
Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Erkenntnisinteresse und Anlage	3
1.2	Soziokulturelle Relevanz	7
1.2.1	Die Folgen der Digitalisierung	8
1.2.2	Verschärfte Bedingungen durch Corona	10
1.2.3	Konkurrenzdruck durch Professionalisierung	12
1.2.4	Resümee zur gegenwärtigen Situation	14
1.2.5	Die Zielsetzung des Forschungsvorhabens	15
1.3	Fachlicher Bezugsrahmen	18
2	Facetten der Populärmusik	21
2.1	Populärmusik als Forschungsbereich	21
2.1.1	Anfänge der Populärmusikforschung	22
2.1.2	Entwicklung im deutschsprachigen Raum	23
2.1.3	Forschungsstand in Deutschland	24
2.1.4	Einordnung und Forschungslücke	28
2.2	Populärmusik als Fachbegriff	29
2.2.1	Definitionsansätze	33
2.2.2	Begriffsverständnis in dieser Studie	35
2.3	Populärmusik als Wirtschaftszweig	37
2.3.1	Kunst und Kommerz – ein deutscher Widerspruch?	37
2.3.2	Exkurs: Fachbegriffe	41
2.3.3	Von Telemann bis Television	45

2.3.4	Götterdämmerung – die immaterielle Zäsur	50
2.3.5	Musikbranche der Gegenwart – Von Streams und Mindestlohn	55
2.4	Der Tod der Band	64
2.4.1	Die Digitalisierung der Musikproduktion	65
2.5	Erfolg in der Populärmusik	77
2.5.1	Erfolgsindikatoren	79
2.5.2	Das ‚Continuum of Success‘	81
2.5.3	Erfolgsfaktoren	87
2.5.4	Resümee: Der Erfolgsbegriff	93
3	Leadership im ‚Pop‘	95
3.1	‚Leadership‘ als Begriff	96
3.1.1	Leadership	96
3.1.2	Führung	97
3.1.3	Abgrenzungen	99
3.2	Personenzentrierte Führungstheorien	102
3.2.1	Eigenschaftstheoretische Ansätze (Trait Approach)	103
3.2.2	Charismatische Führung (Charismatic Leadership)	107
3.3	Interaktionszentrierte Führungstheorien	110
3.3.1	Verhaltensorientierte Ansätze (Behavioral Approach)	111
3.3.2	Situationstheoretische Ansätze (Situational Approach)	115
3.4	Führungsstruktur und Führungsstil	117
3.4.1	Führungsstrukturen	118
3.4.2	Kommunikationsstrukturen	119
3.4.3	Führungsstile	120
3.4.4	Zusammenhang von Führungsstruktur und -stil	123
3.5	Leadership im kreativ-künstlerischen Kontext	125
3.5.1	Machtgrundlagen	127
3.5.2	Leadership im Orchester	130
3.5.3	Leadership in Jazz- und Klassikensembles	133
3.5.4	Leadership in der Populärmusik	138
3.6	Leadership in Teams	141
3.6.1	Administrative Aufgaben	146
3.6.2	Sozialpsychologische Aufgaben	149
3.6.3	Team Leadership und Leistung	151

3.6.4	Team-Effizienz durch Kohäsion	152
3.6.5	„Team Leadership“-Modell für die Populärmusik	154
3.7	Transformational Leadership	156
3.7.1	Entstehung und Einführung	156
3.7.2	Passive-Avoidant Leadership	159
3.7.3	Transactional Leadership	162
3.7.4	Transformational Leadership	164
3.7.5	Full-Range-Leadership	169
3.7.6	Einordnung als Führungstheorie	172
3.7.7	Diskussion	175
3.8	Exkurs: Leadership und Geschlechter(stereotype)	180
4	Persönlichkeit als Faktor	183
4.1	Persönlichkeit als Forschungsbereich	184
4.1.1	Entwicklung psychologischer Persönlichkeitstests	185
4.1.2	Die „Big Five“	186
4.2	Zur Persönlichkeit von (Pop-)Musikern	192
4.2.1	Studien auf Grundlage der „Big Five“	194
4.2.2	Stand der Forschung	197
4.3	Zur Persönlichkeit von „Leadern“	199
4.3.1	Intelligenz und emotionale Intelligenz	201
4.3.2	(Intrinsische) Motivation	202
4.3.3	Forschungsstand vor den „Big Five“	203
4.3.4	Studien auf Grundlage der „Big Five“	203
4.3.5	Transformational Leadership und die „Big Five“	205
5	Empirische Studie	209
5.1	Zielsetzung und Fragestellung	209
5.2	Methodologie	210
5.2.1	Vom Positivismus zum kritischen Rationalismus	210
5.2.2	Grounded Theory	213
5.3	Qualitative Methodenschule	216
5.3.1	Gütekriterien in der qualitativen Forschung	218
5.3.2	Qualitative Inhaltsanalyse	220
5.3.3	MAYRING als Wegbereiter	222
5.3.4	Verfahren nach KUCKARTZ	223
5.3.5	Definition zentraler Begriffe	228
5.4	Der Methodenmix als aktueller Ansatz	232
5.4.1	Diskussion qualitativer und quantitativer Ansätze	232

