

**Die Produktivität der Technokultur:
Sonic Bodies, Produktionen und Werte-Schöpfung**

**Von der Fakultät Kulturwissenschaften
der Leuphana Universität Lüneburg zur Erlangung des Grades**

**Doktor der Philosophie
- Dr. phil. -**

**genehmigte Dissertation von
Dennis Mathei**

geboren am 03.10.1979 in Witten

Eingereicht am: 05.11.2021

Mündliche Verteidigung (Disputation) am: 04.07.2022

Erstbetreuer und Erstgutachter: Prof. Dr. Rolf Großmann

Zweitgutachter: Prof. Dr. Hans-Joachim Bürkner

Drittgutachter: Prof. Dr. Matthias Brzoska

Erschienen unter dem Titel: Die Produktivität der Technokultur: Sonic Bodies, Produktionen und Werte-Schöpfung

Druckjahr: 2023

im Verlage: Medien und Informationszentrum (MIZ) der Leuphana Universität Lüneburg

„You’ve come a long way, baby.“

Inhalt

Vorwort	7
Danke	10
1 Einleitung	12
1.1 Techno, die Szene, ich.....	14
1.2 Methoden.....	16
1.2.1 Situationsanalyse als Instrument der Auswertung und Theoriegenese	21
1.2.2 Durchführung	24
1.2.3 Interviews und Übersicht Interviewte	25
2 Mixing Area: Produktivität, Sounding und basale Kultur.....	28
2.1 Produktivität und populäre Musikkulturen	28
2.1.1 Produktivität und ihre Bedingungen	29
2.1.1.1 Kulturelle Produktion, Sinnproduktion, kollektive Produktion	29
2.1.1.2 Relation: Wert(e)-Schöpfung	32
2.1.1.3 Relation: Vermehrung an Gütern und kulturellen Praxen.....	34
2.1.2 Merkmale der Produktivität von Musikkulturen.....	36
2.2 Sonic Bodies, Sounding und Musicking	38
2.2.1 Material und Affordanzen	45
2.2.2 Soziokultur	50
2.3 Auditive Subkultur	58
2.3.1 Basale Kultur und Subkultur	60
2.3.1.1 Basale Subkultur und individuelle Relationen	63
3 Werte und Werte-Schöpfung populärer Musik(-Kulturen).....	65
3.1 Vorbemerkung: Musik, Musicking und Werte	65
3.2 Ökonomischer Wert populärer Musik.....	66
3.2.1 Ökonomischer Wert und musikalische Waren.....	66
3.2.2 Werte-Schöpfung von Musiker*innen in Musikkulturen.....	70
3.3 Werttheorie der Musik	79
3.3.1 Ästhetik und Musik	79
3.3.2 Sounding und Werte der Musik	86
3.3.2.1 Material	86
3.3.2.2 Körper.....	89
3.3.2.3 Soziokultur	92
3.4 Soziale Werte	94
3.4.1 Wert der Gemeinschaft und Werte von Gemeinschaften.....	94
3.4.2 Identität und Distinktion.....	95
3.4.3 Soziokulturelle Kapitalia.....	97
3.4.4 Sonic Logos.....	100
3.5 Kulturelle Werte	103
3.5.1 Werte der Kunst und Kultur	103
3.6 Das Subjekt und die Werte.....	106
3.6.1 Werte, Wirkungen, Funktionen.....	106
3.6.2 Entstehung von und Bindung an Werte.....	110
3.6.3 Individueller Wert und Werte-Schöpfung.....	116
4 Sonische Kultur	119
4.1 Kulturgeschichte von Techno.....	119
4.1.1 Vorläufer: Disco und House.....	120

4.1.2	Prä-Historie von (Detroit) Techno	126
4.1.3	Aufstieg, Austausch und Aufspaltung.....	129
4.1.4	Techno, Musikindustrie, Sell Out, Umbrüche.....	135
4.1.5	Rückzug, Aktualisierung, Berlin.....	137
4.2	Die Feldstruktur der Technokultur	140
5	Sonische Produktion und Räume	145
5.1	Die problematische Ästhetik von Techno	145
5.2	Tradition der DJ-Genres.....	148
5.3	Produktionsästhetik: Das Material des Stils.....	151
5.3.1	Musikgestalterische Merkmale der Techno-Ästhetik.....	154
5.3.1.1	Horizontale Ebene	154
5.3.1.2	Vertikale Ebene	158
5.3.2	Ausprägungen.....	162
5.3.2.1	Analyse: Chris Liebing und DJ Koze.....	163
5.3.3	Subgenres	175
5.4	Jack your body vs. Listen to my groove: Körpermusik und Ohrenmusik.....	178
5.5	Partizipationsästhetik, Ästhetik des Sozialen und der Vibe	181
5.5.1	Orte, Atmosphären und Ästhetiken.....	183
5.5.1.1	Clubs.....	184
5.5.1.2	Diskotheken.....	186
5.5.1.3	Raves und Festivals.....	187
5.5.1.4	Open Airs und unangemeldete bzw. illegale Partys.....	188
6	Werte der Technokultur	191
6.1	Vorbemerkung.....	191
6.2	Offenheit und Miteinander	193
6.3	Deterritorialisierung	195
6.4	Modulieren	196
6.5	Geben-Nehmen, Einbringen.....	199
7	Sonische Körper	200
7.1	Zugänge.....	200
7.1.1	Kindheit.....	203
7.1.2	Jugend.....	204
7.1.3	Erwachsen	209
7.2	Musicking.....	213
7.2.1	Musicking und Werte	213
7.2.2	Auftreten: Auflegen/Konzerte.....	214
7.2.3	Musikproduktion	217
7.2.4	Veröffentlichen.....	223
7.2.5	Veranstalten.....	225
7.2.6	Feiern.....	226
7.2.6.1	„Wird das noch schneller heute?“ - Feiern und soziale Ungleichheit.....	228
7.2.6.2	Feldberichte.....	230
7.2.7	Hören.....	232
7.2.8	Sammeln.....	235
7.3	Techno und Identität.....	238
7.4	Sonic Logos: Techno.....	246
8	Sonische Freunde, Gemeinschaften und Szenen.....	254

8.1	Sonische Freunde	254
8.1.1	Sympathie	255
8.1.2	Freundschaft	256
8.1.2.1	Musicking unter Freunden	258
8.2	Sonische Gemeinschaften	261
8.2.1	Das Neo-Tribalistische der sonischen Gemeinschaften	262
8.2.2	Arten von Gemeinschaften und Verortung im Feld	264
8.2.3	Gemeinschaft und Vernetzung	269
8.3	Sonische Szenen	270
8.3.1	Die Nähe und das Miteinander in der Szene	271
8.3.2	Der Abstand und das Gegeneinander: Distinktionen in der Szene	277
8.3.2.1	Feld, Sozialstruktur, Distinktion	277
8.3.2.2	Distinktion, Gemeinschaften und Materialität	280
8.3.2.3	Distinktion, Klang, Musicking	283
8.3.2.4	Neue Produktionsmittel, Distinktionen und Mittel der Distinktion	287
8.3.2.5	Konflikte	292
9	Sonische Städte	294
9.1	Musik, Musicking, Städte	294
9.2	Techno and the cities	296
9.2.1	Städte als Material, Materialität und Sozialität der Städte	297
9.3	Berlin: Hub und Blase	299
9.3.1	Historie	299
9.3.2	Berlin: 2000er/2010er Jahre	304
9.3.2.1	Feldbericht: Eine andere Nacht in Berlin	307
9.3.3	Berliner Techno	308
9.3.3.1	Bar 25-Sound	309
9.3.3.2	Berghain-Sound	316
9.4	Köln: Minimal, Melancholie und Kölsche Techno Klüngel	327
9.4.1	Historie	327
9.4.2	Köln: 2010er Jahre	332
9.4.3	Kölsche Techno-Klüngel	334
9.4.4	Kölner Techno	336
9.5	Ruhrgebiet: Menschen, Strukturen, Atmosphären im Wandel	345
9.5.1	Ruhrgebiet, Strukturwandel, Kultur	345
9.5.2	Historie der Ruhr-Szene(n)	347
9.5.3	Ruhrgebiet: 2010er Jahre	353
9.5.3.1	Feldbericht: Im Wäldchen	357
10	Sonische Transitionen, sonischer Wandel	359
10.1	Vorbemerkung	359
10.2	Übergänge Techno	363
10.2.1	The Good	364
10.2.2	The Bad	365
10.2.3	The Ugly	366
10.3	Einfluss, Reaktionen, innerer Wandel	369
10.3.1	Innerer Wandel	369
10.4	Wandel und Reaktion: The Good	374
10.5	Wandel und Reaktion: The Bad	378

10.5.1	Der Aufstieg von EDM	379
10.5.2	Die Ästhetik von EDM bzw. Big Room	381
10.5.3	EDM-Festivals	389
10.6	The Ugly.....	391
10.6.1	Digital turn	393
11	Sonische Festivals: Fusion vs. Tomorrowland.....	401
11.1	Vorbemerkung.....	401
11.2	Tomorrowland: Das optimierte Erlebnis.....	402
11.3	Fusion: Lärzklopfen, Negation des Alltags und DIY	405
11.4	Ideologische Werte der Festivals	409
11.4.1	Tomorrowland: Neoliberalismus und Konsumismus.....	410
11.4.2	Fusion: Ferien-Anarcho-Kommunismus.....	414
12	Sonische Ökonomie.....	419
12.1	Industrie.....	419
12.1.1	Industriestruktur	420
12.1.2	Machtstrukturen	424
12.1.3	Industriewandel	426
12.2	Märkte der Technokultur.....	429
12.2.1	Merkmale der Märkte.....	429
12.2.2	Kunden	433
12.2.3	Nischen und Marken	434
12.2.4	Warenformen und Bereicherung	437
12.3	Culturepreneure und Organisationen.....	442
12.3.1	Existenzbasteln und Kommerzialisierungen in der Technokultur	442
12.3.2	Ad-hoc-Unternehmen und professionelle Gründungen	445
12.3.3	Organisationsstruktur	448
12.3.4	Veröffentlichungen, Verkäufe, Werte-Schöpfung	453
12.4	Logiken des wirtschaftlichen Handelns in den Technomärkten	461
12.4.1	Kulturindustrielle Logik.....	461
12.4.2	Subkulturelle Logik.....	463
12.5	Das Handeln	466
12.5.1	Spielerisches Handeln	467
12.5.2	Taktisches Handeln	468
12.5.3	Strategisches Handeln	471
13	Sonische Werte-Schöpfungsnetzwerke	473
13.1	Werte-Schöpfungstriaden.....	473
13.1.1	Werte-Schöpfung eines Sonic Bodys.....	474
13.1.2	Werte-Schöpfung in der Gemeinschaft.....	476
13.1.3	Werte-Schöpfung im Club oder bei Veranstaltungen	477
13.1.4	Werte-Schöpfung der basalen Kultur durch die Technokultur	479
13.2	Werte-Schöpfungsnetzwerke	481
13.2.1	Werte-Schöpfungsnetzwerke der Produzierenden	481
13.2.2	Werte-Schöpfungsnetzwerke der Partizipierenden	485
13.2.3	Netzwerke von Werte-Schöpfungstriaden	488
13.3	Wertepriorisierungen, Handlungsorientierungen & -arten.....	489
13.4	Grenzen der Werte-Schöpfung.....	490
13.5	Die Produktivität der Technokultur.....	492

13.6	Fazit und Ausblick	494
14	Quellen	496
14.1	Abbildungsverzeichnis	496
14.2	Literatur	498
14.3	Dokumentationen und Filme	544
14.4	Diskographie	546
15	Anhang	553
15.1	Fragebogen und Interviewleitfäden	553
15.1.1	Fragebogen Produzierende	553
15.1.2	Fragebogen Partizipierende	553
15.1.3	Interviewleitfaden Produzierende	554
15.1.4	Interviewleitfaden Partizipierende	556
15.2	Interviewverzeichnis und Interviewtranskripte	558
15.3	Glossar	559
15.4	Erwähnte Techno/ House-Musiker*innen dieser Studie	565
15.5	Erwähnte Techno/ House-Labels der Studie	568
15.6	Clubs, Partys, Veranstaltungen	569

Vorwort

Was passiert hier eigentlich?¹

Ich sitze als Kind auf dem Rücksitz im Auto meiner Eltern. Wir sind im Urlaub im Allgäu. Es läuft eine Kassette mit Musik der 60er Jahre, darunter Sloop John B. von The Beach Boys (1966). Der Song und die Band sind mit diesem Moment verbunden und werden mein Leben begleiten.

Rock, Rock, Rock! Pavement, Weezer, dEUS, Girls against boys, Sonic Youth und andere bestimmen meine Jugend. Hip-Hop ist auch gut. Euro Dance ist Dreck. Plötzlich taucht „Rockafeller Skank“ (1998) von Fatboy Slim auf. Hat was. Ist analog und tanzbar.

Im Rahmen eines Praktikums bei Century Media Records fahre ich im Auto durch die Dortmunder Innenstadt. Im Radio läuft der House-Track „Coração Tambor“ von Ian Pooley (2000). Ich wippe mit dem ganzen Körper mit, obwohl ich so eine Musik als Alternative- und Indie Rock-Hörer gar nicht mögen dürfte. Der Track wird etwas später eine meiner ersten Vinyl-Maxis sein.

Wir fahren im Auto nach Dortmund und hören Daft Punk. Beim Einsetzen der Kick Drum nach dem Break von „Da Funk“ (1995) schreien wir vor Freude, als sich die Anspannung des Breaks löst.

Ich bin im Cosmotopia in Dortmund zum ersten Mal auf einer House-Party. Nach einem Getränk und einer halben Stunde Beobachten gehen wir auf die Tanzfläche und hören für zwei Stunden nicht auf zu tanzen. Euphorie strömt bei jedem Breakdown und Jubel der Tanzenden durch meinen Körper.

Mit ehemaligen Zivi-Kollegen und anderen Bekannten bin ich auf einer Party der Zeitschrift „Visions“ im Sabotage in Dortmund. Ich bin gelangweilt von der Vorhersehbarkeit der Musik, die immer nach denselben Mustern abgespielt wird. Das Cliquengehabe nervt mich auch. Den meisten Spaß habe ich bei „Hey boy, hey girl“ von The Chemical Brothers (1999).

Ich fühle mich gut. Das Auflegen klappt fehlerfrei. Die Leute haben Spaß und lassen es mich wissen. Tobias Thomas sitzt hinter mir und wippt mit dem Fuß. Ein schöner Abend und obendrein gibt es noch Geld. Und Tobias Thomas hat es gefallen.

Ich tanze seit etwa einer Stunde ohne Unterbrechung. Der Körper hat die Kontrolle über die Beine übernommen. Der Kopf ist frei. Ich verfolge die Musik. Ich blicke umher. Sehe andere Menschen, die Spaß haben. Ich muss lächeln. Ist das jetzt Kontemplation oder schon Transzendenz?

Ich beginne mein Set bei „Save the Nature“ im Westpark Bochum mit „Then I kissed her“ von The Beach Boys (1966).

Wir flanieren 2012 über das Gelände der Fusion. An einer Bühne läuft „Taboo“ von Gater (2002). Ein Ohrwurmloch öffnet ein Tor in das Jahr 2003. Mit E. und T. sitze ich im Büro vom Videofestival Bochum, das wir geleitet haben. Während dieser Zeit haben wir den Track sehr oft im Rahmen eines aufgenommenen DJ-Sets gehört.

¹ Dies ist eine der zentralen Fragen des Musickings (Small 1998).

Die vorliegende Untersuchung ist eine Untersuchung von Relationen. Sie behandelt, wie Menschen zu Materialien, ihrem Körper, anderen Körpern und einer Soziokultur in Verbindung treten. Sie untersucht, wie Menschen in diesen Verbindungen Werte entwickeln. Wie Menschen durch die Verbindungen lernen, ist für die Arbeit auch von Interesse. Sie zeigt auf, welche Verbindungen zwischen Techno-Subkultur, Städten, anderen Subkulturen und der „basalen Kultur“ (Bonz 2008) bestehen. Dabei wird ebenfalls thematisiert, welche Folgen diese Verbindungen haben und welche Dynamiken sie auslösen.

Diese Dissertation ist ebenso eine Untersuchung der Bewegung. Musik ist in Bewegung und Musik bewegt (Pfleiderer 2006). Sie löst innere wie äußere Bewegungen aus. Sie berührt affektiv und die Bewegung zu ihr ist affizierend. Musik ist ein Werden. Dies gilt auch für die Technologien, Materialien, Menschen und Kulturen, die sie benötigt und die aus ihr heraus entstehen. Musiken und ihre Kulturen stehen nicht still, selbst bei größtem Bemühen um Konservierung.

Sie ist eine Untersuchung, die das musikalische Handeln, resp. das „Musicking“ (Small 1998) von Menschen in einer auditiven Subkultur bzw. Musickingkultur erforscht. Menschen handeln dort auf unterschiedliche Weise mit Musik. Sie hören, produzieren, legen auf, sammeln, tanzen oder wirtschaften. Gleichmaßen sind sie auf unterschiedliche Weise in die Subkultur involviert. Für einige bietet sie ein temporäres Erlebnis, für andere ist sie Alltag und Beruf.

