



# Aufgaben im Verlagswesen und der (nicht)kommerzielle Sektor

Felix Kopecky  
January 22, 2020

1. konzipieren
2. forschen
3. schreiben
4. formatieren
5. begutachten
6. Korrektorat
7. Satz
8. Druck
9. Vertrieb
10. Archivierung
11. Rechnungslegung
12. Steuer
13. Marketing

# Verteilung der Arbeitsschritte auf den akademischen und den privatwirtschaftlichen Bereich

---

Verben in der letzten Folie = derzeit akademisch

Nomina in der letzten Folie = derzeit privatwirtschaftlich

Verben in der letzten Folie = zentrale wissenschaftliche  
Erkenntnisleistung

Nomina in der letzten Folie = Hilfstätigkeiten.

Forscherinnen wollen gar nicht die beste Tinte aussuchen.  
Verlagsmitarbeiterinnen wollen gar nicht ins Labor.

Die Wissenschaft sollte nur dann Arbeitsschritte an Dienstleister auslagern, wenn diese **substituierbar** sind.  
DHL ist zu langsam? Vertrieb über Hermes!  
Epubli druckt schlecht? Wechsel zu BoD!  
Fast alles ist substituierbar, NUR DIE MARKE NICHT.  
Science ist zu teuer? Publizier beim Universitätsverlag Neustadt!

Wissenschaftliche Publikationsprojekte sind gut beraten,  
Arbeitsschritte an spezialisierte Unternehmen zu vergeben.  
Was auf keinen Fall aus der Hand gegeben werden darf, ist die  
Marke.

Das Prestige der Marke wird wesentlich durch die zentrale  
wissenschaftliche Erkenntnisleistung bestimmt.

Die Qualität der Tinte oder die Geschwindigkeit der Auslieferung  
sind im Vergleich dazu unwichtig. Niemand reicht einen Artikel bei  
einem Verlag ein, weil dieser so schöne Tinte hat.

[Bild von Bill Clinton]

Verlage verkaufen Prestige, das als symbolisches Kapital auf CVs in  
Lebenseinkommen umgewandelt werden kann  
Je höher der Zuwachs an versprochenem Lebenseinkommen, desto  
höher der Preis, den der Verlag aufrufen kann  
Das Prestige rührt zu einem großen Teil aus der zentralen  
wissenschaftlichen Erkenntnisleistung Nur ein kleiner Teil des  
Prestiges rührt aus Hilfstätigkeiten  
Aber: die Früchte des Prestiges (\$\$\$) werden derzeit nicht von der  
Wissenschaft geerntet, sondern von den  
Hilfstätigkeiten-Dienstleistern (aka Verlage).  
Diese sabotieren Verbesserungen im Sinne der Wissenschaft  
(Lingua/Glossa)

- › Dienstleister sind gut
- › Nicht das Rad neu erfinden
- › Fragen Sie jemanden, der sich damit auskennt
- › Lean Startup/Zero Stack
- › Lord, we gotta keep the brand!
- › Lord, we gotta keep the brand!
- › Lord, we gotta keep the brand!