

## Inhaltsübersicht

<b>1 Einleitung .....</b>	<b>1</b>
1.1 Problemstellung .....	1
1.2 Zielsetzung und Forschungsmethodik .....	2
1.3 Aufbau der Arbeit .....	3
<b>2 Terminologie und Gestaltungsansatz.....</b>	<b>5</b>
2.1 Grundbegriffe .....	5
2.2 Vorgehensmodell und Notation zur Referenzmodellierung.....	23
2.3 Entwicklung eines generellen Rahmens für Medien-Referenzmodelle .....	40
<b>3 Spezifika von Buchverlagen.....</b>	<b>51</b>
3.1 Ziele .....	51
3.2 Leistungserstellung .....	52
3.3 Organisation.....	76
<b>4 Neue Technologien und ihre Implikationen auf den Leistungsprozess.....</b>	<b>82</b>
4.1 Technische Veränderungen und Innovationen zur Inhalteproduktion und -distribution.....	83
4.2 Content-Management-Systeme .....	89
4.3 Books-on-Demand .....	100
4.4 Strukturelle Implikationen auf das Geschäftsmodell .....	119
<b>5 Referenzmodellierung für den Leistungsprozess von Buchverlagen .....</b>	<b>132</b>
5.1 Referenzmodellklassifikation.....	132
5.2 Referenzmodellrahmen.....	133
5.3 Referenzmodell .....	134
5.4 Referenzmodellevaluation.....	212
<b>6 Zusammenfassung und Ausblick .....</b>	<b>229</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>235</b>



## Inhaltsverzeichnis

<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>XV</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>XIX</b>
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>1</b>
1.1 Problemstellung .....	1
1.2 Zielsetzung und Forschungsmethodik .....	2
1.3 Aufbau der Arbeit .....	3
<b>2 Terminologie und Gestaltungsansatz.....</b>	<b>5</b>
2.1 Grundbegriffe .....	5
2.1.1 Referenzmodell .....	5
2.1.2 Leistungsprozess.....	13
2.1.3 Buchverlag.....	15
2.2 Vorgehensmodell und Notation zur Referenzmodellierung.....	23
2.2.1 Vorgehensmodell.....	23
2.2.1.1 Referenzmodell klassifizieren.....	24
2.2.1.2 Referenzmodellrahmen konstruieren .....	25
2.2.1.3 Referenzmodell konstruieren .....	26
2.2.1.4 Referenzmodell evaluieren.....	26
2.2.2 Notation .....	27
2.2.2.1 Eignung des objektorientierten Paradigmas für das Modellierungsproblem .	27
2.2.2.2 Definition der Notation.....	31
2.2.2.2.1 Modellierung der Module.....	31
2.2.2.2.2 Modellierung der Prozesse .....	32
2.2.2.2.3 Modellierung der Klassen.....	36
2.3 Entwicklung eines generellen Rahmens für Medien-Referenzmodelle .....	40
2.3.1 Betrachtungsgegenstand.....	41
2.3.1.1 Beschaffungs- und Absatzmärkte für Medienunternehmen .....	42
2.3.1.2 Wertschöpfungskette von Medienunternehmen.....	43
2.3.2 Referenzmodellrahmen .....	45
2.3.2.1 X-Modell .....	45

---

2.3.2.2 Prozessobjektauswahlmatrizen.....	46
2.3.2.3 Abstraktionsebenen.....	47
2.3.3 Das X-Modell als Architektur integrierter Medien-Informationssysteme .....	49
<b>3 Spezifika von Buchverlagen.....</b>	<b>51</b>
3.1 Ziele .....	51
3.2 Leistungserstellung .....	52
3.2.1 Beschaffung.....	53
3.2.2 Produktion .....	56
3.2.3 Absatz.....	59
3.2.3.1 Produkt- und Programmpolitik.....	59
3.2.3.2 Kontrahierungspolitik.....	64
3.2.3.2.1 Preispolitik.....	64
3.2.3.2.2 Konditionenpolitik .....	67
3.2.3.3 Distributionspolitik .....	69
3.2.3.3.1 Direkte Distribution.....	70
3.2.3.3.2 Einstufige indirekte Distribution.....	72
3.2.3.3.3 Zweistufige indirekte Distribution .....	73
3.2.3.4 Kommunikationspolitik.....	74
3.3 Organisation .....	76
3.3.1 Aufbauorganisation.....	76
3.3.2 Ablauforganisation .....	78
<b>4 Neue Technologien und ihre Implikationen auf den Leistungsprozess.....</b>	<b>82</b>
4.1 Technische Veränderungen und Innovationen zur Inhalteproduktion und -distribution.....	83
4.2 Content-Management-Systeme .....	89
4.2.1 Technische Perspektive .....	89
4.2.2 Ökonomische Perspektive.....	92
4.2.2.1 Kostenperspektive.....	92
4.2.2.2 Erlösperspektive.....	94
4.2.3 Fallbeispiel.....	96
4.2.3.1 Überblick .....	96

