

Oxford Handbook of Publishing

Oxford Handbook of Publishing / ed. by Angus Phillips; Michael Bhaskar. - First Ed. - Oxford: Oxford University Press, 2019 - XVIII, 461 S.

(Oxford Handbooks)

ISBN 978-0-19-879420-2 Leinen: £ 110,00

Der in der bewährten Reihe der *Oxford Handbooks* erschienene Band¹ wird von den Verlagsexperten Angus Phillips und Michael Bhaskar herausgegeben. Zusammen mit ebenfalls gut ausgewiesenen Fachleuten aus Verlagen, Bibliotheken, Beraterfirmen und aus verwandten Gebieten, u. a. der Buch- und Bibliothekswissenschaft, der Kommunikations- und Medienwissenschaft oder der Soziologie, soll ein umfassendes Bild des gegenwärtigen Buchverlags mit dem Schwerpunkt bei den Verlagen Großbritanniens und der USA vermittelt werden.

Struktur und formale Aspekte

Nach einer gründlichen Einführung in Kapitel eins besteht das Buch aus weiteren 23 Kapiteln in drei Hauptteilen, nämlich »Publishing in context«, »The Dynamics of publishing« und »Publishing in practice«, sowie aus der Schlussbetrachtung, der »Coda«, im Kapitel 25. Die bis in die Einzelheiten differenzierte, vorzügliche Typografie und Leserführung entsprechen der langjährigen Erfahrung des Verlags. Der sorgfältig gearbeitete, kombinierte Index erschließt das Buch u. a. nach Begriffen, Ländern, Personen, Sachen, Titeln und Verlagen. Die Sacheinträge werden auch in umfangreichen Länderblöcken und Hauptbegriffen zusammengeführt. Fußnoten stützen die Inhalte in der Mehrzahl der Kapitel. Alle enden mit nicht annotierten und meist aus dem anglo-amerikanischen Bereich, in einigen Fällen auch aus Deutschland stammenden, Literaturhinweisen und Belegen. Sie bieten eine gute Basis für den Nachvollzug und eigene Recherchen.

Inhaltliche Aspekte

Die Aufgaben in den drei hauptsächlich behandelten Verlagssparten, den Fach-, Publikums- und Sachbuchverlagen, den Wissenschaftsverlagen sowie den Lehr- und



Schulbuchverlagen, reichen von der Manuskriptbeschaffung, der Kalkulation, dem Lektorat, der Herstellung und Gestaltung der Printtitel und elektronischen Produkte, dem Handel mit Lizenzen und Rechten wie auch der Nutzung des Urheberrechts bis hin zum Marketing und Vertrieb. Auch wenn elektronische Originalpublikationen, neue Formate und Technologien die Geschäftsmodelle, die Herstellung und die Vertriebswege umgestaltet haben, ist die Funktion eines Verlags über die Jahrhunderte annähernd gleich geblieben. Ausgerichtet an sich wandelnden ökonomischen wie auch kulturellen Voraussetzungen der Zeit und orientiert an den Zwängen und Zielen hochspezialisierter, an Gewinn und Umsatz orientierter kleiner oder größerer Verlagsbetriebe, internationaler Konzerne und Oligopole erfolgen heute alle Arbeitsschritte auf der Basis des Internets und einer fortschreitenden Digitalisierung mit dem Einsatz leistungsfähiger Herstellungs-, Informations- und Kommunikationstechnologien zum Zweck des optimierten Absatzes in globalen Märkten.

Auch wenn das Werk das große Stoffgebiet nicht im Sinne eines klassischen Handbuchs systematisch aufbereitet, wie etwa in den bekannten älteren oder jüngsten deutschsprachigen Handbüchern, bietet es doch mit

maßgeblichen Aufsätzen eine aktuelle Beschreibung der intellektuellen, rechtlichen, sozialen, technischen und wirtschaftlichen Herausforderungen an die heutigen Verlage. Die Beiträge erfassen, mitunter nur in Grundzügen geschrieben, beinahe alle Aspekte des modernen Verlagsbuchhandels und beziehen die vorliegende Literatur ein. Die Texte sind konzipiert formuliert und weisen zum Teil auf offene Forschungsfragen hin. Geschichte und Zukunft, gegenwärtige Praxis und Theorie kommen zu ihrem Recht. Der inhaltlichen Vielfalt der Beiträge und ihrer differenzierten Analyse wichtiger Aspekte kann eine Besprechung jedoch nur in Auswahl und in signifikanten Beispielen gerecht werden.

