

# INHALT

## VORWORT

9

## DANK

11

## 1. EINLEITUNG

15

### 1.1 Die Geburt einer transnationalen Industrie

15

### 1.2 Aporien der Kulturindustriekritik

18

### 1.3 Gegenstand, Fragestellungen und Ansätze

21

### 1.4 Zum Aufbau der Arbeit

35

## TEIL I: BEGRIFFE

39

## 2. DIMENSIONEN DER POPMUSIK

41

### 2.1 Popmusik, Kunstmusik, Volksmusik

41

### 2.2 Dimensionen der Produktion

44

### 2.3 Dimensionen der Rezeption

48

### 2.4 Ästhetik des Populären

53

### 2.5 Zur Institutionalisierung der Populärmusik in der Musikindustrie

56

## 3. DIMENSIONEN DER GLOBALISIERUNG

59

### 3.1 Globalisierung und kultureller Imperialismus

59

### 3.2 Deregulierung. Zum Verhältnis von Industrie und Staat

64

3.3 Konsumismus. Zum Verhältnis von Industrie und Medienrezeption	71
3.4 Verlust regionaler Besonderheiten. Zum Verhältnis von Industrie und kultureller Vielfalt	82
3.5 Dimensionen der musikindustriellen Globalisierung	88

## **TEIL II: BESCHREIBUNGEN**

95

### **4. STRUKTURWANDEL DER TRANSNATIONALEN TONTRÄGERINDUSTRIE**

97

#### 4.1 Technologische Entwicklung

97

#### 4.2. Rechtliche Rahmenbedingungen

99

#### 4.3 Industriestruktur

108

#### 4.4 Organisationsstrukturen

122

#### 4.5 Berufliche Rollen

133

#### 4.6 Konstruktion der Märkte

144

### **5. RADIO, FERNSEHEN UND DIGITALISIERUNG**

153

#### 5.1 Die Radioindustrie

153

#### 5.2 Musikfernsehen

167

#### 5.3 Musik im digitalen Zeitalter: Das Ende der phonographischen Industrie?

172

### **6. MUSIKALISCHE VIELFALT UND HOMOGENITÄT**

177

#### 6.1 Dimensionen musikalischer Vielfalt

177

#### 6.2 Angleichung der Regionen

189

6.3 Konzentration im Mainstream  
200

6.4 Vielfalt und Globalisierung von Nischen  
220

### **TEIL III: ERKLÄRUNGEN** 229

#### **7. RATIONALITÄT UND IRRATIONALITÄT IN DER MUSIKINDUSTRIE** 231

7.1 Zwischenresümee und soziologische Erklärung  
231

7.2 Ökonomische Rationalität und Marktversagen  
238

7.3 Die Rationalität des Organisierens und Organisationsversagen  
260

#### **8. STRUKTUREN DER NACHFRAGE UND REFLEXIVE KULTURINDUSTRIEKRITIK** 291

8.1 Die gesellschaftlichen Bedingungen der Nachfrage  
291

8.2 Reflexive Kulturindustriekritik  
297

#### **9. DIE FABRIKATION GLOBALER VIELFALT. EIN RESÜMEE** 311

### **ANHANG** 317

Tabellen  
319

Grafiken  
337

Quellen für die Hitparadenanalyse  
342

Literatur  
343