

Inhaltsüberblick

Inhaltsverzeichnis	XI
1 Einleitung	1
2 Grundlagen und traditionelle Wertschöpfung wissenschaftlicher Verlage	6
3 Veränderungen der Wertschöpfung wissenschaftlicher Verlage und aktuelle Herausforderungen	50
4 Analyse der Struktur des wissenschaftlichen Verlagsmarkts.....	85
5 Grundlagen des Controlling.....	125
6 Konzeption ausgewählter Controllinginstrumente für wissenschaftliche Verlage.....	137
7 Schlussbetrachtung.....	294
Literaturverzeichnis	303
Anhang	325

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XVII
Tabellenverzeichnis	XIX
Abkürzungsverzeichnis	XXIII
1 Einleitung	1
1.1 Motivation	1
1.2 Forschungsfragen und Forschungsmethodik	2
1.3 Aufbau	4
2 Grundlagen und traditionelle Wertschöpfung wissenschaftlicher Verlage	6
2.1 Einordnung und grundlegende Charakteristika wissenschaftlicher Verlage	7
2.1.1 Verlagsbranche als Teilsegment der Medienbranche	7
2.1.2 Wissenschaftliche Verlage als Teilsegment der Medienbranche	10
2.1.3 Abgrenzung wissenschaftlicher Verlagsprodukte	13
2.1.4 Wertschöpfungskette wissenschaftlicher Verlage	14
2.2 Aufbauorganisation wissenschaftlicher Verlage	17
2.3 Traditionelles Produktspektrum wissenschaftlicher Verlage	20
2.3.1 Klassifikation	20
2.3.2 Wissenschaftliche Bücher	21
2.3.3 Wissenschaftliche Zeitschriften	23
2.3.4 Loseblattsammlung	23
2.4 Wertschöpfung für den Produkttyp „wissenschaftliches Buch“	23
2.4.1 Beschaffung und Selektion von Inhalten	24
2.4.2 Herstellung	27
2.4.3 Marketing	29
2.4.4 Verkauf und Distribution	31
2.5 Wertschöpfung für den Produkttyp „wissenschaftliche Zeitschrift“	33
2.5.1 Initiierung	33
2.5.2 Beschaffung und Selektion von Inhalten	36
2.5.3 Herstellung	39

2.5.4 Marketing	40
2.5.5 Verkauf und Distribution	43
2.6 Kostenstruktur gedruckter wissenschaftlicher Zeitschriften	43
2.6.1 Ableitung eines Kostenmodells.....	43
2.6.2 Exemplarische Anwendung des Kostenmodells.....	47
2.7 Zusammenfassung der ökonomischen Charakteristika der wissenschaftlichen Verlagsbranche.....	49

3 Veränderungen der Wertschöpfung wissenschaftlicher Verlage und aktuelle Herausforderungen	50
3.1 Veränderung des Produktspektrums wissenschaftlicher Verlage	51
3.1.1 Klassifikation	51
3.1.2 Publikationsmedien	53
3.1.3 Komplementäre Dienste	54
3.2 Veränderungen der Wertschöpfung für den Produkttyp „wissenschaftliches Buch“	56
3.2.1 Beschaffung und Selektion von Inhalten	56
3.2.2 Herstellung.....	57
3.2.3 Marketing	60
3.2.4 Verkauf und Distribution	60
3.3 Veränderungen der Wertschöpfung für den Produkttyp „wissenschaftliche Zeitschrift“	64
3.3.1 Initiierung	64
3.3.2 Beschaffung und Selektion von Inhalten	64
3.3.3 Herstellung.....	66
3.3.4 Marketing	67
3.3.5 Verkauf und Distribution	67
3.4 Kostenstruktur elektronischer wissenschaftlicher Zeitschriften.....	72
3.4.1 Ableitung eines Kostenmodells.....	72
3.4.2 Exemplarische Anwendung des Kostenmodells.....	76
3.5 Neu entstehende Wertschöpfungsstrukturen wissenschaftlicher Verlage: eine Fallstudienbetrachtung	77
3.5.1 Vorbemerkungen	77
3.5.2 Scopus (Elsevier)	78
3.5.3 Faculty of 1000 (Current Science Group).....	80
3.5.4 Knovel Interactive Library (Knovel Corporation).....	81
3.5.5 Zusammenfassung der Erkenntnisse zu neu entstehenden Wertschöpfungsstrukturen wissenschaftlicher Verlage.....	82
3.6 Zusammenfassung der Veränderungen und aktuellen Herausforderungen der wissenschaftlichen Verlagsbranche	83

