

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|-----|
| Vorwort | III |
| 1. Literatur und Ökonomik | 1 |
| 2. Das Gut »Literatur« und seine Eigenschaften | 7 |
| 2.1. Literatur als wirtschaftliches Gut | 7 |
| 2.2. Literatur als Marktgut | 12 |
| 2.2.1. Literatur und Humankapital | 12 |
| 2.2.2. Kulturzeit und »Leserevolutionen« | 19 |
| 2.3. Literatur zwischen Privat- und Kollektivgut | 25 |
| 3. Literaturmärkte | 32 |
| 3.1. Der Markt für literarische Kopien | 32 |
| 3.1.1. Die Entwicklung der Angebotsbedingungen | 32 |
| 3.1.1.1. Vervielfältigungstechniken und Kostenstrukturen vom 15. bis zum 18. Jahrhundert | 32 |
| 3.1.1.2. Nachdruck und Verfügungsrechte | 42 |
| 3.1.1.3. Technischer Fortschritt in der Vervielfältigungstechnik im 19. und 20. Jahrhundert | 45 |
| 3.1.1.4. Wettbewerb auf dem Markt für Kopien | 54 |
| 3.1.1.4.1. Preis- und Qualitätswettbewerb | 54 |
| 3.1.1.4.2. Marktformen und Urheberrecht | 58 |
| 3.1.1.4.3. Sekundäre Buchmärkte | 74 |
| 3.1.1.5. Handelshemmnisse und Transportkosten | 72 |
| 3.1.1.6. Zensur und Propaganda | 79 |
| 3.1.2. Die Entwicklung der Nachfragebedingungen | 84 |
| 3.1.2.1. Bücherpreise | 85 |
| 3.1.2.1.1. Probleme von Preisvergleichen | 85 |
| 3.1.2.1.2. Marktorganisation und Bücherpreise | 87 |
| 3.1.2.1.3. Historische Entwicklungslinien der Bücherpreise | 96 |
| 3.1.2.1.4. Preis- und kosteninduzierte Vertriebs- und Leser- organisationen | 107 |
| 3.1.2.2. Die Entwicklung von Humankapital und Einkommen | 114 |
| 3.1.2.2.1. Lesefähige Bevölkerung, reale Pro-Kopf-Einkommen und Literaturmarkt | 114 |

| | | |
|------------|---|-----|
| 3.1.2.2.2. | Zur Politischen Ökonomie der Alphabetisierung | 126 |
| 3.1.2.3. | Änderungen der Präferenzen | 134 |
| 3.2 | Die Autoren als Anbieter von Werken | 139 |
| 3.2.1. | Die Ziele von Autoren | 139 |
| 3.2.2. | Die Einkommen von Autoren | 144 |
| 3.2.3. | Formen der Autorenvergütung | 150 |
| 4. | Fallstudien | 157 |
| 4.1. | Die Umbruchszeit um die Wende vom 18. zum 19. Jahrhundert | 157 |
| 4.1.1. | Die rechtliche Situation am deutschen Literaturmarkt | 157 |
| 4.1.2. | Autorenverhalten | 171 |
| 4.1.2.1. | Eine Strategie zur Honorarmaximierung: Goethe als Auktionator | 171 |
| 4.1.2.2. | Selbstverlagsprojekte | 183 |
| 4.1.2.2.1. | Individueller Selbstverlag: Klopstocks »Gelehrtenrepublik« | 183 |
| 4.1.2.2.2. | Kollektiver Vertrieb selbstverlegter Bücher: Die Dessauer »Buchhandlung der Gelehrten« | 186 |
| 4.1.2.3. | Rechte an Werken: Die Auseinandersetzungen zwischen Christoph Martin Wieland und der Weidmannschen Buchhandlung | 197 |
| 4.1.3. | Verlegerstrategien gegen den Büchernachdruck | 200 |
| 4.1.3.1. | Individuelle Maßnahmen | 203 |
| 4.1.3.2. | Kollektive Maßnahmen | 210 |
| 4.1.3.2.1. | Die »Buchhandelsgesellschaft« | 210 |
| 4.1.3.2.2. | »Rent-seeking«: Das »Kursächsische Mandat« | 218 |
| 4.2. | Einige Entwicklungen des Literaturmarktes im 20. Jahrhundert | 223 |
| 4.2.1. | Entstehung und Veränderung des Urheberrechts im 19. und 20. Jahrhundert | 223 |
| 4.2.2. | Das »Cartell lyrischer Autoren« | 226 |
| 4.2.2.1. | Gründungsgeschichte | 226 |
| 4.2.2.2. | Kartellpolitik | 228 |
| 4.2.2.3. | Erfolg des Kartells | 231 |
| 4.2.3. | Die kollektive Wahrnehmung von Urheberrechten: Die Verwertungsgesellschaft Wort (VG Wort) | 233 |
| 5. | Schlußbemerkungen | 247 |
| | Literaturverzeichnis | 249 |
| | Personenregister | 263 |
| | Sachwortregister | 269 |