

*Ulrich Stiehl · Handbuch des Verlagswesens*

*Die Dichter zählen die Sterne  
und die Verleger die Rupien.  
Indische Weisheit*

Ulrich Stiehl

**Großes Handbuch  
des gesamten Verlagswesens**

*Buch-, Zeitungs- und Zeitschriftenverlage  
Grundlagen und Produktion*

ISBN 978-3-7568-2069-6 (BoD – Books on Demand, Norderstedt)

© 2022 Ulrich Stiehl

# Vorwort

Die Tätigkeiten in den Buch-, Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen haben sich in den letzten zwei Jahrzehnten stark gewandelt. Hierfür gibt es sowohl wirtschaftliche Gründe, z.B. die zunehmende Konzentration im Verlagswesen, als auch technische Gründe, z.B. die Einführung der Computertechnik in allen Verlagsbereichen. Es besteht deshalb Bedarf an einem *zeitgemäßen* Handbuch für den Verlagspraktiker. Infolge der ständig voranschreitenden Spezialisierung gibt es immer weniger Verlagsleute, die mit allen typischen Verlagsbereichen theoretisch *und* praktisch vertraut sind. Auch wenn es aus heutiger Sicht manch einem unglaublich erscheinen mag: Im Laufe meiner über 20jährigen Verlagstätigkeit war ich tatsächlich jeweils *mehrere* Jahre lang als Buchlektor und Chefredakteur, als Werbe- und Anzeigenleiter, als Kalkulator und als Ausbildungsleiter sowie als Programmierer und Organisationsleiter *praktisch* tätig und habe mich darüber hinaus in drei Büchern sowie in Seminaren und Fachaufsätzen *theoretisch* mit zahlreichen Themen der Verlagsbranche auseinandergesetzt. Deshalb glaube ich, ein Handbuch für das *gesamte* Verlagswesen vorlegen zu können, das die Tätigkeiten in Buch- und Fachzeitschriftenverlagen einerseits sowie in Zeitungs- und Publikumszeitschriftenverlagen andererseits gleichgewichtig darstellt.

Dieses Buch vermittelt dem Verlagsmann ein *kompaktes* Grundwissen der Theorie und Praxis des *heutigen* Verlagswesens. Dabei habe ich mich um eine *Präzision* in der Definition der Begriffe sowie um eine *Konzision* in der Darstellung der Themen bemüht, wie dies bei anderen Werken bislang unüblich war. Man lasse zum Vergleich den Anfang eines Kapitels aus einem jener anderen Verlagswerke auf sich einwirken:

*Inhalt und Wesen eines Druckerzeugnisses macht die schriftliche Mitteilung aus. Bilderschriften, Keilschriften und Hieroglyphen dienten schon Jahrtausende vor der Zeitrechnung als Speichermedium für Informationen. Älteste Zeugnisse alphabetischer Schrift sind steinerne Inschriften aus der Zeit um 500 v. Chr. Der entscheidene Schritt auf dem Wege der »Sprachkonservierung« zum Kommunikationsmittel war, daß im 15. Jahrhundert die Kunst, Papier zu machen, sich über Mitteleuropa ausbreitete. Dadurch wurde die Tontafel »mobilisiert«; man konnte jetzt sozusagen das, was man schwarz auf weiß besaß, auch getrost nach Hause tragen. Die in den folgenden Jahrhunderten fortschreitende Rationalisierung und schließlich Industrialisierung der Papierherstellung machte das Papier nicht nur als Manuskriptträger, sondern auch als Vervielfältigungsmedium wohlfeil. usw. usf.*

Die Abwegigkeit solcher »Leerbücher« läßt sich leicht nachprüfen, indem man ein Kapitel ohne Überschrift zitiert und dann nach dem passenden Titel fragt: Handelt der obige Text von (1) Buchkunde, (2) Zeitungskunde, (3) Satztechnik, (4) Drucktechnik, (5) Papiertechnik, (6) Lektoratskunde, (7) Redaktionskunde oder (8) Anzeigenkunde? Wenn Sie das Thema nicht exakt ermitteln können, dann werden Sie mir recht geben: *Getretener Quark wird breit, nicht stark!* Wenn es schon bedauerlicherweise nur wenige Bücher über das Verlagswesen gibt, so sind diese Werke leider oft – *sit venia verbo* – »der Leere voll bis zum Rande«. Wer es also gewohnt ist, präzis und konzis formulierte und zugleich übersichtlich gegliederte Fachbücher zu lesen, wird die sachbezogene Darstellungsform dieses Verlagshandbuches zu schätzen wissen.



# Inhaltsverzeichnis

## Verlagskunde

1.	<b>Verlagsdefinition</b> .....	13
1.1.	Verlagskonzentration .....	13
1.2.	Vervielfältigen und Verbreiten .....	15
1.3.	»Verlegen« = »Vorlegen« .....	15
1.4.	Arbeitsteilung .....	16
1.5.	Arbeitsvereinigung .....	17
2.	<b>Verlagsmerkmale</b> .....	19
2.1.	Verlagsbetriebe .....	19
2.2.	Verlagsautoren .....	20
2.3.	Verlagsprodukte .....	21
2.4.	Verlagsmotivation .....	23
3.	<b>Verlagsfunktionen</b> .....	24
3.1.	Grundfunktionen .....	24
3.2.	Verlagsabteilungen .....	25
3.2.1.	Verlagsberufe .....	25
3.2.2.	Verlagsausbildung .....	26
4.	<b>Verlagsarten</b> .....	27
4.1.	Buchverlage .....	27
4.2.	Presseverlage .....	31
5.	<b>Verlagsumfeld</b> .....	35
5.1.	Auslieferer .....	35
5.1.1.	Verlagsauslieferer = Buchdistributor .....	35
5.1.2.	Nationalvertrieb = Pressedistributor .....	36
5.2.	Großhändler .....	36
5.2.1.	Barsortiment = Buchgroßhändler .....	36
5.2.2.	Ramschgroßhändler .....	37
5.2.3.	Pressegrossist = ZZ-Großhändler .....	37
5.3.	Einzelhändler .....	38
5.3.1.	Buchhändler .....	38
5.3.2.	Pressehändler .....	39
5.4.	Verlagsverbände .....	40

## Medienkunde

1.	<b>Allgemeines</b> .....	43
1.1.	Mittelbegriff und Sammelbegriff .....	43
1.2.	Das Wort »Medium« .....	44
1.3.	Der Begriff »Medium« .....	45
1.4.	Medienwirtschaft und Kulturwirtschaft .....	47
1.5.	Medienkunde, Publizistik und Verlagskunde .....	48

2.	<b>Mediale Substitutionsvorgänge</b> .....	49
2.1.	Substitutionsvorgänge bei Spielfilmmedien .....	50
3.	<b>Medienphysik</b> .....	52
3.1.	Schallwellen und Lichtwellen .....	52
3.2.	Sendemedien und Speichermedien.....	53
4.	<b>Medienpsychologie</b> .....	55
4.1.	Bewußtsein und Bewußtseinsinhalte .....	55
4.1.1.	Wahrnehmung und Vorstellung .....	55
4.1.2.	Direkte und indirekte Gedankenübertragung.....	55
4.1.3.	Direkte und indirekte Erkenntnisse .....	56
4.2.	Schaumedien und Denkmedien.....	57
5.	<b>Informationstheorie</b> .....	59
5.1.	Information und Erkenntnis.....	59
5.2.	Verarbeitung und Übertragung.....	61
5.3.	Informationseinheiten .....	61
5.4.	Zugriffsmedien .....	62
5.4.1.	Sequential-Access-Medien .....	63
5.4.2.	Direct-Access-Medien .....	64
5.5.	Informationsarten.....	65
5.5.1.	Sprachinformationen und Sprachmedien .....	65
5.5.2.	Textinformationen und Textmedien .....	65
5.5.3.	Bildinformationen und Bildmedien .....	66
5.5.4.	Bewegtbildinformationen und Bewegtbildmedien .....	66
5.5.5.	Musikinformationen und Musikmedien .....	66
6.	<b>Kommunikationstheorie</b> .....	67
6.1.	Kommunikationsmodelle .....	67
6.1.1.	Natürliche und technische Medien .....	68
6.1.2.	Kommunikationsnetze .....	69
6.2.	Akteure der Massenkommunikation .....	69
6.3.	Kommunikationsarten.....	70
7.	<b>Medientechnik</b> .....	71
7.1.	Medientechnische Grundbegriffe .....	71
7.1.1.	Signalumwandlung .....	71
7.1.2.	Bit und Byte.....	72
7.1.3.	Übertragung und Ausbreitung .....	73
7.1.4.	Modulation.....	73
7.2.	Neue Medien.....	74
7.2.1.	»Optische Medien« .....	74
7.2.2.	»Elektronische Medien« .....	75
8.	<b>Klassifikation der Medien</b> .....	76

