Der Buchmarkt im Zeichen der Digitalisierung

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

mit diesem Heft starten wir eine neue Serie, die den Titel „Der Buchmarkt im Zeichen der Digitalisierung“ trägt. Sie ist eine Fortsetzung der über mehrere Hefte bearbeitete Serie „Die Audiolandschaft im Zeichen der Digitalisierung“ und bildet einen zweiten Baustein unserer Analysen zu den Medienmärkten. Wir starten mit einer von Svenja Hagenhoff erarbeiteten großen Übersicht über „den“ deutschen Buchmarkt – das Wort „den“ betonend, denn was unter dem Gegenstand „Buch“ zu verstehen ist, stellt sich im Zeichen der digitalen Transformation als ein vielschichtiges Gebilde dar. Die Analyse unterscheidet einmal nach inhaltlichen Kriterien in Consumer Books, Professional Books und Educational Books. Sodann wird die Buchwirtschaft mit drei Ebenen charakterisiert, zum einen mit der Makro-Ebene, bei der die Analyse der übergeordneten Bedingtheiten dargestellt wird, Stichworte sind Medienpolitik und Regulierung, des Weiteren mit der Meso-Ebene, bei der es um die Strukturen, Akteure, Organisationsleistungen und Wertschöpfungslogiken geht, schließlich mit der Mikro-Ebene, auf der die Handlungen, Kalküle und Eigenschaften der einzelnen Akteure untersucht wird. Eine große Rolle spielen Daten, die als bedeutende Ressource für die Buchwirtschaft anzusehen sind.

Vor welch großen Herausforderungen die Buchbranche aktuell steht, beleuchtet ein Interview mit Peter Kraus vom Cleff, dem Hauptgeschäftsführer des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels. Er hebt hervor und erinnert daran, dass der Buchhandel eine der ersten Branchen war, die die Digitalisierung als Chance begriffen und ein eigenes Online-Geschäft entwickelt hätten. Entscheidend für die Zukunft der Buchbranche sei vor allem die Entwicklung des Urheberrechts und hier der Abbau der Einschränkungen, die zulasten der Verlage stattfänden.

Zu dieser Thematik passen bestens zwei weitere Beiträge in diesem Heft. Zum einen ein Interview, das wir mit Christoph Schwennicke, dem Geschäftsführer der Verwertungsgesellschaft Corint Media, geführt haben. Eindringlich warnt dieser vor der Gefahr, dass die Verlage beim Umgang mit dem Leistungsschutzrecht für Presseverleger in der Auseinandersetzung mit Google wieder dabei seien, einen Jahrhundertfehler zu begehen, sollten sie sich dem Diktat der ENP-Verträge unterwerfen. Zum anderen stellen Sebastian Omlor und Jannik Heine den aktuellen Stand der Vorschläge zum Digital Services Act und Digital Markets Act dar. Dieser Beitrag gibt einen fundierten Überblick über die einschlägigen Regelungen und die Auswirkungen auf die deutsche Rechtslage.

Prof. Dr. Martin Gläser

Hochschule der Medien, Stuttgart
glaeser@hdm-stuttgart.de

Prof. Dr. Georgios Gounalakis

Philipps-Universität Marburg
gouna@jura.uni-marburg.de

Prof. Dr. Thomas Hess

Ludwig-Maximilians-Universität München
thess@lmu.de

Prof. Dr. Frank Lobigs

Technische Universität Dortmund
frank.lobigs@udo.edu

Prof. Dr. Christoph Neuberger

Freie Universität Berlin
christoph.neuberger@fu-berlin.de

Prof. Dr. Insa Sjurts

Hamburg School of Business Administration
insa.sjurts@hsba.de

Ein weiteres wichtiges Thema greifen wir mit dem aktuell verabschiedeten „Leipziger Impuls III“ auf, der die Positionsbeschreibung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks präzisiert. Weitere interessante Informationen finden Sie im Service-Teil.

Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre!

Die Herausgeber

https://doi.org/10.15358/1613-0669-2022-2-3 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY