

Inhalt

Abbildungsverzeichnis	11
Abstract	12
Einleitung	14
I. Theoretischer Teil	30
1.1. Der deutsche Buchmarkt	30
1.2. Die Ware Literatur: Der Zusammenhang zwischen Wirtschaft und Buch	32
1.3. Begriffsklärungen und Explikationen	34
1.3.1. Akteure des Buchmarkts	34
a) Autor	36
b) Agent	37
c) Lektor	39
d) Verleger	42
e) Buchhandel	43
1.3.2. Bestseller	45
1.3.3. Literarischer Erfolg	66
1.3.4. Trends – die Marketingstrategie des Timings	72
1.4. Wirtschaftssysteme und Buchmarkt	89
1.4.1. Regulierung	89
1.4.1.1. Definition	90
1.4.1.2. Regulierungen auf dem Buchmarkt	95
1.4.2. Marktkonformität	97
1.4.2.1. Definition	97
1.4.2.2. Marktkonformität auf dem Buchmarkt	98
1.4.3. Deutschland: Soziale Marktwirtschaft	99
1.4.3.1. Das System der sozialen Marktwirtschaft	99
1.5. Kritiker und Rezension	102
1.6. Neue Formen der Rezeption	121
1.7. Heuristik verschiedener Wertungsansätze	125
1.8. Die Internationalisierung der deutschsprachigen Literatur	134

1.8.1. China: Sozialistische Marktwirtschaft.....	142
1.8.1.1. Das System der sozialistischen Marktwirtschaft.....	142
1.8.1.2. Der chinesische Buchmarkt.....	147
1.8.2. Großbritannien/USA: Freie Marktwirtschaft	152
1.8.2.1. Das System der freien Marktwirtschaft.	152
1.8.2.2. Der angelsächsische Buchmarkt	152
II. Analyse.....	157
2.1. Patrick Süskind: <i>Das Parfum</i>	159
2.1.1. Nationaler Erfolg	160
2.1.1.1. Der Verlag.....	161
2.1.1.2. Timing	165
2.1.1.3. Die Medien.....	167
2.1.1.4. Die Preise	190
2.1.1.5. Der Autor	191
2.1.1.6. Der Text	195
2.1.1.7. Die Wissenschaft.....	201
2.1.1.8. Weiterverwertung.....	206
2.1.2. Internationaler Erfolg	210
2.1.2.1. USA und Großbritannien	214
2.1.2.2. China	220
2.1.3. Zusammenfassende Beobachtung	222
2.2. Bernhard Schlink: <i>Der Vorleser</i>	225
2.2.1. Nationaler Erfolg	227
2.2.1.1. Der Verlag.....	228
2.2.1.2. Timing	231
2.2.1.3. Die Medien.....	237
2.2.1.4. Die Preise	259
2.2.1.5. Der Autor	265
2.2.1.6. Der Text	269
2.2.1.7. Die Wissenschaft.....	273
2.2.1.8. Weiterverwertung.....	285
2.2.2. Internationaler Erfolg	289
2.2.2.1. USA und Großbritannien	290
2.2.2.2. China	305

2.2.3. Zusammenfassende Beobachtung.....	308
2.3. Daniel Kehlmann: <i>Die Vermessung der Welt</i>	311
2.3.1. Nationaler Erfolg	313
2.3.1.1. Der Verlag	315
2.3.1.2. Timing	320
2.3.1.3. Die Medien	326
2.3.1.4. Die Preise	339
2.3.1.5. Der Autor	342
2.3.1.6. Der Text	350
2.3.1.7. Die Wissenschaft	358
2.3.1.8. Weiterverwertung	365
2.3.2. Internationaler Erfolg	371
2.3.2.1. USA und Großbritannien	372
2.3.2.2. China	381
2.3.3. Zusammenfassende Beobachtung.....	383
III. Vergleich.....	388
3.1. Unterschiedliche Bücher – unterschiedliche Erfolge?.....	388
3.2. Einfluss der Wirtschaft auf Buchmärkte.....	416
3.3. Vergleich der internationalen Erfolge.....	418
Zusammenfassung und Ausblick.....	427
Anhang.....	440
Fragen an die Lektorin Ursula Baumhauer	440
Fragen an die Literaturagentin Ingrid Anna Kleihues	443
Literaturverzeichnis.....	444