

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	V
Symbolverzeichnis	IX
Abbildungsverzeichnis	XI
Tabellenverzeichnis	XII
Zusammenfassung	XIII
Abstract	XV
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung	1
1.2 Aufbau der Arbeit	4
2 Struktur der Musikindustrie	6
2.1 Volkswirtschaftliche Bedeutung	6
2.1.1 Problematik	6
2.1.2 Definition	6
2.1.3 Kultur- und gesamtwirtschaftliche Perspektive	7
2.1.4 Tonträgerindustrie und Musikverlage	8
2.1.5 Musiker	9
2.1.6 Internationale Perspektive	9
2.1.6.1 Europa	9
2.1.6.2 Weltweit	10
2.2 Musik als Gut	10
2.3 Markt für Musik	15
2.3.1 Wertschöpfungsprozeß	15
2.3.2 Charakteristika	19
2.3.2.1 Angebotsseitige Besonderheiten	19
2.3.2.2 Nachfrageseitige Besonderheiten	21
2.4 Historische Entwicklung	23
2.5 Marktakteure	33
2.5.1 Künstler	33
2.5.1.1 Definition	33
2.5.1.2 Vertragsarten	33
2.5.1.3 Berechnung der Lizenzen	35
2.5.1.4 Exemplarische Lizenzabrechnung	37
2.5.1.5 Einkommens- und Beschäftigungssituation	39
2.5.1.6 Fazit	40

2.5.2	Verwertungsgesellschaften	40
2.5.2.1	Entstehung	40
2.5.2.2	Definition und Aufgaben	41
2.5.2.3	Pauschalabgaben	43
2.5.2.4	Ökonomische und rechtliche Begründung	45
2.5.2.5	Wirtschaftliche Bedeutung	46
2.5.3	Tonträgerhersteller	47
2.5.3.1	Definition und Aufgaben	47
2.5.3.2	Formen	48
2.5.3.3	Kosten- und Gewinnsituation	52
2.5.3.4	Angebots- und Preisgestaltung	55
2.5.3.5	Markteintrittsbarrieren	56
2.5.3.6	Fazit	57
2.5.4	Musikverlage	58
2.5.4.1	Historische Entwicklung	58
2.5.4.2	Definition und Aufgaben	59
2.5.4.3	Subpublishing	61
2.5.4.4	Formen	62
2.5.4.5	Wirtschaftliche Bedeutung	63
2.6	Marktdaten	64
2.6.1	Problemstellung	64
2.6.2	Umsatzentwicklung	65
2.6.3	Absatzentwicklung	67
2.6.4	Handel und Vertrieb	70
2.6.5	Käuferstruktur	72
2.6.6	Repertoire	73
2.6.7	Internationale Daten	75
2.7	Unautorisiertes Kopieren	77
2.7.1	Definition und Formen	77
2.7.1.1	Klassische Formen	78
2.7.1.2	Unautorisiertes Kopieren im Internet	81
2.7.2	Umfang	82
3	Technische Grundlagen	86
3.1	Kompressionsverfahren MP3	86
3.1.1	Problemstellung	86
3.1.2	Aufbau und Funktionsweise	88
3.1.3	Zukünftige Entwicklung	90
3.2	P2P-Netzwerke	91
3.2.1	Problemstellung und Funktionsweise	91
3.2.2	Vor- und Nachteile	93
3.2.3	Bedeutung	94
3.2.4	Folgen für die Musikindustrie	94
3.2.5	Ausblick	96
3.3	Technische Schutzmaßnahmen	97
3.3.1	Problemstellung	97
3.3.2	Definition und Aufbau	97
3.3.3	Vorteile	99
3.3.4	Nachteile	100
3.3.4.1	Rechtliche Probleme	100

