

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 solosebstständige 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