4 Analyse der Struktur des wissenschaftlichen Verlagsmarkts	85
4.1 Datenquellen der Untersuchung.....	85
4.2 Grundlegende ökonomische Daten der wissenschaftlichen Verlagsbranche.....	86
4.2.1 Anbieter und Nachfrager im wissenschaftlichen Verlagsmarkt.....	86
4.2.2 Umsatz und Ertrag des wissenschaftlichen Verlagsmarkts.....	87
4.2.3 Marktsegmente des wissenschaftlichen Verlagsmarkts.....	91
4.3 Konzentration des wissenschaftlichen Verlagsmarkts.....	93
4.3.1 Methoden zur Messung von Marktkonzentrationen.....	93
4.3.2 Konzentration gemessen am Umsatzvolumen.....	94
4.3.3 Konzentration gemessen an der Zahl der Zeitschriftentitel.....	96
4.3.4 Konzentration gemessen an der Zahl der Zeitschriftentitel unter Berücksichtigung ihrer Reputation.....	101
4.4 Preise für wissenschaftliche Zeitschriften.....	104
4.4.1 Preisentwicklung.....	105
4.4.2 Aktuelles Preisniveau.....	107
4.4.3 Einflussfaktoren der Preise im Markt für wissenschaftliche Zeitschriften.....	108
4.4.3.1 Identifikation potenzieller Preiseinflussfaktoren und Hypothesenbildung.....	109
4.4.3.2 Regressionsmodell zur Analyse des Gesamtmarkts.....	111
4.4.3.3 Regressionsmodell zum Vergleich des natur- und des geisteswissenschaftlichen Segments.....	115
4.4.3.4 Regressionsmodell zum Vergleich des kommerziellen und des nicht-kommerziellen Segments.....	117
4.4.3.5 Zusammenfassung der Ergebnisse der Regressionsanalysen.....	120
4.5 Zusammenfassung der Ergebnisse zur Struktur des wissenschaftlichen Verlagsmarkts.....	121
5 Grundlagen des Controlling	125
5.1 Controllingkonzeptionen.....	125
5.1.1 Zum Begriff des Controlling und der Controllingkonzeption.....	125
5.1.2 Controllingkonzeptionen.....	126
5.1.3 Auswahl einer Controllingkonzeption für die vorliegende Untersuchung.....	128
5.1.4 Ebenen des Controlling.....	129
5.2 Controllingsysteme.....	130
5.2.1 Elemente eines Controllingsystems.....	130
5.2.2 Ziele und Aufgaben.....	131
5.2.3 Instrumente.....	133

