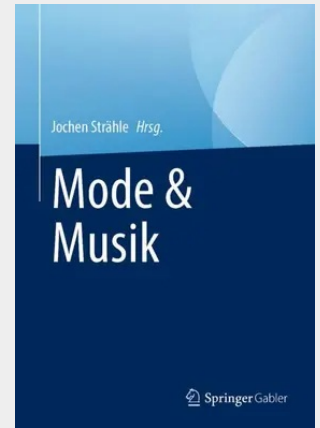


Mode & Musik

Dieses Buch wird das Verständnis der Leser für die Verbindungen zwischen der Musik- und der Modeindustrie erweitern. Es hebt die Herausforderungen hervor, denen sich die Modeindustrie derzeit in Bezug auf den Hyperwettbewerb, die Definition immer schnellerer Trends, sich ändernde Verbrauchervünsche usw. gegenüberstellt. Die Modeindustrie wird in der Tat stark von der digitalen Revolution in der Musikindustrie beeinflusst, die das Gesicht des individuellen Musikkonsums und des sozialen Bezugs verändert hat und sich daher auch auf den Modekonsum und den sozialen Bezug auswirkt. Dieses Verständnis ist von entscheidender Bedeutung, um die Strategien eines Modeunternehmens auf die Anforderungen der modernen Modekonsumenten auszurichten.

Inhaltlich befasst sich das Buch zunächst mit der sozialen Perspektive von Mode und Musik. Dazu gehört eine Analyse der Musik als wichtiger Einflussfaktor für Modetrends, sowohl theoretisch als auch anhand einer Fallstudie über Grunge-Musik. Anschließend wird die Rolle der Musik in der Modebranche behandelt, wobei die Musik in den Geschäften und die Rolle der Musik in der Modekommunikation behandelt werden. Im Anschluss daran wird die Rolle der Mode im Musikgeschäft analysiert. Dazu gehören der Trend zum Co-Design von Modekollektionen, die Rolle von Musikkünstlern bei der Differenzierung nach Stilrichtungen und der Markt für Musik-Mode-Merchandise-Artikel (sowohl theoretisch als auch anhand einer Fallstudie). Abschließend werden mögliche Lehren aus der Musikindustrie für die Modeindustrie gezogen. Dazu gehört auch eine Analyse der digitalen Revolution und des Aufkommens der Crowdfunding-Idee (sowohl theoretisch als auch in einer Fallstudie).

Dieses Buch wird das Verständnis der Leser für die Verbindungen zwischen der Musik- und der Modeindustrie erweitern. Es hebt die Herausforderungen hervor, denen sich die Modeindustrie derzeit in Bezug auf den Hyperwettbewerb, die Definition immer schnellerer Trends, sich ändernde Verbrauchervünsche usw. gegenüberstellt. Die Modeindustrie wird in der Tat stark von der digitalen Revolution in der Musikindustrie beeinflusst, die das Gesicht des individuellen Musikkonsums und des sozialen Bezugs verändert hat und sich daher auch auf den Modekonsum und den sozialen Bezug auswirkt. Dieses Verständnis ist von entscheidender Bedeutung, um die Strategien eines Modeunternehmens auf die Anforderungen der modernen Modekonsumenten auszurichten. Inhaltlich befasst sich das Buch zunächst mit der sozialen Perspektive von Mode und Musik. Dazu gehört eine Analyse der Musik als wichtiger Einflussfaktor für Modetrends, sowohl theoretisch als auch anhand einer Fallstudie über Grunge-Musik. Anschließend wird die Rolle der Musik in der Modebranche behandelt, wobei die Musik in den Geschäften und die Rolle der Musik in der Modekommunikation behandelt werden. Im Anschluss daran wird die Rolle der Mode im Musikgeschäft analysiert. Dazu gehören der Trend zum Co-Design von Modekollektionen, die Rolle von Musikkünstlern bei der Differenzierung nach Stilrichtungen und der Markt für Musik-Mode-Merchandise-Artikel (sowohl theoretisch als auch anhand einer Fallstudie). Abschließend werden mögliche Lehren aus der Musikindustrie für die Modeindustrie gezogen. Dazu gehört auch eine Analyse der digitalen Revolution und des Aufkommens der Crowdfunding-Idee (sowohl theoretisch als auch in einer Fallstudie).



74,99 €

70,08 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9789811987359

Medium: Buch

ISBN: 978-981-19-8735-9

Verlag: Springer

Erscheinungstermin: 21.03.2023

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 1. Auflage 2023

Produktform: Gebunden

Gewicht: 689 g

Seiten: 291

Format (B x H): 173 x 246 mm

