuer. Literaturveranstaltungen im digitalen Zeitalter* (19. und 20. Februar 2014) ausgerichtet (siehe dazu den gesonderten Bericht S. 82f.).

Tagungsprogramm

Thomas A. H. Schöck (Universität Erlangen): Grußwort

Prof. Dr. Ursula Rautenberg: Begrüßung

Dr. Sandra Rühr (Erlangen): Einführung

Prof. Dr. Stephan Porombka (Freie Universität der Künste, Berlin): Eröffnungs-vortrag: Die nächste Literaturvermittlung

Prof. Dr. David Oels (Johannes Gutenberg-Universität, Mainz)/Katja Böhne (Frankfurter Buchmesse, Frankfurt am Main): Was zählt beim Erzählen? Über die Zukunft der Literaturvermittlung auf der Buchmesse

Dr. Sonja Vandenrath (Kulturamt, Frankfurt am Main): Fatale Förderer. Rationalitäten und Zufälle in der Ökonomie der Literaturvermittlung

Podiumsdiskussion *Kulturauftrag oder Autorenmarketing? Literaturhäuser und ihre Veranstaltungen im digitalen Zeitalter*. Teilnehmer Ewald Arenz (Autor, Fürth), Martin Bruch (Literaturbüro Freiburg), Dr. Anja Johannsen (Literarisches Zentrum, Göttingen), Dr. Rainer Moritz (Literaturhaus Hamburg). Moderation Günther Fetzer.

Ewald Arenz liest aus *Ein Lied über der Stadt*: Autorenlesung

Dr. Renate Giacomuzzi (Universität Innsbruck): Autorenlesungen im Internet

Podiumsdiskussion *In der Masse liegt die Klasse. Wie Literaturveranstaltungen im Allgemeinen und Literaturfestivals im Speziellen funktionieren*. Teilnehmer Bodo Birk (Erlanger Poetenfest), Claudia Floritz (Lesen!, Fürth), Friederike Moldenhauer (Nochtspeicher Hamburg), Gesine Neuhof (Leipzig liest). Moderation Günther Fetzer.

Dr. André Haller (Otto-Friedrich-Universität, Bamberg): Kommunikationswissenschaftliche Ansätze für das Literaturmarketing: Lesungen

und Buchvorstellungen als Instrumente zur Überwindung medialer Selektionshürden

Prof. Dr. Michel Clement (Universität Hamburg): Die Rolle des Kritikers im Literaturmarkt

Sandra Rühr (Erlangen): Schlusswort

Buchhistorische Forschung und Digital Humanities. Datenbankgestützte Bibliographien, Bücherkataloge und Quellenverzeichnisse

Ursula Rautenberg und Oliver Duntze (Berlin) haben die Jahrestagung des Arbeitskreises für Bibliotheks-, Buch- und Mediengeschichte an der Herzog August Bibliothek Wolfenbüttel (29. September–1. Oktober 2014) ausgerichtet (siehe dazu den gesonderten Bericht S. 76–81).

Tagungsprogramm

Begrüßung durch den Direktor der HAB, Prof. Dr. Helwig Schmidt-Glintzer

Prof. Dr. Ursula Rautenberg: Einführung

Sektion I: Methoden quantitativer Buchgeschichtsforschung

Prof. Dr. Andrea Rapp (Germanistische Computerphilologie, TU Darmstadt): Bibliometrie als buchhistorische Forschungsmethode

Ralf Stockmann (SBB-PK Berlin): Visualisierung bibliographischer Daten

Gregory J. Prickman (Special Collections & University Archives, University of Iowa): The atlas of early printing

Prof. Dr. Günther Görz (Künstliche Intelligenz, FAU Erlangen-Nürnberg): Semantic Annotation, Knowledge Processing, and Science Communication in a Virtual Research Environment

Sektion II: Die Vermessung großer bibliographischer Datenbestände

Dr. Jonathan Green (Faculty of Languages / German Studies, University of North Dakota): Databases, book survival, and early printing: Questions one can't answer, and questions one can't ask

Prof. Dr. István Monok (Akademie der Wissenschaften Budapest/Universität Szeged): eruditio.hu: Verbundkataloge ungarischer Bibliotheken (bis 1850) und Datenbanken der Bibliothekskataloge und Verzeichnisse (1520–1800)

Christoph Boveland (HAB Wolfenbüttel): Wer kennt wen? Hinweise zu Bekanntschaftsbeziehungen im VD 17

Dr. Dietrich Hakelberg (Forschungsverbund Marbach Weimar Wolfenbüttel): Erschließung frühneuzeitlicher Auktionskataloge und die Nutzung bibliografischer Onlinedatenbanken