Menschen werden als „Sonic Bodies“ (Henriques 2011) aufgefasst, die vom Klang erfasst wurden und unter Einsatz all ihrer Sinne als auch ihrer unterschiedlichen Wissensbestände ihr Musicking betreiben. Sonic Bodies sind in soziale Relationen eingebunden, in denen sie einen Großteil ihres Musickings realisieren. Diese Relationen erscheinen in Form von Freundschaften, Gemeinschaften und Szenen. Sonic Bodies sind, wie die Subkultur, in die basale Kultur eingebunden, die diese auf unterschiedliche Weise beeinflusst. Die sozialen Relationen strukturieren die Subkultur und ihre Szenen. Beide werden aber auch durch die basale Kultur strukturiert und dynamisiert. Sonic Bodies sind nicht frei in ihrem Handeln, sondern sehen sich mit Bedingungen konfrontiert, die sie in ihrem Musicking beeinflussen. Diese reichen von innerkulturellen Logiken wie der „Szenewirtschaft“ (Kühn 2017), den Logiken oder dem vorherrschenden Habitus der jeweiligen Feldabschnitte (vgl. Hoffmann 2016), Aspekten der „Bereicherungsökonomie“ (Boltanski/Esquerre 2018) oder schlicht den lokalen Bedingungen einer Stadt.

Warum wurde mit Produktivität ein Begriff gewählt, der stark wirtschaftswissenschaftlich konnotiert ist? Der Begriff der Produktivität beinhaltet zwei Bedeutungen, von denen die relationale wirtschaftswissenschaftliche dominanter ist. Soziologie oder Kulturwissenschaft legen diese im Sinne von Produktion aus. Beide Bedeutungen greift diese Untersuchung auf, allerdings mit einer Erweiterung. Anstelle einer quantitativen Wertschöpfung tritt die qualitative „Werte-Schöpfung“ (Winter 2012; Paulus/Winter 2014), die neben den ökonomischen auch die musikalischen, kulturellen und sozialen Werte umfasst. Die Arbeit untersucht zum einen die Produktion im Sinne materieller, symbolischer und Sinnproduktion, zum anderen die mit dem Schaffen verbundene Ergiebigkeit im Sinne von Werte-Schöpfungen. Menschen schöpfen zusammen mit und mittels anderer Menschen und Maschinen Werte, die sich zu Werte-Schöpfungsnetzwerken auffächern. Es liegt ein qualitatives Produktivitätsverständnis (vgl. Bürkner 2018) vor.

Als Forschungsgegenstand dient die Technokultur. Anstoß war meine DJ-Tätigkeit. Mir fielen Lücken und Fehlkonzeptionen in der wissenschaftlichen Forschung auf, von denen ich in dieser Untersuchung einige schließen und korrigieren werde. Die Arbeit soll eine aktualisierte dichte Beschreibung der Technokultur präsentieren.

Die leitenden Fragen der Arbeit lauten:

- Was sind die Bedingungen der Produktion und Werte-Schöpfung?
- Wie gestalten sich Produktion und Werte-Schöpfung auf den unterschiedlichen Ebenen sowie Bereichen?
- Welchen Einfluss übt die basale Kultur auf die Technokultur in punkto der Werte-Schöpfung aus und vice versa?
- Was kennzeichnet die Produktivität der Technokultur als Produktion und Werte-Schöpfung?

Die vorliegende Untersuchung soll ein Beispiel für einen neuen Weg in der Musikwissenschaft bzw. der Erforschung populärkultureller Gemeinschaften und ihrer Materialien geben. Sie orientiert sich an Rolf Großmanns Forderung einer Erneuerung der Musikwissenschaft, indem die Wissenschaft von der Musik mit dem Sonischen, den Sound Studies, dem Sozialen (Soziologie, Cultural Studies) und dem Technologischen versöhnt wird (Großmann 2015). Das Werk soll nicht abgeschafft, aber seiner dominanten Stellung enthoben werden. Das geistfähige Material ist abhängig vom technologischen Material, welches sich stets wandelt. Dessen Wirkung steht in Verbindung zu den jeweiligen vorherrschenden situativen Bedingungen, was die Atmosphären beinhaltet, die ihrerseits gestaltbar sind. Der neue Weg ist von kulturwissenschaftlichem Denken Gernot Böhmes (2017) beeinflusst. In dem neuen Weg der Musikwissenschaft soll das Intellektuelle mit dem Affektiven versöhnt werden. Musik geht durch den Kopf, aber nicht nur. Sie geht auch durch den Körper und löst unangenehme oder wohlige Empfindungen aus. Für die Interviewten dieser Studie zeigen sich Affekte maßgeblich für die Faszination an und die Arbeit mit Musik verantwortlich.

Für den Zugang zur Technokultur wurde eine musikethnologische Szeneethnographie gewählt. Dabei wurde die sozialwissenschaftliche Szeneethnographie durch musikethnologische Fragestellungen und Methoden erweitert. Die Erhebung der Daten erfolgte durch qualitative Interviews, teilnehmende Beobachtungen, Autoethnographie sowie Musikanalyse. Für die Auswertung wurde auf das Grounded Theory-Verfahren der Situationsanalyse (Clarke 2012) zurückgegriffen. Die Untersuchung basiert auf einer Triangulation kultur-, sozial- und wirtschaftswissenschaftlicher Theorien und musikwissenschaftlichen Methoden, um ein akkurates kulturwissenschaftliches Bild von den kulturellen Produktionen und Werte-Schöpfungen in der Technokultur zu zeichnen. Die Betrachtung der Produktionen und Werte-Schöpfungen erfolgt von der Mikro- bis zur Makro-Ebene. Die einzelnen Sonic Bodies, Gemeinschaften und lokalen Szenen werden genauso behandelt wie die Technokultur und ihre Beeinflussung durch die basale Kultur und andere Musikulturen.

Danke

Ähnlich wie Howard Becker in „Art Worlds“ (1982) die Kunstproduktion oder Christopher Small in „Musicking“ (1998) das Symphoniekonzert als kollektive Handlung beschreiben, ist das Verfassen einer Dissertation eine Tätigkeit, an deren Gelingen viele Personen bewusst sowie unbewusst ihren Anteil haben. Die vorliegende Untersuchung stellt dabei keine Ausnahme dar. Sie ist auch ein Produkt vieler Beteiligter, denen ich an dieser Stelle meinen Dank aussprechen möchte. Ohne diese Personen gäbe es die Untersuchung in dieser Form nicht.

Direkte Beiträge zu der Dissertation haben in erster Linie meine Gutachter geleistet, denen ich dafür danken möchte. Sie haben darüber hinaus mehr geleistet, wofür ich ebenfalls meinen Dank aussprechen möchte. Prof. Dr. Rolf Großmann hat mir mit seiner Expertise und Kritik neue Perspektiven eröffnet, die mein Denken über Musik maßgeblich geprägt haben. Des Weiteren hat er mir und meinem Dissertationsprojekt das Vertrauen zu einem Zeitpunkt geschenkt, an dem ich auf mehreren Ebenen nicht mehr weiterwusste. Prof. Dr. Matthias Brzoska verdanke ich zunächst einen großen Teil meiner musikhistorischen Bildung, vor allem zur Oper. Er war es auch, der mich dazu ermutigte, in meiner Masterarbeit den Technostil zu untersuchen. Dafür und für die jahrelange wissenschaftliche und berufliche Unterstützung seit dem Studium, den Austausch und Abende in der Pizzeria gegenüber der Folkwang Universität möchte Matthias Brzoska herzlich danken. Prof. Dr. Hans-Joachim Bürkner hat mit seinen eigenen Texten und denen mit Prof. Dr. Bastian Lange zur Hybridität der Wertschöpfung die Dissertation ebenfalls stark beeinflusst. Dank ihm war es mir möglich, die Ergebnisse meiner Empirie in einen sinnvollen theoretischen Rahmen zu setzen, wofür ich Hans-Joachim Bürkner dankbar bin.

Da das ethnographische Vorgehen der Dissertation zwingend nach Interviews verlangt, die die Basis der Daten bilden, bin ich den Interviewten zutiefst zu Dank verpflichtet. Von Herzen danke ich Annika, Dirk, Gabriel, Georg, Guido, Gunne, Kathleen, Kevin, Lars, Marco, Martin, Massimo, Michael, Peta, Ralf, Riley, Romain, Thomas, Timo, Ümit und Wolfgang. Des Weiteren gilt mein Dank Isabel, Felix und Jörg von Cargo Records, die mir in sehr angenehmer Runde meine Fragen beantworteten und tiefere Einblicke in den Stand der Tonträgerwirtschaft gaben.

Besonders möchte ich denjenigen Interviewpartnern danken, die in der finalen Fassung der Untersuchung leider nur gering oder nicht mehr berücksichtigt werden konnten. Zunächst verfügte die Arbeit noch über einen zweiten Gegenstandsbereich, der aufgrund der Fülle des Materials zur Technokultur jedoch aufgegeben wurde. Dennoch waren die Interviews sehr erhellend und haben die Untersuchung bereichert. Mein Dank gilt daher Chris Braucks von Aentitainment und Utopia Banished, Nicolas Chevreux von Adnoiseam sowie Katharina, Maike und Paul von HGich.T.

In Verbindung zu den Interviewten gilt mein Dank Georg „Grobi“ Breger und Kevin, die mir einige Kontakte hergestellt haben. Darüber hinaus möchte ich mich bei beiden für die Möglichkeiten des Auflegens in der Vergangenheit bedanken.

Die Arbeit an einer Dissertation wäre nichts ohne den entsprechenden Austausch mit anderen Wissenschaftler*innen, die durch ihre Kritik und Sicht die Arbeit voranbringen. Dementsprechend danke ich den Kollegen Dr. Holger Schwetter, Dr. Jan-Michael Kühn und Dr. Hendrik Neubauer, mit denen ich gemeinsam eine Konferenz zur „Produktivität von Musikkulturen“ in Kassel organisiert habe. Die Gespräche und Kritik untereinander, insbesondere mit Jan-Michael Kühn, der auch zu Techno forschte, sowie mit den anderen Teilnehmenden eröffneten mir neue Sichtweisen und schärften das Design der Dissertation. Mein Dank richtet sich daher an Dr. Glaucia Peres da Silva, Prof. Dr. Hans-Joachim Bürkner, Prof. Dr. Carsten Winter, Lorenz Grü-

newald-Schukalla, Prof. Dr. Bastian Lange, Dr. Jonathan Kropf, Dr. Georg Fischer und Dr. Frédéric Döhl. Ebenfalls von großer Bedeutung für die Untersuchung war das von Prof. Dr. Matthias Brzoska geleitete Kolloquium an der Folkwang Universität. Für den Austausch und die Ratschläge möchte ich Prof. Dr. Udo Sirker, Dr. Jonas Becker, Thomas Lange, Christoph Sielczak und den anderen Teilnehmer*innen herzlich danken. Auch möchte ich Prof. Dr. Andreas Meyer und Dr. Arne Schäfer für ihre Empfehlungen danken, die mir wichtige Erkenntnisse hinsichtlich Musikethnologie und Soziologie ermöglicht haben.

Neben der Expertise und Kritik aus der Wissenschaft war auch diejenige aus der Praxis für die Konzeption und Ausarbeitung der Dissertation von großer Relevanz. Ich möchte mich daher bei den DJ-Kollegen Daniel „Tasman“ Cichy und Jan „Willem“ Huda für ihre offenen Ohren, Kritik, Ideen und gemeinsamen DJ-Nächte bedanken.

Dr. Philipp Budde möchte ich für das kritische Lesen der Arbeit und Dominique “Nique Louder“ Schmidt für das Lektorat vielmals danken. Neben Menschen, die durch ihr Feedback die Arbeit bereichert haben, gibt es noch andere, die mir die Arbeit erträglicher gemacht haben, da sie mir halfen, davon abzuschalten. Ich danke daher an dieser Stelle Ingo “Ambush/Atrok” Busch und Tino Mende. Einen unwissentlichen Beitrag zu der Untersuchung hat Happy Pizza in Bochum geleistet.

Save the best for last:

Zum Abschluss dieser Danksagung möchte ich drei Personen besonders hervorheben. Ich danke den besten Menschen meiner Welt, meinen Eltern Ulrike und Wilfried Mathei, für ihre Unterstützung, Zuneigung, Liebe und mentalen Aufbau aus tiefstem Herzen, und meiner Partnerin Dr. Eiki Wolff für ihre Unterstützung beim Lektorat, ihrer Geduld, Nachsicht, Liebe sowie Bereitschaft, vieles von meinem Quatsch mitzumachen.

In Gedenken an meine Oma Helga Mathei, Dr. Jonas Becker, Dr. Claus Raab und Dr. Wolfgang Winterhager.

1 Einleitung

Den Beginn der Arbeit bildet das Kapitel *Mixing Area*. Darin erfolgt eine Auseinandersetzung mit dem Begriff der Produktivität und deren Bedingungen. Im weiteren Verlauf wird das „Sounding-Model“ von Julian Henriques vorgestellt, welches für die Untersuchung grundlegend ist und einen innovativen Ansatz in der Erforschung von Musikkulturen darstellt. Es erfolgt eine Konzeptionierung einer auditiven Subkultur auf Basis neo-subkultureller Ansätze, die ihrerseits auf Bourdieus Theorien aufbauen. Das Kapitel zu den *Werten der Musik* setzt sich mit den ideellen, musikalischen, kulturellen, ökonomischen und sozialen Werten und ihrer Bedeutung für Menschen auseinander. Dafür werden Theorien diverser Disziplinen zu Werten, Wertschöpfung und Werte-Schöpfung vorgestellt und analysiert. Das Spektrum reicht dabei von Arbeiten der Philosophie, Musikwirtschaftsforschung, Musikwissenschaft, über Kulturwirtschaft, (Kultur- und Wirtschafts-)Soziologie, Kulturwissenschaft bis hin zur Wirtschaftswissenschaft.

Das *Kultur-Kapitel* widmet sich den kulturellen Produktionen sowie sonisch-musikalischen und kulturellen Werten der Technokultur. Im Anschluss daran wird die Kulturgeschichte von Techno nachgezeichnet, um so wichtige Stationen der kulturellen Entwicklung aufzuzeigen. Hinsichtlich des Kapitels *Sonische Produktion und Räume* gilt ein ähnliches Vorgehen: Die Entwicklung des Technostils wird historisch nachgezeichnet und danach systematisiert, um die musikalischen Werte von House/Techno offenzulegen, die sich in unterschiedlichen Konfigurationen an den Körper wenden. Dieses Kapitel thematisiert daneben die Orte, Atmosphären und Ästhetik des Sozialen der Technokultur. Die Ergebnisse werden im darauffolgenden Kapitel zu den *Werten der Technokultur* erörtert. Dieses Kapitel behandelt die zentralen Werte der Technokultur, die im sozialen Handeln, der Musik und kulturellen Praktiken sowie Produktionen gleichermaßen vorzufinden sind.

Das *Körper-Kapitel* behandelt die Sonic Bodies, ihr Musicking und ihre Werte-Schöpfungen. Eingangs werden soziologische und psychologische Kriterien angeführt, die einen Einfluss auf die individuellen Zugänge zur Technokultur haben. Neben den Zugängen zur Technokultur ist für dieses Kapitel das Musicking der Sonic Bodies wesentlich. Menschen betreiben auf unterschiedliche Weise individuelle kulturelle Produktion, soziale Produktion, Sinnproduktion und Werte-Schöpfungen. Im Musicking erwerben sie einen „Sonic Logos“ (Henriques 2011). Das Musicking hat Folgen für die Identitätsarbeit der Sonic Bodies in der Technokultur. Im *Freunde-Kapitel* stehen die sozialen Relationen der Sonic Bodies im Fokus der Untersuchung. Es widmet sich dem Musicking in den unterschiedlichen Gemeinschaftsformen Freundschaft, Gemeinschaften und Szenen. Konstitutiv ist dabei zumeist Sympathie. Die Technokultur ist von produktiven Distinktionen durchzogen, durch die sich die Sonic Bodies musikalisch und sozial abgrenzen, was oft auf Grundlage von Faktoren sozialer Ungleichheit erfolgt. Das *Städte-Kapitel* rückt das Musicking der Sonic Bodies und Gemeinschaften in den lokalen Szenen der Städte in den Fokus. Es befasst sich mit den unterschiedlichen lokalen Ausprägungen der Technokultur, ihren kulturellen Variationen und Lokalkoloriten. Je nach Stadt sehen sich die Sonic Bodies und Gemeinschaften mit unterschiedlichen Bedingungen konfrontiert, die sich auf die Szenen auswirken. Dies hat Konsequenzen für die kollektiven Werte-Schöpfungen vor Ort, was einerseits zu unterschiedlichen Ausprägungen führt, andererseits ihre Entfaltung behindern kann. Es kommt auf dieser Ebene zur Wertetransition, bei der die Städte Werte-Schöpfung durch die lokale Szene oder die Technokultur betreiben. Veranschaulicht wird dies anhand von Berlin, Köln und dem Ruhrgebiet.