Mit dem Buch liegt die lange erwartete Darstellung der gegenwärtigen anglo-amerikanischen Buchverlage vor. Die Beiträge schließen bestehende Lücken, sind aber durch einige jüngste, nach 2019 erschienene Aufsätze und Monografien abzurunden: Erwähnenswert sind dabei die Artikel von David Barker, Peer Henningsgaard, Claire Squires, Angus Phillips oder Nicholas W. N. Jones² und insbesondere auch Albert N. Grecos jüngste Monografie.³ Zur Ergänzung des *Handbook*, insbesondere zu einigen Verlagsprodukten, zum britischen Buchmarkt, zum Verlagsvertrag oder zum Vertrieb, sei auf Giles Clarks und Angus Phillips' *Inside book publishing*⁴ verwiesen.

Von kleinen Desiderata abgesehen, werden alle bestimmenden, zum großen Teil länderübergreifenden Faktoren verlässlich vorgestellt. Das *Handbook* hat, nicht nur in Hinblick auf seinen Schwerpunkt in den anglo-amerikanischen Ländern und die kleinen Ausblicke auf den Buchmarkt in Indien und China, noch kein Äquivalent in der deutschsprachigen Literatur. Im Falle Großbritanniens überschneidet es sich in Teilgebieten mit der *Cambridge history of the book in Britain*,⁵ deren letzter Band zwei Monate nach dem *Handbook* im Juni 2019 erschienen ist.

Der vom Umfang her überwiegende erste Hauptteil des Buches ist der Verlagsarbeit in ihren historischen und jetzigen Kontexten gewidmet: Dazu gehören zunächst die Geschichte des Verlegens, die Autorschaft in ihren älteren und heutigen Formen, das Lesen in seiner sozialen und technischen Bedingtheit sowie das Urheberrecht. Ferner die wechselseitigen Einflüsse zwischen den Verlagen und der Gesellschaft, der Kultur und der Information. Die Verantwortung des Verlags steht am Schluss dieses Teils. Der zweite Hauptteil skizziert die verlagsspragenden Faktoren. Dazu gehören die Buchökonomie, also die betriebswirtschaftlichen und kaufmännischen Rahmenbedingungen des Verlegens, die Strategien der Verlage und die Globalisierung. Fragen rund um die Programmbildung, die Titelauswahl und die Lektorate bilden ein weiteres Kapitel. Zuletzt folgen die oben genannten drei Verlagssparten. Der dritte Hauptteil gilt der Praxis in den Verlagshäusern. Er endet mit den Bibliotheken und dem vertreibenden Buch-

handel, die mit den Verlagen und untereinander in einer wechselseitigen Abhängigkeit stehen.

Hervorzuheben sind im ersten Hauptteil, im Kapitel zur Verfasserschaft, die Abschnitte zu den »Varieties of digital authorship«, den »Digital challenges to the author concept« und den »Contemporary authorial realities«. Ein knappes Kapitel zum Urheberrecht weist auf seine komplexen Auswirkungen im digitalen Zeitalter hin. Auch die folgenden drei Kapitel zu den Interdependenzen zwischen den Verlagen einerseits und der gegenwärtigen Gesellschaft, ihren kulturellen Formen und der Information andererseits zeichnen, was ebenfalls in bisherigen Publikationen nicht so klar hervortritt, den Band aus.

