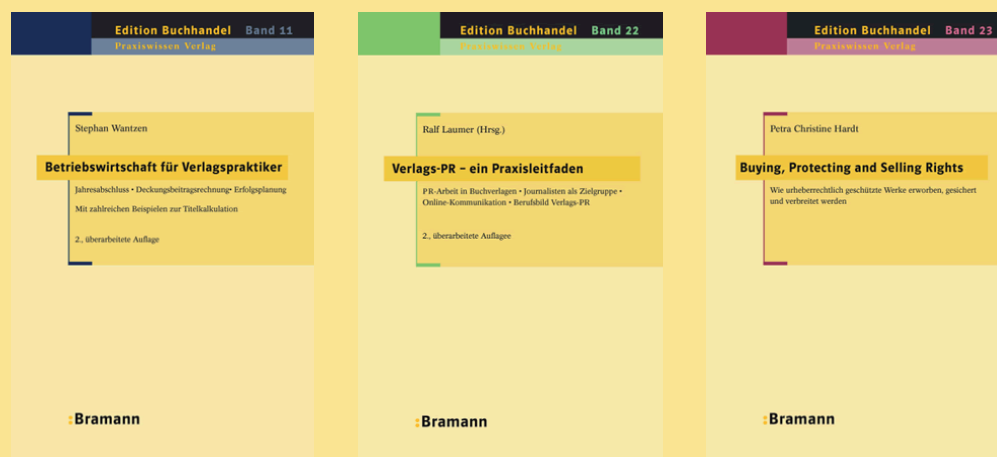


## Betriebswirtschaft, Lizenzen und PR – so kommen Verlage gut über die Runden



### Drei „Neue“ in der Edition Buchhandel

Gleich drei Titel auf einmal schickt der Bramann Verlag in das Sommerloch 2008. Zwei Titel davon erscheinen in zweiter Auflage, zwei von ihnen erstmals in der Edition Buchhandel. Um die Verwirrung sofort aufzuklären: Der Titel Verlags-PR erschien 2003 in erster Auflage beim Transcript Verlag. Folgende Titel wollen also vorgestellt sein.

Stephan Wantzen:

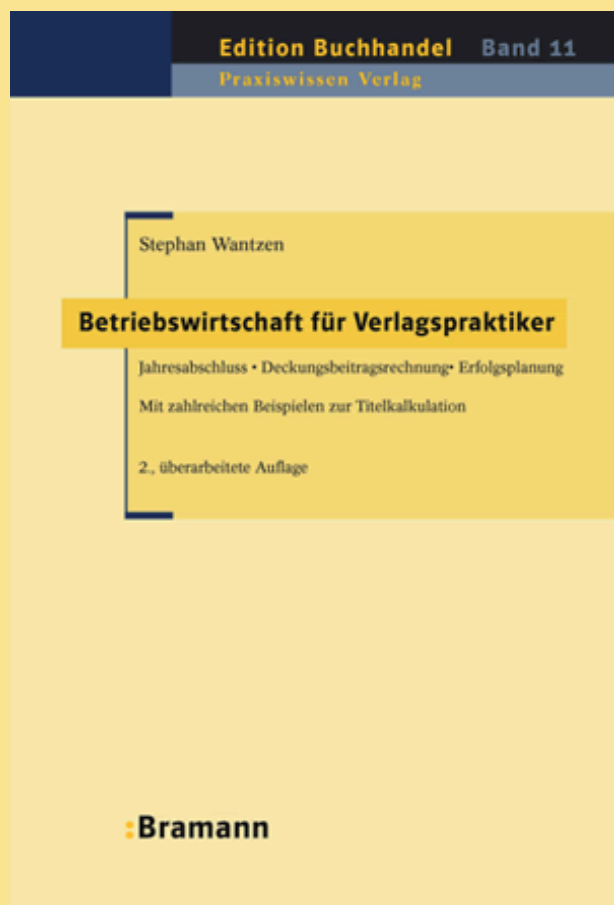
**Betriebswirtschaft für Verlagspraktiker**

Ralf Laumer (Hg.):

**Verlags-PR – ein Praxisleitfaden**

Petra Christine Hardt:

**Buying, Protecting and Selling Rights  
(dt. Ausgabe)**

**Stephan Wantzen****Betriebswirtschaft für Verlagspraktiker**

Dieser Titel des Verlagsberaters und »leidenschaftlichen« Controllers Stephan Wantzen konzentriert sich auf alltägliche Fragen der Erfolgsmessung und Erfolgssteuerung in Buchverlagen, wobei der Kostenrechnung ein besonderer Stellenwert zukommt. Für die zweite Auflage wurden die Ausführungen aktualisiert; zahlreiche Beispiele zur Titelnkalkulation sind hinzugekommen.