6	Konzeption ausgewählter Controllinginstrumente für wissenschaftliche Verlage	137
6.1	Vorüberlegungen zur Konzeption eines Controllingsystems für wissenschaftliche Verlage	137
6.1.1	Überblick über die historische Entwicklung und den gegenwärtigen Stand der Forschung zum Controlling in wissenschaftlichen Verlagen	137
6.1.2	Controlling-relevante Charakteristika der wissenschaftlichen Verlagsbranche	139
6.1.3	Auswahl der betrachteten Instrumente	143
6.2	Grundmodell einer Kosten- und Erlösrechnung für wissenschaftliche Verlage	146
6.2.1	Kosten- und Erlösartenrechnung	147
6.2.2	Kosten- und Erlösstellenrechnung	153
6.2.3	Kosten- und Erlösträgerrechnung	157
6.2.3.1	Kosten- und Erlösträgerstückrechnung für den Produkttyp „wissenschaftliches Buch“	157
6.2.3.2	Kosten- und Erlösträgerstückrechnung für den Produkttyp „wissenschaftliche Zeitschrift“	166
6.2.3.3	Kosten- und Erlösträgerzeitrechnung in wissenschaftlichen Verlagen	172
6.2.4	Zusammenfassung und Beurteilung	174
6.3	Prozesskostenrechnung im wissenschaftlichen Zeitschriftengeschäft	177
6.3.1	Grundlagen der Prozesskostenrechnung	178
6.3.2	Relevanz und Einsatzgebiete der Prozesskostenrechnung in wissenschaftlichen Verlagen	181
6.3.3	Entwicklung einer Prozesshierarchie für das wissenschaftliche Zeitschriftensegment	186
6.3.4	Anwendung der Prozesskostenrechnung in wissenschaftlichen Verlagen	193
6.3.4.1	Vorüberlegungen und Basisannahmen	194
6.3.4.2	Teilprozessrechnung	197
6.3.4.3	Hauptprozessrechnung	200
6.3.4.4	Kalkulation	201
6.3.5	Zusammenfassung und Beurteilung	205
6.4	Erlösrechnung beim Absatz gebündelter Produkte	206
6.4.1	Grundlagen und theoretische Vorüberlegungen	207
6.4.1.1	Produktbündel	207
6.4.1.2	Gemeinerlöse	209
6.4.1.3	Analyse der Problemstellung und theoretische Bezüge	209
6.4.2	Relevanz und Einsatzgebiete der Gemeinerlösverrechnung in wissenschaftlichen Verlagen	211
6.4.3	Verfahren zur Verrechnung von Gemeinerlösen in wissenschaftlichen Verlagen	213
6.4.3.1	Beurteilungskriterien und Systematisierung für Lösungsansätze	213
6.4.3.2	Modellierung des Principal-Agent-Problems	215
6.4.3.3	First-Best-Lösung des Principal-Agent-Problems	221
6.4.3.4	Einzelpreisorientierte Verrechnung	222
6.4.3.5	Absatzmengenorientierte Verrechnung	225

6.4.3.6 Einzelerlösorientierte Verrechnung	227
6.4.3.7 Kostenorientierte Verrechnung.....	228
6.4.3.8 Nutzungsbasierte Verrechnung.....	230
6.4.4 Zusammenfassung und Beurteilung.....	236
6.5 SWOT-Analyse als Instrument zur strategischen Positionierung wissenschaftlicher Verlage	238
6.5.1 Grundlagen der SWOT-Analyse	239
6.5.2 Relevanz und Einsatzgebiete der SWOT-Analyse in wissenschaftlichen Verlagen	240
6.5.3 Anwendung der SWOT-Analyse in wissenschaftlichen Verlagen	241
6.5.3.1 Stärken-Schwächen-Analyse	241
6.5.3.2 Chancen-Risiken-Analyse	245
6.5.3.3 SWOT-Analyse.....	249
6.5.4 Zusammenfassung und Beurteilung.....	250
6.6 Szenario-Technik als Instrument der strategischen Planung in wissenschaftlichen Verlagen	250
6.6.1 Grundlagen der Szenario-Technik.....	251
6.6.2 Relevanz und Einsatzgebiete der Szenario-Technik in wissenschaftlichen Verlagen ..	255
6.6.3 Anwendung der Szenario-Technik in wissenschaftlichen Verlagen	255
6.6.3.1 Definition und Analyse des Untersuchungsfelds	256
6.6.3.2 Identifikation, Analyse und Prognose von Umfeldfaktoren.....	256
6.6.3.3 Erarbeitung und Auswahl von Rohszenarien	266
6.6.3.4 Ausarbeitung von Szenarien	268
6.6.3.5 Auswertung von Szenarien.....	271
6.6.4 Zusammenfassung und Beurteilung.....	272
6.7 Balanced Scorecard als übergreifendes Steuerungsinstrument in wissenschaftlichen Verlagen	273
6.7.1 Grundlagen des Balanced-Scorecard-Konzepts	273
6.7.2 Relevanz und Einsatzgebiete der Balanced Scorecard in wissenschaftlichen Verlagen	275
6.7.3 Entwicklung eines generischen Entwurfsmusters einer Balanced Scorecard für wissenschaftliche Verlage	276
6.7.3.1 Methodische Vorüberlegungen.....	277
6.7.3.2 Kritische Erfolgsfaktoren der wissenschaftlichen Verlagsbranche.....	277
6.7.3.3 Ableitung von Perspektiven.....	278
6.7.3.4 Ableitung von strategischen Zielen und Kennzahlen	281
6.7.4 Anwendung des generischen Entwurfsmusters zur Entwicklung einer individuellen Balanced Scorecard eines wissenschaftlichen Verlags.....	286
6.7.4.1 Methodische Hinweise zum Einsatz des generischen Entwurfsmusters	286
6.7.4.2 Beschreibung des Fallbeispiels	287
6.7.4.3 Ausgestaltung einer Balanced Scorecard für das Fallbeispiel	288
6.7.5 Zusammenfassung und Beurteilung.....	292

