

Inhalt

1 Herausforderungen in der Musikindustrie	1
<i>Michel Clement, Dominik Papies und Oliver Schusser</i>	
2 Ökonomische Analyse der Musikindustrie	15
Marktübersicht und Marktentwicklung der Musikindustrie	17
<i>Ulrike Altig, Michel Clement und Dominik Papies</i>	
Wettbewerbsanalyse	27
<i>Niko Steinkrauß, Hannes Gmelin und Stefan Günnel</i>	
Netzeffekte von Musik	45
<i>Michel Clement, Dominik Papies und Sönke Albers</i>	
Copyrights und Lizenzmanagement	59
<i>Stefan Ventroni</i>	
Wirtschaftlichkeit in der Musikindustrie	77
<i>Hubert Jakob</i>	
3 Management von Musik	85
Management der Wertschöpfungskette	87
<i>Frank Briegmann und Hubert Jakob</i>	
Managing Artists and Repertoire (A&R)	99
<i>Marcel Engh</i>	
Managing Recording und Production	117
<i>Ansgar Künne und Andreas Torkler</i>	
Managing Marketing und Sales	135
<i>Carl Mahlmann</i>	
Managing Vertrieb	167
<i>Mirko Caspar, Peter Mucha und Holger Wustlich</i>	

	Bedeutung des Fernsehens für die Musikindustrie: „Pop Idol“	183
	<i>Thomas M. Stein, Marcel Engh und Hubert Jakob</i>	
4	Neue Technologien im Musikbereich	195
	Einfluss neuer Technologien auf die Wertschöpfungskette in der Musikindustrie	197
	<i>Tim van Dyk</i>	
	Piraterie in Peer-to-Peer-Netzwerken	211
	<i>Jan U. Becker, Michel Clement und Oliver Schusser</i>	
	Digital Rights Management	225
	<i>Wilms Buhse und Dirk Günnewig</i>	
	Mobile Music	237
	<i>Jan Geißler</i>	
5	Autoren	253