---

9.	<b>Das Buch</b> .....	79
9.1.	Vorläufer des Buches .....	79
9.2.	Definition des Buches .....	80
9.3.	Merkmale des Buches .....	80
9.3.1.	Das Buch als persönliches Geisteswerk .....	81
9.3.2.	Das Buch als Universalmedium .....	81
9.3.3.	Das Buch als buchbinderisches Spezialprodukt .....	82
9.3.4.	Das Buch als Text- und Bildmedium .....	82
9.3.5.	Das Buch als komplexes Bedeutungsgebilde .....	83
9.3.6.	Das Buch als nicht-periodische Publikation .....	85
9.3.7.	Das Buch als Druckmedium .....	86
9.3.8.	Das Buch als natürliches Speichermedium .....	87
10.	<b>Die Presse</b> .....	89
10.1.	Vorläufer der Pressemedien .....	89
10.2.	Merkmale der Pressemedien .....	90
10.2.1.	Das Pressemedium als bindetechnisches Spezialprodukt .....	90
10.2.2.	Das Pressemedium als Druckerzeugnis .....	91
10.2.3.	Das Pressemedium als Werbeträger .....	93
10.2.4.	Das Pressemedium als periodische Publikation .....	94
10.2.5.	Das Pressemedium als heterogenes Medium .....	95
10.3.	Zeitungen und Zeitschriften .....	96
10.3.1.	Zeitungen .....	96
10.3.2.	Publikumszeitschriften .....	99
10.3.3.	Fachzeitschriften .....	100
11.	<b>Vor- und Nachteile der Verlagsmedien</b> .....	102

## Die geistige Produktion

1.	<b>Der Schaffensprozeß</b> .....	105
1.1.	Werkarten .....	105
1.2.	Werkschaffen .....	107
1.2.1.	Erste Phase: Werkvorbereitung .....	108
1.2.2.	Zweite Phase: Werkkonzeption .....	109
1.2.3.	Dritte Phase: Werkfixierung .....	111
1.3.	Werkleistung .....	112
1.3.1.	Tastleistung .....	112
1.3.2.	Schreibleistung .....	112
1.3.3.	Dauer- und Einzelleistungen .....	113
1.3.4.	Leistungsfaktoren .....	115
2.	<b>Der Autor</b> .....	117
2.1.	Autorarten .....	117
2.2.	Autormotivation .....	118
2.3.	Autorhonorare .....	120
2.3.1.	Pauschal- und Absatzhonorar .....	121
2.3.2.	Honorarberechnungen .....	122
2.4.	Autorkalkulation .....	123
2.4.1.	Volkswirtschaftliche Aspekte .....	124
2.4.2.	Betriebswirtschaftliche Aspekte .....	126

<b>3.</b>	<b>Das Buchlektorat</b> .....	129
3.1.	Lektor und Lektorat .....	129
3.2.	Akquirierung .....	130
3.2.1.	Passive und aktive Akquirierung .....	130
3.2.2.	Akquirierung von Auslandsrechten .....	132
3.2.3.	Akquirierung von Bildrechten .....	133
3.3.	Selektierung .....	133
3.4.	Redigierung .....	134
3.4.1.	Inhaltliche Redigierung .....	135
3.4.2.	Formale Redigierung .....	135
<b>4.</b>	<b>Die Presseredaktion</b> .....	139
4.1.	Redakteur und Redaktion .....	139
4.2.	Redaktionsfunktionen .....	140
4.2.1.	Akquirierung .....	140
4.2.2.	Selektierung .....	141
4.2.3.	Redigierung .....	141