6.8 Zusammenfassung und Beurteilung der betrachteten Controllinginstrumente	293
7 Schlussbetrachtung.....	294
Literaturverzeichnis	303
Anhang A: Datenquelle für Kostenmodelle	325
Anhang B: Daten für Regressionsmodelle	336

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1-1: Aufbau der Arbeit (ohne Einleitung und Schlussbetrachtung).....	6
Abbildung 2-1: Das „Chinese Box“-Modell zur strukturierten Beschreibung von Mediengütern.....	8
Abbildung 2-2: Typologie von Medienunternehmen.....	10
Abbildung 2-3: Wertschöpfungsketten für wissenschaftliche Verlage	15
Abbildung 2-4: Strukturierung der Wertschöpfungskette wissenschaftlicher Verlage für die vorliegende Untersuchung.....	17
Abbildung 2-5: Typische Aufbauorganisation eines wissenschaftlichen Verlags.....	17
Abbildung 2-6: Matrixstruktur in einem Verlag	19
Abbildung 2-7: Konzernorientierte Aufbaustruktur eines Verlags am Beispiel von Springer Science+Business Media.....	20
Abbildung 2-8: Distributionskanäle der Buchverlagsbranche.....	32
Abbildung 3-1: Abgrenzung zwischen digitalen Produkten und Medienprodukten.....	51
Abbildung 3-2: Das System der Wissenschaftskommunikation.....	52
Abbildung 3-3: Evolutionsstufen der Digitalisierung der Buchherstellung und ihre Implikationen für Verlage	59
Abbildung 3-4: Systematik zur Differenzierung von Medienprodukten unter Berücksichtigung der Entwicklung digitaler Informationstechnologien.....	83
Abbildung 4-1: Segmente des wissenschaftlichen Verlagsmarkts.....	92
Abbildung 4-2: Die Verteilung der Marktanteile auf die Marktteilnehmer für den gesamten wissenschaftlichen Verlagsmarkt.....	95
Abbildung 4-3: Die Verteilung der Marktanteile auf die Marktteilnehmer im Marktausschnitt der fünfzig umsatzstärksten wissenschaftlichen Verlage	96
Abbildung 4-4: Verteilung der Marktanteile des wissenschaftlichen Zeitschriftenmarkts (gemessen an der Anzahl der Zeitschriftentitel).....	100
Abbildung 4-5: Verteilung der Marktanteile des wissenschaftlichen Zeitschriftenmarkt differenziert nach Disziplinen (gemessen an der Anzahl der Zeitschriftentitel, gewichtet mit Impact-Faktoren)	103
Abbildung 4-6: Reale Entwicklung der Preise wissenschaftlicher Zeitschriften	105
Abbildung 4-7: Reale Entwicklung der Preise wissenschaftlicher Zeitschriften differenziert nach Wissenschaftsgebieten.....	107
Abbildung 5-1: Die planungs- und kontrollorientierte Konzeption des Controlling nach Horváth	127
Abbildung 5-2: Bestandteile eines Controllingsystems	131
Abbildung 5-3: Aufgaben des Controlling nach Horváth als Zweck-Mittel-Hierarchie.....	133
Abbildung 5-4: Überblick über Controllinginstrumente.....	136
Abbildung 6-1: Kumulierte Zahlungsströme und dynamischer Break-Even-Punkt eines neuen Zeitschriftentitels	172

