

LEIPZIGER GEOGRAPHISCHES KOLLOQUIUM

WINTERSEMESTER 2011/12

Dienstag, 29. November, 17 Uhr

Universität Leipzig, Hörsaal Physik, Linnéstraße 5

DR. BASTIAN LANGE

Humboldt-Universität Berlin

Wertschöpfungskonfigurationen in der Musikindustrie

Die Kultur- und Kreativwirtschaft hat, früher als andere Branchen, die Linearität von Wertschöpfungsprozessen durchbrochen und durch komplexere Wertschöpfungskonfigurationen und Wirkungsmuster ersetzt. In neuen sozialen Netzwerken zwischen Produzenten und Konsumenten verlaufen komplexe Transfers verschiedener Kapitalsorten. Dies gilt insbesondere für die Musikindustrie und ihre aktuelle Entwicklung. Die Leitfrage des Beitrags lautet daher, wie sich die Virtualisierung der Produktion und Verteilung, aber auch der Wahrnehmung und Nutzung von Musik durch Produzierende und Konsumenten auf die Konfigurationen von Wertschöpfungsprozessen in der Musikwirtschaft auswirken? Besonderes Augenmerk liegt auf der Frage, inwiefern aufgrund qualitativ veränderter Produktionsbedingungen derzeit neue Varianten von Wertschöpfungskonfigurationen entstehen sowie welche Veränderungsdynamiken und -kontingenzen sie zeigen. Weiterhin wird gefragt, wo und unter welchen Kontextbedingungen sich produktionsbezogene soziale Konfigurationen herausbilden. Welche Anlässe und Orte neuer Wertschöpfungen werden von den dadurch erzeugten sozialen Einbettungen geschaffen oder beeinflusst? Für eine nicht-reduktionistische wirtschaftsgeographische, betriebswirtschaftliche sowie medientheoretisch informierte Analyse bedeutet dies, dass dieser Gegenstandsbereich stets in einem Spannungsverhältnis zwischen ökonomischer Strukturrekonstruktion und kulturtheoretisch informierter Exploration sozialer Einbettungsformen der Wertschöpfung erschlossen werden muss. Dabei liefert die Beantwortung der Frage, wie sich die konstitutiven Formen der relevanten Wirtschaftsbereiche jenseits neoklassisch inspirierter, statischer Wertschöpfungsmodelle erfassen lassen, einen zentralen Beitrag zur Erklärung neuer, bis dato unbestimmter und uneinheitlicher Wertschöpfungszusammenhänge. Besonders zur grundsätzlichen Frage, wie sich die

Konstituierung von „Werten“ und „Wertschöpfung“ in der Kreativwirtschaft erklären lässt, liefert der Beitrag erste substantielle und multidisziplinäre Ergebnisse. Zugleich werden aus den empirischen Befunden Hinweise auf eine „gute Praxis“ von Produktionskonfigurationen erarbeitet, die – je nach Akteursinteresse – Anregungen für Transaktionskosten sparende, sozial gerechte, partizipative usw. Organisation von szenebasierter Wertschöpfung liefern können.

Bastian Lange

studierte Geographie und Ethnologie in Marburg/Lahn sowie Stadtplanung in Edmonton (Kanada). In seiner Promotion (2006) an der Universität Frankfurt am Main widmete er sich dem Thema „Die Räume der Kreativszenen: Culturepreneurs und ihre Orte in Berlin“. Seit 1999 geht er angestellten sowie freiberuflichen Forschungs-, Lehr- und Beratungstätigkeiten im Bereich Stadtforschung, Kreativwirtschaft, Urbanismus sowie Stadt- und Regionalentwicklung nach. Momentan ist Bastian Lange Gastprofessor an der Humboldt-Universität Berlin.

Aktuelle Publikationen

Lange, Bastian (2011): Accessing Markets in Creative Industries – Professionalisation and social-spatial strategies of Culturepreneurs in Berlin. *Entrepreneurship and regional development* 23 (3), S. 259-279.

Lange, Bastian, & Hans-Joachim Bürkner (2010), ‚Wertschöpfungen in der Kreativwirtschaft: Der Fall der elektronischen Clubmusik‘, *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie*, 54 Jg.(1), 46-68.

Lange, Bastian/Büttner, Kerstin (2010): Spatialisation patterns of translocal knowledge networks: Conceptual understandings and empirical evidences of Erlangen and Frankfurt/Oder *European Planning Studies* 18 (6), S. 989-1018.

Die Vortragsreihe *Leipziger Geographisches Kolloquium* wird gemeinsam veranstaltet vom Leibniz-Institut für Länderkunde (www.ifl-leipzig.de) und dem Institut für Geographie der Universität Leipzig (www.uni-leipzig.de/~geograph).



UNIVERSITÄT LEIPZIG
Institut für Geographie