5.4.2	Aktuelle Alternativposition	234
5.5	Hypothesen versus Forschungsfragen	236
5.6	Studiendesign	238
5.6.1	Ablauf der Studie	239
5.6.2	Case Study	243
5.6.3	Fallanalyse(n)	247
5.6.4	Kritische Reflexion	249
6	Vorstudie: Experteninterviews	251
6.1	Auswahl der Experten	253
6.2	Methodisches Vorgehen	258
6.2.1	Phasen des Interviews	259
6.2.2	Interviewleitfaden	262
6.3	Durchführung	270
6.3.1	Sprachgestaltung und Kommunikation	270
6.3.2	Formaler Ablauf	273
6.3.3	Transkription der Interviews	274
6.3.4	Konkrete Analyseschritte	282
6.4	Ergebnisse	297
6.4.1	Erfolgsverständnis	299
6.4.2	Tenazität und Zielstrebigkeit	305
6.4.3	Künstlerische Qualität als Faktor?	309
6.4.4	Neue Herausforderungen und Gatekeeper	315
6.4.5	Selbstvermarktung und Selbstmanagement	327
6.4.6	Social Media als Marketinginstrument	331
6.4.7	Charakter und Persönlichkeit	334
6.4.8	Künstler als Führungspersonen?	339
6.4.9	Führungsstruktur als Erfolgsfaktor	344
6.4.10	Führungsstil als Erfolgsfaktor	356
6.4.11	Transformational Leadership	360
6.5	Zwischenfazit: Leadership als Erfolgsfaktor	361
7	Case Study: Leadership und Pop	367
7.1	Auswahl der Künstler	369
7.1.1	Kriterium: Künstler	370
7.1.2	Kriterium: Musikgenre	371
7.1.3	Kriterium: Professionalität	371
7.1.4	Kriterium: Erfolg	374

7.1.5	Grundgesamtheit	376
7.1.6	Zugang zu den Künstlern	378
7.1.7	Stichprobe (Fälle)	379
7.1.8	Wer sind die Künstler?	379
7.2	Künstlerinterviews	380
7.2.1	Interviewleitfaden	382
7.2.2	Durchführung	388
7.2.3	Analyse und Codierung	389
7.2.4	Exemplarisches Künstlerinterview	396
7.2.5	Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse der Künstlerinterviews	405
7.3	Multifactor Leadership Questionnaire	417
7.3.1	Konstruktion und Güte	419
7.3.2	Erhebung der Daten	422
7.3.3	Interpretation der Ergebnisse	428
7.4	„Big Five“-Inventory 10	434
7.4.1	Konstruktion und Güte	435
7.4.2	Erhebung der Daten	438
7.4.3	Interpretation der Ergebnisse	441
8	Resümee der Ergebnisse	453
8.1	Die Musikbranche der Gegenwart	454
8.1.1	Erlösquellen der Künstler	454
8.1.2	Dominanz der Gatekeeper	455
8.1.3	Männlich, Solo, Musiker	457
8.2	Erfolg in der Populärmusik	459
8.3	Leadership und „Pop“	461
8.3.1	Zu 1: Führungspersonen	461
8.3.2	Zu 2: Persönlichkeit	462
8.3.3	Zu 3: Führungsstil	464
8.3.4	Zu 4 und 5: Führungsstrukturen	466
8.3.5	Zu 6: Machtgrundlagen	468
8.3.6	Besonderheiten und Widersprüche	469
8.3.7	Zusammenfassung: Leadership und „Pop“	471
8.4	Praktische Implikationen	473
8.4.1	Vom Künstler zum Artrepreneur	473

XIV	Inhaltsverzeichnis
8.4.2	Führungskompetenzen für Künstler 474
8.4.3	Tertiäre Lehre und Ausbildung 476
8.5	Abschließender Ausblick 477
Anhang	 481
Quellen- und Literaturverzeichnis	 483