

Online-Marketing Für Live-Musiker

Mayrhofer Florian



Das vorliegende Buch analysiert Strukturen und Plattformen der Musikvermarktung in elektronischen Märkten. Abseits der Filesharing-Problematik und der Umsatzrückgänge grosser Major-Labels werden dabei die Möglichkeiten beleuchtet, die dem unabhängigen Musiker aus den veränderten Strukturen erwachsen. Unter der Annahme, dass Konzerte die Haupteinnahmequelle für Künstler darstellen werden vor allem Webseiten betrachtet, die für den Live-Musiker geeignet sind. Neben den allgemeinen Strukturen und den Marktakteuren werden Möglichkeiten der Segmentierung, Positionierung und der Evaluation aufgezeigt. Die Verteilung verschiedener Informationsgüter, die Vernetzung über soziale Netzwerke und Möglichkeiten der Wertschöpfung und Verwaltung werden schliesslich anhand spezifischer Plattformen in den einzelnen Koordinationsphasen elektronischer Märkte aufgezeigt. In einer Fallstudie wird auf ein Beispiel allgemeiner Vermarktung sowie auf Genre und regional beschränkte Plattformen eingegangen.

- [On a New Method of Managing Fractures](#)
- [OOPS I Spilled the Coffee Again](#)
- [Online Video Tool Kit for Abnormal Psychology \(Access Card\)](#)
- [Online Journalism : A Critical Primer](#)
- [On the Goldfields](#)
- [On the Pulse](#)