---

4.2.3.2 Technische Perspektive .....	98
4.2.3.3 Ökonomische Perspektive.....	99
4.3 Books-on-Demand .....	100
4.3.1 Technische Perspektive .....	102
4.3.2 Ökonomische Perspektive .....	106
4.3.2.1 Kostenperspektive.....	106
4.3.2.2 Erlösperspektive.....	109
4.3.3 Fallbeispiel.....	114
4.3.3.1 Überblick .....	115
4.3.3.2 Technische Perspektive .....	115
4.3.3.3 Ökonomische Perspektive.....	116
4.4 Strukturelle Implikationen auf das Geschäftsmodell .....	119
4.4.1 Prozessperspektive .....	119
4.4.1.1 Mehrfachverwertung der Inhalte.....	120
4.4.1.2 Individualisierung der Produkte .....	122
4.4.1.3 Vernetzung der Wertschöpfungsstufen und -ketten .....	124
4.4.1.4 Disintermediation der Handelsstufen .....	125
4.4.2 Marktperspektive .....	126
4.4.2.1 Wandel der Verlagsfunktionen .....	126
4.4.2.2 Verschärfung des Wettbewerbsdrucks.....	128
<b>5 Referenzmodellierung für den Leistungsprozess von Buchverlagen .....</b>	<b>132</b>
5.1 Referenzmodellklassifikation.....	132
5.2 Referenzmodellrahmen.....	133
5.3 Referenzmodell .....	134
5.3.1 Überblick.....	134
5.3.1.1 Modulstruktur.....	134
5.3.1.2 Kernklassenmodell .....	135
5.3.1.2.1 Selektionsperspektive .....	136
5.3.1.2.2 Konfigurationsperspektive .....	137
5.3.1.2.3 Distributionsperspektive .....	138
5.3.2 Struktur von Büchern.....	138

---

5.3.2.1 Klassendiagramme.....	139
5.3.2.1.1 Umschlagsteil.....	141
5.3.2.1.2 Innenteil.....	142
5.3.2.2 Polymorphe Daten.....	144
5.3.3 Selektion von Inhalten .....	145
5.3.3.1 Teilprozess Programmplanung .....	145
5.3.3.1.1 Aktivitätsdiagramm.....	146
5.3.3.1.2 Klassendiagramme .....	149
5.3.3.2 Teilprozess Rechteerwerb.....	154
5.3.3.2.1 Aktivitätsdiagramm.....	155
5.3.3.2.2 Klassendiagramm .....	157
5.3.3.3 Kalkulation als besondere Funktion der Selektion .....	160
5.3.3.3.1 Aktivitätsdiagramm.....	162
5.3.3.3.2 Klassendiagramm .....	165
5.3.4 Konfiguration von Inhalten.....	167
5.3.4.1 Teilprozess Gestaltung.....	168
5.3.4.1.1 Aktivitätsdiagramme .....	168
5.3.4.1.2 Klassendiagramme .....	173
5.3.4.2 Teilprozess Herstellung.....	175
5.3.4.2.1 Aktivitätsdiagramme.....	175
5.3.4.2.2 Klassendiagramme .....	182
5.3.4.3 Ablaufplanung als besondere Funktion der Konfiguration.....	184
5.3.4.3.1 Aktivitätsdiagramm.....	184
5.3.4.3.2 Klassendiagramm .....	186
5.3.5 Distribution von Büchern .....	189
5.3.5.1 Teilprozess Vertrieb .....	189
5.3.5.1.1 Aktivitätsdiagramme.....	189
5.3.5.1.2 Klassendiagramme .....	193
5.3.5.2 Teilprozess Auslieferung.....	196
5.3.5.2.1 Aktivitätsdiagramme.....	196
5.3.5.2.2 Klassendiagramm .....	201

---

5.3.5.3 Teilprozess Lizenzhandel.....	203
5.3.5.4 Auflagenhöhenplanung als besondere Funktion der Distribution.....	205
5.3.5.4.1 Aktivitätsdiagramm.....	207
5.3.5.4.2 Klassendiagramm .....	210
5.4 Referenzmodellevaluation.....	212
5.4.1 Testfall I: Ein Belletristikverlag.....	213
5.4.1.1 Überblick .....	213
5.4.1.2 Gestaltungsprozess.....	214
5.4.1.3 Einsatz des Referenzmodells.....	217
5.4.1.3.1 Ableitbarkeit des unternehmensspezifischen Modells.....	217
5.4.1.3.2 Zwischenbewertung .....	219
5.4.2 Testfall II: Ein Sachbuchverlag .....	221
5.4.2.1 Überblick .....	221
5.4.2.2 Herstellungsprozess.....	221
5.4.2.3 Einsatz des Referenzmodells.....	224
5.4.2.3.1 Ableitbarkeit des unternehmensspezifischen Modells.....	225
5.4.2.3.2 Zwischenbewertung .....	226
5.4.3 Bewertung .....	227
<b>6 Zusammenfassung und Ausblick .....</b>	<b>229</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>235</b>