Die Kapitel im Einzelnen:

1. Die Ebenen der Steuerung
2. Buchführung und Jahresabschluss
3. Kostenrechnung – Transparenz im Kerngeschäft
4. In drei Schritten zur Gesamtplanung – eine Ergebnisvorschau
5. Kostenmanagement und Erfolgspotenziale
6. Beispiele zur Titelnkalkulation

Die Ausführungen bieten Anregungen zuhauf für Praktiker ohne BWL-Studium.

**Betriebswirtschaft für Verlagspraktiker**

Edition Buchhandel Band 11

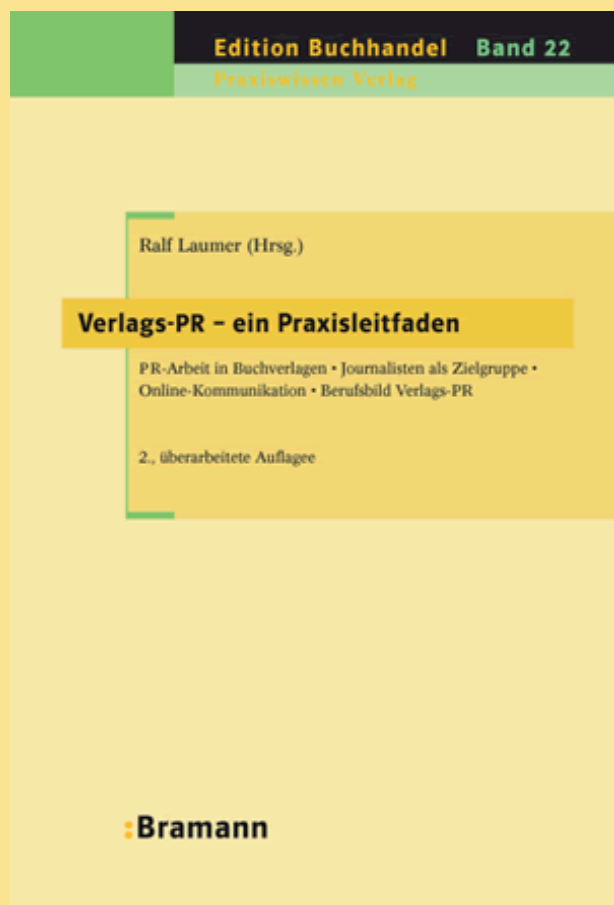
2., überarbeitete Auflage

94 Seiten

ISBN 978-3 934054 34-9

20,- € [D]

**Ralf Laumer (Hg.)**  
**Verlags-PR – ein Praxisleitfaden**



Die Medienlandschaft verändert sich – und damit auch ihre kommunikativen Strukturen. Die Rolle der PR-Arbeit wird dabei aufgewertet, gleichzeitig aber auch schwieriger. Wie funktioniert sie speziell in Buchverlagen? Wie findet man die richtigen Multiplikatoren für die richtigen Medien und vor allem: Wie spricht man diese richtig an?

20 verschiedene Beiträge reichen von Anregungen für Buchmessen, Veranstaltungen, Redaktionsreisen bis hin zu Aktivitäten im Online-Bereich. Anschauliche Beispiele, informative Interviews und praxiserprobte Checklisten runden die Ausführungen ab.

Die Kapitel im Einzelnen:

1. Berufsbild Verlags-Pressesprecher
2. Handwerk Verlags-PR
3. Zielgruppe Journalist
4. Externe Pressearbeit

Die unterschiedlichen Beiträge lassen ein facettenreiches Bild der PR-Arbeit in Buchverlagen entstehen. Die Seiten der Literaturkritiker bieten dabei besonders ›spannende‹ Einsichten von Außen.

