

# Inhaltsverzeichnis

Geleitwort zur ersten Auflage .....	5
Vorwort zum Inhalt, zum Aufbau und zur fachlichen Verortung des Sammelbandes .....	7
Abbildungsverzeichnis .....	15
Tabellenverzeichnis .....	17
<b>1. Makrostrukturwandel – Die Transformation des Musikmarktes und seiner Rahmenbedingungen .....</b>	<b>19</b>
<b>1.1 Allgemeine Erkenntnisse zur Struktur der Musik- und Kreativwirtschaft .....</b>	<b>21</b>
Digitale Transformation und Musikwirtschaft. Warum die Branche nie wieder zur Ruhe kommen wird. ....	23
<i>Alexander Endreß &amp; Hubert Wandjo</i>	
Ohne Regulierung frisst die digitale Revolution ihre Kreativen. Die Geschichte der Musikwirtschaft als Beispiel eines industriellen Transformationsprozesses, der politische Teilhabe und Gestaltung benötigt. ....	39
<i>Tim Renner</i>	
Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Kreativwirtschaft unter besonderer Berücksichtigung der eingebetteten Musikwirtschaft. ....	57
<i>Nina Schneider</i>	
<b>1.2 Aus- und Weiterbildung – Förderung – Politische Interessenvertretung .....</b>	<b>83</b>
Musikwirtschaftliche Ausbildungslogik – Die Qualifizierung der Branche in den letzten beiden Jahrzehnten. ....	85
<i>Alexander Endreß &amp; Hubert Wandjo</i>	
Politische Interessenvertretung für die Musikindustrie – die Wichtigkeit der modernen Verbandsarbeit für das praktische Musikmanagement. ....	101
<i>Florian Drücke &amp; René Houareau</i>	
Die Initiative Musik als Beispiel für die Synergie von Kultur- und Wirtschaftsförderung. ....	111
<i>Julien Schaffhauser</i>	
Gonna be a transformation. Popförderung im Zeichen digitaler Veränderung. ....	129
<i>David Maier</i>	
Potentiale und Herausforderungen der Music City. ....	139
<i>Matthias Rauch</i>	
<b>1.3 Änderungen rechtlicher Rahmenbedingungen .....</b>	<b>151</b>
Die Konsequenzen und Auswirkungen der Digitalisierung auf die urheberrechtlich relevante Praxis der Musikwirtschaft. ....	153
<i>Ralf Kitzberger</i>	

Der Wandel von Vertragsinhalten in der digitalen Musikwirtschaft. ....	173
<i>Hanno Fierdag &amp; Asterix Westphal</i>	
<b>1.4 Aspekte der Digitalen Popkultur</b> .....	<b>189</b>
Der Zusammenhang von Ökonomie und musikalischer Praxis. Digitale ökonomische Prozesse und deren Einfluss auf unsere Musik(rezeptions)kultur. ....	191
<i>Alexander Endreß</i>	
Money for nothing and everything for free? Digitale Popkultur als verändertes Umfeld der Musikwirtschaft. ....	205
<i>Peter Wicke</i>	
Musik in Zirkulation – Digitalisierung, Globalisierung, kulturelle Aneignung. ....	219
<i>David-Emil Wickström</i>	
Zielgruppenanalysen und Targeting. ....	235
<i>Armin Oldendorf</i>	
<b>2. Mikrostrukturwandel – Modernes operatives Musikmanagement</b> .....	<b>255</b>
<b>2.1 Ausgewählte Aspekte von modernen Künstler- und Künstlerinnenentwicklungsprozesse</b> .....	<b>257</b>
Die Auswirkungen der digitalen Musiktechnologie auf die Produktionsästhetik der Populären Musik. ....	259
<i>Heiko Wandler</i>	
Data-driven Scouting. ....	271
<i>Ryan Rauscher</i>	
Renaissance des Track Business. ....	289
<i>Frank Fenslau</i>	
<b>2.2 Rechtemanagement und Verlagswesen</b> .....	<b>299</b>
Die Digitalisierung der Musikverlage. Innovation und Veränderung im Rechtemanagement. ....	301
<i>Christian Baierle</i>	
Verwertungsgesellschaften: Strukturelle und inhaltliche Herausforderungen für ein modernes und faires Rechtemanagement. ....	315
<i>Jörg Fukking</i>	
Wie Metadaten zur Wertschöpfung beitragen. ....	329
<i>Kolja Spohn</i>	
Der Verlag als Serviceagentur für selbstvermarktende Urheber*innen. ....	345
<i>Markus Rennhack</i>	

<b>2.3 Digitales Musikmarketing</b> .....	359
Einführung in die digitale Musikvermarktung am Beispiel von Facebook, Instagram und YouTube. ....	361
<i>Steffen Geldner</i>	
Aufbau und Durchführung einer Marketing- und Promotion-Kampagne für Künstler*innen. ....	377
<i>Nina Christin Stehr</i>	
Big Data-Analysen zur Optimierung des Musikvermarktungsprozesses. ....	391
<i>Sophie Brüggemann</i>	
Influencer Marketing – mehr als nur ein Hype! .....	403
<i>Lucas Holczinger</i>	
Datengestützte Empfehlungssysteme – Kuratiertes Musikangebot. ....	419
<i>Peter Knees</i>	
Die digitale Transformation der Medien und ihre Auswirkung auf die Promotion. ....	433
<i>Stefan Weinacht &amp; Peter Tschmuck</i>	
<b>2.4 Recording Industry</b> .....	465
Major Labels im Ökosystem Recorded Music. ....	467
<i>Stefan Schulte-Holthaus</i>	
Produktmanagement im Wandel – Aufmerksamkeitsökonomie zwischen POS- und Social Media Marketing. ....	485
<i>Dirk Geibel</i>	
Digitaler Musikvertrieb – Eine Bestandsaufnahme zur Entwicklung der letzten 20 Jahre. ....	499
<i>Jeong-Won Sin</i>	
<b>3. Schlusswort und Ausblick</b> .....	513
Wo steht die Live- und Entertainmentbranche? Ausblick auf die nächste Auflage des Sammelbandes. ....	515
<i>Alexander Endreß</i>	
<b>4. Service</b> .....	519
Zu den Autorinnen und Autoren .....	521
Sachregister .....	533
Personenregister .....	543
Namensregister .....	547