Abbildung 6-2: Varianten der Erfolgsrechnung	172
Abbildung 6-3: Methodik der Prozesskostenrechnung.....	181
Abbildung 6-4: Systematisierung von Verbundeffekten und Einordnung der Problemstellung	207
Abbildung 6-5: Modellierung des Erlöszurechnungsproblems	210
Abbildung 6-6: Wirkung von Investitionen auf die Preis-Absatz-Funktion	218
Abbildung 6-7: Zeitlicher Ablauf des Principal-Agent-Problems.....	220
Abbildung 6-8: Zusammenführen von Einzelanalysen zu einer SWOT-Analyse	239
Abbildung 6-9: SWOT-Matrix	240
Abbildung 6-10: Branchenkräfte der wissenschaftlichen Verlagsbranche im Fünf-Kräfte-Modell nach Porter	247
Abbildung 6-11: Exemplarische SWOT-Matrix für einen wissenschaftlichen Verlag	249
Abbildung 6-12: Szenario-Trichter mit zwei Alternativszenarien.....	252
Abbildung 6-13: Systemgrid mit Einflussfaktoren der wissenschaftlichen Verlagsbranche	259
Abbildung 6-14: Grundmodell der Balanced Scorecard nach Kaplan und Norton.....	274
Abbildung 6-15: Phasenmodell zur Implementierung einer Balanced Scorecard.....	275
Abbildung 6-16: Perspektiven einer Balanced Scorecard für wissenschaftliche Verlage und ihre Beziehungen	281
Abbildung 6-17: Methodik zur Identifikation relevanter Ziele für eine Balanced Scorecard.....	281
Abbildung 6-18: Entwicklung einer individuellen Balanced Scorecard mit Unterstützung des generischen Entwurfsmusters	287
Abbildung 6-19: Exemplarische Strategy Map für das Fallbeispiel.....	290

Tabellenverzeichnis

Tabelle 2-1: Überblick über die verschiedenen Typen wissenschaftlicher Bücher	22
Tabelle 2-2: Prozentuale Verteilung der Auswahl bzw. Anregung von Manuskripten	26
Tabelle 2-3: Klassifikation von Varianten des Peer Review-Prozesses	38
Tabelle 2-4: Kostenparameter und typische Werte für die Kostenfunktion des wissenschaftlichen Zeitschriftengeschäfts	47
Tabelle 2-5: Kostentreiber der Kostenfunktion des wissenschaftlichen Zeitschriftengeschäfts und ihre Ausprägungen für drei exemplarische wissenschaftliche Zeitschriften	48
Tabelle 2-6: Gesamtkosten und Kosten pro Abonnent für drei fiktive wissenschaftliche Zeitschriften	48
Tabelle 3-1: Vor- und Nachteile von CD-ROMs bzw. DVDs im Vergleich zu anderen Trägermedien	53
Tabelle 3-2: Prinzipielle Möglichkeiten des Verkaufs und der Distribution von E-Books	63
Tabelle 3-3: Ergänzende Kostenparameter und typische Werte für die Kostenfunktion des elektronischen wissenschaftlichen Zeitschriftengeschäfts	76
Tabelle 3-4: Exemplarischer Kostenvergleich zwischen Print-Only- und E-Only-Zeitschriften	76
Tabelle 4-1: Die fünfzig umsatzstärksten wissenschaftlichen Verlage (zusammengestellt auf Basis der in Abschnitt 4.1 angegebenen Daten)	89
Tabelle 4-2: Die zehn umsatzstärksten U.S.-amerikanischen wissenschaftlichen Verlage 1980	90
Tabelle 4-3: Die zehn umsatzstärksten U.S.-amerikanischen wissenschaftlichen Verlage 2005	91
Tabelle 4-4: Die zehn größten Anbieter wissenschaftlicher Zeitschriften	97
Tabelle 4-5: Die zehn größten Anbieter wissenschaftlicher Zeitschriften im naturwissenschaftlichen Segment	97
Tabelle 4-6: Die zehn größten Anbieter wissenschaftlicher Zeitschriften im sozialwissenschaftlichen Segment	98
Tabelle 4-7: Die zehn größten Anbieter wissenschaftlicher Zeitschriften im geisteswissenschaftlichen Segment	98
Tabelle 4-8: Konzentration im wissenschaftlichen Zeitschriftenmarkt (gemessen an der Anzahl der Zeitschriftentitel)	99
Tabelle 4-9: Konzentration im wissenschaftlichen Zeitschriftenmarkt differenziert nach Disziplinen (gemessen an der Anzahl der Zeitschriftentitel)	101
Tabelle 4-10: Konzentration im wissenschaftlichen Zeitschriftenmarkt (gemessen an der Anzahl der Zeitschriftentitel, gewichtet mit Impact-Faktoren)	102
Tabelle 4-11: Konzentration im wissenschaftlichen Zeitschriftenmarkt differenziert nach Disziplinen (gemessen an der Anzahl der Zeitschriftentitel, gewichtet mit Impact- Faktoren)	104

