

Henning Jürgensen

Vom Markt zum Netzwerk? Die Auswirkungen des digitalen Zeitalters auf die deutsche Musikindustrie

Eine transaktionskostentheoretische Analyse

Masterarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

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

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2013 GRIN Verlag
ISBN: 9783668103634

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/311395>

Henning Jürgensen

Vom Markt zum Netzwerk? Die Auswirkungen des digitalen Zeitalters auf die deutsche Musikindustrie

Eine transaktionskostentheoretische Analyse

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Vom Markt zum Netzwerk? Die Auswirkungen des digitalen Zeitalters auf die deutsche Musikindustrie, eine transaktionskostentheoretische Analyse.

Masterarbeit

zur Erlangung des akademischen Grades
„Master of Science“ (M. Sc.),
vorgelegt dem Fachbereich Wirtschafts- und Sozialwissenschaften der
Helmut-Schmidt-Universität,
Universität der Bundeswehr Hamburg.

eingereicht von:

Henning Jürgensen

Studiengang: Betriebswirtschaftslehre
Fachrichtung: Management of Innovation
and Networks

Studentenjahrgang: 2008

Frühjahrstrimester 2013
12. Studientrimester

Abgabe: 26.08.2013

**„Man muss etwas vom Wesen der Bewegung verstehen, um einen
Sinn für die Zukunft zu erlangen.“**

Aristoteles
(Philosoph,
*384 v. Chr., †322 v. Chr.)

Inhalt

Tabellenverzeichnis.....	II
Abbildungsverzeichnis	III
Abkürzungsverzeichnis	IV
1. Einleitung	1
2. Theoretische Grundlagen	3
2.1 Das organisationale Feld zur Abbildung einer Branche.....	4
2.1.1 Die Struktur eines organisationalen Feldes.....	5
2.1.2 Die Merkmale organisationaler Felder	7
2.1.3 Die Definition der Branche im Zusammenhang mit dem organisationalen Feld	13
2.1.4 Kritik am Konzept des organisationalen Feldes	14
2.2 Die Transaktionskostentheorie	15
2.2.1 Die Verhaltensannahmen der Akteure und Merkmale von Transaktionen.....	17
2.2.2 Der Einfluss der Transaktionskostentheorie auf strategische Entscheidungen.....	20
2.2.3 Kritik am Konzept der Transaktionskostentheorie	25
2.3 Die Verknüpfung der Transaktionskostentheorie mit dem organisationalen Feld	27
3. Die deutsche Musikindustrie	30
3.1 Die digitale Revolution.....	34
3.2 Die Anwendung des organisationalen Feldes zur Abbildung der deutschen Musikindustrie	36
3.3 Die großen Drei der deutschen Musikindustrie	39
3.4 Strategische Entscheidungen durch die digitale Revolution	41
4. Der Wandel durch das digitale Zeitalter – eine transaktionskostentheoretische Analyse der deutschen Musikindustrie.....	46
4.1 Auswirkungen strategischer Entscheidungen der deutschen Musikindustrie.....	53
4.2 Ergebnisse.....	59
5. Schlussbetrachtung.....	61
5.1 Ausblick.....	62
5.2 Kritische Würdigung	63
6. Literaturverzeichnis.....	65
7. Anhang	71
8. Verpflichtungserklärung für wissenschaftliches Arbeiten	82

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Nominale und reale Veränderung des Umsatzvolumens	71
Tabelle 2: Relevante WZ für die deutsche Musikindustrie.....	73
Tabelle 3: Verknüpfung der Akteure und WZ-Klassifizierungen durch WZ-2008-Kodes.	74
Tabelle 4: Bereiche vertikaler Integration eines Major-Labels.....	75
Tabelle 5: Veränderung der Unternehmensstruktur bei UMEG.	77
Tabelle 6: Veränderung der Unternehmensstruktur bei Sony Music Entertainment.	78
Tabelle 7: Veränderung der Unternehmensstruktur bei Warner Music Germany.	78
Tabelle 8: Veränderungen des organisationalen Feldes der deutschen Musikindustrie.....	79

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Das organisationale Feld nach DiMaggio und Powell.....	5
Abbildung 2: Der organisatorische Rahmen des Versagens des Transaktionskostenansatzes	17
Abbildung 3: Organisationsformen ökonomischer Aktivitäten.	22
Abbildung 4: Umsatzentwicklung der deutschen Musikindustrie	32
Abbildung 5: Das idealtypische organisationale Feld der Musikindustrie.	37
Abbildung 6: Prozess der Verarbeitung eines Schocks.....	42
Abbildung 7: Das organisationale Feld der deutschen Musikindustrie im Jahr 2000.....	80
Abbildung 8: Das organisationale Feld der deutschen Musikindustrie im Jahr 2012.....	81