## Die technische Produktion

<b>1.</b>	<b>Hersteller und Herstellung</b> .....	145
1.1.	Umstrukturierung der Produktion .....	147
1.2.	Umstrukturierung der Herstellung .....	147
1.3.	Text- und Bildverarbeitung .....	148
<b>2.</b>	<b>Die Typographie</b> .....	149
2.1.	Schrifttypographie .....	149
2.1.1.	Schriftzeichen .....	149
2.1.2.	Schriftzeichenteile .....	152
2.1.3.	Schriftarten .....	153
2.1.4.	Schriftmerkmale .....	155
2.1.5.	Schriftschnitte .....	157
2.1.6.	Typographisches Maßsystem .....	159
2.1.7.	Schriftgrad und Dichte .....	159
2.2.	Flächentypographie .....	161
2.2.1.	Seitenformat .....	161
2.2.2.	Buch- und Broschurformate .....	162
2.2.3.	Satzspiegelformat .....	162
2.2.4.	Ränderprogression .....	163
2.2.5.	Das »goldene« Format .....	164
2.2.6.	Das »normierte« Format .....	165
2.3.	Texttypographie .....	168
2.3.1.	Einzelzeilen .....	168
2.3.2.	Absätze .....	169
2.3.3.	Gesamttext .....	172
2.4.	Gestaltungsphasen .....	173
2.5.	Umfangsberechnung .....	175
2.6.	Textteile des Buches .....	176
2.6.1.	Titelei .....	176
2.6.2.	Anhang .....	177
2.7.	Textteile des Periodikums .....	178

---

3.	<b>Satztechnik</b> .....	179
3.1.	Satzverfahren .....	179
3.1.1.	Bleisatz .....	180
3.1.2.	Optomechanischer Photosatz .....	182
3.1.3.	Elektronischer CRT-Lichtsatz .....	184
3.1.4.	Opto-elektronischer Lasersatz .....	186
3.1.5.	Satzprogramme .....	188
3.2.	Traditionelle Satzherstellung .....	192
3.2.1.	Auszeichnung und Vorkorrektur .....	192
3.2.2.	Satzauftrag .....	193
3.2.3.	Korrekturgang .....	193
3.3.	Moderne Satzherstellung .....	196
3.3.1.	Teil- und Komplettlösung .....	196
3.3.2.	Kodierteknik als Teillösung .....	198
3.3.3.	DTP-Technik als Komplettlösung .....	203
4.	<b>Reprotechnik</b> .....	211
4.1.	Druckgraphik .....	212
4.2.	Herstellung der Reprovorlage .....	213
4.2.1.	Bildvorlagen .....	213
4.2.2.	Bildkorrektur .....	214
4.2.3.	Bildvermessung .....	215
4.2.4.	Bildtypographie .....	216
4.3.	Herstellung der Kopiervorlage .....	216
4.3.1.	Photographische Grundbegriffe .....	216
4.3.2.	Photomechanische Schwarzweißreproduktion .....	221
4.3.3.	Farbtheoretische Grundbegriffe .....	224
4.3.4.	Optoelektronische Farbproduktion .....	229
4.4.	Herstellung der Druckplatte .....	232
5.	<b>Drucktechnik</b> .....	233
5.1.	Stempeldruck .....	233
5.2.	Druckfarben .....	235
5.3.	Druckmaschinen .....	237
5.4.	Druckprinzipien .....	238
5.5.	Druckarten .....	239
5.5.1.	Abdruck und Umdruck .....	240
5.5.2.	Schöndruck und Widerdruck .....	240
5.5.3.	Ausschießen .....	242
5.6.	Druckverfahren .....	245
5.6.1.	Flachdruck .....	245
5.6.2.	Tiefdruck .....	249
5.6.3.	Hochdruck .....	252
5.6.4.	Durchdruck .....	253

