

## Inhaltsverzeichnis

<b>Musikrezeption</b>	1
<b>Der Musiker im Spannungsfeld zwischen Begabungsideal, Berufsbild und Berufspraxis im digitalen Zeitalter</b> <i>Gerhard Gensch, Herbert Bruhn</i>	3
<b>Lebensstil und Musikgeschmack</b> <i>Gunnar Otte</i>	25
<b>Musikrezeption aus der Sicht der Musikwirkungsforschung</b> <i>Herbert Bruhn</i>	57
<b>Live-Veranstaltungen von populärer Musik und ihre Rezeption</b> <i>Martin Pfeleiderer</i>	83
<b>Neue Live-Kulturen der westlichen Kunstmusik: Für eine Rezeption musikalischer Interpretationen mit Körper und Ort</b> <i>Simone Heilgendorff</i>	109
<b>Musikdistribution</b>	139
<b>Vom Tonträger zur Musikdienstleistung – Der Paradigmenwechsel in der Musikindustrie</b> <i>Peter Tschmuck</i>	141
<b>Digitale Musikdistribution und die Krise der Tonträgerindustrie</b> <i>Michael Huber</i>	163
<b>Preisstrategien für Onlinemusik</b> <i>Jochen Strube, Gerrit Pohl, Peter Buxmann</i>	187
<b>Marketing und Promotion von Musikprodukten</b> <i>Carl Mahlmann</i>	205

<b>Musikproduktion</b>	239
<b>Soziologie der Musikproduktion</b> <i>Alfred Smudits</i>	241
<b>„Produkt Musik“. Eine musikwissenschaftliche Annäherung</b> <i>Eva Maria Stöckler</i>	267
<b>Artist &amp; Repertoire (A&amp;R). Eine markentheoretische Betrachtung</b> <i>Marcel Engh</i>	293
<b>Musikinstrumentenindustrie im digitalen Paradigmenwechsel</b> <i>Joachim Stange-Elbe, Kai Bronner</i>	311
<b>AutorInnen</b>	335