

Arnold Jacobshagen / Frieder Reininghaus (Hg.)

Musik und Kulturbetrieb

Medien, Märkte, Institutionen

Unter Mitarbeit von

Sabine Arndt, Bernard Bovier-Lapierre, Julia Cloot, Rainer Dollase,
Jörn Florian Fuchs, Frank Harders-Wuthenow, Clemens Hoegl, Christian Höppner,
Thomas Hoeren, Pierre Korzilius, Erna Medtepenninghen, Regine Müller,
Peter Overbeck, Matthias Rädcl, Susanne Rode-Breymann, Sabine Sanio,
Sigfried Schibli, Carsten Schmidt, Stephanie Schroedter, Dietrich Schuberth,
Stephan Schulmeistrat, Renate Ulm und Elmar Weingarten

Mit 47 Abbildungen

Laaber

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	11
Kapitel 1	
Musik und Technik: ein revolutionärer Prozeß	13
Elektrifizierung und Digitalisierung der Musik	15
Zwei Revolutionen in der Musik	15
Vom Trautonium zur Live-Elektronik	17
Sekundärfolgen unterschiedlicher Art	20
Musik - Technik - Medien	22
Das Radio - ein musikalisches Massenmedium?	24
Avantgarde-Konzepte und Populärkultur	26
Modelle für eine neue musikalische Aufführungspraxis	28
Audiovisuelle Interferenzen	30
Innovationsprozesse in den Notations- und Kompositionstechniken	35
Medienkunst und die Reflexion gesellschaftlicher Erfahrung	36
Kapitel 2	
Musik im Rundfunk	39
Radio als Teppich und Tapete des Alltags	41
Individualpsychologisch und volkshygienisch unverzichtbar	41
Das Pilotprojekt der Kunst-/Kulturindustrie	42
Umverteilungen	44
Herausforderung des Rundfunksystems durch neue Technik	45
Rundfunkentwicklung am Beispiel des Bayerischen Rundfunks	46
Radio in der Weimarer Republik	47
Nationalsozialismus	58
Nachkriegszeit	66
Radio im ausgehenden 20. Jahrhundert und zu Beginn des 21. Jahrhunderts	70

Kapitel 3	
Die Tonträger	75
Die Entwicklung der Tonträgertechnologie	77
Phonograph und Grammophon	78
Die Langspielplatte	84
Tonband und Lichtton - Mehrspurtechnik, Musikschnitt und Nachbearbeitung	88
Zahlen statt Rillen - Digitalisierung, CD und Multimedia	91
Neue Verbreitungswege - Internet - Die Zukunft	94
Der Wandel in der Verbreitung und Rezeption von Musikkonserven	96
Künstler, Konsumenten und Tonträger	98
Interpreten und Produzenten	101
Musikaufnahmen und Aufführungspraxis	104
Konserven statt Konzert	107
Der Tonträgermarkt	108
Kapitel 4	
Das Musikpublikum	113
Wer sind die Musikkonsumenten?	115
Die Rezeptionssituation als Faktor der Wirkung von Musik und der Konstitution sozialer Kategorien	119
Konzertbesuchsmotivation	123
Interaktionen in der Aufführung - Koreaktionen des Publikums, Interaktionen zwischen Produzenten und Publikum	126
Postkommunikative Phasen	128
Methoden der Publikumsforschung	129
Zusammensetzung und Charakterisierung statistischer Publika	129
Zusammensetzung und Charakterisierung der realen Musikpublika	132
Zeitwandel	140
Kapitel 5	
Märkte und Institutionen	143
Musikgeschichte als Institutionengeschichte	145
Profit / Non-Profit: Musik und Märkte im globalen Zeitalter	150