Sektion III: Quantitative Methoden in Buchhandelsgeschichte und Leseforschung

Dr. Wolfgang Undorf (National Library of Sweden): Skandinavische Buchgeschichte des 15. und frühen 16. Jahrhunderts: Buchhandel und quantitative Kulturtransferforschung – eine Fallstudie

Dr. Cristina Dondi (CERL / University of London): Booksellers' archival sources for an insight on contemporary sales, prices, and use: the *Zornale* of Francesco de Madiis, Venice 1484–88

Dr. Ulrike Fuss (Katholieke Universiteit Leuven): The infrastructure of globalisation. The printing press of the Southern Netherlands and the creation of the Spanish colonial empire in Peru

Sektion IV: Jenseits der Bibliographie – Datenbanken zu buchhistorischen Realien

Dr. Hans-Jörg Künast (SB Augsburg): Die Augsburger Buchproduktion im Spiegel des VD16

Dr. Oliver Duntze (SBB-PK Berlin): Druckschriften zählen – Möglichkeiten und Grenzen einer quantitativen Typenkunde

Schlussdiskussion und Skizzierung der Ergebnisse

innovation@publishing 2014 – Wanted: Alter 22, promoviert,
5 Jahre Berufserfahrung

Günther Fetzer hat mit Studierenden die vierte Erlanger Zukunftskonferenz (14. November 2014) ausgerichtet (siehe dazu den gesonderten Bericht S.84).

Tagungsprogramm

Dr. Rüdiger Wischenbart (Content and Consulting, Wien): Die neue Unübersichtlichkeit im Buch-Business

Dr. Kirsten Steffen (Bommersheim Consulting, München): Persönlichkeit & Potenzial, Kompetenzen & Karriere: Was mach' ich daraus?

Klaus Kluge (Bastei Lübbe, Köln): Autorenmarketing in sich verändernden Märkten

Dr. Dorothea Hennessen (Elsevier, München): Programmarbeit im Fachverlag

Beate Kuckertz (dotbooks, München): Programmarbeit im Publikumsverlag

Workshop 1: Personalberatung

Workshop 2: Marketing

Workshop 3: Fachverlag

Workshop 4: Publikumsverlag

Podiumsdiskussion: Wege in den Beruf

Herausgeberschaften, Gutachtertätigkeiten und Wissenschaftliche Mitgliedschaften in Beiräten und Vorständen

Prof. Dr. Svenja Hagenhoff

Stellvertretende Sprecherin der Fachgruppe Medienökonomie der DGPK (seit 2014)

Mitherausgeberin der *Göttinger Schriften zur Internetforschung*

Editorial Board Member *International Journal of Mobile Communications*

Mitglied des Beirats des Departments Wirtschaft, Fachhochschule St. Pölten

Gutachterin der Akkreditierungsagentur ASIIN

Vorsitzende des Fachausschusses Wirtschaftsinformatik der Akkreditierungsagentur ASIIN

Gutachterin der Akkreditierungsagentur ACQUIN

Gutachterin für die DFG sowie die FFG (Österreich)

ständige Gutachterin für die Zeitschriften *Wirtschaftsinformatik*, *Business Information Systems and Engineering*, *International Journal of Mobile Communications*, *Medienwirtschaft*, *HMD-Praxis der Wirtschaftsinformatik*

ständige Gutachterin für die Konferenzen *Multikonferenz Wirtschaftsinformatik*, *Jahrestagung Wirtschaftsinformatik*

Mitglied im Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaftslehre, Wissenschaftliche Kommission Wirtschaftsinformatik (VHB WKWI)

Mitglied in der Gesellschaft für Informatik (GI)

Mitglied in der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK), Fachgruppe Medienökonomie

Mitglied in der European media management association (emma)

Mitglied in der Internationalen Buchwissenschaftlichen Gesellschaft

Prof. Dr. Peter Lutz

Vorsitzender des Fachausschusses für Urheber- und Medienrecht der Rechtsanwaltskammer München

Vorstandsmitglied des Peutingger Collegiums e.V.

