

Inhaltsverzeichnis

Vorwort		9
Einleitung:	01. Ziel und Struktur der Arbeit	11
	02. Implikationen der Kulturbetriebslehre	15
Kapitel 1:	Die Entstehung der Tonträgerindustrie als Teil der Musikindustrie	19
	1.1 Der Phonograph als Büromaschine	19
	1.2. ‚Coin-in-the-Slot‘-Maschinen	24
	1.3. Schallplatte und Grammophon	28
	1.4. „Herr Doktor Brahms spielt Klavier“	35
Kapitel 2:	Die Boomjahre der Tonträgerindustrie bis 1920	41
	2.1. Die Tonträgerindustrie im globalen Wettbewerb	41
	2.2. Der US-Markt vor dem Eintritt der USA in den 1. Weltkrieg	47
	2.3. Der europäische Markt während des 1. Weltkriegs	50
	2.4. Das Musikrepertoire auf Tonträger zwischen 1900 und 1920	51
Kapitel 3:	Neue Technologien und die Entstehung des Jazz	67
	3.1. Der Konjunkturzyklus der Tonträgerindustrie von 1920 bis 1945	67
	3.2. Die Tonträger- und Rundfunkindustrie in den USA und in Europa	70
	3.3. ‚Race Music‘ und ‚Hillbilly‘	79
	3.4. Die ‚elektrische‘ Schallplatte	83
Kapitel 4:	Die Rundfunkindustrie im Zentrum der Musikindustrie	91
	4.1. Rezession und Depression am US-Tonträgermarkt	91
	4.2. Die Marktkonzentration in Europa	93
	4.3. Die Dominanz von Rundfunk und Tonfilm in der US-Musikindustrie	100
	4.4. Die Ideologisierung der Musik in Europa	101

Kapitel 5:	Das Swing-Monopol in der Zeit der Kriegsbewirtschaftung	111
	5.1. Die Musikindustrie während des 2. Weltkriegs	111
	5.2. Das Swing-Monopol	115
	5.3. Musik als Propaganda-Instrument	119
	5.4. Die Intellektualisierung des Jazz: Bebop	122
Kapitel 6:	Die Revolution des Rock 'n' Rolls	129
	6.1. Wirtschaftlicher Aufschwung und technologische Innovationen	129
	6.2. Das Ende des Musik-Oligopols in den USA	132
	6.3. Vom Rhythm & Blues zum Rock 'n' Roll	141
	6.4. Die Musikproduktion im Nachkriegseuropa	150
Kapitel 7:	Neue Global Player und die Konsolidierung der Tonträgerindustrie	161
	7.1. Ein Jahrzehnt des Marktwachstums (1960-1969)	161
	7.2. Europäische Musik-Majors im Vormarsch	163
	7.3. Die Konsolidierung der US-Majors unter neuer Führung	167
	7.4. Der produzierte Sound	171
Kapitel 8:	Das Zeitalter der Musikkonzerne	185
	8.1. Die erste Fusionswelle in der Tonträgerindustrie (1965-1975)	185
	8.2. Das Oligopol in der Tonträgerindustrie	187
	8.3. Marktbeherrschung durch Marktsegmentierung	189
	8.4. Die Kommerzialisierung der Subkultur: Heavy Metal, Punk Rock und Disco	194
Kapitel 9:	Die digitale Revolution und das Internet	203
	9.1. Von der Musikkassette zur Compact Disc	203
	9.2. Superstarprinzip versus HipHop-Kultur?	208
	9.3. Die zweite Fusionswelle in der Tonträgerindustrie (1985-2000)	215
	9.4. Musikanbieter im Internet	225

Kapitel 10: Innovations- und Kreativitätstheorien	239
10.1. Innovationstypologien	239
10.2. Innovation als kollektiver Handlungsprozess	243
10.3. Kreativitätstypologien	255
10.4. Kreativität als kollektiver Handlungsprozess	257
Kapitel 11: Kreativität und Innovation in der Musikindustrie	271
11.1. Strukturbrüche in der Entwicklung der Musikindustrie im 20. Jahrhundert	271
11.2. Kulturelle Paradigmen und kreative Pfade in der Musikindustrie	281
11.3. Die Erklärung des kulturellen Paradigmenwechsels in der Musikindustrie	287
11.4. Vielfalt als Voraussetzung für Kreativität und Innovation	293
Kapitel 12: Kreativität und Innovation im Wertschöpfungsprozess der Tonträgerindustrie	305
12.1. Das Auffinden neuer Talente: A & R-Management	305
12.2. Der Prozess der Musikproduktion	312
12.3. Marketing und Promotion	319
12.4. Distributionsprozesse	323
Appendix: Die Entstehung der Tonträger-Majors	328
Literaturverzeichnis	331
Abbildungsverzeichnis	346
Sach- und Personenindex	349
Index für Musik- und Filmtitel	374