

Inhalt

1	Einführung	11
2	„Wo man singt, da lass Dich nieder...“	21
2.1	Zum Verhältnis von Musikwirtschaft und Stadtentwicklung	23
2.1.1	Musik(wirtschaft) als städtischer Wirtschaftsfaktor	26
2.1.2	Musik(wirtschaft) als ‚harter‘ und ‚weicher‘ Standortfaktor.....	29
2.1.3	Musik(wirtschaft) als Identitäts- und Imagefaktor	32
2.2	Berlin und Wien: Urbane Musikgeografien zwischen Tradition und Innovation.....	36
2.2.1	Invention of Tradition – Invention of Innovation	37
2.2.2	Berlin oder Wien? Um den Vorrang als europäische Musikstadt.....	38
3	Sound-Engineering – Musikfabrik Berlin	51
3.1	Musik(haupt)stadt Berlin. Musik, Wirtschaft und Stadtentwicklung zwischen Sub-, Populär- und Hauptstadtkultur.....	51
3.2	Musik als Output am Beispiel der Berliner Musikindustrie.....	59
3.2.1	Überblick über die Berliner Musikwirtschaft	61
3.2.2	Majors, Indies und der Mythos Musikindustrie	67
3.2.3	Sounds like Berlin	74
3.3	Meeting Music – Pop, Business, Popkomm	78
3.3.1	Moving Music – neue Ideen, neue Themen, neue Stadt.....	78
3.3.2	Popkomm in Berlin – Profil, Akteure und Projekte.....	86
3.3.3	Wirkungsfelder für Standort und Branche	93
3.3.4	Popkomm und Berlin – eine gelungene Symbiose?	127

4	Sight-Hearing – Musikerlebnis Wien	131
4.1	Wien – Welthauptstadt der Musik. Die Erfindung einer Tradition im Zeichen der Tourismuswirtschaft	131
4.2	Musik als Input am Beispiel des Wiener Musiktourismus	142
4.2.1	Überblick über die Wiener Musikwirtschaft.....	143
4.2.2	Authentizität und Kreativität in Musik und Tourismus	152
4.2.3	Modern Maestro – Creative Vienna.....	159
4.3	Celebrating Mozart – Wunderkind, Wahlwiener, Weltbürger	160
4.3.1	Wiener Mozartfeiern 1856 bis 1991.....	161
4.3.2	Wiener Mozartjahr 2006 – Profil, Akteure und Projekte.....	172
4.3.3	Wirkungsfelder für Standort und Branche	196
4.3.4	Wien = Musik = Mozart = Kreativität?.....	210
5	Musikwirtschaft als städtischer Entwicklungsfaktor	215
	Quellenverzeichnis.....	231
	Tabellenanhang	259