Prof. Dr. Ursula Rautenberg

Vorstandsmitglied des Wolfenbütteler Arbeitskreises für Bibliotheks-, Buch- und Mediengeschichte

Mitglied der Historischen Kommission des Börsenvereins für den deutschen Buchhandel (bis 2014)

Herausgeberin der Zeitschrift *Archiv für Geschichte des Buchwesens* sowie der Reihe *Studien zum Archiv für Geschichte des Buchwesens* (bis März 2015)

Mitglied im Editorial Board folgender Zeitschriften: *Magyar könyvszemle* (*Zeitschrift für ungarische Buchgeschichte*), Budapest (seit 2014); *Livro. Revista do Núcleo de Estudos do Livro e da Edição* (*Buch. Zeitschrift für Buch- und Editions-wissenschaft*), São Paulo; *Histoire et civilisation du livre*, Paris; *Bibliotheca di Paratesto*, Rom; *Publishing Science*, School of Information Management, Universität Wuhan, VR China

Mitglied im Centro di Ricerca Europeo Libro Editoria Biblioteca (CRELEB) der Università Cattolica del Sacro Cuoro, Mailand

Gutachtertätigkeit für die DFG

Vorstandsmitglied des Wolfenbütteler Arbeitskreises für Bibliotheks-, Buch- und Mediengeschichte

Mitglied in der Society for the history of authorship, reading & publishing (SHARP)

Mitglied der DGPK Deutsche Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft

Studentische Abschlussarbeiten

Die folgende Liste stellt alle Abschlussarbeiten zusammen, die im Jahr 2014 eingereicht wurden. Der Bachelor-Studiengang sieht das Studium von zwei Hauptfächern vor, wobei die Studierenden die Wahl haben, in welchem Hauptfach sie ihre Abschlussarbeit schreiben. Wir führen nur diejenigen Bachelorarbeiten auf, die im Fach Buchwissenschaft entstanden sind.

Bachelorarbeiten 2014

Auernhammer, Anna: Struktur des Comics als Vorlage eines transmedia- len Projektes (*Axel Kubn*)

Bastier, Tanja: Homoerotische Verlage. Eine Bestandsaufnahme (*Sandra Rübr*)

Branscheid, Christiane: Soziale Strukturen der Erlanger Lesegesellschaften im späten 18. und frühen 19. Jahrhundert auf der Grundlage der Feldtheorie Pierre Bourdieus (*Axel Kubn*)

Conraths, Sofia: Die Situation des französischen und deutschen Sortimentsbuchhandels im Hinblick auf traditionelle Strukturen und Einfluss aktueller Trends (*Volker Titel*)

Dietrich, Aylin: Der Wandel vom männerdominierten zum frauendomi- nierten Beruf des Buchhändlers vom 19. Jahrhundert bis in die Gegen- wart (*Volker Titel*)

Erhardt, Anna: Einfluss der Nutzung von Book Communities auf das Leseverhalten anhand der Plattform LovelyBooks.de (*Axel Kubn*)

Ganzer, Barbara Julia: Inhabergeführte Buchhandlungen. Gut sortierte Buchsalons statt anonymer Großhändler (*Axel Kubn*)

Götschel, Corinna: Vermittlung von Lesekompetenz bei funktionalen An- alphabeten. Eine Analyse ausgewählter Selbstlernmedien (*Sandra Rübr*)

Grauf, Theresa: Der deutsche Taschenbuchmarkt seit der Wiedervereini- gung (*Günther Fetzer*)

Großmann, Sabrina: Das Buchpreisbindungsgesetz (*Günther Fetzer*)

Häckel, Sonja: Digital Rights Management Systeme. Ihre Auswirkungen auf legale und illegale Leser (*Svenja Hagenhoff*)

Hebler, Lisa-Christina: Laienkritik im Internet (*Günther Fetzer*)

Hemmeter, Katharina: Potenziale von HTML5 für die Buchbranche (*Svenja Hagenhoff*)

Holzbecher, Julia: Möglichkeiten und Grenzen von Kundenbindungs- maßnahmen im Buchhandel (*Volker Titel*)

Hopf, Birgit: Der Berliner Kulturverleger Paul Cassirer und sein symbo- lisches Kapital (*Sandra Rübr*)

Kamm, Stephanie: Die Rolle von Verlagsvertretern in der Buchbranche (*Volker Titel*)

Kind, Marianne: Die Graphic-Novel-Initiative – eine reine Marketing- kampagne? (*Sandra Rübr*)

