

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 Pfleiderer</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