**Verlags-PR – ein Praxisleitfaden**

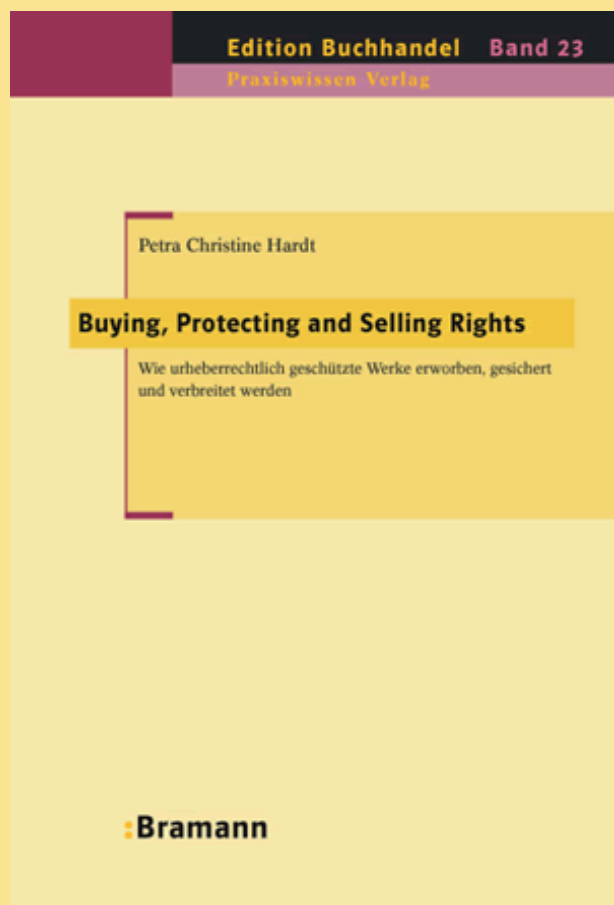
Edition Buchhandel Band 22

2., überarbeitete Auflage

157 Seiten

ISBN 978-3-934054-32-5

22,- € [D]

**Petra Christine Hardt****Buying, Protecting and Selling Rights (dt. Ausgabe)**

Buying, Protecting and Selling Rights ist ein Plädoyer für Vertragswerte, die auf der Grundlage des Autorenvertrags eine langfristige Beziehung zwischen Autor und Verlag stiften. Dabei gewinnt das Gleichgewicht zwischen der Werk- und Autorenbetreuung auf der einen und den ökonomischen Grundlagen der Verlagswirtschaft auf der anderen Seite eine entscheidende Bedeutung.

Petra Christine Hardt leitet die Abteilung Rechte und Lizenzen beim Suhrkamp Verlag. Die Ausführungen thematisieren unter anderem Schutzfristen, Vertragslaufzeiten und angemessene Vergütungen. Sie fassen zusammen, was in den Rechte- und Lizenzabteilungen europäischer Verlage täglich praktiziert wird.

Die Kapitel im Einzelnen:

1. Rechte-Einkauf
2. Rechte-Sicherung
3. Rechte-Verkauf
4. Ausblick

Dieser Titel leistet einen wichtigen Beitrag zum Thema Schutz des geistigen Eigentums im digitalen Zeitalter – allerdings ohne juristische ›Theorie-Lastigkeit‹. Denn er ist in erster Linie für die tägliche Verlagspraxis konzipiert.

**Buying, Protecting and Selling Rights**

Edition Buchhandel Band 23

77 Seiten

ISBN 978-3-934054-33-2

18,- € [D]

**Newsletter-Kunden, die im Buchhandel arbeiten, können diese Titel bei mir via Mail mit Kollegenrabatt bestellen. Bei Abnahme eines Titels gilt der Kollegen-Grundrabatt von 30 Prozent. Bei einer Abnahme von zwei Titeln gilt ein Kombi-Rabatt von 35 Prozent. Bei Bestellung aller drei Titel wird mein Spitzenrabatt von 40 Prozent eingeräumt. Diese Sonderkonditionen gelten bis Ende Juli 2008.**

Bestellen Sie online indem Sie diesen Link benutzen.

Oder senden Sie Ihre Bestellungen bitte an: [info@bramann.de](mailto:info@bramann.de).

[www.bramann.de](http://www.bramann.de)