

# Inhaltsverzeichnis

|  |           |
|--|-----------|
| Abbildungsverzeichnis .....  | 11        |
| Tabellenverzeichnis .....  | 13        |
| Abkürzungsverzeichnis .....  | 15        |
| <b>1 Einführung in die Thematik .....</b>  | <b>17</b> |
| 1.1 Ausgangspunkt der Arbeit .....   | 17        |
| 1.2 Musikwirtschaft als Objekt der Betriebswirtschaftslehre .....                          | 18        |
| 1.3 Ästhetik als außerökonomische Entscheidungskomponente<br>in der Musikwirtschaft? ..... | 23        |
| 1.4 "Neue Musik" als hilfreiches Beispiel .....  | 28        |
| 1.5 Ziel und Aufbau der Arbeit .....   | 31        |
| <b>2 Grundlegendes zu den thematischen Bestandteilen der<br/>Arbeit .....</b>              | <b>35</b> |
| 2.1 Das Anschauungsbeispiel der Neuen Musik .....  | 35        |
| 2.1.1 Zum Begriff der "Neuen Musik" .....  | 35        |
| 2.1.2 Problembereiche der Neuen Musik .....  | 39        |
| 2.1.3 Die besondere Bedeutung des öffentlich-rechtlichen<br>Rundfunks .....                | 44        |
| 2.2 Der Untersuchungsbereich der Musikwirtschaft .....                                     | 50        |
| 2.2.1 Bedeutung und Umfang der Musikwirtschaft .....                                       | 50        |
| 2.2.2 Abgrenzung eines für die Arbeit relevanten Kern-<br>bereiches .....                  | 54        |
| 2.3 Die Dimension der Ästhetik .....   | 58        |
| 2.3.1 Zum Begriff der Ästhetik .....   | 59        |
| 2.3.2 Ästhetik in der Musikwissenschaft .....  | 61        |
| 2.3.3 Ästhetik in der Betriebswirtschaftslehre .....                                       | 63        |

|          |   |           |
|----------|---|-----------|
| 2.4      | Das Entscheidungsverhalten als integrativer Kontext .....   | 67        |
| 2.4.1    | Einige allgemeine Bemerkungen zur Entscheidungstheorie und dem Rationalitätsideal .....                                 | 68        |
| 2.4.2    | Einflußfaktoren und Entscheidungskriterien als elementare Bestandteile des Entscheidungsverhaltens .....                | 72        |
| <b>3</b> | <b>Abriß der Musikwirtschaft und entscheidungsrelevanter Aspekte bei Einbeziehung der Belange der Neuen Musik .....</b> | <b>75</b> |
| 3.1      | Vorbemerkungen .....  | 75        |
| 3.2      | Musikverlage .....  | 77        |
| 3.2.1    | Funktion und Tätigkeitsbereich .....  | 77        |
| 3.2.2    | Musikverlage und Neue Musik .....   | 81        |
| 3.2.3    | Aspekte der Katalogpolitik .....  | 84        |
| 3.2.3.1  | Katalogpolitik als Basis musikverlegerischer Tätigkeit .....  | 84        |
| 3.2.3.2  | Kostenaspekte im Musikverlag .....  | 87        |
| 3.2.3.3  | Person des Musikverlegers .....   | 91        |
| 3.3      | Konzertdirektionen .....  | 94        |
| 3.3.1    | Funktion und Tätigkeitsbereich .....  | 94        |
| 3.3.2    | Veranstaltungen und Neue Musik .....  | 95        |
| 3.3.2.1  | Konzertbetrieb .....  | 96        |
| 3.3.2.2  | Musikfestspiele .....   | 98        |
| 3.3.3    | Aspekte der Programmgestaltung .....  | 101       |
| 3.3.3.1  | Kostenaspekte .....   | 102       |
| 3.3.3.2  | Personenbedingte und organisatorische Aspekte .....   | 103       |
| 3.3.3.3  | Musikalische Aspekte .....  | 105       |
| 3.3.3.4  | Person des Konzertdirektors .....   | 107       |
| 3.4      | Tonträgerhersteller .....   | 109       |
| 3.4.1    | Funktion und Tätigkeitsbereich .....  | 109       |
| 3.4.2    | Tonträger und Neue Musik .....  | 111       |
| 3.4.3    | Aspekte der Repertoiregestaltung .....  | 116       |
| 3.4.3.1  | Kostenaspekte .....   | 116       |
| 3.4.3.2  | Musikstückorientierte Aspekte .....   | 118       |

