

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|---|
| Uwe Breitenborn, Thomas Düllo Gravitationsfeld Pop. Von Schwerkraften, Metaphern und Konstellationen | 9 |
|--|---|

Produzenten

| | |
|--|-----|
| Christoph Borkowsky Musik vom Rest der Welt | 37 |
| Katja Lucker Von Goldeseeln, Residenzen und Kamingsgesprächen. Das Musicboard Berlin | 49 |
| Thomas Wilke Vom Platten- zum Datenreiter. Digitalisierung und DJing in populären Kulturen | 61 |
| Lutz Leichsenring Berliner Szenewirtschaft | 81 |
| Arkadi Junold Reich aber sexy? Pop und tradierte Finanzierungsstrukturen der Kulturpolitik | 89 |
| Alice Ströver Sehen, supporten, stabilisieren | 103 |
| Klemens Wiese Live Entertainment | 113 |
| Aljoscha Paulus und Carsten Winter Musiker als Media-Artepreneure? Digitale Netzwerkmedien als Produktionsmittel und neue Wertschöpfungsprozesse | 133 |
| Peter James Der Teufel, das Weihwasser und die Geschichte der Popförderung | 143 |
| Simone Hofmann Fête de la Musique. Marke, Spontaneität, Freiheit | 157 |

Reflektoren

| | |
|---|-----|
| Dieter Gorny Pop, die Entstehung einer Kultur | 165 |
| Jochen Bonz Zeichen, Bilder, Atmosphären. Die Popularkultur als quasi-universelles Medium spätmoderner Wirklichkeitsartikulationen | 173 |
| Martin Kiel Denkbilder. Eine (pop-)kulturelle Strategie im unternehmerischen Kontext | 191 |
| Christoph Jacke Alright or Not? The Kids Have Grown Up. Reflexion zwischen Pop, Journalismus und Wissenschaft in Spex | 201 |
| Sören Birke Musicboard und Pop in der 24-Stunden-Stadt | 221 |
| Christian Goiny Neuer urbaner Mittelstand | 227 |
| Philip Wagemann IT und Pop | 237 |
| Eva Kiltz Label-Lobby VUT | 247 |

Nutzer

| | |
|--|-----|
| Olaf »Gemse« Kretschmar Pop als Kulturgut und Zivilisationsinstanz | 263 |
| Gerd Hallenberger Pop-up. Wie uns die Pet Shop Boys helfen können, ein besseres Leben zu führen | 275 |
| Nora Kühnert und Eiko Kühnert Was ist Nazi-Pop? Von den Schwierigkeiten einer klaren Abgrenzung »rechtsextremer Musik« | 291 |
| Elisabeth Heil Die gute alte Schallplatte. Imagewandel eines Tonträgerformates | 309 |
| Lothar Mikos Learning by Feeling. Medienkultur und Lernen mit Pop | 325 |
| Katja Kaufmann und Carsten Winter Ordinary People. Gewöhnliche Leute als Unternehmer ihrer Popkultur | 339 |

Anhang

| | |
|-----------------------------------|-----|
| Danksagung | 353 |
| Autoren, Gesprächspartner, Themen | 355 |
| Literaturverzeichnis | 369 |
| Verzeichnis AV-Medien | 413 |
| Personen- und Namensregister | 421 |
| Abbildungsverzeichnis | 431 |

