

Tobias Bauckhage

Der Einfluss der Digitalisierung auf die
Entertainmentindustrien am Beispiel der
Musikwirtschaft

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

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.

Copyright © 2001 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783832449544

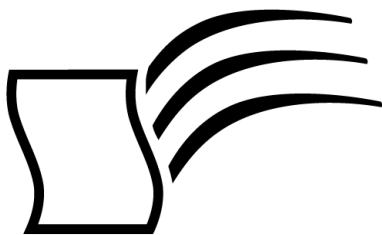
Tobias Bauckhage

Der Einfluss der Digitalisierung auf die Entertainment- industrien am Beispiel der Musikwirtschaft

Tobias Bauckhage

Der Einfluss der Digitalisierung auf die Entertainmentindustrien am Beispiel der Musikwirtschaft

Diplomarbeit
an der Humboldt-Universität zu Berlin
Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
Oktober 2001 Abgabe



Diplom.de

Diplomica GmbH _____
Hermannstal 119k _____
22119 Hamburg _____

Fon: 040 / 655 99 20 _____
Fax: 040 / 655 99 222 _____

agentur@diplom.de _____
www.diplom.de _____

ID 4954

Bauckhage, Tobias: Der Einfluss der Digitalisierung auf die Entertainmentindustrien am Beispiel der Musikwirtschaft / Tobias Bauckhage - Hamburg: Diplomica GmbH, 2002
Zugl.: Berlin, Universität, Diplom, 2001

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Diplomica GmbH
<http://www.diplom.de>, Hamburg 2002
Printed in Germany



Wissensquellen gewinnbringend nutzen

Qualität, Praxisrelevanz und Aktualität zeichnen unsere Studien aus. Wir bieten Ihnen im Auftrag unserer Autorinnen und Autoren Wirtschaftsstudien und wissenschaftliche Abschlussarbeiten – Dissertationen, Diplomarbeiten, Magisterarbeiten, Staatsexamensarbeiten und Studienarbeiten zum Kauf. Sie wurden an deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Akademien oder vergleichbaren Institutionen der Europäischen Union geschrieben. Der Notendurchschnitt liegt bei 1,5.

Wettbewerbsvorteile verschaffen – Vergleichen Sie den Preis unserer Studien mit den Honoraren externer Berater. Um dieses Wissen selbst zusammenzutragen, müssten Sie viel Zeit und Geld aufbringen.

<http://www.diplom.de> bietet Ihnen unser vollständiges Lieferprogramm mit mehreren tausend Studien im Internet. Neben dem Online-Katalog und der Online-Suchmaschine für Ihre Recherche steht Ihnen auch eine Online-Bestellfunktion zur Verfügung. Inhaltliche Zusammenfassungen und Inhaltsverzeichnisse zu jeder Studie sind im Internet einsehbar.

Individueller Service – Gerne senden wir Ihnen auch unseren Papierkatalog zu. Bitte fordern Sie Ihr individuelles Exemplar bei uns an. Für Fragen, Anregungen und individuelle Anfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit.

Ihr Team der Diplomarbeiten Agentur

Diplomica GmbH _____
Hermannstal 119k _____
22119 Hamburg _____

Fon: 040 / 655 99 20 _____
Fax: 040 / 655 99 222 _____

agentur@diplom.de _____
www.diplom.de _____

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	V
Abkürzungsverzeichnis	VI
A. Grundlegung	1
I. Problemstellung	1
II. Begriffskennzeichnung	4
1. Digitalisierung	4
2. Informationsgüter	5
3. Entertainmentindustrie	6
4. Copyright	7
III. Abgrenzung zur herkömmlichen Reproduzierbarkeit	8
IV. Beispiel der Musikindustrie	11
1. Gründe für die besondere Stellung der Musikwirtschaft	11
a. Neue Komprimierungstechnologien	11
b. Großes Digitales Angebot unautorisierter Musik	12
c. Hohe Internetaffinität der Musikkonsumenten	13
d. Geringe Kosten des Konsums digitaler Musik	14
2. Interessenskonflikt in der Musikwirtschaft	14
V. Gang der Untersuchung	15
B. Untersuchung der Musikwirtschaft	18
I. Einordnung der Analyse	18
II. Abgrenzung des betrachteten Marktes	19
III. Industrieökonomische Analyse der Musikwirtschaft	22
1. Rahmenbedingungen in der Musikwirtschaft	22
a. Nachfrage nach Musik	22
b. Angebot von Musik	32
2. Struktur der Musikwirtschaft	36
a. Konzentration des Marktes	37
b. Markteintrittsbarrieren	39

c. Produktdifferenzierung	41
d. Vertikale Integration	41
3. Marktverhalten in der Musikwirtschaft	42
4. Marktergebnis in der Musikwirtschaft	44
C. Ökonomische Theorie zum unautorisierten Kopieren	47
I. Literaturüberblick zur ökonomischen Theorie	48
1. Darstellung der grundsätzlichen Problematik	48
2. Theorie der Indirect Appropriability	49
3. Theorie der positiven Netzwerkeffekte	53
II. Industriespezifische Ansätze zum optimalen Kopierschutz	62
Ansatz 1: Das Zwei-Perioden-Zwei-Generationen-Modell	62
Ansatz 2: Der Sampling-Effekt unautorisierter Kopien	67
III. Fazit zum optimalen Kopierschutz in der Musikindustrie	69
D. Effekt der Digitalisierung auf die Industriestruktur	72
I. Veränderte Rahmenbedingungen in der Musikwirtschaft	73
1. Nachfrage nach digitaler Musik	73
2. Angebot von digitaler Musik	75
II. Veränderungen in der Struktur der Musikwirtschaft	78
1. Konzentration des Marktes	78
2. Markteintrittsbarrieren	79
3. Produktdifferenzierung	82
4. Vertikale Integration	82
III. Veränderungen im Marktverhalten der Musikwirtschaft	86
IV. Veränderungen im Marktergebnis der Musikwirtschaft	90
E. Ergebnis und Ausblick	95
 Literaturverzeichnis	 100