Das Kapitel Netzwerke liefert wichtige Einsichten in die Vorgeschichte und die gegenwärtige Entwicklung zum »Rise of the networks«, zu den »New textualities« und den heutigen Formen der kollaborativen Autorschaft. Damit verbundenen ist das Anwachsen des »User-generated content« mit den Folgen für die »Content production«, die »Content distribution« und die »Content consumption in the new media ecology«. Dies geschieht zum Teil außerhalb der Verlage in den sozialen Medien und in den Onlinevertriebswegen des Selfpublishing. Im Kapitel Verlegen in der heutigen Welt wird auf die gesellschaftliche Aufgabe der Verlage und ihre Verantwortung namentlich gegenüber der Umwelt hingewiesen.

Der Schwerpunkt des zweiten Hauptteils liegt in der Veranschaulichung des in den Verlagen von innen und außen wirkenden Kräftespiels. Im Kapitel Verlagsprofil und Programmpolitik, dokumentiert u.a. am Beispiel des britischen Verlags Faber & Faber, wird die editorische und redaktionelle Leistung der Verlage in der Auswahl, Entwicklung und Qualitätssicherung der Publikationen, speziell auch durch die Lektorate, herausgestellt. Ihre große Bedeutung für die Verlage und die Gegenwartskultur ist erst in den letzten 30 Jahren stärker ins Blickfeld gerückt.

Das Kapitel Fach-, Publikums- und Sachbuchverlage zeigt anhand eindrucksvoller Verkaufserfolge im anglo-amerikanischen Markt, wie massiv sich der dortige Buchmarkt in den letzten Jahrzehnten verändert hat und wie Marketingtechniken, aber auch die digitalen Umbrüche zu Garanten des Erfolgs geworden sind: Deshalb verdienen die Abschnitte »Transformation of the field of trade publishing«, »The role of marketing and publicity«, der »Challenges and opportunities of the digital revolution« oder des »Value of the brand-name authors« auch das besondere Interesse der hiesigen Verlage. Die wachsende Bedeutung der Technologien wird gleichermaßen an den beiden anderen Verlagssparten verdeutlicht.

Der dritte Hauptteil widmet sich der Praxis. Behandelt werden zunächst die Organisationsstruktur der Verlage und dann die Buchgestaltung, also u.a. der

Druck, das Papier, der Einband oder die Illustration und, im Abschnitt »Design genres«, die je spezifische Ausformung in der wissenschaftlichen Literatur, in der Textedition, in den Lexika und Referenzwerken oder den Einführungen und Lehrbüchern einschließlich der formalen und technischen Anforderungen bei elektronischen Büchern. Deren jetzige Formate und Plattformen, so im Abschnitt »The Electronic book: forwards or backwards?«, bedingen allerdings, verglichen mit der typografischen Leistung und der Struktur des Printbuchs, noch deutliche Nachteile für den Leser. Zugleich werden, was bislang wenig untersucht wurde, die entscheidenden Elemente der inneren und äußeren Buch- und Textgestaltung und ihr spezieller Einfluss auf die Rezeption bei den Leser*innen erläutert.

Im Kapitel zum Verlag und seinen Technologien ist die Entwicklung der fortschreitenden Industrialisierung und Digitalisierung, insbesondere in der hochtechnisierten Herstellung in den Satz- und Druckverfahren wie auch im Vertrieb, prägnant dargestellt. Das Kapitel Buchmarketing betont, in partieller Überschneidung mit einem anderen Kapitel, seine heute dominierende, sich mit der Öffentlichkeitsarbeit überschneidende Rolle in den Verlagen und die neuen Wege des digitalen Marketing, etwa in der Absatzförderung über Soziale Medien und Blogs sowie im wachsenden Einbezug der Autor*innen.

Das Kapitel Rechte behandelt die für die Arbeit der Verlage grundlegenden Lizenzen und Rechte in all ihren Formen. Hinzuweisen ist dabei auf die Angaben zu den weltweiten Übersetzungsrechten und zu den Erträgen des Rechthehandels für die britischen Verlage. Die mittlerweile oftmals ausschlaggebende Rolle des Literaturagenten, der Teilfunktionen des Lektorats übernimmt, wird ebenfalls verdeutlicht.

