

# Inhalt

1	Vorwort und Einleitung . . . . .	9
1.1	Heranführung an das Thema . . . . .	15
1.2	Aufbau der Arbeit . . . . .	18
1.3	Methodenwahl . . . . .	21
1.4	Vorstellung der zentralen Forschungsleitfragen . . . . .	22
2	Wandel der Musikproduktion und des Musikkonsums . . . . .	25
2.1	Die Anfänge – Die Musikindustrie als Teil der Kulturindustrie . . . . .	27
2.2	Vinyl setzt sich durch: Industrialisierung des Konsumguts Musik . . . . .	30
2.3	Aufgaben und Strukturen eines Labels im Wandel . . . . .	34
2.4	Der Wandel von Analog zu Digital . . . . .	37
2.5	Das Problem der CD . . . . .	38
2.6	Die Digitalisierung am Siegeszug . . . . .	43
2.7	Warum Tonträger obsolet werden . . . . .	50
2.8	Das »Tertiärmedium Musik« als Problem der Musikindustrie . . . . .	59
2.9	Artepreneur und Prosumer . . . . .	63
3	Qualität der Musik im digitalen Wandel: Ein neuer Zugang zu Musik . . . . .	71
3.1	Stardom und die digitale Mediamorphose – der »Abstieg« der inhaltlich qualitätvollen Musik? . . . . .	72

3.2	Musikqualität im technischen Wandel . . . . .	84
3.3	Der »Loudness War« und seine Auswirkungen . . . . .	88
3.4	Streaming: Apples »Mastered for iTunes« und »Apple Music« – das Problem der komprimierten Musik . . . . .	93
3.5	Ein neuer Zugang zu Musik schafft ein »neues Musikhören«. . . . .	98
3.6	Die Bedeutung von Live-Veranstaltungen im digitalen Paradigma. . . . .	99
3.7	Eine neue Hoffnung: Entschleunigter Musikkonsum – die Renaissance der Vinyl-Schallplatte. . . . .	103
4	Analyse und Abdeckung der Forschungsfragen . . . . .	109
4.1	Ergebnisse der Literaturrecherche . . . . .	110
5	Resümee und Ausblick . . . . .	121
	Quellenverzeichnis . . . . .	125
	Abbildungsverzeichnis. . . . .	141