Das Kapitel *Transitionen* behandelt das Verhältnis der Subkultur zu anderen Musikkulturen und der basalen Kultur. Die Technokultur beeinflusst andere Musikkulturen und die basale Kultur und wird von diesen beeinflusst. Es kommt zu Werte-Transitionen, infolgedessen die basale Kultur Werte-Schöpfung durch die Technokultur betreibt. Festivals elektronischer Tanzmusik sind Bestandteil des Erlebnisangebots der basalen Kultur – sie werden im Kapitel *Festivals* ausführlich besprochen. Die basale Kultur tritt in der Technokultur noch auf andere und subtilere Weise in Erscheinung: in Form von Ideologien. Zur Veranschaulichung werden die Festivals Tomorrowland und Fusion miteinander verglichen. Das *Ökonomie-Kapitel* beschäftigt sich mit dem Wirtschaften der Sonic Bodies und Gemeinschaften. Dabei erfolgten eine Analyse der Industrie und der Märkte der Technokultur. Anschließend fokussiert das Kapitel das Handeln und Werteschöpfen der Sonic Bodies und wirtschaftenden Gemeinschaften in der Ökonomie.

Den Abschluss der Arbeit bildet das Kapitel zu *Werte-Schöpfungsnetzwerken*. Im Zentrum stehen triadische Werte-Schöpfungs-Modelle. Sonic Bodies schöpfen durch ihr Musicking für sich auf dem Körper-, Material- und Soziokulturband unterschiedliche Werte. Die Werte-Schöpfung erhöht sich bei kollektiven Formen. Es erfolgt eine Modellierung von Werteschöpfungsnetzwerken eines produzierenden und prosumierenden Sonic Body. In dieses Modell werden die Ebenen der Städte und der basalen Kultur integriert, da sie durch die Technokultur bzw. -szenen ebenfalls Werte schöpfen können. Sie stellen die Strukturen dar, die sich auf das Werteschöpfen in der Technokultur oder den lokalen Szenen auswirken.

Ein Großteil der Kapitel wurde mit der Bezeichnung „sonisch“ versehen, die zentral für diese Arbeit ist. Der Terminus soll jeweils darauf aufmerksam machen, dass für die untersuchten Bereiche spezifische Formen „kulturalisierten Schalls“ (Wicke 2008) signifikant sind und oft deren Basis bilden. Weiterhin werden im Verlauf dieser Arbeit an einigen Stellen Pop-Zitate auftauchen. Dies hat mehrere Gründe. Nach Kodwo Eshun (1999) tragen Musik, Tonträger, Liedernamen oder Covergestaltungen die Antwort bereits in sich. Da Techno jedoch meist sprachlos ist, erfolgt ein Rückgriff auf Lieder anderer Genres. Sie sollen Techno zur Sprache verhelfen, aber gleichzeitig die Anwendbarkeit der Ergebnisse der Studie auf andere Genres demonstrieren.

1.1 Techno, die Szene, ich

Im Gegensatz zu anderen Forschenden begab ich mich nicht als Außenstehender in das Feld, sondern war in diesem seit Jahren als Akteur tätig. Bis dahin waren es aber einige Schritte:

Meine Musiksozialisation war als Jugendlicher vor allem von unterschiedlichen Arten von Rockmusik geprägt, die ich meist über MTV kennenlernte. Ich spielte seit der zweiten Klasse Gitarre. Besonders intensiv hörte ich Musik aus dem Bereichen Indie, Punk und Alternative. Gegen Ende der Schulzeit kam es zu einer Phase der Annäherung. Wie im Vorwort dieser Untersuchung beschrieben, begann ich mich ab 1998 für elektronische Tanzmusik zu interessieren. Allerdings durfte diese bis dato noch keinen Onbeat aufweisen. Dementsprechend waren die Jahre 1998 bis 2000 weiterhin von Indie geprägt, es gesellten sich aber Hip-Hop und Big Beat à la Fatboy Slim, Propellerheads, Bentley Rhythm Ace, Chemical Brothers zu meinen Hörgewohnheiten hinzu. In meinem Ausgehverhalten konzentrierte ich mich auf Alternative Rock-Diskos und -Clubs, wobei Letztere oftmals auch elektronische Musik im Programm hatten. Als Rockhörer waren Breakbeats erlaubt, Onbeats für mich aber verpönt. Dies wandelte sich allmählich durch den Track *Coração Tambor* von Ian Pooley und das Album *Homework* von Daft Punk, welches mir eine ehemalige Schulfreundin auf Kasette kopiert hatte. Zu dieser Zeit arbeitete ich als Promoter für den Club Planet, wodurch mein Interesse an der Clubkultur wuchs. Das Programm des Clubs setzte sich neben Alternative Rock, Metal und Hip-Hop auch aus Drum'n'Bass zusammen, sodass sich hier ein weiterer Zugang eröffnete. Dies mag die Basis gewesen sein, die bei mir während eines Clubbesuchs in London, wo sowohl Rock als auch elektronische Musik auf einem Dancefloor gespielt wurden, den Wunsch hervorrief, auch als DJ tätig sein zu wollen. In den darauffolgenden Monaten wurde mein Musikgeschmack zunehmend elektronischer, ersetzte aber nicht meinen Rockkonsum.

Während eines Praktikums lernte ich Dirk alias Prodelay kennen, der zum einen als DJ, zum anderen als Produzent aktiv war und einen ähnlichen Musikgeschmack wie ich hatte. Über ihn bin ich mit digitaler Musikproduktion in Berührung gekommen. Er zeigte mir auch die grundlegenden Arbeitsschritte eines House-DJs und schenkte mir seine erste Veröffentlichung, was mein erstes Housevinyl war. Über ihn hatte ich Ende 2000 oder Beginn 2001 dann mein Schlüsselerlebnis mit House bei einer von ihm veranstalteten Party im Cosmotopia, als ich das erste Mal dazu tanzte. Im Gegensatz zu den Rockclubs, wo nach jedem Song der Tanzfluss unterbrochen wird und ein Lied gespielt werden könnte, das einem nicht gefällt, tanzte ich bei der House-Party nahezu ohne Unterbrechung durch. Ich erfuhr zum ersten Mal die musikphysiologische Wirkung der An- und Entspannung eines Breakdowns, was für mich eine intensive Erfahrung darstellte. An dritter Stelle empfand ich das Miteinander der Gäste bei dieser Party freundlicher im Vergleich zu den Rockdiskos, die stark durch Cliques geprägt waren, die sich distinktiv gebarten.

Im Anschluss hieran folgte von 2001 bis 2005 eine Pionier- und Orientierungsphase. Während dieser Zeit besuchte ich viele Clubs, die elektronische Musik, aber auch (Northern) Soul, Funk, Indie oder Old School Hip-Hop spielten. Zu dieser Zeit hatte ich auch meine ersten DJ-Auftritte bei Geburtstagspartys mit zwei CD-Playern und einem riemenbetriebenen DUAL-Plattenspieler. Neben Musikzeitschriften und Freunden waren vor allem VIVA2 sowie P2P-Plattformen wichtige Quellen, um Musik zu entdecken. Auf Seiten meines elektronischen Musikgeschmacks waren Genres wie French House, Latin House, Deep House, Techno von Kompakt und Musiker wie DJ Koze, Jürgen Paape, Mouse on Mars oder Underworld vertreten. Zu dieser Zeit gründete sich auch die Band, in der ich einige Jahre spielte. Anfang 2002 kaufte ich mir dank Oma Irmgard

zwei Plattenspieler und ein Mischpult, um das DJ-Handwerk zu lernen. Durch das Benicassim Festival 2002, welches stark von der damaligen Electroclash-Welle geprägt war, öffnete ich mich härterer elektronischer Musik sowie Techno.

Zu dieser Zeit war mein DJing davon geprägt, Gelegenheiten zu nutzen. Während mein erster öffentlicher Auftritt bei einer Party der Uni Witten-Herdecke, den ein Freund arrangiert hatte, zurecht sehr kurz ausfiel, waren die Open DJ-Sessions im „London Tokyo Paris“ in Bochum erfolgreicher und motivierender. Meinen ersten richtigen und erfolgreichen Auftritt als House-DJ hatte ich 2003 bei einer WG-Party von Toomsen in einem Studentenwohnheim. Als Tanzfläche diente die Küche, die allerdings schnell überfüllt war, sodass sich einerseits die Tänzer über den Flur erstreckten, andererseits sich spontan einige Besucher als ‚Ordner‘ vor dem DJ-Pult postierten, um dieses vor dem Andrang zu schützen. Im weiteren Verlauf folgten die ersten Auftritte bei öffentlichen Partys in Bochum. Dabei handelte es sich meist um das Kulturcafé der Ruhr-Universität und das Theater unter Tage des Schauspielhauses. Ich legte bei illegalen Partys in den Ruhrwiesen oder dem Ruhrpuls-Festival von Ambush und Mad Green auf. Nebenbei produzierte ich Techno-Tracks und -Remixe an meinem PC. Einige davon wurden über das inzwischen eingestellte Netlabel Digitalkunstrasen veröffentlicht. Im Jahr 2006 hatte ich mich als DJ stilistisch weitestgehend gefestigt. Es folgten regelmäßige Auftritte in Bochum und anderen Städten des Ruhrgebiets. Ich hatte Breger kennengelernt und die Möglichkeit erhalten, bei der Beatplantation und anderen Partys zu spielen. Darunter war auch ein Auftritt im Goethebunker. Über die Beatplantation lernte ich Conny kennen, der in Mülheim die Hüftengold veranstaltete. Die Veranstaltungen waren meist im studentischen oder links-alternativen Milieu angesiedelt. In Clubs mit ‚chicen‘ und/oder bildungsfernen Milieus habe ich mich in der Regel unwohl gefühlt.

Zwischen 2008 und 2015 war ich Resident-DJ mehrerer Partys. Dabei war insbesondere die Phase für Feel Vergnügen eine tolle Zeit und wichtig für das Thema dieser Untersuchung. Ich legte mit teils namhaften DJs auf, die ich musikalisch verfolgte. Die Möglichkeit mit ihnen gemeinsam die Bühne zu teilen, war für mich viel wertvoller als die Gage. Das Geld war das I-Tüpfelchen. Ich bemerkte aber auch, dass das regelmäßige Auflegen mir den Spaß an der Sache nahm. Davor hatte ich Auftritte schon Wochen vorher herbeigesehnt und mich darauf vorbereitet. Durch die Routine wandelte sich dies. Während dieser Zeit veröffentlichte ich meine Masterarbeit bei epOs, die Techno musikwissenschaftlich definierte. Das hatte auch die Szene mitbekommen. Ich erfuhr in Bochum dafür Anerkennung und Zuspruch. Über den Kontakt zur Beatplantation ging 2011 der Wunsch in Erfüllung, auf der Fusion aufzulegen. Das Kollektiv hatte die Möglichkeit, ein Zelt abseits des offiziellen Programms zu bespielen. Daraus resultierten zwei Auftritte.

Meine Szeneaktivitäten, mein Verhältnis zur Szene und die Szene selber stellen ein Werden dar. Im Laufe der Zeit habe ich mich verändert. Das Auflegen verlor an Bedeutung und bereitete mir eine Zeitlang wenig Freude. Techno interessierte mich auch weniger, was sich in einem stärkeren Interesse an anderen Genres manifestierte. Die Dissertation forderte meine Aufmerksamkeit auch zu Ungunsten meiner Szeneaktivitäten mit entsprechenden Konsequenzen. Für die Anbahnung von Auftritten ist es wichtig, in der Szene präsent zu sein und Partys zu besuchen. Noch besser ist es, selber Partys zu organisieren, DJs einzuladen und sich im Gegenzug von diesen auf deren Veranstaltungen einladen zu lassen. Daher wurden die Anfragen zum Auflegen abseits des eigenen Netzwerks stetig weniger. Abseits davon hat sich aber auch die Bochumer Szene gewandelt. Zum einen veranstalten Leute, mit denen ich vernetzt war, aufgrund beruflicher und familiärer Verpflichtungen weniger Partys oder haben sich vollständig zurückgezogen. Zum anderen haben sich einige Orte und damit auch ihre Atmosphären gewandelt.

1.2 Methoden

Für das vorliegende Vorhaben bietet sich als Methode eine *musikethnologisch gestützte Szeneethnografie* an. Beide Forschungsbereiche untersuchen Musikkulturen, jedoch mit anderen Schwerpunkten. Ethnologie ist die Wissenschaft vom kulturell Fremden und die Ethnografie die „Beschreibung fremder menschlicher Gruppierungen“ (Kohl 2000, S. 100). Beide Ansätze sind komplementär und haben sich angenähert, sodass sie partiell Schnittmengen aufweisen oder andere Bereiche umfassen.

Ethnografie zeichnet sich durch ihre Flexibilität aus, die ein auf den Kontext angepasstes multi-methodisches Vorgehen erlaubt (Lüders 2015, S. 389). Sie ist durch die Aspekte der längeren Teilnahme im Feld sowie des ethnographischen Schreibens und Protokollierens charakterisiert (ebd., S. 391f.). Szeneethnografie (vgl. Schmidt/Neumann-Braun 2008; Hitzler/Niederbacher 2010; Schwanhäuser 2010; Kühn 2017) ist eine Spezialform soziologischer Ethnografie, die sich dem Gegenstand der Szene angenommen hat. Sie ist in Anlehnung an Alfred Schütz eine „soziologische Lebensweltanalyse“ (Hitzler 2000a). Deren Interesse gilt der Offenlegung der subjektiven Perspektiven der Bewohnenden solcher Lebenswelten. Interaktionen bringen die Wirklichkeiten von Gruppen überhaupt erst hervor. Dadurch werden die kommunikativen Prozesse zur Grundlage der „Rekonstruktion der Strukturen in sozialen Feldern und des latenten Sinns von Handlungen“ (Flick 2009, S. 29f.). Das Ziel ethnographischer Ansätze ist, Daten auf Basis der entsprechenden kulturellen Strukturen zu interpretieren. Da diese Strukturen im Falle der soziologischen Ethnografie Teil der eigenen Gesellschaft sind, ist die „Befremdung der eigenen Kultur“ (Hirschhauer/Amann 1997) grundlegend.

Durch die Übernahme methodischer Werkzeuge haben sich Ethnografie und Musikethnologie angenähert, etwa im „New Fieldwork“ (Cooley/Barz 2008)². Dieses „New Fieldwork“ stellt keine einheitliche Methode dar, sondern umfasst unterschiedliche Ansätze, die zum einen eine Schütz & Husserl-Basis besitzen, zum anderen von Clifford Geertz und der Writing Culture-Debatte beeinflusst wurden (Titon 2008, S. 28). Die neue Musikethnologie stellt eine sozio-musikalische Lebensweltanalyse dar. Sie fußt auf einem dialogischen Vorgehen, welches die Feldforschung als reflexiven und kollaborativen Prozess auffasst (Titon 2008, S. 32; Berger 2008, S. 72). Ein zusätzliches Attribut des New Fieldwork besteht in dessen Offenheit für autoethnographische Ansätze. Hierbei wird die forschende Person selber zum Teil der Analyse und ihr Erleben sowie Wissen ins Verhältnis zu den anderen Akteur*innen gesetzt. Durch intensiven Austausch und Selbstreflexion wird ein anderer Zugang zur Analyse Musik, ihren Qualitäten und Szenen erreicht. Die Fremdheit und das Verstehen der zu untersuchenden Musik samt ihren jeweiligen Kulturen, Regeln und Materialien ist der Ausgangspunkt musikethnologischer Forschung (Elflein 2012, S. 248). Die neue Feldforschung und andere Ansätze öffnen sich den inter-subjektiven Vorgängen beim Machen und Erleben von Musik (Titon 2008, S. 38). Zwar wird Musik als sozial konstruiert verstanden, jedoch wird der Janusköpfigkeit der Musik als materielles und soziales Phänomen die nötige Bedeutung beigemessen (ebd., S. 30). Die Materialität der Musik muss berücksichtigt werden, da sie Grundlage des ästhetischen Erlebens, der Konstruktion von Sinn sowie Identität, Interaktionen und Teil des Handlungsarsenals von Bedeutung ist.

Dementsprechend sind für eine musikethnologisch gestützte Szeneethnografie zum einen der an Bronislaw Malinowski angelehnte „native point of view of the ethnomusicologist“ (ebd., S. 29)

² Der Sammelband „Shadows in the fields“ (Cooley/Barz 2008) stellt eine Neuauslegung musikethnologischer Methodik vor, welche als „New Fieldwork“ bezeichnet wird. Diese zeichnet sich dabei durch die Integration von Methoden der qualitativen Sozialforschung aus.

und ‚der fremde Blick‘ der Soziolog*innen signifikant. Zum anderen sind das fremde sowie das eigene Erleben für das Verständnis der Musik, der musikalischen Situationen und Praktiken gleichermaßen bedeutsam. Die Stärke eines solchen Ansatzes besteht in einer umfassenderen Betrachtung von Musikkulturen. Das Erforschen des Musikalischen und Sonischen, des Musik-Erlebens, der Musiker*innen, der Praktiken sowie Rituale der Musik ist für die Musikkulturforschung genauso relevant wie das Erforschen der Handlungen, Vergemeinschaftungen und Sinnkonstituierungen. Infolgedessen wurden unterschiedliche Textarten produziert, recherchiert und zusammengetragen. Dem Geertzschen Diktum von „Kultur als Text“ (1995) folgend, bilden die divergierenden Textarten andere Bereiche des Untersuchungsgegenstands ab. Kultur ist mehr als ein einzelner Text. Sie ist eine Ansammlung unterschiedlicher Textarten. Die Textarten dieser Untersuchung bestehen aus Memos, Feldberichten, Interview- und Notentranskriptionen sowie medial vermittelten Texten.

