

# Inhalt

---

<b>Gendererklärung</b> .....	9
<b>Danksagung</b> .....	11
<b>Einleitung</b> .....	15

## **I. Teil: Werbetreibende Marken und populäre Musikkulturen**

<b>1. Marken, Marketing und Werbeindustrie</b> .....	29
1.1 Terminologie und gesamtwirtschaftliche Bedeutsamkeit .....	29
1.2 Entwicklungsprozesse und Trends zu Beginn des 21. Jahrhunderts .....	39
1.3 Audio Branding-Typologie .....	52
1.3.1 Akustische Markenidentität, Markenklang und Sound Manual .....	52
1.3.2 Brand Song und Werbelied .....	54
1.3.3 Brand Voice .....	61
1.3.4 Corporate Song .....	68
1.3.5 Hörmarke .....	72
1.3.6 Jingle .....	73
1.3.7 Sound Logo .....	76
1.3.8 Von Muzak zur Instore-Musik .....	77
<b>2. Rechtliche Rahmenbedingungen für die werbliche Verwertung musikalischer Inhalte</b> ...	87
2.1 Deutsches Urheber- und Leistungsschutzrecht .....	87
2.2 US-amerikanisches Copyright .....	97
2.3 Exemplarische Gegenüberstellung der Implementierung beider Rechtstraditionen .....	105
<b>3. Evolution der ökonomischen Relevanz werbetreibender Marken in der Musikwirtschaft</b>	109
3.1 Musikaufnahmen .....	112

3.2	Musikwerke .....	130
3.3	Live-Musik .....	153
<b>4.</b>	<b>Streaming .....</b>	<b>173</b>
4.1	Spotify .....	173
4.2	YouTube .....	188
4.3	Streaming und werbetreibende Marken .....	199
<b>5.</b>	<b>Werbetreibende Marken, Musikfirmen und Künstler in der Streaming-Ära .....</b>	<b>203</b>
5.1	Von Plattenlabels zu Musikfirmen: Das Markendogma im Musikgeschäft .....	203
5.2	Werbetreibende Marken als omnipräsenter Einflussfaktor in den populären Musikkulturen der Gegenwart .....	214

## **II. Teil: Populäre Musik unter dem gewachsenen Markenmandat**

<b>6.</b>	<b>Allgemeine Entwicklungstendenzen populärer Musikformen im frühen 21. Jahrhundert</b>	<b>237</b>
<b>7.</b>	<b>Sync-Friendliness: Spezifische Markenanforderungen an werblich verwertbare Musik.</b>	<b>255</b>
<b>8.</b>	<b>Pharrell Williams' <i>Happy</i> (From <i>Despicable Me 2</i>) .....</b>	<b>263</b>
8.1	Herstellungsbedingungen und Verbreitung des Songs .....	263
8.2	Analyse .....	271
8.2.1	Instrumentierung, produktionstechnische und klangliche Aspekte .....	272
8.2.2	Formaler Aufbau und strukturelle Aspekte .....	282
8.2.3	Rhythmik .....	285
8.2.4	Harmonik und Melodik .....	292
8.2.5	Songtext .....	310
8.3	Eine musikalische Gestaltform der Werbesynchronisationsfreundlichkeit .....	314
	<b>Schlussbetrachtung .....</b>	<b>323</b>
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>329</b>
	Interviews .....	372