

# Inhalt

|  |    |
|--|----|
| <b>Vorwort der Herausgeber</b> .....   | 9  |
| <b>1 Grundlagen und Definitionen:<br/>Was macht ein Buch aus?</b> .....                | 11 |
| 1.1 Einführung: Use Cases .....  | 12 |
| 1.2 Neuere Definitionen des Buches .....   | 15 |
| 1.3 Das ›Prinzip Buch‹ .....   | 17 |
| 1.4 Entstehungsprozess Buch .....  | 22 |
| 1.5 Bedeutung des Buches in der Gesellschaft .....                                     | 27 |
| <b>2 Konvergenzerscheinungen im<br/>Medienkontext des Buches</b> .....                 | 31 |
| 2.1 Arbeitsdefinition des Medienbegriffs .....   | 31 |
| 2.2 Abgrenzung der Medienkonvergenz<br>von der Digitalisierung .....                   | 34 |
| 2.3 Vordenker der Medienkonvergenz .....   | 35 |
| 2.4 Voraussetzungen für die Medienkonvergenz .....                                     | 36 |
| 2.5 Forschungsstand zur Medienkonvergenz .....   | 39 |
| 2.6 Definition der Medienkonvergenz für die Buchbranche ....                           | 42 |
| <b>3 Konvergenzdimensionen in der Wertschöpfungs-<br/>kette von Buchverlagen</b> ..... | 47 |
| 3.1 Technische Konvergenz .....  | 51 |
| 3.2 Konvergente Nutzung .....  | 57 |
| 3.3 Konvergente Produktion .....   | 61 |
| 3.4 Konvergente Vermarktung .....  | 67 |
| 3.5 Wirtschaftliche Konvergenz .....   | 71 |
| <b>4 Konvergenzformen auf der Angebotsebene</b> .....                                  | 79 |
| 4.1 Typologien crossmedialer Medienprodukte .....                                      | 80 |

|     |  |     |
|-----|--|-----|
| 4.2 | Der Verlag als Organisation im Wandel .....            | 86  |
| 4.3 | Nach dem Buch ist vor dem Buch: Anschluss-themen ..... | 89  |
|     | <b>Anhang</b> .....                                    |     |
|     | Literaturverzeichnis .....                             | 92  |
|     | #Spotlights .....                                      | 94  |
|     | Register .....   | 100 |
|     | Lösungshinweise zu den Aufgaben .....                  | 102 |