Teilnehmende Beobachtung ist für die Erforschung populärer Musik ein „notwendiger Ausgangspunkt“ (Elflein 2012, S. 248), sowohl in Bezug auf das Soziale als auch auf das Musikalische. Aktive Teilnahme ist die Grundvoraussetzung für musikethnologisches Arbeiten. Dabei stellt die teilnehmende Beobachtung auch ein teilnehmendes Hören und Partizipieren dar. Sie erscheint als eine flexible Forschungsstrategie der Datenerhebung, deren Werkzeugwahl maßgeblich durch das jeweilige Feld bestimmt wird (Lüders 2015). Grundlegend ist die längere Teilnahme im Feld. Das detaillierte Beschreiben des Feldzugangs samt Zugangsproblemen sowie des potenziellen Scheiterns stellt ein wichtiges Instrument für die Datengenerierung dar. Im dritten Kriterium einer teilnehmenden Beobachtung wird festgelegt, ob das Vorgehen im Feld offen oder verdeckt erfolgt (ebd.). Die teilnehmende Beobachtung bietet die Möglichkeit, die sinnlichen Qualitäten der Situationen zu untersuchen (Pink 2009).

Aufgrund meiner Felderfahrung mussten keine Beziehungen zu Teilnehmenden abseits der Interviews aufgebaut werden, da diese bereits bestanden. Hinsichtlich des Kriteriums der Naturalizität in der qualitativen Sozialforschung wurde ein verdecktes Vorgehen im Feld gewählt. Zwar wussten diverse Akteur*innen der lokalen Szene um meine Forschertätigkeit, diese sollten aber nicht durch ein offenes Verfahren in ihrem Handeln beeinflusst werden. Es galt, die Situationen so natürlich wie möglich entstehen zu lassen, um diese genauer rekonstruieren zu können. Musikkulturen bestehen aus Off- und Online-Orten, da sich ein gewisser Anteil an Kommunikationen und Handlungen in das Internet verlagert hat. Dies stellt einerseits eine virtuelle Erweiterung des Feldes dar, andererseits werden Kommunikation und Handlungen zum Teil öffentlich einsehbar. Die teilnehmende Beobachtung weist demnach auch Aspekte virtueller Feldforschung auf (Cooley/Meizel/Syed 2008).

Die teilnehmenden Beobachtungen basierten auf einem autoethnografischem als auch einem fokussierten Vorgehen. Während die Autoethnografie der Darstellung des Erlebens von Musikkulturen als Akteur und Partizipant in den Blick nimmt, dient die Fokussierung der gezielten Betrachtung der materiellen und sozialen Aspekte. Autoethnografie und fokussierte Ethnografie stellen induktive Verfahren dar. Ethnografie ist per se autoethnografisch, da die Forschenden stets aktiver Teil der Untersuchung sind. Wenn sie sich in ein Feld begeben, werden sie Teil eines Prozesses, der sowohl von Zuneigung als auch Ablehnung gekennzeichnet sein kann. In diesem Fall nimmt die Autoethnografie meine Rollen als Akteur der Bochumer Szene und als Partizipant in den Blick. Autoethnografie verknüpft die Beschreibung persönlicher Erfahrung (*auto*) mit systematischer Analyse (*grafie*), um das Erleben von kulturellen Erfahrungen (*ethno*) nachvollziehen zu können (Ellis/Adams/Bochner 2010, S. 345). Auf diese Weise werden die eigenen gelebten Erfahrungen zu einer Datenquelle, der Forscher sowohl zum Subjekt als auch Objekt der For-

schung (Winter 2010b). Dies ermöglicht einerseits intimere Einblicke in die Kultur, andererseits Innenansichten des Forschers in Konfrontation mit ästhetischen, diskursiven und sozialen Ausprägungen dieser Kultur zu beschreiben. Eine Stärke der Autoethnografie besteht in der Integration affektiver, körperlicher und sinnlicher Erfahrungen in den Forschungsprozess. Dies verlangt allerdings nach konsequenter Selbstreflexivität der Forschenden, der erhobenen Daten und dem Austausch mit anderen Wissenschaftler*innen (vgl. Butler 2006; Doehring 2012, S. 36).

Die soziologische Ethnografie erfuhr in den letzten Jahren Fokussierungen unterschiedlichster Art, denen gemeinsam ist, dass sie nicht Kulturen, sondern Ausschnitte davon betrachten (Knoblauch 2001). Im Vergleich zu konventionellen unterscheiden sich fokussierte Ethnografien in einigen Punkten. Im Vordergrund stehen kurze, zeitlich begrenzte Feldaufenthalte bei gleichzeitiger Datenintensivität (ebd.): Es findet eine Fokussierung auf bestimmte Aspekte statt. Dies verlangt nach wissenschaftlichem Vorwissen und Feldvorkenntnissen, da diese die Voraussetzung für die eigentliche Fokussierung sind (ebd., S. 134). Bei einem solchen Verfahren ist es von Bedeutung, dass eigene Vorwissen sowie die permanenten Selbstbeobachtungen zu erläutern (Kühn 2011). Damit stellt die fokussierte Ethnografie eine Zuspitzung der ethnografischen Methodik im Feld dar. Forschende sollen unvoreingenommen sein, jedoch auch zielgerichtet vorgehen. Solch ein gerichtete Wahrnehmung verlangt nach einem Wissen um das, was betrachtet und gehört werden soll (Kohl 2000, S. 111). Die Leitfragen sind: Was passiert hier? Was wird hier gespielt? Wie sieht es hier aus? Wie fühlt es sich an? Der Gegenstand lässt sich aufgrund der Vorkenntnisse eingrenzen und intensiver betrachten. Auf diese Weise soll auch der Konflikt dieser Arbeit zwischen der Fokussierung auf der einen und der Offenheit auf der anderen Seite aufgehoben werden (Knoblauch 2001, S. 129). Diese Untersuchung präsentiert sich der Frage, dem Gegenstand und neuen Erkenntnissen gegenüber offen, geht dabei aber wegen der praktischen und wissenschaftlichen Vorkenntnisse fokussiert vor.

Als signifikante Textart im Forschungsprozess haben sich *Memos* erwiesen. Dabei wurden einerseits ethnografische, andererseits theoretische *Memos* geschrieben. Aufschreiben und Prüfen von Daten im Feld ist für die Ethnografie grundlegend, insbesondere in der datenintensiven Ausprägung fokussierter Ethnografien (Knoblauch 2001; Kühn 2011, S. 55). Das Schreiben von Notizen oder *Memos* vor, während und nach dem Aufenthalt war unabdingbar für die Feldforschung, da sich aus ihnen die Feldberichte zusammensetzen. Das Schreiben von *Memos* ist grundlegend für ein iteratives Vorgehen. Es verläuft parallel zur Datenanalyse. Den theoretischen *Memos* wird eine besondere Stellung zuteil. Dabei gilt im Prozess des Vergleichens die Empfehlung: „Unterbrechen Sie die Kodierung und schreiben Sie ein Memo über ihre Ideen“ (Glaser/Strauss 2010, S. 121). Permanentes Niederschreiben von Gedanken in theoretischen *Memos* dient auf der einen Seite der Datenanalyse während des Kodierprozesses, auf der anderen Seite der „fortgesetzte[n] Ergebnissicherung, Entlastung von ‚Nebengedanken‘, Erleichterung von Teamarbeit, Theorie als Prozess und Unterstützung von Entscheidungsprozessen in der Theorieentwicklung“ (Strübing 2008, S. 34). Anstelle eines sauberen, methodischen Vorgehens beim Erstellen von *Memos* empfiehlt Adele Clarke (2012, S. 120, S. 144) die Sicherung von Hypothesen, Fragen und Ideen im „Quick and Dirty“-Stil. Dies gilt besonders für die Entlastung von Nebengedanken³. Ein ständiges Schreiben und Prüfen stellen eine Absicherung dar, um Gedanken und Kategorien nicht zu vergessen und besser entwickeln zu können.

³ Ein solches Vorgehen zeigte sich vor allem immer dann als probates Mittel, wenn die Dokumente am PC bereits geschlossen waren, das Denken über die Daten aber noch andauerte. Auf diese Weise wurden Gedanken und Hypothesen in der Freizeit festgehalten und im Nachhinein in die Arbeit integriert.

Feldberichte sind Prozess sowie Ergebnis und eine der Grundlagen der Ethnografie. Basis für die Feldberichte bilden Notizen und Memos, welche während oder im Anschluss an einen Feldbesuch erstellt werden. „Ethnografie ist Schreiben“ (Strübing 2013, S. 71). Es wird grundsätzlich alles notiert, was für die Fragestellung von Interesse sein könnte. Diese beinhalten den Feldzugang oder die eigene Rolle im Feld und das Scheitern. Diese Daten werden im Nachhinein gesammelt und bilden die Grundlage für den reflexiven Prozess aus Sichten der Notizen und Erinnern (Lüders 2015, S. 396). Das Schreiben von Feldberichten ist eine „rhetorische Aktivität“ (Atkinson 1990, S. 10). Die Wahl der sprachlichen Mittel ist von Bedeutung. Diese sollen sich möglichst an der Sprache und den Begriffen der Technokultur orientieren. Feldberichte sind rekonstruktiv und interpretativ, indem sie die Arbeitsschritte und Entscheidungen nachvollziehbar machen und Interpretation erlauben. Berichte sind neben anderen Texten essentieller Bestandteil der Auswertung und Theoriengenerierung. Einerseits sollen sie die Daten der Interviews vergleichen und kontrastieren. Andererseits sollen sie Einblicke und eigene Erkenntnisse hervorbringen und das subjektive Erleben in die Analyse einfließen lassen. Feldberichte werden aus zweierlei Perspektiven verfasst, die des Akteurs und des Partizipanten. In der Auswertung der Berichte wird ein vergleichender Ansatz gewählt, der Protokolle als weitere Datenquelle behandelt, die Berichte an sich aber zur Veranschaulichung von Situationen nutzt. Dies dienen dem Nachvollziehen und Interpretieren durch die Lesenden (Lüders 2015, S. 400).

Für die Empirie wurde auch auf *leitfadengestützte (Experten-)Interviews* zurückgegriffen. Hierbei handelt es sich um eine Spezifizierung eines herkömmlichen Leitfadeninterviews. Es zeichnet sich dadurch aus, dass die Expert*innen „Medium, nicht das Objekt der Untersuchung“ (Gläser/Laudel 2004) sind. Deren Handlungen und Wissen liegen im Fokus des Interesses. Expert*innen nehmen besonderen Stellungen in ihren sozialen Kontexten ein (ebd., S. 38). In diesem Fall gehören sie als Labelbetreibende, Veranstaltende, Produzierende oder Angestellte der „Organisationselite“ (Hitzler/Niederbacher 2010) und den Szenenetzwerken (Kühn 2017) an. Gleichzeitig verfügen Musikkulturen über eine interne Hierarchie im Sinne objektiver Relationen, die sich in u. a. divergierenden Graden von Erfolg und geographischer Streuung zeigt (Kirschner 1998). Je nach Position in dieser Hierarchie haben die Expert*innen ein anderes Wissen. Obwohl Expert*innen das Medium darstellen, wurde im Rahmen der Interviews trotzdem Fragen gestellt, die diese zum Objekt der Untersuchung machten. Bislang war wenig über die Produzierenden, ihre Zugänge zu Techno und Beweggründe zur Produktion bekannt. Ihr Erleben, ihr Musicking, ihre Identitäts- und Sinnkonstruktionen waren für die Datenerhebung von Signifikanz. Interviews wurden auch mit Partizipierenden durchgeführt. Diese müssen auch als Expert*innen angesehen werden. Durch ihre Beteiligung sind sie mit den Regeln vertraut und haben diese inkorporiert. Je nach Beteiligungsgrad verfügen sie über ein anderes Wissen und bewerten abweichend zu den aktiven Szenegängern und Organisationseliten. Daraus ergibt sich die Chance, Widersprüche und Abweichungen zu den gefundenen Auswertungskategorien zu identifizieren und Varianten aufzudecken.

Das Erstellen der Interviewtranskripte orientierte sich an den Empfehlungen von Kowal/O'Connell (2015, S. 444). Der Fokus liegt auf den verbalen Äußerungen der Proband*innen, die vollständig und in literarischer Umschrift transkribiert werden. Prosodische und parasprachliche Äußerungen werden deskriptiv nur in Teilen bei deutlichen Betonungen hervorgehoben. Die Äußerung wird festgehalten und nicht beschrieben, bspw. in Form einer Tonhöhenveränderung beim Gebrauch von Ironie. Es wird auf die literarische Umschrift zurückgegriffen. Zwar ist diese einerseits weniger detailliert als Eye Dialect und phonetische Umschrift, andererseits aber ver-

ständlicher als diese und detaillierter als die Standardorthografie (ebd., S. 441). Bei Interviews mit mehreren Proband*innen wurden Unterbrechungen visuell erkenntlich gemacht

Für die Untersuchung des musikalischen Materials wurde die *musikhermeneutische Analyse* gewählt. Der methodische Dreischritt in der Popmusikanalyse setzt sich aus der Transkription/Deskription, der Analyse und der Interpretation zusammen (Jost 2012, S. 229). Produzierende und Konsumierende verfügen über auditives Wissen, haben Konventionen und Gestaltungsregeln internalisiert (Becker 1982; Pfeleiderer 2006, S. 24). Sie sind Träger musikalischer und sozialer Regeln. Ziel der Analyse ist die Identifikation von Regelwerken oder „musterbildenden Restriktionen“ (Engel 1990). Es sind nicht Forschende, die die Musikauswahl der Analyse bestimmen, sondern die Kultur, ihre Akteur*innen und die Ergebnisse der Felddesuche. In Gesprächen und den Interviews konnten Informationen über spezifische Tracks, das Regelwerk, Substile, Labelästhetiken und Stildynamiken ermittelt werden. Durch die Interview- und Felddaten wurden Kategorien aufgedeckt, die für die Durchführung der Musikanalyse von Relevanz waren. Die Auswahl für die Analyse erfolgte anhand erwähnter Stücke aus den Interviews und aus der Feldforschung. Die Tracks stammen aus unterschiedlichen Jahren und Trendphasen. Da die Regelwerke von musikalischer Natur sind, können sie weitestgehend mit den Mitteln der Parameteranalyse untersucht werden (vgl. Hawkins 2000; Pfeleiderer 2006; Elflein 2012). Der Fokus lag dabei auf Tempo, Melodik, Harmonik und Rhythmusgestaltung. Musikwissenschaftliche Popforschung sieht sich in diesem Punkt mit einer Übersetzungsleistung konfrontiert, da die Probanden die Musik mit ihren Worten beschrieben haben. Die Parameteranalyse wurde von Stan Hawkins (2000) um eine Analyse der Tonstudiobedingungen erweitert. Die besondere Charakteristik eines Personalstils oder Lokalkolorits wird oft durch die verwendeten Instrumente und Produktionstechnologien geprägt. Solche Informationen sind von Belang für die Analyse.

Zur grafischen Darstellung der Ergebnisse ist die Transkription die „Methode der Wahl“ (Elflein 2012, S. 248) und sei es nur aufgrund eines Mangels an Alternativen. Zwar stellt die Musiknotation ein erprobtes Instrument dar, allerdings entzieht es sich den Forschenden, die kein Wissen über diese Schrift besitzen. Dennoch ermöglicht sie, die Strukturen und die Musikstücke als Einheit visuell darzustellen, sie übersetz- und interpretierbar zu machen. Genauso wie bei den anderen genutzten Visualisierungsarten, hängt das Verständnis von der Qualität der Übersetzung ab. Die Musikwissenschaft verfügt über vier grafische Darstellungsarten musikalischer Phänomene in Form von MIDI-Matrix, Spektrogramm, Hüllkurvenansicht und westlicher Musiknotation (Jost 2012, S. 233). Die MIDI-Matrix stellt eine Übersetzungshilfe dar, weil es die Analyse und Transkription beschleunigen kann. Zum einen können die Daten visuell auf Papier oder ein anderes Programm übertragen werden, um akustische in visuelle Information zu übersetzen. Zum anderen lassen sich MIDI-Matrixen direkt in Notationsform exportieren.

