

Inhalt

1	Einführung.....	11
2	„Wo man singt, da lass Dich nieder...".....	21
2.1	Zum Verhältnis von Musikwirtschaft und Stadtentwicklung.....	23
2.1.1	Musik(wirtschaft) als städtischer Wirtschaftsfaktor.....	26
2.1.2	Musik(wirtschaft) als ‚harter‘ und ‚weicher‘ Standortfaktor.....	29
2.1.3	Musik(wirtschaft) als Identitäts- und Imagefaktor.....	32
2.2	Berlin und Wien: Urbane Musikgeografien zwischen Tradition und Innovation.....	36
2.2.1	Invention of Tradition — Invention of Innovation.....	37
2.2.2	Berlin oder Wien? Um den Vorrang als europäische Musikstadt.....	38
3	Sound-Engineering — Musikfabrik Berlin.....	51
3.1	Musik(haupt) Stadt Berlin. Musik, Wirtschaft und Stadtentwicklung zwischen Sub-, Populär- und Hauptstadtkultur.....	51
3.2	Musik als Output am Beispiel der Berliner Musikindustrie.....	59
3.2.1	Überblick über die Berliner Musikwirtschaft.....	61
3.2.2	Majors, Indies und der Mythos Musikindustrie.....	67
3.2.3	Sounds like Berlin.....	74
3.3	Meeting Music — Pop, Business, Popkomm.....	78
3.3.1	Moving Music — neue Ideen, neue Themen, neue Stadt.....	78
3.3.2	Popkomm in Berlin — Profil, Akteure und Projekte.....	86
3.3.3	Wirkungsfelder für Standort und Branche.....	93
3.3.4	Popkomm und Berlin — eine gelungene Symbiose?.....	127

4	Sight-Hearing — Musikerlebnis Wien	131
4.1	Wien — Welthauptstadt der Musik. Die Erfindung einer Tradition im Zeichen der Tourismuswirtschaft	131
4.2	Musik als Input am Beispiel des Wiener Musiktourismus	142
4.2.1	Überblick über die Wiener Musikwirtschaft	143
4.2.2	Authentizität und Kreativität in Musik und Tourismus	152
4.2.3	Modem Maestro - Creative Vienna	159
4.3	Celebrating Mozart — Wunderkind, Wahlwiener, Weltbürger	160
4.3.1	Wiener Mozartfeiern 1856 bis 1991	161
4.3.2	Wiener Mozartjahr 2006 - Profil, Akteure und Projekte	172
4.3.3	Wirkungsfelder für Standort und Branche	196
4.3.4	Wien = Musik = Mozart = Kreativität?	210
5	Musikwirtschaft als städtischer Entwicklungsfaktor ...	215
	Quellenverzeichnis	231
	Tabellenanhang	259