|  |            |
|--|------------|
| 3.4.3.3 Interpretorientierte Aspekte.....  | 120        |
| 3.4.3.4 Kooperation mit dem öffentlich-rechtlichen<br>Rundfunk.....  | 122        |
| 3.5 Zusammenfassung der Einflußfaktoren als Ansatzpunkt für<br>die empirische Untersuchung.....  | 124        |
| <b>4 Empirische Untersuchung des Entscheidungsverhaltens<br/>von Unternehmen der Musikwirtschaft im Hinblick auf Neue<br/>Musik.....</b> | <b>127</b> |
| 4.1 Konzeption und Verlauf der Untersuchung.....   | 127        |
| 4.1.1 Zielsetzung und Erhebungstechnik.....  | 127        |
| 4.1.2 Struktur des Fragebogens.....  | 129        |
| 4.1.3 Auswahl der Befragungspartner.....   | 133        |
| 4.1.4 Anmerkungen zum Verlauf der Befragungen und zu<br>den befragten Unternehmen der Musikwirtschaft.....                               | 135        |
| 4.2 Ergebnisse der empirischen Untersuchung.....   | 139        |
| 4.2.1 Grundpositionen der Unternehmen der Musik-<br>wirtschaft.....  | 139        |
| 4.2.1.1 Selbsteinschätzung der wichtigsten<br>Aufgaben.....  | 140        |
| 4.2.1.2 Bedeutung der Neuen Musik für den Katalog<br>bzw. das Programm.....  | 141        |
| 4.2.1.3 Zielsetzungen der Unternehmen.....   | 143        |
| 4.2.2 Katalog- bzw. Programmpolitik in der musik-<br>wirtschaftlichen Praxis.....  | 148        |
| 4.2.2.1 Einflußfaktoren auf Katalog- bzw. Programm-<br>entscheidungen.....   | 149        |
| 4.2.2.2 Existenz und Bedeutung der Katalog- bzw.<br>Programmpolitik.....   | 156        |
| 4.2.2.3 Charakterisierung und Ausrichtung der<br>Katalog- bzw. Programmpolitik.....  | 159        |
| 4.2.2.4 Relevante Entscheidungskriterien der<br>Katalog- bzw. Programmpolitik.....   | 164        |
| 4.2.2.5 Ergänzende Aspekte der Katalog- bzw.<br>Programmentscheidungen.....  | 170        |

|                                   |   |            |
|-----------------------------------|---|------------|
| 4.2.2.6                           | Fazit: Woraus besteht ein "guter" Katalog<br>bzw. ein "gutes" Programm? .....                   | 174        |
| 4.2.3                             | Entscheidungsfindung der Unternehmen der<br>Musikwirtschaft .....                               | 176        |
| 4.2.3.1                           | Kompetenzen und Prozesse der<br>Entscheidungsfindung .....                                      | 176        |
| 4.2.3.2                           | Charakterisierung der Entscheidungsfindung .....  | 180        |
| 4.2.3.3                           | Die Vermarktung Neuer Musik als<br>Determinante der Entscheidungsfindung .....                  | 184        |
| 4.2.3.4                           | Verhältnis von ökonomischen und außer-<br>ökonomischen Kriterien .....                          | 187        |
| 4.2.4                             | Zusammenfassung und Anmerkungen zu den<br>Ergebnissen .....                                     | 190        |
| 4.2.4.1                           | Überblick über das Entscheidungsverhalten<br>der einzelnen Unternehmenstypen .....              | 191        |
| 4.2.4.2                           | Anmerkungen zu der außerökonomischen<br>Komponente des Entscheidungsverhaltens .....            | 194        |
| 4.3                               | Die Komponente der Ästhetik in der Musikwirtschaft .....  | 195        |
| 4.3.1                             | Revision der Ergebnisse hinsichtlich ästhetischer<br>Aspekte .....                              | 196        |
| 4.3.2                             | Einschätzung der Bedeutung der ästhetischen<br>Komponente in der Musikwirtschaft .....          | 198        |
| <b>5</b>                          | <b>Abschließende Reflexionen und Ausblicke</b> .....  | <b>203</b> |
| 5.1                               | Betriebswirtschaftliche Einordnung des musikwirtschaft-<br>lichen Entscheidungsverhaltens ..... | 203        |
| 5.2                               | Unentbehrlichkeit der (musik-)wirtschaftlichen<br>Unterstützung der Neuen Musik .....           | 207        |
| <b>Anhang:</b>                    | <b>Fragebogen</b> .....   | <b>211</b> |
| <b>Literaturverzeichnis</b> ..... |   | <b>219</b> |