Zur Erhebung, Stützung und Kontrastierung wird auf *weitere Textarten und Daten* sowohl aus Magazinen, Dokumentationen, Reportagen, Zeitungsberichten als auch Internet-Texten inklusive Postings zurückgegriffen. Musikkulturen verfügen in vielen Fällen über eigene Printmedien und werden zum Teil in externen Printmedien besprochen. Sie nutzen Social Media zur Kommunikation. Zuletzt werden die Unternehmen in Szenen marktwirtschaftlich erfasst, sodass ökonomische Informationen in Form von Berichten zugänglich sind. Die Szenepresse berichtet über die Szene, konsekriert Musiker sowie Musiker*innen, bildet Diskurse ab, schafft Diskurse (Doehring 2011) und verfügt mit den unterschiedlichen Chartformen über Erhebungsinstrumente (Elflein 2010), die stilistischen Entwicklungen und musikalische Beständigkeit von Musiker*innen darstellen. Externe Presse greift Phänomene, Diskurse und Praktiken von Szenen auf und macht diese einer größeren Öffentlichkeit zugänglich. Ein Anteil der Arbeit analysiert die ökonomischen Bedin-

gungen und Charakteristika von Szeneunternehmungen, sodass die Integration von validen Wirtschaftsdaten von Bedeutung ist. Ökonomische Daten sind Positivbeispiele, da sie von aktiven und vorläufig erfolgreichen Unternehmungen stammen. Die Aussagen der Interviewpartner*innen müssen mit anderen, objektiven Wirtschaftsdaten verglichen und kontrastiert werden. Daher sind Erzeugnisse der Szenepresse und Marktdaten als wertvolle Datenquellen anzusehen.

Im Zuge des Web2.0 erweiterten sich Musikkulturen um den virtuellen Raum, sodass die Kommunikation in Social Media einen wichtigen Stellenwert einnimmt. Es bietet Einblicke in die Diskurse sowie objektiven Relationen innerhalb einer Kultur. Der Vorteil an solchen Internettexen besteht in der Einsehbarkeit für Forschende, da sie öffentlich zugänglich sind. Daher werden Postings und anderweitige Internettexen in die Analyse integriert. Zuletzt wurde auf Fotografien für die Erhebung zurückgegriffen. Dies dient vorrangig der Veranschaulichung, die Fotodokumente sind aber auch Zeugnisse der Materialität und Sozialität, da in ihnen Ausformungen der gelebten Praktiken ersichtlich werden.

Die Zusammenführung der unterschiedlichen methodischen Zugänge erfolgt durch Triangulation. Dabei kommt es sowohl zu methodologischer Triangulation, im Sinne von Between-Method-Triangulation, als auch, als Folge dessen, zur Daten-Triangulation (Flick 2015). Triangulation erscheint als „Strategie, Erkenntnisse durch die Gewinnung weiterer Erkenntnisse zu begründen und abzusichern“ (ebd., S. 310). Insbesondere für ethnographische Arbeiten bietet sich dieses Vorgehen an, da Ethnographie eine Forschungsstrategie darstellt, „die alle nur denkbaren und ethisch vertretbaren Optionen der Datengewinnung einschließt“ (Lüders 1995, S. 321). Die verschiedenen methodischen Verfahren werden als gleichwertig erachtet. Triangulation dient ebenfalls als Strategie zur Maximierung der Validität. Die Triangulation dient der Absicherung, dass die Methodik nicht den Gegenstand konstituiert. Der Vorzug eines solchen Vorgehens besteht darin, neben der Bestätigung von Ergebnissen vor allem divergierende Perspektiven aufzuzeigen. Methodologische Triangulation weist Parallelen zum theoretischen Sampling der Grounded Theory auf (Flick 2015).

1.2.1 Situationsanalyse als Instrument der Auswertung und Theoriegenese

Zur Datenauswertung und Theoriegenese das Grounded Theory-Verfahren der „Situationsanalyse“ nach Adele Clarke (2012) genutzt. Unter Grounded Theory werden zahlreiche heterogene Forschungsansätze subsumiert, die auf dem Konzept von Glaser und Strauss (1967) aufbauen⁴. Dabei ist die Theoriebildung als iterativer Prozess bei der Grounded Theory im Analyseprozess verankert. Grundlegend für die Grounded Theory-Methoden ist das strukturierende Prinzip des Theoretischen Samplings, welches die Aspekte der Offenheit, Zirkularität und (Selbst-)Reflexivität in den Forschungsprozess verankert. Datengewinnung ist ein offener sowie zirkulärer Prozess, welche den gesamten Forschungsverlauf durchzieht. Erhebung und Hypothesengenerierung im Forschungsprozess werden aufgrund des Paradigmas der Offenheit immer wieder an die neuen Ergebnisse angepasst. Erhebung der Daten erfolgt sukzessiv zu unterschiedlichen Zeitpunkten im Verlauf des Forschungsprozess und nicht ausschließlich zu Beginn. Durch die Anpassung der Erhebung an den jeweiligen Erkenntnisstand entsteht eine heterogene Datenvielfalt. Ein

⁴ Das Konzept der Grounded Theory wurde mittlerweile in andere sozial- sowie geisteswissenschaftliche Bereiche übernommen, was zumindest von Anselm Strauss explizit begrüßt wird (Strübing 2011, S. 261f.). Die wissenschaftliche Attraktivität der Grounded Theory in der Auslegung von Strauss besteht dabei in ihrer Anlage. Es existiert nicht eine einheitliche Methode, sondern unterschiedliche objektivistische oder konstruktivistische methodische Ansätze (Charmaz 2011, S. 191f).

weiterer Aspekt, der das theoretische Sampling durchzieht, ist die (Selbst-)Reflexivität im Forschungsprozess. So stellt die Reflexivität einerseits das Zulassen von Widersprüchen in der Erhebung sicher, andererseits wird auf diesem Weg die eigene Rolle des Forschers beschrieben und problematisiert (Clarke 2012, S. 54).

Mittels der erwähnten reflexiven Werkzeuge und des leichteren Zugangs zur Szene kann intimes sowie widersprüchliches, resp. diskursives Wissen gewonnen werden. Ein Widerspruch ist oft ein Anzeichen für eine abweichende objektive Relationen (Bourdieu 1987). Da die klassische Grounded Theory allerdings einen handlungszentrierten Ansatz hat, scheint die Situationsanalyse für die Untersuchung einer Musikkultur geeigneter.

„Die Situation an sich wird zum ultimativen Forschungsgegenstand, und das Verständnis ihrer Elemente und ihrer Beziehungen zum primären Ziel der Untersuchung.“ (Clarke 2012, S. 24)

Situationen bestehen aus Handlungen, Diskursen, Zeit, Material, Technologien und Grenzobjekten, die an der Schnittstelle zu anderen sozialen Welten angesiedelt sind. Die Technokultur wird als eine Situation verstanden, die aus zahlreichen Situationen besteht: Situationen des Feierns, Produzierens, Auflegens, Wirtschaftens, Identitätsarbeit usw. Die Situationen werden von unterschiedlichen Faktoren beeinflusst. Die Situationsanalyse integriert neben Interviews und ethnografischen Feldberichten noch historische, visuelle und andere diskursive Datenmaterialien (ebd., S. 23f.). Dadurch ist dieses Verfahren anschlussfähig an die multi-methodische Datengenerierung der Ethnografie. Auf diese Weise wird die „Untersuchung von Diskursen und Handlungsfähigkeit, Handlung und Struktur, Bildern, Texten und Kontexten“ ermöglicht, „Vergangenheit und Gegenwart zu verknüpfen – und hochkomplexe Forschungssituationen zu analysieren“ (ebd., S. 23f.). Damit öffnet sich die Situationsanalyse, erstens, für unterschiedliche Forschungsgebiete und Wissenschaftsdisziplinen, da sie die konventionelle Methodologie der Grounded Theory umfassend erweitert (Keller 2012, S. 11)⁵. Dadurch bietet sie sich für diese Arbeit an, deren Forschungsinteresse an der Schnittstelle zur Kulturwissenschaft, Musikwissenschaft, Soziologie und Wirtschaftswissenschaft operiert. Die Konzeptualisierung der Situationsanalyse ermöglicht es, die Methodologie der Grounded Theory auf musikethnologische Gegenstände anzuwenden, die neben der sozialen, auch immer über eine musikalisch-ästhetische, ökonomische sowie technologische Dimension verfügen. Zweitens stehen bei der Situationsanalyse „soziale Welten“ (Strauss 1978) im Vordergrund des Forschungsinteresses. Diese sind an spezifische Kernaktivitäten gebunden. In Bezug auf die Technokultur wären dies u. a. das Feiern, Produzieren, Veranstalten, Hören, Auflegen, etc. Den Kernaktivitäten ist ein „prozessualer Charakter“ inhärent, da die Aktivitäten inneren und äußeren Dynamiken ausgesetzt sind. Die Involvierung der Mitglieder einer sozialen Welt geht über die Beteiligungen an den Kernaktivitäten hinaus. Soziale Welten bilden eine „Cultural Area“ (ebd., S. 119). Kennzeichnend dafür ist eine gegenseitige Bezugnahme unter den Mitgliedern der sozialen Welt durch gemeinsame Symbole, Kommunikation und „implizit getroffenen Vereinbarungen“ (Strauss 1998, S. 295). Soziale Welten umfassen Subwelten (ebd., S. 293) und sind von unterschiedlichen Gruppierungen besiedelt. Sie enthalten auch Arenen, in denen Konflikte ausgetragen werden und um die Deutungshoheit gerungen wird. Als Arenen der Technokultur erscheinen zuvorderst ihre Märkte. Lokale Szenen, Clubs und Festivals stellen ebenfalls Orte dar, in denen es zu Konflikten kommt. Zuletzt erlaubt die Situationsanalyse die

⁵ In zusätzlicher Erweiterung des Strausschen Ansatzes der sozialen Welten bietet die Situationsanalyse drei kartografische Ansätze an, in Form der Situations-Maps, Maps von Sozialen Welten/Arenen und Positions-Maps (Clarke 2012, S. 24).

Integration von Material, Technologie, Zeit oder narrativen, visuellen und historischen Diskursdaten (Clarke 2012, S. 24f.). Sie erweitert die klassische Ausrichtung der Grounded Theory um die Analyse materieller oder nicht-menschlicher Aspekte, die wie Texte behandelt werden.

Eine Folge der Erhebung besteht in der Hervorbringung unterschiedlicher Datenarten. Diese werden aufgrund ihrer Konstitution im Rahmen des *theoretischen Samplings* (Glaser/Strauss 2010, S. 61f.) als gleichwertig betrachtet. Durch dieses Werkzeug wird die „iterative Logik der Abduktion“ (Charmaz 2011, S. 191) gewährleistet, die entlang der Schritte Abduktion, Induktion und Deduktion verläuft. Dieser Prozess wird nach Abschluss aufs Neue begonnen, sodass Forschende immer wieder ihre eigene Haltung überprüfen und widersprüchliche, überraschende Daten ernst nehmen müssen (Reichertz 2015, S. 284f.). Maßgeblich für das theoretische Sampling ist die sukzessive Entwicklung des Samples, aus dem sich die Theorie im Anschluss rekurriert (Strübing 2008, S. 30). Es beruht auf theoretischen Vorüberlegungen, da Forschende keine „tabula rasa“ (Kohl 2000, S. 119) sind und ein zielloses Datensammeln vermieden werden sollte. Ein konzeptioneller Rahmen ist unabdingbar, dieser muss aber durchlässig für neue Aspekte sein und der Entwicklung des Samplings folgen.

Als Ausgangspunkt für Sampling dienten das Szenemodell von Hitzler/Niederbacher (2010) und das „Continuum of Success“ von Tony Kirschner (1998). Während das Szenemodell die Akteurskonstellationen im Blick hat, betrachtet das Continuum of Success die Erfolgsentwicklungen von Musiker*innen und Organisationen anhand ihrer Position im Kontinuum. Erfolg kann demnach in seiner „geographischen Streuung“ in den drei Kategorien verkaufte Einheiten, kultureller Einfluss sowie „Peer Influence“ gemessen werden. Musiker*innen oder Labels mit weit reichender geographischer Streuung verfügen über ein anderes Wissen und handeln anders als Musiker*innen mit geringer Streuung.

Zu Beginn der Untersuchung wurde mittels des Continuum of Success eine Liste an potenziellen Interviewpartner*innen erstellt. Diese Vorauswahl wurde im Verlauf des theoretischen Samplings mit dem Ziel erweitert, ein breites Spektrum innerhalb der deutschen Technokultur abzudecken. Die Auswahl fokussierte sich gemäß des Continuum of Success auf den Grad der (lokalen, nationalen, internationalen) Bekanntheit, der Position und Funktion in der Szene sowie als soziodemografische Variable das Alter der Akteur*innen. Im Verlauf der Erhebung wurde das theoretische Sampling angepasst. Zuerst wurden Daten von Labelbetreibenden und Musiker*innen erhoben, da sich die Ausrichtung der Arbeit zu Beginn auf den Tonträgermarkt konzentrierte. Die Auswahl an Proband*innen wurde um Fans, Veranstaltende, Angestellte von Vertrieben und Music Stores erweitert. Die Anpassung resultierte einerseits aus pragmatischen Erwägungen, da diverse Akteur*innen auch Veranstalter sind, andererseits bestand eine Notwendigkeit, die sich aus den gewonnenen Daten und dem theoretischen Sampling ergab.

Durch dieses Vorgehen konnte mit der Auswahl zum einen eine große Bandbreite abgedeckt werden, zum anderen kam es zu einer kontinuierlichen Schärfung des Gegenstands im Prozess der Datenerhebung. Die Auswahlkriterien wurden dabei zunehmend spezifischer, was sich in den Auswahlentscheidungen und somit Auswahl an Interviewpartner*innen niederschlug. Die Kalibrierung des Forschungsgegenstandes ist ein mehrfacher zirkulärer Prozess, um auf der Basis neuen Datenmaterials Vergleiche zu ziehen und aus der Erhebung entstehende Konzepte zu testen (Strübing 2008, S. 33). Ist der Moment der „theoretischen Sättigung“ (Glaser/Strauss 2010, S. 125) erreicht, wird das Sampling angepasst. Ab diesem Zeitpunkt kam es zu einem Strategiewechsel, weg von einem minimalen hin zu einem maximalen Vergleich. Das Ziel war, abwei-

chende und widersprechende Daten zu generieren, um Variationen und Bedingungen ihrer Entstehung aufzuzeigen.

Theoretisches Sampling ist ein Kontroll- und Optimierungsinstrument in Bezug auf die entstehende Theorie und die genutzten Erhebungsmethoden. Durch das sukzessive und selbstreflexive Vorgehen im Erhebungsprozess werden die Daten hinsichtlich ihrer Adäquanz überprüft und die Erhebungsmethoden entsprechend angepasst (Strübing 2008, S. 33). Anpassung erfolgt durch die Schritte des offenen, axialen und selektiven Kodierens. Während des offenen Kodierens ist das theoretische Sampling daraufhin ausgelegt, explorativ Material zu identifizieren, aus dem sich tragbare Konzepte ableiten lassen. Diese werden im weiteren Verlauf des Kodierens systematisch weiterentwickelt. In der Phase des axialen Kodierens werden die erarbeiteten Konzepte anhand neuer Daten überprüft. Für diesen Kodierabschnitt ist das Herausstellen von Beziehungen zwischen Kategorien und Konzepten signifikant (ebd., S. 31). Zuletzt wird beim selektiven Kodieren der Fokus erneut verändert. Dieser soll einerseits Lücken in der entstehenden Theorie schließen, andererseits diese überprüfen (Strauss/Corbin, 1996, S. 153f.). Ziel dieses Verfahrens ist es, im Wechsel von „dünnen“ und „dichten Beschreibungen“ (Geertz 1995) zu einer aus dem Gegenstand a posteriori entwickelten Theorie zu gelangen.

1.2.2 Durchführung

Den Beginn der Forschung markierten Hypothesen, wie die Produktivität einer Musikkultur definiert werden könnte, und die Unzulänglichkeit ökonomischer Modelle bei dieser Definition. Jedoch hatte ich keine genaue Vorstellung, in welche Richtung sich die Untersuchung entwickeln würde. Hier bot sich die Situationsanalyse an. Im Verlauf des situationsanalytischen Vorgehens kristallisierten sich zusehend Konzepte und Strukturen heraus, die ein Verständnis der Produktion und Werte-Schöpfung sowie ihren Bedingungen erlaubten. Ich besaß kein Vorwissen hinsichtlich qualitativer Sozialforschung. Dementsprechend galt es zu Beginn, sich mit den Werkzeugen und Regeln vertraut zu machen, bevor erste *Feldexplorationen* und Interviews gewagt wurden. In Gesprächen bei Partys oder im privaten Rahmen mit anderen DJs teilte ich meine Gedanken und Hypothesen mit. Ich stand im Austausch mit Jan-Michael Kühn, der zu dieser Zeit an seiner Dissertation zu der Wirtschaft der Technoszene arbeitete. Daneben wurden wissenschaftliche Literatur und Magazine der Szenepresse sondiert.