3.3.4.2	Technische Probleme	101
3.3.4.3	Ökonomische Probleme	103
3.3.5	TCPA-Standard und PALLADIUM	104
3.3.6	Bedeutung	106
3.3.7	Fazit	106
4	Rechtliche Rahmenbedingungen	107
4.1	Konzept des geistigen Eigentums	107
4.2	Deutsches Urheberrecht	109
4.2.1	Historische Entwicklung	109
4.2.2	Grundgedanke	111
4.2.3	Voraussetzungen	112
4.2.3.1	Schutzgegenstand	112
4.2.3.2	Der Urheber	115
4.2.4	Urheberrechte	115
4.2.4.1	Urheberpersönlichkeitsrechte	115
4.2.4.2	Verwertungsrechte	116
4.2.5	Verwandte Schutzrechte	122
4.2.5.1	Rechte des ausübenden Künstlers	122
4.2.5.2	Rechte des Tonträgerherstellers	124
4.2.6	Grenzen des Rechtsschutzes	125
4.2.6.1	Schutzfrist	125
4.2.6.2	Privatkopie	126
4.2.6.3	Erschöpfungsgrundsatz	128
4.2.7	Schutz technischer Schutzmaßnahmen	129
4.2.8	Rechtsfolgen	133
4.2.8.1	Strafrechtliche Konsequenzen	133
4.2.8.2	Zivilrechtliche Ansprüche	134
4.3	Internationale Aspekte	135
4.3.1	Weltweite Abkommen	135
4.3.2	Europäische Richtlinien	138
4.4	Bewertung und Ausblick	140
5	Stand der Forschung	143
5.1	Statische vs. dynamische Effizienz	143
5.2	Empirische Befunde	149
5.2.1	Vorüberlegungen	149
5.2.2	Kurzfristige Auswirkungen des unautorisierten Kopierens	150
5.2.2.1	Studie von HUI/PNG	150
5.2.2.2	Studie von LIEBOWITZ	152
5.2.2.3	Studie von PEITZ/WAELBROECK	153
5.2.2.4	Studie von OBERHOLZER/STRUMPF	155
5.2.3	Langfristige Auswirkungen des unautorisierten Kopierens	156
5.3	Theoretische Ansätze	160
5.3.1	Ansatz von PLANT	160
5.3.2	Ansatz von BREYER	161
5.3.3	Modell von NOVOS/WALDMAN	163
5.3.4	Modell von JOHNSON	165
5.3.5	Modell von LANDES/POSNER	167
5.3.6	Modell von CONNER/RUMELT	169

5.3.7	Modell von TAKEYAMA	172
5.3.8	Modell von BOLDRIN/LEVINE	174
5.4	Bewertung und Ausblick	176
6	Ein einfaches Modell	178
6.1	Netzeffekte bei Tonträgern?	178
6.1.1	Bisherige Erklärungsansätze	178
6.1.2	Marktanteil als Signal für Qualität	184
6.2	Modellaufbau	192
6.3	Kurzfristige Analyse	196
6.3.1	Konsumentenverhalten	197
6.3.1.1	Entscheidung	197
6.3.1.2	Komparative Statik	200
6.3.1.3	Wirkung der erwarteten Nutzerzahl	201
6.3.2	Nachfrage	201
6.3.2.1	Kauf unattraktiv	201
6.3.2.2	Kopieren geduldet	203
6.3.2.3	Kopieren unattraktiv	205
6.3.3	Verhalten des Tonträgerherstellers	208
6.3.3.1	Stückkosten und monetäre Kopierkosten	208
6.3.3.2	Kauf unattraktiv	210
6.3.3.3	Kopieren unattraktiv	210
6.3.3.4	Kopieren geduldet	213
6.3.3.5	Zusammenfassung	215
6.3.4	Wohlfahrtsbetrachtung	216
6.3.4.1	Kopieren unmöglich	216
6.3.4.2	Kopieren unattraktiv	217
6.3.4.3	Kopieren geduldet	220
6.3.5	Abschließende Betrachtung	227
6.4	Langfristige Analyse	230
6.4.1	Hohe Fixkosten	231
6.4.2	Mittlere Fixkosten	231
6.4.3	Geringe Fixkosten	232
6.4.4	Abschließende Betrachtung	234
6.5	Diskussion der Ergebnisse	237
7	Zusammenfassung und Ausblick	244
7.1	Zusammenfassung	244
7.2	Ausblick	246
Anhang		248
A	Abbildungen	248
B	Tabellen	250
Quellenverzeichnis		254
Literaturverzeichnis		256
Lebenslauf		315
Eidesstattliche Erklärung		316