

Gerhard Gensch, Eva Maria Stöckler,
Peter Tschmuck (Hrsg.)

Musikrezeption, Musikdistribution und Musikproduktion

Der Wandel des Wertschöpfungsnetzwerks
in der Musikwirtschaft

Inhaltsverzeichnis

Musikrezeption	1
Der Musiker im Spannungsfeld zwischen Begabungsideal, Berufsbild und Berufspraxis im digitalen Zeitalter <i>Gerhard Gensch, Herbert Bruhn</i>	3
Lebensstil und Musikgeschmack <i>Gunnar Otte</i>	25
Musikrezeption aus der Sicht der Musikwirkungsforschung <i>Herbert Bruhn</i>	57
Live-Veranstaltungen von populärer Musik und ihre Rezeption <i>Martin Pfeleiderer</i>	83
Neue Live-Kulturen der westlichen Kunstmusik: Für eine Rezeption musikalischer Interpretationen mit Körper und Ort <i>Simone Heilgendorff</i>	109
Musikdistribution	139
Vom Tonträger zur Musikdienstleistung – Der Paradigmenwechsel in der Musikindustrie <i>Peter Tschmuck</i>	141
Digitale Musikdistribution und die Krise der Tonträgerindustrie <i>Michael Huber</i>	163
Preisstrategien für Onlinemusik <i>Jochen Strube, Gerrit Pohl, Peter Buxmann</i>	187
Marketing und Promotion von Musikprodukten <i>Carl Mahlmann</i>	205

Musikproduktion	239
Soziologie der Musikproduktion <i>Alfred Smudits</i>	241
„Produkt Musik“. Eine musikwissenschaftliche Annäherung <i>Eva Maria Stöckler</i>	267
Artist & Repertoire (A&R). Eine markentheoretische Betrachtung <i>Marcel Engh</i>	293
Musikinstrumentenindustrie im digitalen Paradigmenwechsel <i>Joachim Stange-Elbe, Kai Bronner</i>	311
AutorInnen	335