- Köhler, Thomas: Enhanced E-Books im Kinderbuchverlag (*Volker Titel*)
- Kopp, Carolin: Brauchen Schulen E-Books? Eine Fallstudie an einer bayerischen Schule über den Nutzen digitaler Schulbücher aus Lehrersicht (*Volker Titel*)
- Körner, Katharina: Chancen und Herausforderungen beim Einsatz digitaler Medien in Bezug auf Lesen (*Volker Titel*)
- Kreuzer, Franziska: Die Auswirkungen von Textgestaltung auf die Förderung von Leseverständnis (*Volker Titel*)
- Kruse, Sandra: Aktuelle Diskussionen im Buchhandel (*Volker Titel*)
- Kühnlein, Patricia: Die Entwicklung der Warengruppe Kinder- und Jugendbuch seit der Jahrtausendwende (*Svenja Hagenhoff*)
- Nemeth, Lisa: Die Entwicklung des Verlagsmarketings seit den 1950er Jahren (*Günther Fetzer*)
- Nitsch, Lisa: Marcel Reich-Ranickis Position im Literarischen Quartett. Eine Analyse mit Hilfe der Feldtheorie (*Sandra Rühr*)
- Riese, Julia: Der Erfolg des E-Books. Eine vergleichende Untersuchung zweier Märkte (*Svenja Hagenhoff*)
- Rösch, Julia: Grundlegende Kriterien der Graphic Novel (*Sandra Rühr*)
- Scharl, Marie: Buchpreisbindung. Eine Analyse unter Berücksichtigung der aktuellen Branchensituation (*Svenja Hagenhoff*)
- Schmidt, Carolin: Die Förderung zeitgenössischer Autoren in Deutschland (*Günther Fetzer*)
- Schmidt, Katrin: Buchberührungspunkte. Instrumente und Einflussparameter der Aufmerksamkeitsweckung bei Büchern (*Svenja Hagenhoff*)
- Schödel, Jennifer: Pierre Bourdieus Feldtheorie und die Anwendung auf Lesegruppen am Beispiel von Erlangen und Wunsiedel (*Sandra Rühr*)
- Stärk, Valerie: Das Taschenbuch in der Diskussion (*Günther Fetzer*)
- Stühler, Jennifer: Stiftung Lesen. Zwischen Anspruch und Wirklichkeit (*Volker Titel*)
- Sukal, Christine: Märchen, Sagen und Legenden im Hörbuch. Wie Hörbuchverlage mit der Tradition des Erzählens umgehen (*Sandra Rühr*)
- Ugrica, Anna Sofia: Der Einfluss des digitalen Zeitalters auf das Leseverhalten Jugendlicher (*Volker Titel*)
- Ullrich, Jessica: Lernerlebnis statt Nachschlagewerk. Über den Zusammenhang zwischen Didaktik und Gestaltung von O'Reilys Von Kopf bis Fuß-Reihe (*Sandra Rühr*)

- Weber, Sonja: Standards in der Printwirtschaft (*Svenja Hagenhoff*)
- Welder, Sarah: Buch und Buchhandel in Zahlen (*Günther Fetzer*)
- Wieczorek, Maja: Literatur für sehbehinderte und blinde Kinder. Herstellung und Nutzung taktiler Bücher (*Volker Titel*)
- Witzke, Rhea: Standards in der Printwirtschaft (*Svenja Hagenhoff*)

Masterarbeiten 2014

- Bemmann, Saskia: Werbung in digitalen Zeitungen und Zeitschriften. Realisierungsformen des In-App-Advertisings und Werbewirkung im Vergleich (*Svenja Hagenhoff*)
- Czerny, Philipp: Buchkäufer und Öko-Käufer (*Svenja Hagenhoff*)
- Dimitriadis, Katerina: Stirbt der Kochbuchmarkt durch die Masse an online verfügbaren Rezepten aus? Eine Funktionsanalyse online verfügbarer Rezepte und der Vergleich zu den Rezipiergewohnheiten von Kochbuchnutzern (*Axel Kuhn*)
- Erdt, Juliane: Die Rezeption von E-Books für Kinder (*Svenja Hagenhoff*)
- Haußer, Felix: XML-basierte Anreicherung von Textdateien. Potenziale für Verlage (*Svenja Hagenhoff*)
- Hentschel, Martina: Typographie in E-Books. Analyse der Branchendiskussion sowie eines Falles (*Svenja Hagenhoff*)
- Herbig, Teresa: Die Funktionsveränderungen von Kochbüchern seit 1993 (*Axel Kuhn*)
- Hirsch, Anna: E-Commerce im Gebrauchtbuchhandel. Der Einfluss des Internets auf den Handel mit nicht mehr preisgebundenen Büchern (*Svenja Hagenhoff*)
- Hofmann, Lisa: Strategie und Organisation im Verlagswesen. Status Quo und Implikationen zur Gestaltung der Leistungstiefe (*Svenja Hagenhoff*)
- Kasper, Kristin: Wissenschaftsblogs als Kommunikationsinstrumente. Können Wissenschaftsblogs den Austausch zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit fördern? (*Axel Kuhn*)
- Kian, Vanessa: E-Books in Amerika und Deutschland. Ein Vergleich (*Svenja Hagenhoff*)
- Langenwalder, Franca: Deutsche Wissenschaftsverlage im Dritten Reich (Springer, Thieme, de Gruyter). Problemfelder im internationalen Wissenschaftsaustausch (*Ursula Rautenberg*)
- Levat, Sonja: Konzentationsprozesse in der französischen Verlagsbranche.

