Bielefelder Schriften zur wirtschaftswissenschaftlichen Praxis

herausgegeben vom
Dekan des Fachbereichs Wirtschaft
der Fachhochschule Bielefeld
Prof. Dr. Axel Benning

Band 4

Corinna Fischer

**Einfluss von Live-Musikveranstaltungen
auf den Tonträgerkonsum**

Eine explorative Studie

Shaker Verlag
Aachen 2006

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Copyright Shaker Verlag 2006

Alle Rechte, auch das des auszugsweisen Nachdruckes, der auszugsweisen oder vollständigen Wiedergabe, der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen und der Übersetzung, vorbehalten.

Printed in Germany.

ISBN-10: 3-8322-5226-6

ISBN-13: 978-3-8322-5226-7

ISSN 1860-3874

Shaker Verlag GmbH • Postfach 101818 • 52018 Aachen

Telefon: 02407 / 95 96 - 0 • Telefax: 02407 / 95 96 - 9

Internet: www.shaker.de • E-Mail: info@shaker.de

Rückläufige CD-Verkäufe haben in den letzten Jahren eine regelrechte Krise in der Plattenindustrie, aber auch bei Künstlern, Handel und Staat ausgelöst.

Bisherige Maßnahmen konnten dieser negativen Entwicklung nur zum Teil entgegenwirken.

Konzerte bieten einen bisher noch weitestgehend ungenutzten Spielraum für Möglichkeiten, den Absatz von Tonträgern zu fördern. Dieses belegt eine Studie, welche die Autorin mit über 600 Teilnehmern durchgeführt hat und die im Rahmen dieses Buches vorgestellt wird. Konzertbesucher wurden hier zu ihrem musikspezifischen Konsumverhalten befragt.

Wichtige Erkenntnisse konnten weiterhin durch Interviews mit Brancheninsidern ermittelt werden. So wurden unter anderem Tim Renner, ehemaliger Konzernchef des Major-Labels *Universal*, sowie Peter Zombik, Geschäftsführer des *Bundesverbandes der phonographischen Wirtschaft*, zu diesem Thema interviewt.

Durch die Marktforschungsstudie stellte sich heraus, dass es eine Vielzahl denkbarer Möglichkeiten gibt, durch Koordination und Kooperation mit dem Live-Musikmarkt eine Steigerung des Tonträgerabsatzes zu erreichen.

Dieses Buch gibt Ein- und Ausblicke, die Synergieeffekte zwischen Musikindustrie und Konzertveranstaltern nicht brach liegen zu lassen, sondern statt dessen effektiv zu nutzen.