Tabelle 4-12: Durchschnittlich Preise für wissenschaftlicher Zeitschriften differenziert nach Disziplinen sowie kommerziellen und nicht-kommerziellen Verlagen	108
Tabelle 4-13: Zusammenfassung der Hypothesen zu Einflussfaktoren auf den Preis wissenschaftlicher Zeitschriften	111
Tabelle 4-14: Deskriptive Statistik der Stichprobe (N = 569)	112
Tabelle 4-15: Ergebnisse der Regressionsanalyse	113
Tabelle 4-16: Regressionsmodelle für das natur- bzw. das geisteswissenschaftliche Segment.....	116
Tabelle 4-17: Regressionsmodelle für kommerzielle und nicht-kommerzielle Zeitschriften	118
Tabelle 4-18: Zusammenfassung der Ergebnisse der Regressionsanalysen.....	121
Tabelle 5-1: Abgrenzung zwischen operativem und strategischem Controlling	129
Tabelle 5-2: Kriterien zur Systematisierung von Controllinginstrumenten und ihre Ausprägungen....	135
Tabelle 6-1: Überblick über Controlling-relevante Charakteristika der wissenschaftlichen Verlagsbranche.....	143
Tabelle 6-2: Überblick über relevante Controllinginstrumente für die wissenschaftliche Verlagsbranche.....	146
Tabelle 6-3: Feingliederung der Kostenart „Kosten für Fremdleistungen“	149
Tabelle 6-4: Untergliederung der Kostenart „IT-Kosten“	150
Tabelle 6-5: Überblick über Kostenartengruppen in wissenschaftlichen Verlagen	152
Tabelle 6-6: Exemplarische Kostenstellengliederung funktional organisierter Verlage	154
Tabelle 6-7: Exemplarische Kostenstellengliederung für Verlage mit Profit-Center-Struktur	156
Tabelle 6-8: Beispiel einer mehrstufigen Zuschlagskalkulation für Bücher.....	159
Tabelle 6-9: Beispiel einer Deckungsbeitragsrechnung für einen Buchtitel.....	162
Tabelle 6-10: Vergleich der Zuschlagskalkulation und der Deckungsbeitragsrechnung hinsichtlich der Erfüllung der Aufgaben der Kostenträgerstückrechnung für Buchtitel	163
Tabelle 6-11: Exemplarische Deckungsbeitragsrechnung zur Kalkulation format- und preismodellbezogener Varianten von Buchtiteln	164
Tabelle 6-12: Exemplarische Zuschlagskalkulation für einen Zeitschriftentitel.....	166
Tabelle 6-13: Exemplarische Deckungsbeitragsrechnung für einen Zeitschriftentitel	168
Tabelle 6-14: Vergleich der Zuschlagskalkulation und der Deckungsbeitragsrechnung hinsichtlich der Erfüllung der Aufgaben der Kostenträgerstückrechnung für Zeitschriftentitel.....	170
Tabelle 6-15: Planungsrechnung für einen neuen Zeitschriftentitel.....	171
Tabelle 6-16: Einfache Erfolgsrechnung auf Vollkostenbasis	173
Tabelle 6-17: Erfolgsrechnung auf Teilkostenbasis	174
Tabelle 6-18: Zusammenfassung der Erkenntnisse zur grundsätzlichen Ausgestaltung Kosten- und Erlösrechnung in wissenschaftlichen Verlagen	177
Tabelle 6-19: Relevanz der Ziele und Aufgaben der Prozesskostenrechnung für wissenschaftliche Verlage.....	183
Tabelle 6-20: Vereinfachte Kostenstellenstruktur eines wissenschaftlichen Verlags	187