## Abbildungsverzeichnis

|           |  |     |
|-----------|--|-----|
| Abb. 1-1: | Struktur der Arbeit.....   | 34  |
| Abb. 3-1: | Beispiel der Verwertung eines zeitgenössischen Musikverlagskatalogs .....  | 90  |
| Abb. 3-2: | Ausschlaggebende Aspekte für die Inprogramm-<br>nahme eines Werkes Neuer Musik.....  | 107 |
| Abb. 3-3: | Einflußfaktoren der Unternehmen der Musik-<br>wirtschaft als Ansatzpunkt für die empirische<br>Untersuchung .....            | 124 |
| Abb. 4-1: | Wirtschaftliche Situation der Neuen Musik aus Sicht<br>der Unternehmen der Musikwirtschaft .....                             | 143 |
| Abb. 4-2: | Durchschnittliche Zielbewertungen der Unternehmen<br>der Musikwirtschaft im Vergleich .....                                  | 148 |
| Abb. 4-3: | Anteile der eine bewußte und gezielte Katalog- bzw.<br>Programmpolitik betreibenden Unternehmen der<br>Musikwirtschaft ..... | 157 |
| Abb. 4-4: | Einschätzung der Wichtigkeit einer konsequenten<br>Katalog- bzw. Programmpolitik .....                                       | 158 |
| Abb. 4-5: | Charakterisierung der Katalog- bzw. Programmpolitik<br>der Unternehmen der Musikwirtschaft .....                             | 161 |
| Abb. 4-6: | Schwerpunkte der Katalog- bzw. Programmpolitik<br>der Unternehmen der Musikwirtschaft .....                                  | 162 |
| Abb. 4-7: | Intendierte Beziehung zwischen Musikwerk und<br>bestehendem Katalog bzw. Programm .....                                      | 171 |

|            |   |     |
|------------|---|-----|
| Abb. 4-8:  | Einschätzung der Wichtigkeit von Zugeständnissen an Publikumserwartung und -geschmack ..... | 173 |
| Abb. 4-9:  | Entscheidungsträger in den Unternehmen der Musikwirtschaft.....                             | 177 |
| Abb. 4-10: | Charakterisierung des Entscheidungsverhaltens in den Musikverlagen.....                     | 181 |
| Abb. 4-11: | Charakterisierung des Entscheidungsverhaltens in den Konzertdirektionen.....                | 183 |
| Abb. 4-12: | Charakterisierung des Entscheidungsverhaltens in den Tonträgerunternehmen.....              | 184 |
| Abb. 4-13: | Differenzierungskriterien bei der Vermarktung von Neuer Musik.....                          | 185 |

## Tabellenverzeichnis

|           |   |     |
|-----------|---|-----|
| Tab. 4-1: | Anzahl der beschäftigten Mitarbeiter in den befragten Unternehmen der Musikwirtschaft .....           | 137 |
| Tab. 4-2: | Anteile der Neuen Musik an der Geschäftstätigkeit der befragten Unternehmen der Musikwirtschaft ..... | 138 |
| Tab. 4-3: | Bedeutung einzelner Ziele für die Musikverlage.....   | 145 |
| Tab. 4-4: | Bedeutung einzelner Ziele für die Konzertdirektionen.....   | 146 |
| Tab. 4-5: | Bedeutung einzelner Ziele für die Tonträgerhersteller .....   | 147 |
| Tab. 4-6: | Bedeutung der Einflußfaktoren auf Katalog- bzw. Programmentscheidungen .....                          | 155 |