- Eine Betrachtung der Unternehmen Hachette Livre und Editis seit der Jahrtausendwende (*Ursula Rautenberg*)
- Lißewski, Julia: Die Drucküberlieferung von Andreas Vesalius' Anatomie in der frühen Neuzeit in Ausgaben deutscher Drucker (*Ursula Rautenberg*)
- Lorite-Schmitt, Eric: Werbung in Büchern. State of the Art (*Svenja Hagenhoff*)
- Lu, Wenqian: Der E-Kinderbuchmarkt in China und Deutschland (*Svenja Hagenhoff*)
- Meier, Melanie: Marketing für junge Zielgruppen? Eine empirische Untersuchung zur Vermarktung digitaler Kinderbücher (*Svenja Hagenhoff*)
- Reumann, Christine: Aufmerksamkeitsinstrumente für Bücher. State of the Art (*Svenja Hagenhoff*)
- Schmidt, Alexander: Reiseführer. Zielgruppen und typographische Gestaltung im niedrigpreisigen Marktsegment (*Ursula Rautenberg*)
- Schwab, Oliver: HTML5 und CSS3 als Basis digitaler Verlagsprodukte (*Svenja Hagenhoff*)
- Upheber, Franziska: Interaktive digitale Leseangebote im Kinderzimmer (*Axel Kuhn*)
- Weber, Fabienne: Einsatz der Prozesskostenrechnung in Publikumsverlagen (*Svenja Hagenhoff*)
- Woitzik, Julia: Der deutsche Lizenzhandel im Spannungsfeld zwischen Wirtschaft und Kultur (*Axel Kuhn*)
- Zawrel, Sandra: Organisation und Funktion germanistischer Fachzeitschriften für die Wissenschaftskommunikation der Germanistik am Beispiel der Germania (1856–1872) und der Beiträge zur Geschichte der deutschen Sprache und Literatur (1874–1892) (*Ursula Rautenberg*)

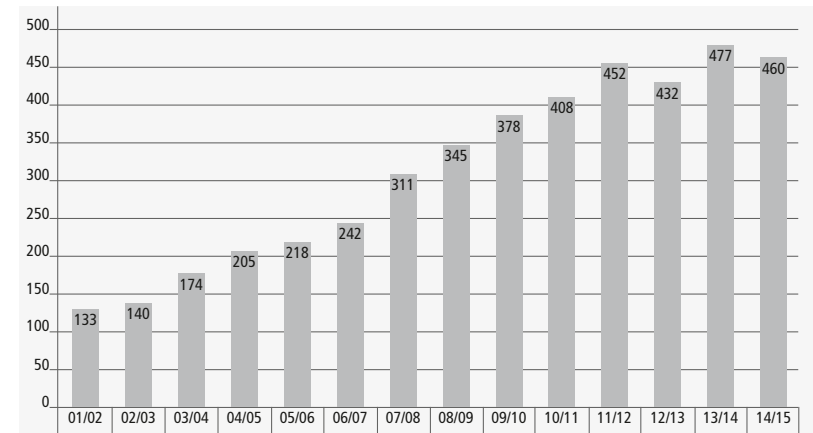
Magisterarbeiten 2014

- Landwehr, Susanne: Eine Analyse neu gegründeter unabhängiger deutscher Kinder- und Jugendbuchverlage im Zeitraum von 2000 bis 2012 (*Ursula Rautenberg*)