Im Anschluss an diese Recherche wurden erste teilnehmende Beobachtungen in Clubs und Diskotheken in Berlin, Köln und dem Ruhrgebiet durchgeführt. Zu dieser Zeit wurden viele Notizen vermerkt, da der Gegenstand noch nicht kalibriert war. Darunter befanden sich aber einige Erkenntnisse, die für weitere Datenerhebung von Relevanz waren. So ging zwischen 2010/2011 ein stilistischer Wandel bei den untersuchten Partys vonstatten, welcher sich im Ausklang der Minimal- und Aufkommen der Techhouse-Phase manifestierte. Immer mehr DJs traten anstelle von Platten oder CDs mit digitalen Auflegedispositiven auf, was Distinktionsgebaren und Lästereien unter DJs nach sich zog. Zuletzt konnte bei den Partys, bei denen ich als Resident-DJ aktiv war, aufgrund des Erfolgs ein Publikumswandel festgestellt werden. Dies ging zu Beginn mit einer Zunahme an distinktiven Verhalten des Stammpublicums gegenüber manchen Neuankömmlingen einher und mündete auf lange Sicht in deren Fernbleiben. Es reifte die Erkenntnis der Bedeutung von Zugehörigkeit und Distinktion in der kulturellen Produktion der lokalen Szene.

In den folgenden Monaten entwickelte sich die These unterschiedlicher Wertigkeiten und Wertvorstellungen in der Technokultur. Dies erlebte ich zuerst an mir. Manche Clubs gefielen mir,

andere nicht. Gründe dafür waren die Musik, Publika, Atmosphären und die kommerzielle Ausrichtung der Organisierenden. Ich beobachtete, wie manche DJs nur aus Spaß im illegalen Rahmen auflegten. Andere wollten nach oben und/oder nach Berlin, scheiterten aber daran und befanden sich in prekären Situationen. Einige DJs waren bei der Wahl der Clubs skrupellos, andere bereuten, für Geld im falschen Club gespielt zu haben, da ihre Reputation darunter litt. Veranstaltende zerstritten sich über die zukünftige Entwicklung ihrer Partys. Auf der Grundlage von Gesprächen, Beobachtungen und ersten Interviewdaten wuchs die These der Konfigurationen von Produktion und Werte-Schöpfung. Meine ersten Felderkenntnisse wurden mit journalistischen und wissenschaftlichen Daten abgeglichen, um auf dieser Grundlage und im Verbund mit anderen Fragen den ersten Fragebogenleitfaden zu erstellen.

1.2.3 Interviews und Übersicht Interviewte

Die Fragen des *Interviewleitfadens* (siehe Anhang) wurde in folgende Bereiche unterteilt: Biografie, Sozialisation, Bewertung, Ästhetik, Netzwerke, Organisation/Musikarbeit, Industrie und Markt, lokale Szene und Medien. Diese schienen relevant für die Erforschung der Schöpfung und Werte-Schöpfung. Akteur*innen und Partizipant*innen wurden zu großen Anteilen dieselben Fragen gestellt. Dabei erfolgte eine kontinuierliche und fallspezifische Anpassung des Leitfadens an neue Erkenntnisse, was in der Zu- und Wegnahme von Fragen, die sich als überflüssig erwiesen hatten, resultierte. Für die *Durchführung der Interviews* wurde die Wahl des Ortes den Gesprächspartner*innen überlassen. Auf diese Weise sollte die Alltagsnähe des Interviewsettings gewährleistet werden, welches immer am Wohnort der entsprechenden Personen stattfand. So erfolgte ein Großteil der Interviews in Wohnungen, aber auch im Musikstudio, Büro/Arbeitsplatz, Biergarten/Cafétterrasse, Restaurant und Backstage (Konferenzraum). Ein Interview konnte nur als Konferenz via Skype realisiert werden. Es wurde darauf geachtet, die Interviews zeitlich nicht zu konzentrieren und nicht in der Anfangsphase der Erhebung durchzuführen. So sollte verhindert werden, zu Beginn zu sehr in eine gewisse Richtung gelenkt zu werden, die sich negativ auf das Theoretische Sampling sowie die weitere Auswahl an Interviewten hätte auswirken können. Es wurden 24 Interviews mit 28 Proband*innen durchgeführt⁶. Die Feldzeit erstreckte sich von November 2011 bis Juli 2014.

Die meisten Interviewten zeigten Interesse an der Untersuchung sowie der Erforschung ihrer Musikkultur. Einmal wurden Vorbehalte hinsichtlich der Nennung von Unternehmensdaten geäußert, die aber mit dem Hinweis der Anonymisierung der Daten entkräftet werden konnten. Die Interviewten zeigten sich mir gegenüber freundlich, aufgeschlossen und kooperativ⁷. Als Expert*innen konnten folgende Personen gewonnen werden:

⁶ Einige Interviews entsprangen einer Vergleichsgruppe, die in der Arbeit nicht berücksichtigt werden konnte.

⁷ Negative Erfahrungen wie Jan-Michael Kühn (2017) habe ich nicht gemacht.

Berlin

- Gunnar: Produzent, Labelbetreiber, DJ; Bildung: Abitur; Ausbildung: Diplom-Erziehungswissenschaftler; Geburtsjahr: 1974/75⁸
- Marco: Produzent, Labelbetreiber, DJ, Veranstalter; Bildung: Abitur; Ausbildung: Physiotherapeut, Student; Geburtsjahr: 1975
- Michael: Produzent, Betreiber mehrerer Labels, DJ; Bildung: Abitur; Ausbildung: Toningenieur; Geburtsjahr: 1974/75; ein Elternteil griechisch
- Romain: Produzent, Labelbetreiber, DJ; Bildung: Baccalauréat; Ausbildung: BWL (abgeschlossen); Geburtsjahr: 1981; Franzose

Köln

- Dirk: Labelbetreiber, DJ; Bildung: Abitur; Ausbildung: Diplom-Medienökonom; Geburtsjahr: keine Angabe
- Gabriel: Produzent, DJ, Labelbetreiber; Bildung: keine Angabe; Ausbildung: Audio Engineer; Geburtsjahr: 1977
- Georg: Produzent (Duo & Solo); Bildung: Abitur; Ausbildung: Tontechniker; Geburtsjahr: 1982/83
- Peta: Mitarbeiter Technovertrieb, Labelbetreiber, Ex-DJ; Bildung: Fachabitur; Ausbildung: keine Angabe; Geburtsjahr: 1971/72
- Riley: Betreiber mehrerer Labels, DJ, Produzent; Bildung: Abitur; Ausbildung: Studium; Geburtsjahr: keine Angabe; ein Elternteil amerikanisch
- Thomas: Produzent, Labelbetreiber, DJ; Bildung: Abitur; Ausbildung: Diplom-Kaufmann; Geburtsjahr: 1970/71
- Wolfgang: Produzent, DJ, Betreiber mehrerer Labels, Künstler; Bildung/Ausbildung: keine Angaben; Geburtsjahr: 1961

Rhein-Ruhr

- Annika: Partizipierende, DJ, Veranstalterin; Bildung: Fachhochschulreife; Ausbildung: Praktikum; Geburtsjahr: 1993
- Guido: Sammler; Bildung: Fachabitur; Ausbildung: Betriebsschlosser; Geburtsjahr: 1966
- Kathleen: Partizipierende; Bildung: Abitur; Ausbildung: Studentin; Geburtsjahr: 1984
- Kevin: Ex-Veranstalter; Bildung: Abitur; Ausbildung: Studium (abgebrochen); Geburtsjahr: 1982
- Lars: Produzent; Bildung: Fachoberschulreife; Ausbildung: Zierpflanzengärtner; Geburtsjahr: 1973
- Martin: DJ, Sammler, Partizipierender, Veranstalter; Bildung: Mittlere Reife; Ausbildung: Gärtner; Geburtsjahr: 1979; aus Polen eingewandert
- Massimo: Produzent, DJ, Mitarbeiter Music Store für elektronische Tanzmusik; Bildung: Mittlere Reife; Ausbildung: keine Angabe; Geburtsjahr: 1971; aus Italien eingewandert
- Ümit: Produzent, DJ; Bildung: keine Angabe; Ausbildung: Audio Engineer; Geburtsjahr: 1979; türkische Eltern

⁸ Einige Interviewte gaben anstelle einer Jahreszahl ihr aktuelles Alter an. Daher wurden die Geburtsjahre errechnet.

Musikwirtschaft

- Felix: Mitarbeiter unabhängiger Musikvertrieb; Bildung: Abitur; Ausbildung: Kaufmann für audiovisuelle Medien; Geburtsjahr: 1983/84
- Isabel: Mitarbeiterin unabhängiger Musikvertrieb, Labelbetreiberin (Alternative Rock; Indie Rock); Bildung: Abitur; Ausbildung: Studium (abgebrochen); Geburtsjahr: 1981/82
- Jörg: Mitarbeiter unabhängiger Musikvertrieb, Musiker, Autor; Bildung: Mittlere Reife; Ausbildung: Kaufmann im Groß- & Außenhandel; Geburtsjahr: 1977
- Timo: Labelbetreiber (verschiedene avantgardistische Genres); Bildung: Abitur; Ausbildung: Diplom-Ökonom; Geburtsjahr: 1981/82

Auf einen Punkt an der Auswahl muss hingewiesen werden: auf den geringen Anteil an Frauen unter den produzierenden Interviewten. Ein ausgeglichenes Verhältnis gelang trotz meiner Bemühungen leider nur bedingt, da die Anzahl an weiblichen DJs, Musikerinnen und Labelbetreiberinnen vergleichsweise gering ist. Dabei stehen diese oft in exponierter Position, was den Kontakt erschwert hat. Zwar wurde mehrmals der Versuch unternommen, über Dritte einen Kontakt anzubahnen, davon wurde jedoch einerseits durch andere Experten abgeraten, andererseits blieben drei Anfragen bei Produzentinnen/DJs unbeantwortet.

Nachdem 16 Interviews geführt worden waren, begann die *Datenanalyse*. Es kristallisierten sich zunehmend Parallelen in den Daten der Feldaufenthalte und der Interviews heraus. Ab diesem Zeitpunkt wurden die Daten mit bestehenden kulturwissenschaftlichen, ökonomischen und soziologischen Theorien verglichen, um sich der Produktion und Werte-Schöpfung zu nähern.

2 Mixing Area: Produktivität, Sounding und basale Kultur

Dieses Kapitel behandelt zentrale Theorien und Konzepte, auf denen die vorliegende Untersuchung basiert. Zunächst werden Theorien zur Produktivität aus unterschiedlichen wissenschaftlichen Disziplinen behandelt. Im Anschluss erfolgt eine Auseinandersetzung mit den Konzepten der Sonic Bodies und des Soundings.

2.1 Produktivität und populäre Musikkulturen

Der Terminus „Produktivität“ leitet sich von dem französischen „productif“ ab, was „ertragreich“ und „Gewinn bringend“ und in seiner Verbform produire „hervorbringen“ bezeichnet. Diese entspringen dem spätlateinischen „productivus – zur Verlängerung geeignet“, resp. von „producere – vorführen, hervorbringen, hinziehen, vorwärts führen“ (Pfeiffer et al. 1993). Der Ursprung des Terminus hat sich aus „Produktion“ herausgebildet⁹. Dieser Begriff ist seinerseits auf das Altgriechische „Poiesis“ zurückzuführen, welcher „als Sinneinheit Aspekte des Herstellens, Machens, Tuns und der Dichtkunst“ (Zill 2003, S. 41) in sich vereint. Für Plato beschrieb die Poiesis einen generellen Wirkprozess, eine gezielte Herstellung sowie die Dichtung (ebd., S. 42). Aristoteles deutete den Begriff im Sinne von einem zweckgebundenen Herstellen, Hervorbringen und Handeln auf ein Endziel hin (ebd., S. 43). Die ästhetisch-kulturelle sowie die ökonomische Bedeutung von Produktivität waren bereits in „Poiesis“ angelegt. Dieses Spannungsverhältnis bleibt in der Entwicklung des Begriffs bestehen. In diesem Zusammenhang verweist die Soziologin Glauca Peres da Silva (2018) auf dessen ästhetische und ökonomische Dimensionen. Produktivität bezeichnet entsprechend „Ergiebigkeit“, „Fruchtbarkeit“, „Leistungsfähigkeit“, „schöpferische Betätigung“ und, zentral für diese Untersuchung, „Schaffung materieller und geistiger Werte“. Das Adjektiv „produktiv“ steht synonym für „hervorbringend“, „schöpferisch“, „ergiebig“ und „(Werte) schaffend“ (Pfeifer et al. 1993).

Im Verlauf der Zeit hat die ökonomische Auslegung von Produktivität die prominentere Rolle eingenommen. Diese beschreibt in der Wirtschaftswissenschaft ein Verhältnis von Produktionsergebnis (Output) und den eingesetzten Produktionsfaktoren (Input). Eine Steigerung der Produktivität ist gegeben, wenn entweder bei Einsatz gleicher Produktionsfaktoren das Output größer ist oder dasselbe Output bei weniger Produktionsfaktoren erzielt wird. Zur Ermittlung der Produktivität werden Mengen in ein Verhältnis gesetzt, wie etwa produzierte Einheiten pro Zeiteinheit (vgl. Corsten 2008, S. 631; Mankiw/Taylor 2016, S. 677ff.).

Trotz der ökonomischen Konnotation des Begriffs Produktivität enthält dieser eine psychologische und kulturelle Dimension, die ihn relevant und anschlussfähig für die Kultur- sowie Sozialwissenschaften macht. So ist Produktivität eine wichtige Analyse- und Beschreibungskategorie in der Fanforschung (vgl. Fiske 1992; Winter 2010a). Der Begriff fand auch in kulturökonomischen, kultur- und sozialwissenschaftlichen Arbeiten zu Kultur, Musik- und Medienkulturen Verwendung. Produktivität wurde und wird jedoch nicht nur anders gedeutet, auch ihre theoretische Anwendbarkeit unterscheidet sich. Während die ökonomische Definition in der Wirtschaftswissenschaft seit Jahrzehnten genutzt wird, unterliegen kulturelle Auslegungen einem steten Wandel, größerer theoretischer Variation und Kritik. Dennoch kreisen sie im Kern um kulturelle Produktion sowie Bedeutungsproduktion.

⁹ Für eine detaillierte Auseinandersetzung mit Produktivität in der Kunst und Wirtschaft: vgl. Peres da Silva 2018.

Die Hybridität, die in dem Begriff Produktivität enthalten ist und durch die wissenschaftlichen Diskurse genährt wird, deckt sich mit der Vielgestaltigkeit der Werte (vgl. Sommer 2016). Dies macht den Terminus attraktiv und innovativ für eine wissenschaftliche Untersuchung der Technokultur, da diese dieselbe Vielfalt aus Musik, Kultur, Psychologie, Ökonomie und Sozialität aufweist.

Das Verständnis von Produktivität soll in dieser Studie durch die im Folgenden näher untersuchten Begriffe *Produktion* und *Werte-Schöpfung* (musikalisch, kulturell, kollektiv, ökonomisch, sozial) ergänzt werden. Musikkulturen produzieren spezifische Ästhetiken, Bedeutungen, Güter, Praxen und Zeichen in kollektiver Form. Ihre Produzierenden betreiben vielfältige Werte-Schöpfung, an der die Partizipierenden einen zentralen Anteil haben und ebenfalls Werte für sich schöpfen. Die Innovationen von Musikkulturen können Wertschöpfung in anderen Kultur- und Wirtschaftssphären stimulieren. Die hybride Betrachtungsweise von Produktivität ermöglicht es, eine Musikkultur umfassend und nicht rein ökonomisch zu betrachten. Das Potenzial eines hybriden Produktivitätsbegriffs besteht darin, dass dieser gleichermaßen verschiedene Produktionen und Werte-Schöpfung integriert. Produktion bezieht sich auf Sinn-, Identitäts-, Artefakt-, Habitus-, Kultur- und Gemeinschaftsproduktion. Das relationale Verständnis von Produktivität soll nicht aufgegeben werden. Es wird allerdings vom ökonomischen Korsett befreit.

2.1.1 Produktivität und ihre Bedingungen

Für die Beschreibung der Produktivität und deren Bedingungen existieren mehrere divergierende Konzeptionen. Artisanale Güter schaffen kulturelle und ökonomische Werte. Sie werden sowohl von der Sphäre der Kultur als auch der Ökonomie in ihrer Produktion beeinflusst (Throsby 2001, S. 94f.). Daraus resultieren unterschiedliche Möglichkeiten, kulturelle sowie kulturwirtschaftliche Produktivität zu analysieren und zu definieren. Entsprechend der wissenschaftlichen Fächer, die sich der Produktivität von Musikkulturen angenommen haben, wie u. a. Kulturwissenschaft, Kulturökonomie, Musikwissenschaft, Soziologie, Medienwissenschaft, Musik- und Medienökonomie, etc., werden die Schwerpunkte in der Analyse gesetzt. Alle im Folgenden vorgestellten Konzeptionen besitzen gewisse Charakteristika, die für die Betrachtung der Produktivität von Musikkulturen relevant sind. Die Erörterung erfolgt anhand einer Unterscheidung zwischen der Vorstellung von Produktivität als Produktion (artisanal, geistig) und als Relation (Werte-Schöpfung). Diese Trennung kann aber nur auf analytischem Wege erfolgen, da beide Definitionen oftmals zusammenhängen oder sich bedingen.

