

Inhalt

| | |
|--|----|
| 1. Einleitung | 9 |
| 2. Institutioneller Kontext..... | 21 |
| 2.1 Kunstmärkte..... | 21 |
| 2.1.1 Produzent*innen und Produktion: Akteure und Teilbereiche in Kunstmärkten | 23 |
| 2.1.2 Produkte und Marktwert | 24 |
| 2.2 Musikmärkte..... | 29 |
| 2.2.1 Produzent*innen und Produktion: Akteure und Teilbereiche der Musikwirtschaft..... | 30 |
| 2.2.2 Produkte und Marktwert | 37 |
| 2.3 Kreativindustrien und Künstlerarbeitsmärkte | 39 |
| 2.4 Zum Verhältnis von Staat und Kunst..... | 42 |
| 2.4.1 Wohlfahrtsstaatliche Leistungen für soloselbständige Kunstschaffende..... | 43 |
| 2.4.2 Öffentliche Förderung von Kunst, Kultur und Kreativindustrien..... | 49 |
| 2.4.3 Kunst und Steuern | 59 |
| 2.4.4 Urheber- und Verwertungsschutz künstlerischer Werke | 60 |
| 2.4.5 Implikationen für die individuelle Vorsorge von Kunstschaffenden | 63 |
| 2.4.6 Zusammenfassung..... | 68 |

| | |
|---|-----|
| 3. Konzeptioneller Rahmen..... | 69 |
| 3.1 Institutionenorientierter Lebenslaufansatz..... | 69 |
| 3.2 Bourdieus Kapitaltheorie | 72 |
| 3.3 Entscheiden und Handeln in einem komplexen Feld..... | 76 |
| 4. Methodisches Vorgehen | 81 |
| 4.1 Untersuchungseinheit | 82 |
| 4.2 Datenerhebung | 83 |
| 4.2.1 Interviewaufbau | 84 |
| 4.2.2 Samplingkriterien..... | 86 |
| 4.3 Datenauswertung..... | 88 |
| 5. Typenbildung | 93 |
| 5.1 Typenzuordnung | 95 |
| 5.2 Typenbeschreibung | 97 |
| 6. Typenübergreifende Fallbeschreibung | 101 |
| 6.1 Soziodemographische Daten..... | 101 |
| 6.2 Musikalische Daten | 103 |
| 7. Vergleichende Typenanalyse | 105 |
| 7.1 Typus I: Prekäre Künstler*innen..... | 105 |
| 7.1.1 Musikalischer Zugang, Erwerbsverlauf und Handlungsorientierung | 106 |
| 7.1.2 Musikwirtschaft: Produzent*innen und Produktion | 112 |
| 7.1.3 Marktstrukturen: Produkte und Marktwert | 128 |
| 7.1.4 Sozioökonomischer Status | 137 |
| 7.1.5 Zusammenfassende Typenanalyse | 155 |

| | | |
|-------|--|-----|
| 7.2 | Typus II: Begüterte Künstler*innen..... | 105 |
| 7.2.1 | Musikalischer Zugang, Erwerbsverlauf und Handlungsorientierung | 159 |
| 7.2.2 | Musikwirtschaft: Produzent*innen und Produktion | 165 |
| 7.2.3 | Marktstrukturen: Produkte und Marktwert | 180 |
| 7.2.4 | Sozioökonomischer Status | 185 |
| 7.2.5 | Zusammenfassende Typenanalyse | 197 |
| 7.3 | Typus III: Prekäre Kreativunternehmer*innen | 158 |
| 7.3.1 | Musikalischer Zugang, Erwerbsverlauf und Handlungsorientierung | 201 |
| 7.3.2 | Musikwirtschaft: Produzent*innen und Produktion: | 206 |
| 7.3.3 | Marktstrukturen: Produkte und Marktwert | 224 |
| 7.3.4 | Sozioökonomischer Status | 234 |
| 7.3.5 | Zusammenfassende Typenanalyse | 253 |
| 7.4 | Typus IV: Begüterte Kreativunternehmer*innen | 200 |
| 7.4.1 | Musikalischer Zugang, Erwerbsverlauf und Handlungsorientierung | 257 |
| 7.4.2 | Musikwirtschaft: Produzent*innen und Produktion | 261 |
| 7.4.3 | Marktstrukturen: Produkte und Marktwert | 279 |
| 7.4.4 | Sozioökonomischer Status | 289 |
| 7.4.5 | Zusammenfassende Typenanalyse | 304 |
| 8. | Konklusion und abschließende Diskussion..... | 307 |
| | Literatur..... | 325 |
| | Anhang..... | 339 |
| | Danksagung..... | 351 |