

Denis Wanic

Selbstvermarktung als Alternative im Veröffentlichungsprozess von Musik

Bachelorarbeit

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 © 2019 GRIN Verlag
ISBN: 9783346098917

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/512875>

Denis Wanic

Selbstvermarktung als Alternative im Veröffentlichungsprozess von Musik

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

Hochschule Darmstadt
- Fachbereich Media -
Sound and Music Production

Ich bin das Label.
Selbstvermarktung als Alternative im Veröffentlichungsprozess
von Musik

Abschlussarbeit zum Erlangen des akademischen Grades
Bachelor of Arts (B.A.)

Eingereicht von: Denis Wanic

Datum: 04.07.2019

Die Musikindustrie ist einem ständigem Wandel unterlegen. Dieser lässt sich in drei Phasen unterteilen. Die derzeitige, dritte Phase hat in den 1980er Jahren mit der Digitalisierung begonnen. Jene hatte und hat auch erhebliche Auswirkungen auf die Veröffentlichung von Musik. Selbstvermarktung hat sich dabei als Alternative zur professionellen Labelarbeit herauskristallisiert. In der Forschung ist diese Thematik bisher nur ansatzweise untersucht worden. Ziel der Arbeit ist die Verortung der Selbstvermarktung im aktuellen Musikmarkt vor dem Rahmen von Umbrüchen in Veröffentlichungsprozessen. Schlüsselfaktoren, Vor- und Nachteile werden herausgearbeitet. Darauf aufbauend wird eine Handlungsempfehlung als Leitfaden für selbstvermarktende Musikkünstler konzeptioniert. Methodisch wird in der vorliegenden Arbeit auf eine Mischform aus Literaturanalyse und empirischer Untersuchung gesetzt. Dazu werden die von den Quellen bereitgestellten Daten benutzt. In der Arbeit kann gezeigt werden, dass Künstler heute durch die Möglichkeiten der Digitalisierung nicht mehr zwangsläufig in einer Abhängigkeit von großen Plattenfirmen stehen. Die Selbstvermarktung ist dabei sich als ernstzunehmende Alternativform der Musikveröffentlichung zu etablieren, wie auch die herangezogenen Umsatzzahlen zeigen können. In Bezug auf die Thematik sind Veränderungen und Anpassungen im Berufsbild von professionell Tätigen im Musik- und Audiosektor als aktive Reaktion notwendig.

Abstract

The music industry is subject to a constant change which allows it to be divided into three phases. According to academic research the current phase started in the 1980s with the era of digitization. Significant effects to the process of music release can hereby be found. The subject of self-releasing emerged as an alternative to the work of professional music labels. A complete academic discussion of this topic has not yet been undertaken. This thesis aims to classify self-releasing within the contemporary music industry. A key factor analysis and full discussion including pros and cons will be shown. Moreover, guidance for practitioners is offered. Primary and secondary data from books, articles and corporations were used. This thesis shows that due to given possibilities by digitization musicians are no longer necessarily bound to major labels. The analysis of given sales figures shows that self-marketing is already establishing itself as a serious alternative form of music releasing. In relation to these developments, it is necessary for industry professionals to react to adaptations and changes within their occupational profile.

1.	Einleitung	1
2.	Digitalisierung in der Musikindustrie	4
3.	Selbstvermarktung als Alternativkonzept	7
3.1	Einstieg in den Musikmarkt.....	7
3.2	Voraussetzungen und Schlüsselfaktoren der Selbstvermarktung.....	8
3.2.1	Digitale Produktion.....	9
3.2.2	Digitale Kommunikation.....	11
3.2.3	Digitale Distribution.....	13
4.	Der physische Tonträger im digitalen Umfeld	14
4.1	Absatzentwicklungen.....	14
4.2	<i>Bandcamp</i> als Beispiel einer Vermarktungsplattform.....	18
4.3	Presswerke.....	22
5.	Aufstellung einer Medien-Projekt-Planung zur Produktion und Veröffentlichung einer Vinyl	24
5.1	Vinyl als Marketingvorteil.....	24
5.2	Konzeptionierung.....	25
5.2.1	Work Breakdown Structure.....	26
5.2.2	Project Network.....	56
6.	Diskussion	61
6.1	Vorteile der Selbstvermarktung.....	61
6.2	Nachteile der Selbstvermarktung.....	61
7.	Fazit	62
8.	Quellenverzeichnis	68
9.	Abbildungsnachweise	76