2.1.1.1 Kulturelle Produktion, Sinnproduktion, kollektive Produktion

„Aber der Rezipient Populärer Kultur ist – gerade heute, in einer Zeit des Überangebots von Kultur, auch von populärer Unterhaltung – ein kompetenter und qualitätsbewusster Nutzer. Die Deutungsmacht der Rezipienten, ihre Fähigkeit, dem populären Artefakt eine eigene Bedeutung zu verleihen, schließt selbstverständlich auch die Fähigkeit ein, ein populäres Artefakt abzulehnen und ‚die Kiste‘ auszuschalten. Die Bedeutungsproduktion der Rezipienten und die Qualität des populären Artefakts hängen voneinander ab.“ (Hügel 2007, S. 333f.)

Eine prominente Stellung nimmt der Begriff der Produktivität in der Fanforschung ein. In seiner Untersuchung von Fankulturen unterscheidet John Fiske (1992) zwischen semiotischer, enunzia-

tiver und textueller Produktivität der Fans¹⁰. Diese Auslegung zeichnet sich durch ihre unterschiedlichen Formen von Produktionen aus:

Die *semiotische Produktivität* als Herstellung von Bedeutungen und Freude ist ein Merkmal der populären Kultur im Generellen inkl. Musikkulturen und nicht nur von Fankulturen. Die zur Verfügung stehenden Zeichen der Güter der jeweiligen populären Kultur dienen der Konstruktion von Sinn aus der sozialen Identität und ermöglichen soziale Erfahrungen. Die semiotische Produktivität ist immer implizit (Fiske 1992, S. 37). Ihre Explikation findet sie in der *enunziativen Produktivität*, die als Anwendung in verbaler und nonverbaler Kommunikation in Erscheinung tritt. Der verbale Austausch – der „Fan-Talk“ –, Kleidung, Haarstyling oder Accessoires bilden die Ausdrucksformen der enunziativen Produktivität (Fiske 1992, S. 38). Zuletzt beschreibt die *textuelle Produktivität* die Hervorbringung und Zirkulation von eigenen Texten bzw. kulturellen Artefakten durch die Fans. Diese können vergleichbare Produktionswerte wie in der offiziellen Kultur aufweisen. Es bestehen aber zwei Unterschiede zwischen den Produktionen in den Fankulturen und der offiziellen Kultur. Zum einen besteht die ökonomische Differenz in der Abwesenheit eines Zwangs, mit den Produkten den Lebensunterhalt bestreiten zu müssen. Zum anderen divergieren die Produktionen in punkto ihrer Zirkulation, da die Texte der Fans innerhalb der Gemeinschaft verbleiben (Fiske 1992, S. 39). Fan-Magazine sind ein Beispiel für eine Form eines solchen Fanprodukts¹¹.

Bislang ausgeschlossen von diesen Verständnissen sind die Produzierenden. Zwar unterscheiden sich diese in gewissen Punkten zwangsläufig von den Fans, allerdings ist es fraglich, ob diese Unterschiede so gravierend sind, dass sich das Fiskesche Verständnis von Produktivität und das anderer Sozialwissenschaftler*innen nicht auf Produzierenden anwenden ließe. Wie die Empirie dieser Untersuchung gezeigt hat, sind die Differenzen zwischen Partizipierenden und Fans auf der einen Seite und den Produzierenden auf der anderen Seite eher marginal. Zugespitzt ausgedrückt besteht der Unterschied lediglich in der Art des Lebensunterhaltserwerbs. Produzierende sind erstens selber Fans der Technomusik und der Technokultur. Sie produzieren nicht für einen unbekanntem Markt, sondern sind auch dessen Konsumenten und Teil davon. Oftmals waren sie Anhänger oder Fans, bevor sie zu Produzierenden wurden. Sie betreiben zweitens ebenfalls semiotische und textuelle Produktion. Produzierende stellen mittels der Technokultur für sich Bedeutungen her. Sie positionieren sich sozial und betreiben Identitätsarbeit. Sie stellen Produkte und Ereignisse her, für die sie jedoch im Gegensatz zu den Fans finanziell stärker entlohnt werden. Zuletzt stehen die Produzierenden in einem kommunikativen Austausch mit den Partizipierenden und betreiben ebenso Fan-Talk. Eine deutliche Trennung zwischen Partizipierenden und Produzierenden der Technokultur erscheint daher wenig sinnvoll, da beide Parteien oftmals gemeinsam produzieren. Wie sich in dieser Untersuchung noch zeigen wird, produzieren Partizipie-

¹⁰ Rainer Winter (2010a) greift die drei Arten von Produktivität in Bezug auf Horrorfilm-Fans auf. Dabei stellt er hinsichtlich der textuellen Produktivität die Aspekte der „Interpretation und Fortsetzung“, „wissenschaftliche Analyse“, „Kreation“, „Umfunktionierung“ und Fanprodukte heraus, die aus den Auseinandersetzungen mit den Filmen resultieren (Winter 2010a, S. 269f). Er rückt in seiner Arbeit die Produktivität der Medienaneignung ins Zentrum der Betrachtung.

¹¹ Axel Schmidt und Klaus Neumann-Braun (2008) gelangen in ihrer Arbeit zu den Fans der Gothic-Szene zu ähnlichen Ergebnissen. Diese tragen durch ihre Kommunikation, Stilisierungen sowie Commitments aktiv zur Szene bei. In ihrer Studie zur Hardcore-Szene heben Philipp Lorig und Waldemar Vogelsang (2011) Jugendszenen als Orte kultureller Produktivität und Differenzierung hervor. Die spezielle Produktivität liegt in den Handlungsspielräumen, die Szenen ihren Mitgliedern ermöglichen (Lorig/Vogelsang 2011, S. 374). Neben diesen Spielräumen, die zahlreiche Selbststilisierungskonzepte im Rahmen einer musikbezogenen Szene bieten, verfügt Hardcore über „ethische Universalismen“ (ebd., S. 378).

rende zum einen selber, zum anderen greifen sie an unterschiedlichen Stellen in die Produktionen der Produzierenden ein.

Die textuelle Produktivität hat laut Fiske noch eine weitere Dimension: die Partizipation an der Herstellung von Originaltexten. Mit ihren Äußerungen, Gesängen, Selbststilisierungen tragen die Fans bspw. zu einer Musik- oder Sportveranstaltung bei. Es kommt zu *kollektiver Produktion*. Die Produktivität der Technoszene kann in der Sinn- und Materialproduktion für ihre Mitglieder erscheinen, die einer „Logik des Sich-Entäußerns“ (Corsten 2001, S. 117) folgt. Sinnproduktion äußert sich durch Selbstentfaltung, Beziehungsintensivierung, intensivierte Zuwendung und Zugehörigkeitsempfinden. Die individuellen Inputs der Partizipierenden wie sich gegenseitig anstachelnde Tänzer*innen oder die Verausgabung der Anwesenden stellen kollektive Entäußerungen (ebd.) dar. Allerdings benötigen die Partizipierenden die Produzierenden und vice versa. Auf diese Weise vereinen sich Fans und Aufführende zu einer produktiven Gemeinschaft und die Unterschiede zwischen beiden verringern sich. Der Text erscheint als Ereignis (Event) und nicht als Objekt (Fiske 1992, S. 40). Solch eine handlungsbezogene Perspektive verfolgt auch Christopher Small (1998) mit seinem Konzept des „Musicking“. Eine Musikaufführung stellt eine Handlung dar, die durch die individuellen Handlungen aller Anwesenden, ihrem Musicking, hervorgebracht wird. Die Produktivität von Underground-Kollektiven manifestiert sich in DIY- und illegalen Praktiken, kulturellen Hervorbringungen sowie deren Aufwertung durch die Gemeinschaft (Schwanhäuber 2010, S. 40). Freundschafts- und Projektbeziehungen sind in diesen Vorgängen genauso bedeutend wie das „Projektemachenwollen“ der Akteur*innen (ebd., S. 59 & S. 241).

Die Vorstellung von kollektiver Produktion in populären Musikkulturen ähnelt den sozialen Netzwerkmärkten hinsichtlich des Koproduktionsverhältnisses zwischen allen Beteiligten. Dieses ist dynamisch und produktiv, da alle Beteiligten Teil der gemeinsamen Herstellung von symbolischen und ökonomischen Werten sind (Potts et al. 2008, S. 170). Die Produktivität der Technoszene kann daher unter dem Gesichtspunkt der kollektiven Produktion gedeutet werden (Mathei 2018). In Musikkulturen ist das lineare Produzierenden-Konsumierenden-Verhältnis weitestgehend aufgehoben, da alle Beteiligten auf unterschiedliche Weise einen Beitrag zu den hybriden Wertschöpfungen leisten. Kollektive Produktion reicht über die Herstellung einer Situation wie einem Konzert hinaus und umfasst sämtliche Produktionsbereiche von Musikkulturen von der individueller Sinn-, über die Artefakt- hin zur wirtschaftlichen Produktion. Die Beteiligung kann kollaborativ oder kollektiv erfolgen. Sie unterscheiden sich hinsichtlich des Grads an Eingebundenheit in die Produktion.

Die Produktivität der Musikkultur von YouTube deutet Lorenz Grünewald-Schukalla als „Entfaltung heterogener Formen von Wert und der Möglichkeit der Partizipation an diesen“ (Grünewald-Schukalla 2018, S. 75). Grundlegend dafür ist das „Werte-Schöpfungs-Modell“ (Paulus/Winter 2014). Eine Musikkultur ist an sich produktiv, wenn sie die Schöpfung heterogener Werte und damit zusammenhängender Partizipationsmöglichkeiten erlaubt. Die Produktivität der Musikkultur auf YouTube zeichnet sich demnach durch die Heterogenität verschiedener Werte aus, deren Produktion auf drei Ebenen durch verschiedene Leute und Organisationen erfolgt (Grünewald-Schukalla 2018, S. 92). Die Ebenen stehen in Verbindung zueinander und bedingen einander wechselseitig¹². Ein Mehr an Produktivität bedeutet ein Mehr an Partizipation durch

¹² Die erste Ebene ist die der ko-kreativen Wertschöpfungsbeziehungen von YouTuber*innen, auf der soziales, kulturelles und ökonomisches Kapital getauscht werden. Auf der zweiten Ebene, der der intertextuellen Netzwerke, steht der „Wert der Teilhabe an YouTube-eigenen Ereignissen wie Memes oder Cross-Promotion“ (Grünewald-Schukalla 2018, S. 75). Die dritte Ebene der Märkte für Daten und Aufmerksamkeit der YouTube-Nutzer*innen bezieht sich auf deren ökonomischen Wert.

unterschiedliche Akteur*innen an einer Musikkultur. Dies geht mit der Möglichkeit der Wertschöpfung für sich und andere einher.

2.1.1.2 Relation: Wert(e)-Schöpfung

Das Verständnis von Produktivität als Relation wurde durch die Ökonomie geprägt und ist im Vergleich zur Auslegung als Produktion geläufiger. Produktivität als ein Verhältnis, an dessen Ende ein Mehr produziert wird, ist allerdings eine Vorstellung, die auch in der kulturwissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Kunst und (Pop-)Kultur verbreitet ist.

Der Begriff der Produktivität ist als Messgröße Bestandteil der Produktionstheorie sowohl in der Volks- als auch in der Betriebswirtschaftslehre. Sie wird, wie erwähnt, als Verhältniswert zwischen der Input- und der Outputseite definiert. Übersteigt die Produktmenge der Outputseite die Arbeitsleistung sowie eingesetzten Produktionsfaktoren der Inputseite, dann liegt ein Produktivitätswachstum vor. Dies schlägt sich bspw. in einem Wachstum des Lebensstandards einer Nation (Mankiw/Taylor 2012, S. 650) oder dem eines Unternehmens nieder. Unterschiede in den weltweiten Lebensstandards und Entwicklungen im Wirtschaftswachstum sind Folge der jeweiligen Arbeitsproduktivität und des Arbeitsvolumens der Länder (vgl. ebd., S. 649; Bofinger 2003, S. 443). Somit wird die Produktivität zum Bestimmungsfaktor des Bruttoinlandsprodukts (Mankiw/Taylor 2016, S. 630ff.). Zur Messung der Produktivität werden partielle Kennziffern wie die Arbeits- oder Wertproduktivität zu Rate gezogen, da in einer Betrachtung aller Faktoren die Kennziffern ihre Aussagekraft einbüßen (Wöhe 2010, S. 38). In der Volkswirtschaftslehre wird der Begriff als „partielle Produktivität“ ausgelegt und meist für die Bestimmung der Arbeitsproduktivität genutzt (Bofinger 2003, S. 442f.). Der Produktionsfaktor „Kapital“ kann ebenso partiell betrachtet werden. Es findet eine Unterscheidung zwischen technischer sowie wirtschaftlicher Produktivität statt. Während der Fokus der technischen Produktivität auf dem Maximum der Gütererzeugung liegt, drückt die wirtschaftliche Produktivität die Relation zwischen der Leistung und den gesamtwirtschaftlichen Zielen aus¹³.

Im Zusammenhang des Relationsverhältnisses sind die Produktionsfaktoren von Bedeutung. Je mehr Konfigurationen an Produktionsfaktoren ein Unternehmen auf sich vereinnahmen kann, umso wahrscheinlicher ist eine hohe Produktivität. In der Betriebswirtschaftslehre wird daneben noch zwischen den Elementarfaktoren der Arbeitskraft, Betriebsmittel und Werkstoffe, die mit dem dispositiven Faktor der Unternehmensführung als Kombination der Elementarfaktoren kontrastiert werden, unterschieden.

Als Erweiterung und Verfeinerung des Konzepts der Produktivität hat sich in der Betriebswirtschaftslehre die Theorie der Kundenintegration in den Produktionsprozess etabliert. Diese weist Parallelen zu der Vorstellung von Produktivität als kollektive Produktion auf. Kund*innen werden als wichtige Informationsquelle für die Bereitstellung von Dienstleistungen betrachtet (Nachum 1999, S. 939). Durch die Integration der *produktiven Kund*innen* werden diese zu Ko-produzierenden am Produkt (Kleinaltenkamp 1997, S. 350). So lassen sich Unsicherheiten mindern, um passgenauere Produkte und Dienstleistungen zu erstellen, die Ressourcen einsparen (Kleinaltenkamp/Haase 1999). In solch einem Ansatz wird die soziale Dimension der Produktion

¹³ Daneben existiert noch die totale Produktivität oder auch Wertproduktivität, welche sich auf das BIP bezieht und als Größe in internationalen Vergleichen des BIP herangezogen wird (vgl. Corsten 2008, S. 631f.).

in den Fokus gerückt. Produzieren wird zu einem kommunikativen Akt bei gleichzeitiger Aufweichung des Produzierenden-Konsumierenden-Verhältnisses. Kund*innen sollen auch zum Wissen des Unternehmens beitragen (Kleinaltenkamp/Dahlke 2003). In diesem Zusammenhang wird die Produktivität als „Maß der Effizienz“ (Lasshof 2006, S. 23) diskutiert. Das Wissen der Kund*innen dient als Grundlage zur Anpassung von Arbeitsabläufen und folglich einer Steigerung von Produktivität durch Effizienz.

Eine weitere Form produktiver Konsument*innen sind *Prosumer*. Dieses Kofferwort aus *Producer* und *Consumer* wurde von dem Zukunftsforscher Alvin Toffler zuerst in „*Future Shock*“ (1970) und später ausgiebiger in „*The Third Wave*“ (1980) eingeführt. Er definierte Prosumer sowohl als Person, die eine professionelle Dienstleistung selbst ausführt, wie etwa Fiebermessen, als auch selber ein Produkt oder eine Dienstleistung für sich oder andere erstellt, um diese(s) selbst oder gemeinschaftlich zu gebrauchen. Der Terminus erhielt Aufschwung im Zuge der Ökonomisierung des Internets und des Web2.0. Don Tapscott und Anthony Williams (2006) griffen diesen mit einer anderen Konnotation auf, die dem Paradigma des Informationszeitalters (Castells 2001) geschuldet war. Prosumer werden als Ko-Innovatoren gedeutet, die durch ihre Informationsübermittlung im Entwicklungsprozess entweder Produkte mitgestalten oder als Designer eigener personalisierter Produktvariationen in Erscheinung treten. Prosumer erscheinen aber auch als Produzent*innen, die für sich und andere innerhalb von Communitys kreative (Remix-)Güter erzeugen. Prosumer schaffen „einerseits lukrative Chancen [...] und andererseits erhebliche neue Bedrohungen für Unternehmen“ (Tapscott/Williams 2009, S. 126). Vergleichbar dazu sieht Carsten Winter (2012) die Prosumer als Motoren des Wandels der Musikindustrie an. Diese beteiligen sich auf verschiedene Weise und an unterschiedlichen Stellen an Produktion, Vertrieb, Wahrnehmung und Aufführung von Musiker*innen. Diese Prozesse erfolgen abseits etablierter Marktakteure (Paulus/Winter 2014).

