

Abkürzungsverzeichnis.....	X
Symbolverzeichnis.....	X
Abbildungsverzeichnis.....	XII
1 Einleitung.....	1
2 Grundlagen der Analyse populärer Musik.....	6
2.1 Begriff der populären Musik.....	6
2.2 Historische Entwicklung populärer Musik.....	15
2.2.1 1900 – 1920: Beginn der Entwicklung.....	15
2.2.2 1920 – 1945: Steigende Konzentration.....	18
2.2.3 1945 – 1960: Vinyl, Magnettonband und ROCK'N'ROLL.....	24
2.2.4 1960 – 1980: Fortschreitende Konzentration im <i>Open System</i>	29
2.2.5 1980 – 1990: Konsolidierung durch digitale Tonträger und MTV.....	38
2.2.6 Aktuelle Entwicklung.....	42
3 Vertragliche Analyse der Produktion populärer Musik.....	46
3.1 Einführung.....	46
3.2 Produktionsbedingungen populärer Musik.....	47
3.2.1 Überblick.....	47
3.2.2 Musikproduktion.....	52
3.2.3 Tonträgerproduktion.....	58
3.2.3.1 Struktur der Tonträgerwirtschaft.....	58
3.2.3.2 Organisation der Tonträgerproduktion.....	63

3.3	Institutionenökonomische Grundlagen der Analyse	68
3.3.1	Axiomatische Basis	68
3.3.1.1	Methodologischer Individualismus	68
3.3.1.2	Beschränkte Rationalität	69
3.3.1.3	Opportunismus	73
3.3.2	Ökonomische Analyse vertraglicher Interaktionen	74
3.3.2.1	Ökonomik unvollständiger Verträge	74
3.3.2.1.1	<i>Probleme unvollständiger Verträge</i>	74
3.3.2.1.2	<i>Anpassungen an unvollständige Verträge</i>	79
3.3.2.2	Prinzipal-Agent-Probleme	85
3.4	Verträge zwischen Band und Produzent	88
3.4.1	Bands aus institutionenökonomischer Perspektive	88
3.4.2	Der Produzentenvertrag als Prinzipal-Agent-Problem	95
3.4.3	Modell eines optimalen Produzentenvertrags	97
3.4.4	Folgerungen	103
3.4.4.1	Wechselwirkung von fixem und erfolgsabhängigem Honorar	103
3.4.4.2	Bedeutung der Qualität des Produzenten	109
3.4.4.3	Auswirkungen veränderten musikalischen Erfolgs	111
3.4.5	Erweiterungen und Probleme des Ansatzes	113
3.5	Verträge zwischen Band und Tonträgerunternehmen	115
3.5.1	Problematik von Künstler- und Bandübernahmeverträgen	115
3.5.1.1	Unvollständigkeit und <i>Moral Hazard</i>	115
3.5.1.2	Spezifität der Investitionen und <i>Hold Up</i>	120
3.5.2	Anpassungen an die Relationalität der Verträge	122
3.5.2.1	Erfolgsbeteiligung der Band	122
3.5.2.2	Vorauszahlungen	130
3.5.2.3	Einseitige Verlängerungsoption	131
3.5.2.4	Exklusivität des Vertrags	133
3.5.2.5	Kontrolle durch den Markt und Reputation	134
3.5.2.6	Schiedsgerichte	136
3.5.2.7	Integration	137
3.5.3	Zusammenfassung	138

4	Fazit und Ausblick	140
	Anhang 1	142
	Anhang 2	144
	Literaturverzeichnis	147