Der Musiker auf dem Markt der Widrigkeiten	154
Der Musiker im Orchester	156
Musiker neuen Typs	159
Markt, Sponsoring und Subvention: die Schnittstelle von Ökonomie und Politik	160
Das ökonomische Dilemma: Musik um welchen Preis?	166
Transferzahlungen und Einspielquoten	168
Eintrittspreise	170
Zielkonflikte	173
Kapitel 6	
Verwalten, Verwerten, Verlegen	179
Die GEMA in Geschichte und Gegenwart	181
Die Geburt der Verwertungsgesellschaften aus dem Geist der Französischen Revolution	181
Der mühsame deutsche Weg	183
Unterwerfung, Gleichschaltung und Säuberung	187
Die »zweite GEMA«: vom Neubeginn zur Gegenwart	190
Urheberrecht und Musik in der digitalen Revolution	195
Pixel, Sounds und Bits: Schutzfähige Werke und Gestaltungshöhe	197
Leistungsschutzrechte	200
Verwertungsrechte, Bearbeitung, öffentliche Zugänglich- machung	202
Urheberpersönlichkeitsrechte und gesetzliche Schranken	206
Ablauf der Schutzfrist	207
Verwertungsgesellschaften, Lizenzverträge und Tarife	212
Internet als unbekanntes Nutzungsart	216
Mendelssohn wird Klingelton: Die Musikverlage im Wandel	217
Zum Wachstum verdammt	218
Das Kreuz mit der Neuen Musik	223
Von der Verwertung zur Verwurstung	224

Kapitel 7	
Opernhäuser und Orchester	229
Opernhäuser im 20. Jahrhundert	231
Die weltweiten Krisen der Oper	232
Star-System und Repertoire	236
Rückkehr zur Marktwirtschaft?	242
Markt und politische Regelungsmechanismen	247
Freier Markt oder soziale Marktwirtschaft?	248
Die Orchesterlandschaft in Deutschland - ein »Weltkulturerbe«?	253
Anfänge der öffentlich finanzierten Orchesterkultur	254
Das Beispiel Bonn	256
Orchestergründungen nach 1945	259
Blühende Landschaften? Orchestersterben nach der Wiedervereinigung	260
Kapitel 8	
Zeitgenössische Szenen	265
Institutionen der zeitgenössischen Musik: Konsolidierungsphase oder Existenzkrise?	267
Eventkultur aus Lust und Not	268
Uraufführungen oder Repertoirepflege?	270
»Tanz institutionalisieren« versus »institutionalisierter Tanz«	273
Strukturen schaffen für eine Kunst, die sich (starren) Strukturen widersetzt	274
Wissen schaffen für den Tanz	276
Ein neuer Markt für Komponisten? Voraussetzungen für die Entstehung von Experimentellem Musiktheater in Mitteleuropa	278
Bedürftigkeit der Komponisten	279
Laborversuch im edlen Abseits oder Pflichtprogramm im Stadttheater	282
Verpflichtung und Entpflichtung	283
Tatsächlich ein Markt?	285
Festivals als Institutionen und Märkte	287
Par exemple: Von den Niederrheinischen Musikfesten zur RuhrTriennale	291
Vom Nutzen und Frommen	294

Kapitel 9	
Musik und Kirche	297
Kirchenmusik der evangelischen und katholischen Kirche	299
Organisation der Kirchenmusik	301
Aufgaben und Arbeitsbereiche	302
Institutionen der Kirchenmusik	306
Kapitel 10	
Wissenschaft und Dokumentation	311
Musikwissenschaft an Hochschulen und Universitäten	313
Zur Geschichte des Faches	314
Wissenschaft und Hochschule	315
Standorte, Kooperationen, Perspektiven	317
Musikinformation und Musikedokumentation	319
Sammeln, Erschließen, Vermitteln	320
Kapitel 11	
Musikförderung	325
Zwischen Mangel und Fülle, Breite und Spitze, Regionalität und Internationalität: Musikförderung in Deutschland	327
Bundeskulturstiftung und Kulturstiftung der Länder	328
Die Förderpraxis des Deutschen Musikrats und des Goethe-Instituts	329
Stiftungen als Ideengeber, Projektagenturen und Finanziere	331
Musikförderung der Europäischen Gemeinschaft	333
»Musik bewegt« - der Deutsche Musikrat	335
Musikpolitik ist Gesellschaftspolitik	336
Netzwerke in der Musik - Lobbies, Mäzene und Sponsoren	341
Gegenbewegungen	342
Schulbildung mit Netzwerkfunktion	343
Mäzenatentum - Vom Einzelspender zur Stiftung	344

Anhang	349
Literaturhinweise	351
Personenregister	355
Sach- und Institutionenregister	359
Die Autoren der Beiträge	366