Tabelle 6-21: Hauptprozess 1: Bearbeitung eines eingehenden Manuskripts.....	188
Tabelle 6-22: Hauptprozess 2: Fertigstellung einer Seite	190
Tabelle 6-23: Hauptprozess 3: Fertigstellung eines Artikels	191
Tabelle 6-24: Hauptprozess 4: Zusammenstellen einer Ausgabe	192
Tabelle 6-25: Hauptprozess 5: Betreuung eines Abonnements.....	193
Tabelle 6-26: Gemeinkosten je Kostenstelle.....	195
Tabelle 6-27: Annahmen über die betrachteten Zeitschriftentitel.....	196
Tabelle 6-28: Annahmen über das sonstige Produktportfolio	197
Tabelle 6-29: Ermittlung der Teilprozesskostensätze für die Kostenstelle 012 (Redaktion).....	198
Tabelle 6-30: Ermittlung der Teilprozesskostensätze für die Kostenstelle 013 (Korrektorat).....	198
Tabelle 6-31: Ausführungshäufigkeiten der Teilprozesse im Vertriebsbereich.....	199
Tabelle 6-32: Ermittlung der Teilprozesskostensätze für die Kostenstelle 032 (Vertrieb)	199
Tabelle 6-33: Ermittlung der Teilprozesskostensätze für die Kostenstelle 033 (Herstellung).....	199
Tabelle 6-34: Ermittlung des Hauptprozesskostensatzes „Bearbeitung eines eingehenden Manuskripts“	200
Tabelle 6-35: Ermittlung des Hauptprozesskostensatzes „Fertigstellung einer Zeitschriftenseite“	200
Tabelle 6-36: Ermittlung des Hauptprozesskostensatzes „Fertigstellung eines Artikels“	200
Tabelle 6-37: Ermittlung des Hauptprozesskostensatzes „Zusammenstellen einer Ausgabe“.....	201
Tabelle 6-38: Ermittlung des Hauptprozesskostensatzes „Betreuung eines Abonnements“	201
Tabelle 6-39: Kalkulation der Beispieltitel auf Basis einer summarischen Zuschlagskalkulation	202
Tabelle 6-40: Kalkulation der Beispieltitel auf Basis einer differenzierten Bezugsgrößenkalkulation.....	202
Tabelle 6-41: Verrechnung verbleibender Gemeinkosten.....	203
Tabelle 6-42: Kalkulation der Beispieltitel auf Basis der Prozesskostenrechnung	204
Tabelle 6-43: Vergleich zwischen Gemeinkosten und Gemeinerlöse.....	209
Tabelle 6-44: Annahmen über die Eigenschaften der Preis-Absatz-Funktionen	217
Tabelle 6-45: Zusammenfassung der Informationsverteilung des Principal-Agent-Modells.....	220
Tabelle 6-46: Lösung des First-Best-Problems bei positiver Umweltentwicklung.....	222
Tabelle 6-47: Lösung des First-Best-Problems bei negativer Umweltentwicklung	222
Tabelle 6-48: Ergebnisse der individuellen Gewinnmaximierung der Profit Center bei Verwendung des Einzelpreises als Schlüsselgröße bei positiver Umweltentwicklung	224
Tabelle 6-49: Ergebnisse der individuellen Gewinnmaximierung der Profit Center bei Verwendung der Absatzmenge des Einzelverkaufs als Schlüsselgröße bei positiver Umweltentwicklung.....	226
Tabelle 6-50: Ergebnisse der individuellen Gewinnmaximierung der Profit Center bei Verwendung der Erlöse des Einzelverkaufs als Schlüsselgröße bei positiver Umweltentwicklung	227
Tabelle 6-51: Ergebnisse der individuellen Gewinnmaximierung der Profit Center bei Verwendung der Kosten als Schlüsselgröße bei positiver Umweltentwicklung	229