Studium, Lehre, Kooperationen

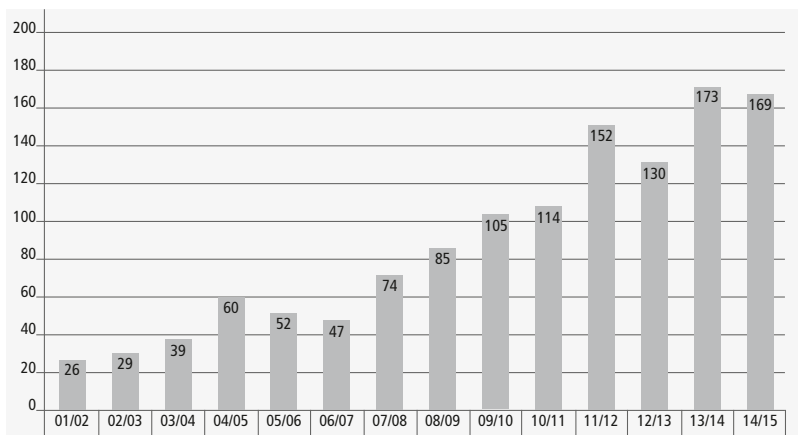
Studierende und Absolventen

Die Zahl der Immatrikulationen zum Wintersemester 2014/15 entspricht mit 169 annähernd dem Vorjahreswert und belegt die insgesamt hohe Akzeptanz der buchwissenschaftlichen Studiengänge an der FAU. Mit nun 460 Studierenden hat sich der Lehrstuhl Buchwissenschaft als großes Fach an der Philosophischen Fakultät weiter gefestigt. Im Vergleich zum Ausgangswert des Jahres 2001 bedeutet dies einen Zuwachs um mehr als 250 Prozent.



Semester	Master-Studiengang	Abschluss im Ausland	Bachelor-Studiengang	Magister-Studiengang (2. Hauptfach)	Magister-Studiengang (1. Hauptfach)
01/02	0	0	0	0	132
02/03	0	0	0	0	140
03/04	0	1	0	40	132
04/05	0	1	0	72	130
05/06	0	0	0	91	125
06/07	0	0	0	121	119
07/08	0	0	73	131	104
08/09	0	2	137	118	83
09/10	0	1	217	95	60
10/11	9	0	277	78	40
11/12	28	1	361	44	12
12/13	45	0	353	18	13
13/14	50	4	408	11	4
14/15	58	1	394	1	4
Total	190	11	2.220	820	1.098

Einschreibungen (jeweils im Wintersemester) im Fach Buchwissenschaft insgesamt.



Semester	Master-Studiengang	Abschluss im Ausland	Bachelor-Studiengang	Magister-Studiengang (2. Hauptfach)	Magister-Studiengang (1. Hauptfach)
01/02	0	0	0	0	26
02/03	0	0	0	0	29
03/04	0	1	0	17	31
04/05	0	1	0	25	34
05/06	0	0	0	19	33
06/07	0	0	0	29	17
07/08	0	0	73	0	0
08/09	0	2	83	0	0
09/10	0	1	101	0	0
10/11	9	0	104	0	0
11/12	20	1	132	0	0
12/13	22	0	104	0	0
13/14	16	2	157	0	0
14/15	23	1	145	0	0
Total	90	9	899	90	170

Einschreibungen (jeweils im Wintersemester) im Fach Buchwissenschaft 1. Fachsemester.

Im WS 2014/15 sind 460 Studierende im Fach Buchwissenschaft eingeschrieben; sie verteilen sich wie folgt auf die einzelnen Studiengänge:

Magister 1. oder 2. Hauptfach	5
Master	50
Bachelor	394

Gastdozenturen und Vorträge auswärtiger Dozenten

Gastdozenturen

Dr. Alessandro Ledda, Wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Università Cattolica del Sacro Cuore, besuchte die Erlanger Buchwissenschaft im Rahmen unserer ERASMUS-Kooperationsvereinbarung für eine Gastdozentur. Zwischen dem 23. und 27. Juni 2014 hielt er Vorträge zu den Themen *The history of book printing in Sardinia in the 15th / 16th century*, *The history of the library in Venice*, *Book and Library Studies in Italy* und *Book publishing and book distribution in present Italy*.

Prof. Dr. Xu Lifang, Lehrstuhl für Publishing Science an der School of Information Management an der Universität Wuhan / China war im Rahmen einer Gastdozentur vom 15. bis 25. November in Erlangen. Sie referierte zu den Themen *The current state of the book industry in China*, *Book History in China* und *Macro-administration of publishing in China*. Zudem hat Frau Xu mit Doktoranden und Studierenden über deren Projekte zum chinesischen Buchmarkt diskutiert.

Vorträge im »Forschungskolloquium«

Im *Forschungskolloquium* für Doktoranden und Mitarbeiter waren auch 2014 wieder mehrere auswärtige Vortragende zu Gast.

Helmut von Berg, Klopotek, hielt am 13. Mai 2014 einen Vortrag über die *Situation der Verlagswirtschaft 2014*.

Matthias Wahls, bridge21, diskutierte am 20. Mai 2014 das Thema *Internationaler Medienhandel – Fokus China*.

Prof. Dr. Alexander Grossmann, HTWK Leipzig, hielt am 3. Juni 2014 einen Vortrag über das *Management im Wissenschaftsverlag*.