Die beiden letzten Kapitel zu den Bibliotheken und zum Buchhandel im engeren Sinn des Wortes sind nicht minder wichtig, setzen in manchen Bereichen jedoch zu viel voraus. Zwar sind wichtige Einzelpunkte zu den Bibliotheken aufgeführt, dennoch ist eine Reihe wichtiger Aspekte nicht im nötigen Detail angesprochen. So sind insbesondere die Problematik des *Open Access*, speziell auch der *Big Deals* für die kleinen und mittleren Wissenschaftsverlage, sowie die Folgen des Umbruchs des Publikationssystems in den Universitäten und ihren Bibliotheken bis hin zu den Konsequenzen für die Arbeitsabläufe und die Open-Access-Publikationskosten nicht hinreichend erörtert. Ebenso bleiben die noch bestehenden Mehraufwände in der Verwaltung der E-Medien, also im *Electronic Resource Management (ERM)*, außer Acht. Auch die Erschwernisse in der Benutzung aufgrund der von den Verlagen festgelegten Regelungen im *Digital Rights Management (DRM)* werden nicht ersichtlich.

Herauszustellen ist indes die Rolle der Bibliotheken in ihren wichtigen Funktionen der Selektion, Vermittlung, Archivierung und Verwaltung des von den Verla-

gen publizierten Wissens. Die Abschnitte zu den »Collection development policies and trends«, zu den »Libraries as content creators« und zur Zusammenarbeit zwischen Bibliotheken und den Universitätsverlagen verdienen ebenfalls Beachtung. Im Kapitel Buchhandel entsprechen die zu stark vereinfachten Darstellungen in den Abschnitten »Book products and business models« und »The book trade« nicht der Zielsetzung des Werks.

Zuletzt überlegen die Herausgeber in den acht Gedankenspielen der »Coda« Risiken und Tendenzen der Zukunft in den Verlagen, in den Bibliotheken und in ihren Umfeldern. Angesichts der noch nicht abschätzbaren Entwicklungen erscheinen der potenzielle »Tod des Buches« und das materielle Ende des Buchhandels ebenso offen wie eine erneute Wertschätzung des analogen Buches, das auch mittelfristig durch elektronische Medien nicht völlig abgelöst werden wird.

Fazit

Das Buch erreicht seine Ziele. Es bietet, zumal aufgrund der Dominanz der anglo-amerikanischen Verlage und Datenbankanbieter, aber gleichermaßen wegen der vielen gültigen Aussagen zum Verlagswesen, auch in Deutschland eine sehr gute Basis für die Fortbildung, die Lehre und die Forschung. Das *Handbook* sollte deshalb in den relevanten deutschen Fachhochschulen, Instituten und Universitäten verfügbar sein, da es einerseits die wichtigen englischsprachigen Titel der letzten 20 Jahre zusammenfasst und ergänzt, zugleich aber die noch karge deutschsprachige Literatur zum anglo-amerikanischen Buchverlag in wesentlichen Punkten erweitert und aktualisiert.

SEBASTIAN KÖPPL

Anmerkungen

- 1 Zu Besprechungen siehe Peter Straus in: *TLS*, 14. Februar 2020, S. 25, Donna A. Shear in: *Publishing Research Quarterly* 35 (2019), 4, S. 748–750, und J. Gelfand in: *Choice* 57 (2019), 3, S. 296–297.
- 2 In: *Contemporary publishing and the culture of books* / eds. Alison Baverstock; Richard Bradford; Madelena Gonzalez. London; New York, NY: Routledge, 2020.
- 3 *The Business of scholarly publishing, managing in turbulent times* / Albert N. Greco. New York, NY: Oxford Univ. Press, 2020.
- 4 *Inside book publishing* / Giles Clark; Angus Phillips. 6th ed. New York, NY: Routledge. Dies gilt auch für die vorzügliche Aufsatzsammlung *Book wars; the digital revolution in publishing* / John B. Thompson. Cambridge, UK; Medford, MA: Polity Press, 2021.
- 5 *The Cambridge history of the book in Britain*. Vol 7. *The twentieth century and beyond* / eds. Andrew Nash; Claire Squires, Ian Willison. Cambridge u. a.: Cambridge Univ. Press, 2019.