Tabelle 6-52: Ergebnisse der individuellen Gewinnmaximierung der Profit Center bei Verwendung der Kosten als Schlüsselgröße bei negativer Umweltentwicklung	230
Tabelle 6-53: Verrechnung von Gemeinerlösen auf Basis von Nutzungszahlen.....	232
Tabelle 6-54: Verrechnung der zusätzlich generierten Gemeinerlöse.....	232
Tabelle 6-55: Zugriffe der Kunden auf verschiedene Zeitschriftentitel.....	234
Tabelle 6-56: Spieltheoretisch fundierte nutzungsbezogene Verrechnung der Gemeinerlöse.....	235
Tabelle 6-57: Verrechnung der zusätzlich generierten Gemeinerlöse.....	235
Tabelle 6-58: Zusammenfassende Beurteilung der betrachteten Verfahren zur Verrechnung von Gemeinerlösen.....	237
Tabelle 6-59: Exemplarische Stärken-Schwächen-Analyse eines wissenschaftlichen Verlags	245
Tabelle 6-60: Unterstützende Instrumente im Rahmen der Szenario-Technik	254
Tabelle 6-61: Einflussfaktoren der Entwicklung der wissenschaftlichen Verlagsbranche	256
Tabelle 6-62: Vernetzungsmatrix und Kennzahlen für Einflussfaktoren für wissenschaftliche Verlage.....	258
Tabelle 6-63: Prognose der Einflussfaktoren im Rahmen der Szenario-Analyse für die wissenschaftliche Verlagsbranche.....	266
Tabelle 6-64: Annahmebündelungen und Rohszenarien.....	267
Tabelle 6-65: Ausarbeitung des Szenario „Verlagsgeschäft etabliert sich in der elektronischen Welt“	269
Tabelle 6-66: Ausarbeitung des Szenarios „Klassisches Verlagsmodell wird durch Open Access verdrängt“	270
Tabelle 6-67: Kritische Erfolgsfaktoren aus markt- und ressourcenorientierter Sicht.....	278
Tabelle 6-68: Generisches Entwurfsmuster der Perspektive „Lernen und Entwicklung“ einer Balanced Scorecard für wissenschaftliche Verlage.....	283
Tabelle 6-69: Generisches Entwurfsmuster der Perspektive „Interne Prozesse“ einer Balanced Scorecard für wissenschaftliche Verlage.....	284
Tabelle 6-70: Generisches Entwurfsmuster der Perspektive „Autoren und Herausgeber“ einer Balanced Scorecard für wissenschaftliche Verlage.....	284
Tabelle 6-71: Generisches Entwurfsmuster der Perspektive „Kunden“ einer Balanced Scorecard für wissenschaftliche Verlage	285
Tabelle 6-72: Generisches Entwurfsmuster der Perspektiven „Finanzen“ einer Balanced Scorecard für wissenschaftliche Verlage.....	286
Tabelle 6-73: Exemplarisch konkretisierte Balanced Scorecard des Fallbeispiels	291
Tabelle 6-74: Zusammenfassende Betrachtung der konzipierten bzw. angepassten Controllinginstrumente	294