Vorträge im »Kurs XML in Verlagen«

In der von Jörn Fahsel geleiteten Veranstaltung waren 2014 mehrere Praxispartner zu Gast. Die Gastvorträge bildeten jeweils den Abschluss eines Themenkomplexes. Die Studierenden erhielten Einblicke aus der Praxis und setzen das Gelernte im Rahmen eigener kleiner Projekte um.

Raphael Dudek, Mediendesigner und IT-Ingenieur bei einer großen deutschen Behörde, hielt am 19. Mai 2014 einen Vortrag zum Thema *HTML und CSS. Inhalt und Gestaltung kreativ getrennt*.

Helmut Zels, Software Consultant mit Erfahrungen in diversen IT-Projekten für Behörden und Konzerne, gab am 23. Juni 2014 einen Überblick zum automatisierten crossmedialen Workflow mit *XSL*, *XSLT*, *XSL-FO*.

Michael Fischer, Enterprise- und Software-Architect, bildete am 7. Juni 2014 mit dem Thema *Digital Content and Markup Language* den Abschluss der Praxisvorträge. Aus dem Blickwinkel des Architekten beschrieb er Digital Content in drei Dimensionen: Inhalt, Prozess und Technik.

Die Dimensionen Prozess und Technik des Digital Content, z. B. in Form von Metadaten, Prozessinformationen oder Webservices, sind Inhalt der geplanten Fortsetzung der Vortragsreihen im Rahmen der Veranstaltung.

Exkursionen

12.–16. März 2014, Leipziger Buchmesse

Organisation und Durchführung des Messeauftritts der Erlanger Buchwissenschaft durch Studierende am Gemeinschaftsstand der Hochschulen »Studium rund ums Buch« (Betreuung: Simone Pfahler)

10.–12. Juni 2014, St. Galler Zentrum für das Buch, Kantonsbibliothek St. Gallen (Vadiana), Stiftsbibliothek St. Gallen (Betreuung: Ursula Rautenberg und Sandra Rühr)

Ausführlicher Bericht in diesem Jahresbericht S. 74f.

8.–12. Oktober 2014, Frankfurter Buchmesse

Organisation und Durchführung des Messeauftritts der Erlanger Buchwissenschaft durch Studierende am Gemeinschaftsstand der Hochschulen »Studium rund ums Buch« (Betreuung: Simone Pfahler)

24.–26. Oktober 2014, Papierfabrik in Riva del Garda und Valle delle Cartiere in Toscolano Maderno, Gardasee, Italien (Betreuung Dr. Günther Fetzer und Dr. Volker Titel)

Ausführlicher Bericht in diesem Jahresbericht S. 66–73.

24. Oktober–1. November, Verlage in Wuhan und Shanghai, School of Information Management Wuhan, China

(Betreuung: Dr. Axel Kuhn)

Ausführlicher Bericht in diesem Jahresbericht S. 61–65.

Internationale Partnerschaften

2014 löste Erasmus+ das EU-Bildungsprogramm für lebenslanges Lernen ab. Im Zuge dessen wurden die Verträge mit der Rijksuniversiteit Leiden (Niederlande), der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt (Österreich), der Università Cattolica del Sacro Cuore Milano (Italien) und der Szegedi Tudományegyetem (Ungarn) modifiziert und bis 2020/21 verlängert. Damit stehen für Studierende der Buchwissenschaft langfristig Plätze für ein Auslandssemester mit unterschiedlichen Schwerpunkten der Buchforschung zur Verfügung.

Verlängert wurde zudem die langjährige und äußerst erfolgreiche Kooperationsvereinbarung mit der Universität Wuhan in China um weitere drei Jahre bis Ende 2017. Vorgesehen sind insbesondere der weitere Austausch von Studierenden und Dozenten sowie die Durchführung eines gemeinsamen, internationalen Forschungsprojekts zum Umgang mit digitalen Lesemedien.

Gastdozenturen im Ausland

Sandra Rühr besuchte vom 5.–9. Mai die Partneruniversität in Szeged, Ungarn. Am Lehrstuhl für Kulturerbestudien und Humaninformationswissenschaft referierte sie zu den Themen *Lesungen und ihre Orte, Development of the audiobook in Germany* sowie *The German book market*.

Freundeskreis der Erlanger Buchwissenschaft

Der 2006 gegründete Freundeskreis der Erlanger Buchwissenschaft ist ein Netzwerk von Personen und Unternehmen aus der Buchbranche, von Wissenschaftlern und Alumni. Er stützt und begleitet das Fach und seine vielfältigen Aktivitäten in Forschung und Lehre. Persönlichkeiten in führenden Positionen aus den verschiedenen Bereichen repräsentieren den Freundeskreis als Beiräte.