---

6.	<b>Papiertechnik</b> .....	255
6.1.	Prinzip der Papierherstellung .....	255
6.2.	Halbstoffe und Hilfsstoffe.....	257
6.2.1.	Holzschliff und Zellstoff .....	257
6.2.2.	Sonstige Halbstoffe .....	258
6.2.3.	Hilfsstoffe .....	258
6.3.	Faserausrichtung und Zweiseitigkeit .....	259
6.4.	Oberflächenveredelung.....	262
6.5.	Papierberechnungen.....	263
6.5.1.	Flächengewichtsberechnung.....	263
6.5.2.	Volumenberechnung.....	265
6.5.3.	Papierbedarfsberechnung.....	267
7.	<b>Bindetechnik</b> .....	269
7.1.	Bindetechnische Produktion.....	270
7.2.	Bindetechnische Teilprodukte.....	271
7.2.1.	Bahnen, Bogen, Lagen, Blätter .....	271
7.2.2.	Karton und Pappe .....	272
7.2.3.	Überzugsmaterial, Umschlag und Einband.....	273
7.3.	Bindetechnische Teilprozesse.....	276
7.3.1.	Trennen und Anwinkeln.....	276
7.3.2.	Falzen und Bündeln.....	276
7.3.3.	Sammeln und Zusammentragen .....	278
7.3.4.	Heften und Binden.....	279
7.3.5.	Blockbearbeitung.....	284
7.3.6.	Einbinden .....	285
7.4.	Bindetechnische Endprodukte .....	286

# Verlagskunde

Die **allgemeine Verlagskunde** befaßt sich mit der Verlagsdefinition, den Verlagsmerkmalen, den Verlagsarten und den *allgemeinen* Verlagsfunktionen.

Die **spezielle Verlagskunde** oder Verlagsbetriebslehre beschreibt demgegenüber im Detail die *speziellen* Verlagsfunktionen oder Arbeitsabläufe im Verlag.

## 1. Verlagsdefinition

Der **Verlag** – auch Verlagshaus und Verlagsanstalt sowie gelegentlich »Edition« genannt – ist ein Medienbetrieb, der Druckerzeugnisse und verwandte Produkte als Werke von Urhebern aus ökonomischen und kulturellen Gründen vervielfältigt und verbreitet. Unter dem **Verlegen** oder Publizieren versteht man folglich das Vervielfältigen und Verbreiten von Druckmedien und verwandten Text- und Bildmedien.

### 1.1. Verlagskonzentration

In Deutschland gibt es

- rund 1.000 bis 3.000 *Buch- und Fachzeitschriftenverlage* sowie
- rund 200 bis 600 *Zeitungs- und Publikumszeitschriftenverlage*.

Bedingt durch die *Verlagskonzentration* oder Pressekonzentration, also den Zusammenschluß ehemals selbständiger Verlage zu Verlagsgruppen, sind genauere Angaben kaum noch möglich, denn der Verlagsname auf dem Titelblatt sagt wenig über die Verschachtelung aus:

- *Buchverlage*: So gehören z.B. heute die Buchverlage »Goldmann« und »Vieweg« nicht mehr den Erben der Verlagsgründer Goldmann und Vieweg, sondern den Aktionären der Bertelsmann-AG. Trotzdem ist hier die Vielfalt der Bücher durch die Vielzahl der Autoren gewährleistet.
- *Presseverlage*: Bei den Zeitungsverlagen hat die Pressekonzentration jedoch oft zu Redaktionsauflösungen geführt, so daß die Vielzahl der Zeitungstitel über die geringe Vielfalt der Zeitungsinhalte hinwegtäuscht. Wenn man z.B. die »Schwetzinger Zeitung« mit dem »Mannheimer Morgen« vergleicht, so stellt man fest, daß beide Zeitungen inhaltlich gleichartig sind, weil es in bezug auf die *gemeinsamen* Zeitungsteile nur noch *eine* Redaktion gibt.

Vereinigungen von Teilverlagen zu Verlagsgruppen haben natürlich Auswirkungen auf die Charakterisierung des »typischen« Verlages:

- **Verlag = Teilverlag**: Einerseits würde man im Falle der Gleichung Verlag = Teilverlag zu der unsinnigen Ansicht gelangen, daß der »typische« Verlag der Gegenwart keine typischen Verlagsfunktionen erfüllt, da diese an Zentralabteilungen innerhalb der Verlagsgruppe abgetreten wurden, z.B. die Werbefunktion (zentrale Werbung), die Auslieferungsfunktion (zentrale Auslieferung), die EDV-Funktion (zentrale EDV = Rechenzentrum), die Redaktionsfunktion (zentrale Redaktion) usw.