

Inhalt

Verzeichnis der Abbildungen	11
Verzeichnis der Tabellen	15
Verzeichnis der Abkürzungen	17
Überblick	19
Abstract	21
1 Einleitung	23
1.1 Die sektorale Adaptionsfähigkeit bei technologischem Wandel.....	24
1.2 Problemstellung und Forschungsfrage	28
1.3 Abgrenzung des Forschungsobjektes	33
1.4 Theorie und Methodik	34
1.5 Aufbau der Arbeit.....	36
2 Das Verhalten der Branche bei technologischem Wandel – eine Retrospektive	39
2.1 Phonograph, Schallplatte und Rundfunk.....	40
2.2 Magnetbandaufzeichnung, Vinyl-Schallplatte und Musikkassette	46
2.3 Digitale Technologie und CD	51
2.4 MP3, Internet, P2P-Software und Streaming.....	53
3 Die Branche – Markt, Unternehmen, Umwelt	65
3.1 Die aktuelle Situation am deutschen Musikmarkt.....	65
3.1.1 Abgrenzung des relevanten Marktes.....	65
3.1.2 Marktvolumen und Marktanteil	68
3.2 Das Musikunternehmen als Organisation.....	82
3.2.1 Aufgabe und Leistung.....	82
3.2.2 Arten und Organisationsstruktur	96
3.2.3 Kosten- und Erlösstruktur	99
3.3 Umweltanalyse der Branche	104
3.3.1 Die Aufgabenumwelt als Wettbewerbsumwelt.....	104
3.3.2 Die globale Umwelt der Branche.....	123

4	Theoretischer Bezugsrahmen.....	131
4.1	Trägheit von Organisationen	131
4.1.1	Definition und Ansätze in der Theorie.....	131
4.1.2	Trägheit im Rahmen des Population-Ecology-Ansatzes.....	134
4.1.3	Die forschungsleitende Hypothese – Kultur als Auslöser für Trägheit.....	139
4.2	Kultur in der Organisationstheorie	140
4.2.1	Der allgemeine Kulturbegriff – Historie und Systematisierung.....	141
4.2.2	Entwicklung und Bedeutung des Organisationskulturansatzes	146
4.2.3	Vermittlung, Ausprägung und Wirkung von Kultur in Organisationen	149
4.2.4	Typen von Organisationskultur und institutionelle Kulturebenen	156
4.3	Branchenkultur als eigene Emergenzebene in der Organisationstheorie.....	158
4.3.1	Begriffliche Grundlagen.....	158
4.3.2	Ansätze in der Branchenkulturforschung	159
4.4	Kulturanalyseinstrumente.....	166
4.4.1	Der Branchenkulturnachweis – das Modell von Eric Abrahamson und Charles Fombrun	166
4.4.2	Die Branchenkulturerfassung – das 3-Ebenen-Modell von Edgar Schein.....	172
5	Aufbau der empirischen Untersuchung.....	177
5.1	Auswahl der Forschungsmethodik und ihre Gütekriterien	177
5.2	Untersuchungsablauf.....	179
5.2.1	Auswahl der Interviewteilnehmer	180
5.2.2	Angewendete Technik der Datenerhebung.....	182
5.2.3	Datenaufbereitung.....	189
5.2.4	Ergebnisvalidierung.....	190
5.3	Reflexion der Gütekriterien der gewählten Methode	191
6	Ergebnisse der empirischen Untersuchung	193
6.1	Beschreibung der Stichprobe	193
6.1.1	Soziodemographisches Profil der Interviewpartner	193
6.1.2	Unternehmensprofile	199
6.2	Ergebnisse des Branchenkulturnachweises	212

6.2.1	Makrokulturelle Überzeugungen	212
6.2.2	Struktur des Wertschöpfungsnetzwerks der Branche	222
6.3	Ergebnisse der Branchenkulturerfassung	228
6.3.1	Artefakte.....	229
6.3.2	Normen	237
6.3.3	Basisannahmen	245
6.4	Einschränkungen der Ergebnisse	255
7	Diskussion und Schlussfolgerungen	257
7.1	Wirkung der erfassten Branchenkultur	257
7.2	Handlungsempfehlungen für die Praxis.....	265
7.3	Weiterer Forschungsbedarf	271
8	Zusammenfassung	275
	Literaturverzeichnis	279
	Anhang.....	315