Der ehrenamtlich tätige Vorstand entscheidet über die Verwendung der Fördermittel. Eine seiner Hauptaufgaben ist die Akquisition neuer Mitglieder, um so die Basis für die Unterstützung der Erlanger Buchwissenschaft zu schaffen. Dies gilt vor allem nach der Abschaffung der Studiengebühren im Jahr 2013 für die finanzielle Unterstützung des Fachs in allen Bereichen, in denen staatliche Mittel trotz Zusage der Kompensation der Studiengebühren nicht oder nicht in genügendem Umfang vorhanden sind. Der Freundeskreis gewährt Studierenden in der Abschlussphase des Studiums und Promovierenden Zuschüsse zu Bibliotheksreisen, fördert Tagungsteilnahmen und -reisen und unterstützt die Durchführung teurer empirischer Vorhaben.

Schwerpunkte im Jahr 2014 lagen auf der Förderung der beiden Tagungen *Geschichten am Lagerfeuer* (siehe S. 82f.) und *innovation@publishing 2014 – Wanted: Alter 22, promoviert, 5 Jahre Berufserfahrung* (siehe S. 84) sowie der dreitägigen Exkursion im Rahmen des Hauptseminars *Papierherstellung in Europa* (siehe S. 66–73). Unterstützt wurden die Konferenzteilnahmen von Wissenschaftlichen Mitarbeitern sowie Marina Mahling bei ihrer jetzt abgeschlossenen Dissertation *Lesen bei Kindern und Jugendlichen*.

Wie in jedem Jahr trug der Freundeskreis auch zur Herstellung und zum Versand des Jahresberichts 2013 bei. Damit das Fach hochqualifizierte und engagierte Studienanfänger für den Bachelor- und den Masterstudiengang gewinnen kann, unterstützte das Netzwerk wie immer das Fachmarketing.

Im Jahr 2014 konnten wir wieder zahlreiche Einzelpersonen und den Verlag Ars Vivendi, Cadolzburg, als Mitglied gewinnen. Allen großzügigen Förderern gilt unser herzlicher Dank.

Mitglieder im Beirat

Nina Hugendubel, geschäftsführende Gesellschafterin der Heinrich Hugendubel GmbH & Co.

Dr. Frank Sambeth, Vorsitzender der Geschäftsführung Verlagsgruppe Random House

Matthias Ulmer, Verleger Eugen Ulmer KG

Oliver Voerster, Geschäftsführender Gesellschafter, Koch, Neff & Volckmar GmbH

Ausgeschieden ist Prof. Dr. h. c. mult. Klaus G. Saur.

Personelle Veränderungen im Vorstand

Hans Schmidt, der Leiter des Buchhauses Campe in Nürnberg, der seit 2012 Vorsitzender des Vorstands war, hat sein Amt niedergelegt. Die übrigen Mitglieder des Vorstands, Helmut von Berg, Dr. Günther Fetzer, Prof. Dr. Svenja Hagenhoff und Ulrike Sippel, danken ihm sehr herzlich für seine engagierte Arbeit.

Werden Sie Mitglied!

Wir freuen uns, wenn Sie Mitglied im Freundeskreis werden und helfen, unser Fach und seine wissenschaftliche Arbeit sowie Projekte der Studierenden zu fördern. Weitere Informationen erhalten Sie auf www.buchwiss.uni-erlangen.de.

Impressum

Copyright © 2014 Buchwissenschaft, Friedrich-Alexander-Universität
Erlangen-Nürnberg, und bei den Autoren.
Alle Rechte vorbehalten.

ISBN 978-3-94-0338-36-5

Redaktion: Marina Mahling
Umschlaggestaltung, Innenlayout und Satz: Elisabeth Petersen, Berlin
Druck: Kartenhaus Kollektiv, Regensburg
Bindung: Friedrich Pustet, Regensburg
Printed in Germany

Abbildungen

S. 18, 19, 20: Fotos Simone Pfahler
S. 25, 26, 29: Graphiken Svenja Hagenhoff
S. 30: Screenshots Svenja Hagenhoff
S. 34: Abbildung Svenja Hagenhoff
S. 44: Abbildung Günther Fetzer
S. 60: Reclam-Verlag, Stuttgart
S. 62, 63, 64: Fotos Axel Kuhn
S. 79: Abbildung Oliver Duntze
S. 90: Foto: Chuck Painter/Stanford News Service
S. 99: Screenshot Jörn Fahsel

Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg
Buchwissenschaft
Katholischer Kirchenplatz 9
91054 Erlangen
www.buchwiss.uni-erlangen.de

