

Ökonomie der Balkanmusik

Der Livemusik-Sektor populärer Balkanmusik in Wien

Bearbeitet von
Ivona Đermanovic

1. Auflage 2012. Taschenbuch. 257 S. Paperback

ISBN 978 3 631 63150 8

Format (B x L): 14,8 x 21 cm

Gewicht: 340 g

[Wirtschaft > Medien-, Informations und Kommunikationswirtschaft > Musikindustrie](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.



Ivona Đermanović

Ökonomie der Balkanmusik

Der Livemusik-Sektor
populärer Balkanmusik in Wien



PETER LANG

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	9
1. Einleitung.....	17
1.1 Wahl und Relevanz des Themas.....	19
1.2 Aufbau der Arbeit.....	22
2. Begriffsdefinitionen.....	23
2.1 Balkan.....	23
2.2 Balkanmeile/-straße.....	24
2.3 Balkanmusik.....	24
2.4 Club.....	25
2.5 Clubbing.....	25
2.6 Community.....	25
2.7 Diaspora.....	25
2.8 Ehemaliges Jugoslawien (= Ex-Jugoslawien).....	26
2.9 Festival.....	26
2.10 Kultur vs. Subkultur.....	26
2.11 Kulturindustrie.....	27
2.12 Lokal bzw. Lokalität.....	27
2.13 Migration.....	27
2.14 Musikgattungen bzw. Musikgenres.....	28
2.15 (Musik)szene.....	28
2.16 Publikum.....	29
3. Migration und das Einwanderungsland Österreich.....	31
3.1. Zuwanderung und Segregation – ein allgemeiner Einblick.....	32
3.2 Kurzer Einblick in die lange Migrationsgeschichte Österreichs.....	33
3.3 Die ex-jugoslawische Community in Wien.....	37
4. Theorie der ethnischen Ökonomien.....	43
4.1 Ethnische Ökonomie in der weltweiten Forschung.....	44
4.2 Ethnische Ökonomie in der österreichischen Forschung.....	47
4.3 Theoretische Ansätze zur Erklärung ethnischer Ökonomien.....	48
4.3.1 Der „Middleman Minority“-Ansatz.....	48
4.3.2 Das Kulturmodell.....	51
4.3.3 Das Nischenmodell.....	52
4.3.4 Das Reaktionsmodell.....	54
4.3.5 Das Interaktionsmodell.....	56
4.4 Ethnische Unternehmen in Österreich und Wien.....	71
4.4.1 Segregation und unternehmerische Tätigkeit.....	71
4.4.2 Ethnische Unternehmen in Wien.....	72

5. Musikwirtschaft	77
5.1 Struktur der Musikwirtschaft	77
5.2 Subkultur und Clubkultur	79
5.3 Live-Veranstaltungen populärer Musik	80
5.3.1 Geschichte und Veranstaltungsformen populärer Musik	81
5.3.2 Überblick über verbreitete Livemusik-Veranstaltungstypen	83
5.4 Aspekte der Standortwahl	86
5.4.1 Konventionelle Standortfaktoren	87
5.4.2 Spezifische Standortfaktoren	88
6. Musikvielfalt des Balkans	91
6.1 Musikkultur zur Zeit des Osmanischen und des Habsburger Reiches	92
6.2 Musikkultur in der Zwischenkriegszeit der beiden Weltkriege	94
6.3 Musikkultur ab 1945 bis heute	95
6.3.1 (Traditionelle) Volksmusik	99
6.3.2 World Music/Weltmusik und Roma-Musik	101
6.3.3 Balkan Brass/Blasmusik („bleh muzika“)	106
6.3.4 Neukomponierte Volksmusik/“novokompovana narodna muzika“	107
6.3.5 Turbo-Folk und „Narodnjaci“	112
6.3.6 Pop-Musik	122
6.3.7 Rock-Musik	123
6.3.8 Hip-Hop	126
6.3.9 Sonstiges	127
7. Der Livemusik-Sektor und das musikalische Leben der ex-jugoslawischen Community als Teile der Musikstadt Wien	129
7.1 Herausforderungen, Problematik und Einschränkungen	130
7.2 Musikalisches Leben der ex-jugoslawischen Diaspora (60er bis 90er)	135
7.3 Der Livemusik-Sektor populärer Balkanmusik in Wien heute	138
8. Empirische Untersuchung	147
8.1 Forschungsfragen	147
8.2 Methodenwahl	150
8.3 Ergebnisse	153
8.3.1 Motivation - Motive und Gründe für die selbständige Tätigkeit	158
8.3.2 Hürden, Hindernisse und Herausforderungen	163
8.3.3 Netzwerke	168
8.3.4 Allgemeine Unterstützung seitens der ethnischen Community	172
8.3.5 Startkapital	174
8.3.6 Personalbeschaffung	176
8.3.7 Konkurrenzsituation	178
8.3.8 Kriterien der Standortwahl und Kapazität der Lokale	185
8.3.9 Auswahl und Bekanntheitsgrad der Musiker	190
8.3.10 Musikgenres und Interaktion zwischen Musikern und Publikum	197

8.3.11 Finanzielle Aspekte der Live-Auftritte	201
8.3.12 Zielgruppe und Publikumstruktur	206
8.4 Beantwortung der Forschungsfragen	208
9. Schlussfolgerungen und Resümee	219
9.1 Zusammenfassende Betrachtung anhand Theorie und Empirie.....	219
9.2 Herausforderungen und Einschränkungen	233
9.3 Ausblick und weitere Forschung	234
Literatur- und Quellenverzeichnis	237
Anhang.....	253
Interview-Leitfaden.....	253