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Stilisiertes Abbild der Wertschöpfungskette in der Musikindustrie	33
Abb. 2:	Aktuelle Marktanteile am internationalen Markt für Recorded Music.....	38
Abb. 3:	Marktergebnisse der fünf Majors im Geschäftsjahr 2000.....	45
Abb. 4:	Neue Aufgabenbereiche in der Wertschöpfungskette von digitalisierter Recorded Music	77
Abb. 5:	Aktuelle Konzentration in der internationalen Musikindustrie als Reaktion auf die Digitalisierung	85
Abb. 6:	Umsatzprognose für den weltweiten Markt für Online-Musik bis 2005	94

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
AOL	America Online
A&R	Artists & Repertoire
BMG	Bertelsmann Music Group
bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
CD	Compact Disk
CD-R	recordable Compact Disk
CD-ROM	Compact Disk Read Only Memory
DRM	Digital Rights Management
EBITA	Earnings before Interests, Taxes and Amortization
EBITDA	Earnings before Interests, Taxes, Depreciation and Amortization
E-Commerce	Electronic Commerce
et al	et alii
f.	folgende
ff.	fortfolgende
HMV	His Master's Voice
IFPI	International Federation of the Phonographic Industry
ISP	Internet Service Provider
LP	Langspielplatte
Majors	Major Labels
<i>MP3</i>	Motion Picture Experts 1, Layer 3, Dateiformat
MTV	Music Television
RIAA	Recording Industry Association of America
S-C-P	Structure-Coduct-Performance
SDMI	Secure Distribution of Music Initiative
USIC	United States Internet Council
Vgl.	Vergleiche
Vol.	Volume
WWW	World Wide Web

A. Grundlegung

I. Problemstellung

Obwohl die Euphorie über die Verbreitung des Internets, die sogenannte *New Economy* und die damit verbundenen neuen Informationstechnologien gegenwärtig etwas gedämpft erscheint², besteht kein Zweifel daran, dass diese technischen Innovationen weitreichenden Einfluss auf die Zukunft unserer Wirtschaft und Gesellschaft nehmen werden. Nach der Ansicht einiger Autoren befinden wir uns mitten in der Transformation von der Industriegesellschaft zur Informationsgesellschaft³, in der sich nicht nur die Informationsströme und Geschäftsmodelle verändern sondern auch die Strukturen zahlreicher Industrien. Wegen ihrer besonderen Eigenschaften sind vor allem Informationsgüter von diesen Veränderungen durch die *Digitalisierung* betroffen. Eine der wichtigsten Industrien für Informationsgüter ist die *Entertainmentindustrie*.⁴ An ihr lassen sich derzeit eine ganze Reihe fundamentaler Veränderungen beobachten.

Digitalisierungstechnik, Computernetzwerke und neue Kommunikationstechnologien verändern nachhaltig die Art, mit der Informationsgüter im allgemeinen und Entertainmentgüter im speziellen produziert, verteilt, kontrolliert, veröffentlicht und konsumiert werden. Sie heben deren räumliche und zeitliche Begrenzungen auf, so dass die meisten Informationsgüter heute nahezu ohne Einschränkung zu jeder Zeit und von jedem Ort über Computernetzwerke wie das Internet von vielen Personen gleichzeitig abrufbar sind. Sie sind zudem in ihrer digitalen Form nicht mehr eng an ein physisches Trägermedium gebunden und lassen sich zu marginalen Kosten ohne Qualitätsverlust reproduzieren.

Während die Digitalisierung auf der einen Seite die Produktion und Distribution von Entertainmentgütern effizienter und effektiver gestaltet, und damit die Kosten der Produzenten senkt, bringt sie auf der anderen Seite die Nutzer dieser Güter in Konflikt mit den z.Zt. geltenden Gesetzen und Mechanismen zum Schutz der Urheberrechte.

² So betitelte z.B. die *Wirtschaftswoche* ihre Ausgabe vom 11. Januar 2001 mit „New Economy: Rette sich wer kann!“ und leitete den dazu gehörigen Artikel ein mit: „Nach dem Absturz der High-Tech-Werte am Neuen Markt kämpft die New Economy ums Überleben...“; ähnliche Aussagen fanden sich auch auf den Titelbildern internationaler Wirtschaftsmagazine.

³ Vgl. z.B. *Haefner (1984)*, S. 13

⁴ Eine genaue Abgrenzung der Begriffe Entertainmentindustrie und Informationsgüter folgt im nächsten Abschnitt auf S. 4 f..