Die Produktivität von Kunst und Kultur als ein Relationsverhältnis bezieht sich auf die Vermehrung von *Sinn*, *Neuheit* und dem Potenzial zum *Perspektivwechsel* durch kulturelle Güter. Dies drückt ein Verhältnis von vorher zu nachher aus. Die erste Variante erscheint prominent im kategorischen Imperativ von John Dewey: „So act as to increase the meaning of present experience“ (Dewey 1983, S. 196). Zwar bezieht er dies auf das Leben im Allgemeinen, allerdings ermöglicht gerade die Kunst oder die Ästhetik, Experiences im Menschen auszulösen, die ein Mehr an Sinn schöpfen. In kulturwissenschaftlichen Arbeiten wird Produktivität im Sinne von Neuheitsproduktion definiert. Ein Werk kann über Neuerungen verfügen, die für die Herausbildung stilistischer Innovationen signifikant sind. Der Aspekt der Neuheit bezieht sich nicht exklusiv auf das Gut alleine, sondern auch auf die von ihm in den Rezipient*innen ausgelösten Innovationen. Kultur kann den Blick auf und die Gesellschaft an sich verändern, was die spezifische Produktivität von Kultur auszeichnet, die „Prozesse des Neuschöpfens, Brechens und Blickveränderns durch Kunst und Kultur“ (Quenzel et al. 2010, S. 2) umfasst. Als maßgebliche Bedingungsgröße der Neuheitsproduktion gilt die Kreativität, die sich allerdings „als ein nicht feststellbarer Begriff“ (Mersch 2005) erweist und Kritik ausgesetzt sieht (vgl. Kühn 2017). Anstelle der Kreativität positioniert Dieter Mersch die Erfahrung von Differenz, ausgelöst durch Paradoxa, die das eigentliche *Movens* der Produktivität sind. Die Paradoxa ermöglichen zwar keine Kreativität, aber Momente der Störung oder Kontradiktion. Neuheit präsentiert sich unter dieser Prämisse als blickverändernde Andersartigkeit (vgl. Groys 1992).

Die Produktivität von Musik kann sich in Form gesellschaftlichen Wandels präsentieren, der durch Veränderung des Musikmaterials oder der Musikkultur ausgelöst wird. Nach Jacques Attali (2009) verfügt Musik über antizipierende Fähigkeiten, die von emergenten sozialen Ordnungen

künden, die sowohl Struktur wie Material als auch die Produktionsseite der Musik betreffen. Dies geht einher mit der Sicht, dass Kultur den Blick auf Bestehendes verändern und als Inspiration Handlungen auslösen kann, die durch diskursive Praktiken neue sozioästhetische Nischen entstehen lassen. Dies korreliert mit der Vorstellung der milieubildenden Kraft von Musik im Sinne sozialer Innovation (Blaukopf 1996). Die Musik schafft sich selbst eine Anhängerschaft und Öffentlichkeit. Im Verbund mit den dahinterstehenden Gemeinschaften kann dies zur Entstehung stilistischen Wandels und neuer wie eigener Kulturpraktiken und -formen führen. Die Produktivität der Musik liegt in ihrer Adaption- und Variationslogik, die zuerst stilistische, dann kulturelle Entwicklung forciert (ebd.).

In der Kulturökonomie wird Produktivität ebenfalls häufig im Sinne von Neuheitsproduktion gedeutet. Dies schließt Werke und Technologien ein, die sowohl neue Märkte erschließen als auch ästhetische, ökonomische und soziale Handlungsarsenale entstehen lassen (Gottschalk 2006; Bendixen 2001). Produktivität nahm eine zentrale Position in dem frühen Meilenstein der Kulturökonomie von William Baumol und William Bowen (1966) ein. Besondere Aufmerksamkeit erfuhr die These der „Kostenkrankheit“ oder „Baumol’s Disease“ von Kulturbetrieben, deren Produktivität im Gegensatz zu Unternehmen durch die Erhöhung der Arbeitsproduktivität oder des Einsatzes neuer Technologien nicht steigt (vgl. Hutter 1994, S. 58; Gottschalk 2006, S. 46f.)¹⁴.

2.1.1.3 Relation: Vermehrung an Gütern und kulturellen Praxen

Kunst und Kultur bzw. die Kultur- und Kreativwirtschaft werden sowohl wegen ihres wirtschaftlichen als auch kreativen Potenzials als produktiv erachtet. Dieser Bereich stellt in mehreren Punkten einen relevanten Wirtschaftsfaktor dar¹⁵. Kultur- und Kreativwirtschaft leisten durch Produktion und Vertrieb kultureller Güter einen bedeutenden Beitrag zum BIP und verfügen über relevante Innovations-, Wachstums- und Beschäftigungspotenziale (Deutscher Bundestag 2007, S. 340). Deren Produktivität präsentiert sich als Prozess der *Herstellung und des Vertriebs kultureller Güter*, die auf mehreren Wegen Umsätze erzeugen, sei es in Form quantifizierbarer Größen, wie verkauften Einheiten und Tickets, oder sei es in Form von Umwegrentabilität.

Die Produktivität der Kreativwirtschaft zeichnet sich durch das Wachstum dieses Wirtschaftsbereichs aus (Söndermann 2010). Im Zuge der Arbeiten Richard Floridas (2002) zur „kreativen Klasse“ folgte eine intensivere Auseinandersetzung diverser wissenschaftlicher Disziplinen mit den Bedingungen von Kreativität, kreativen Milieus, deren Ökonomien sowie institutionsökonomischen Praktiken (Caves 2000; KEA European Affaires 2006; Lange/Mieg 2006; Deutscher Bundestag 2007; Barber-Kersovan 2007; Lange 2007; Potts et al. 2008; Söndermann 2010; Reckwitz 2011; McRobbie 2016). Wirtschaft und Wirtschaftswissenschaft zeigen in ähnlichem Maße ein großes Interesse an kulturpolitischen Fragen. Dieser Aufmerksamkeitszuwachs resul-

¹⁴ Dies hat sich in einigen Fällen als schlüssig erwiesen, in anderen allerdings nicht (vgl. Hutter 1994, S. 58). So führt die allgemeine Produktivitätssteigerung einer Gesellschaft zwar zu einer Kostensteigerung in den Künsten, durch den Einsatz technischer Medien, etwa in Form von Konzertübertragungen und der Auflösung des Uno-actu-Prinzips, lässt sich die „Sitzauslastung“ einer Aufführung aber potenziell erhöhen, was zu einer Kostensenkung führen kann (Blaukopf 1996, S. 226).

¹⁵ Folge der Auseinandersetzungen mit den Vorgängen in kreativen Institutionen war die Übernahme wirtschaftswissenschaftlicher Konzepte sowie Begriffe (vgl. Groys 1992; Hutter 1992; Bendixen 2001; Throsby 2001) und deren Anwendung auf den Gegenstand als auch Fragestellungen der Kreativwirtschaft.

tiert aus der Annahme, Kultur sei ein Entwicklungsfaktor, der zum ökonomischen Wachstum beiträgt und gezielt gefördert werden kann (Quenzel et al. 2010; Budde 2018).

Produktivität kann laut Hans-Joachim Bürkner als Diversifizierung der Aktivitäten von Musiker*innen der Clubkultur unter den Bedingungen der Digitalisierung der Musikproduktion und -distribution gedeutet werden (Bürkner 2018). Dies verlangt nach einem heuristischen, qualitativen Produktivitätsbegriff aufgrund der „eingeschränkten ökonomischen Rationalität des Handelns“ (Bürkner 2018, S. 40) der Akteur*innen in Clubkulturen. Die heterogenen Produktionsfaktoren von Clubkulturen (soziale Bedingungen, Ästhetik, Reputation, Bewertung, Vernetzung) lassen kein lineares Input-Output-Verhältnis zu. Entsprechend flexibler Wertschöpfungskonfigurationen und Handlungsorientierungen der Akteur*innen unterscheiden sich die prinzipiell ähnlichen Güter zum Teil erheblich in ihren symbolischen Werten oder ihrer reziproken Ausgestaltung. Die Produktivität in Clubkulturen bezeichnet „die Erzeugung von Differenzierung in Bezug auf Produkte, Tätigkeiten und Kontexte“ (ebd.). Produktivität erscheint einerseits als Verfahrensinnovation (Art des Produzierens), andererseits als Produktinnovation (Art des Produktes).

Kulturelle Produktivität ist nach Holger Schwetter gleichermaßen an progressiven Rockdiskotheken der 1970er Jahre in Westdeutschland und Selbstvermarktern im Internet ersichtlich (Schwetter 2018). Es entsteht ein Mehr an kulturellen Werten. So können bspw. die ästhetische und soziale Produktivität der Rockdiskotheken die Musik, deren Rezeption in hoher Lautstärke, die Wirkung auf den Körper, das Knüpfen von Beziehungen unterschiedlicher Art oder die Freizeitgestaltung umfassen. Die Produktivität von Musikkulturen ist durch ihre Kulturspezifik charakterisiert, die nur in Bezug auf die eigene Entwicklung, Bewertung und wertvollen Handlungen, Prozesse oder Artefakte produktiv sind (ebd., S. 103).

Kunst und Kultur zeichnen sich durch die Schaffung innovativer kultureller Produkte und Technologien aus, die auch außerhalb dieser Bereiche Geltung erhalten und Anwendung erfahren (Quenzel et al. 2010, S. 2). In der Kultur- und Kreativwirtschaft werden jedoch nicht nur materielle, sondern auch immaterielle Werte geschöpft, die ebenfalls einen Übergang in andere Wirtschaftsbereiche erfahren können. Sie fungieren als *Impulsgeber für Innovationen in anderen Wirtschaftsbranchen* durch die Herstellung von Zeichen, Handlungsoptionen und Wissen (Deutscher Bundestag 2007, S. 340). Kultur- und Kreativwirtschaft dienen zum einen als Wissensressource für andere Wirtschaftsbereiche, zum anderen tragen sie generell zum Feld der Wissensproduktion bei, was zukünftige ökonomische Verwertung stimulieren kann (Söndermann 2010; Quenzel et al. 2010, S. 2). Diese Funktion zeigt sich in der Übernahme von Arbeitspraktiken, die der Kreativwirtschaft entspringen. Bspw. kann die Adaption niedriger Hierarchien oder ein informellerer Umgang zur Verbesserung des Arbeitsklimas beitragen und folglich der Arbeitsleistung von Unternehmen erhöhen. Hinsichtlich der Neuheitsproduktion von Medienkulturen kann zwischen einer Main-Ebene und Sub-Ebene von Kultur oder kulturellen Teilprogrammen unterschieden werden (Jacke 2004).

„Innerhalb dieser Teilprogramme können insofern Main- und Sub-Ebenen beobachtet werden, deren produktives Gegenüber überhaupt erst Wandel als Möglichkeit und Beschreibungen von Ent- und Ausdifferenzierung erlaubt.“ (Jacke 2004, S. 304)

Zwischen den Ebenen besteht eine dynamische Dialektik, welche die Produktivität der Subs ermöglicht (ebd., S. 304). Subs fungieren als „produktive Viren im Kulturprogramm“ (ebd., S. 244), die wie ein Virus die Main-Ebenen infizieren und potenziell verändern. Das Beobachtungsraster lässt sich auch auf die Anwendungen der Nutzer*innen beziehen. Die Dialektik von Main und Sub kann ebenfalls anhand der „Ebenen der Personalisierung von Prominenten und Stars“

(ebd., S. 305) aufgezeigt werden und dem Anwendungsverhalten der Nutzer*innen diesen gegenüber. Die Überführung von Ästhetiken und Praktiken der Sub- in die Main-Ebene kann zu distinktiven Handlungen im Sub führen, die im Anschluss überführt werden können. In Anlehnung an Umberto Eco (1984) resultiert daraus ein semiotischer Kreislauf aus Innovation, Übernahme und Distinktion.

2.1.2 Merkmale der Produktivität von Musikkulturen

Produktivität als Produktion und Wertschöpfung von Musikkulturen zeichnet sich abschließend durch mehrere Merkmale aus. In Bezug auf die Produktion besitzt diese zunächst drei Dimensionen: Mensch, Material und Kultur. Produzierende und Partizipierende einer Musikkultur stellen für sich Bedeutung, Sinn und Identität her. Sie erschaffen Artefakte, Ästhetiken, Orte und Zeichen. Mit den Materialien vollziehen und kreieren Menschen unterschiedliche musikalische Handlungen. Zuletzt stellen sie auf kollektive Weise Gemeinschaft, Gemeinschaftlichkeit, Habitus und Wissen her. Erst in diesem Kulturrahmen erhalten die Produktionen ihre Bedeutung.

Hinsichtlich des Verständnisses von Produktivität als Wertschöpfung muss diese als Werte-Schöpfung aufgefasst werden. Musikkulturen zeichnen sich durch ästhetische, kulturelle, kollektive, ökonomische und soziale Werte aus, die in ihnen kursieren und gleichzeitig geschöpft werden. Die Werte-Schöpfung der Menschen erfolgt entlang einer körperlichen, sozio-kulturellen und/oder materiellen Dimension (vgl. Henriques 2011). Menschen ziehen Freude aus der Musik und ihrer Wirkung auf Körper wie Geist. Gleiches gilt für das (musikalische) Handeln. Sie erschaffen kulturelle Werte und schöpfen für sich soziale Werte in Form kulturellen Kapitals (Bourdieu 1987; Thornton 1997). Einige generieren durch ihr Handeln noch ökonomische Werte für sich und Organisationen. Welche Werte geschöpft werden, ist abhängig von Handlungsorientierungen und Wertpriorisierungen.

Es kommt zu kollektiver Produktion und innerhalb dieser zu zahlreichen divergierenden Werte-Schöpfungen der Beteiligten. Unter dem Aspekt der Vermehrung sind Musikkulturen, die mehr Möglichkeit zur Produktion und Werte-Schöpfung bieten, produktiver als andere. Die Produktivität von Musikkulturen sollte nicht einem starr relationalen Sinne, sondern einem qualitativen gedeutet werden. Produktivität und ökonomische Wertschöpfung können zusammenfallen, auseinanderfallen oder reziprok sein (Bürkner 2018). Eine Musikkultur oder -szene kann aus sich heraus kulturell produktiv sein, ohne ökonomische Wertschöpfung betreiben zu müssen. Unterschiedliche Verhältnisse von Produktivität und ökonomischer Wertschöpfung können innerhalb einer Musikkultur gleichermaßen wirksam sein. Wirtschaftliche Wertschöpfung ist in Musikkulturen ein zentraler und nicht zu verleugnender Bestandteil. Zwar kann diese reziprok zur kulturellen Werte-Schöpfung verlaufen, wie sich aber noch zeigen wird, ist die ökonomische Wertschöpfung zu großen Anteilen abhängig von den intrinsischen, kulturellen und sozialen Werte-Schöpfungen. Es gilt daher, das ökonomische Verständnis von Produktivität von den produzierten Einheiten zu lösen und diese um die Fiskalischen Produktivitäten der Fanproduktion zu erweitern. Die Produktivität von Musikkulturen wäre daher als das qualitative Verhältnis von Handlungen und produzierten Einheiten als Sinn-, Identitäts-, Material- und Gemeinschaftskonstruktion pro Zeiteinheit zu deuten.

Zuletzt zählt zu den Merkmalen der Produktivität von Musikkulturen ein Bezug zur Gesellschaft, der als ein wechselseitiges Verhältnis des Eingriffs und des Übergangs ausgelegt wird. Musikkulturen produzieren Zeichen und Artefakte, die in anderen Kultursphären Einzug erhalten und dort

zur Werte-Schöpfung genutzt werden. Allerdings beeinflusst die Gesellschaft die Produktion und Werte-Schöpfung innerhalb der Musikkulturen, sei es durch die Übernahme von Zeichen, Versuche der Regulierung, Technologiewandel oder als Negativfolie.

2.2 Sonic Bodies, Sounding und Musicking

Dieses Kapitel thematisiert die Sonic Bodies, das Material und die Soziokultur. Sonic Bodies und das „Sounding“ von Julian Henriques (2011) bieten sich als neue Erklärungsmodelle für Musik, das Sonische, musikalisches Handeln und Musikkulturen an, welches den materiellen Bedingungen von Musik und Klang gerecht wird. Es eignet sich zur Analyse der Produktion und Wertschöpfung der Technokultur.

Der Begriff des Sonischen ist aus dem lateinischen Wort „sonus“ abgeleitet, welches das Hörbare bezeichnet. Er hat laut Peter Wicke (2008, 2016) eine „kulturhistorische Dimension“, da es die „Materialität des akustischen Mediums durch Bezug auf das Hören mit dem hörenden Subjekt“ (Wicke 2008) in Verbindung setzt. Der Begriff des Sonischen integriert, im Gegensatz zu anderen Bezeichnungen (s. u.), das hörende Subjekt. Das Sonische bezieht sich damit auf die unterschiedlichen Wirkungen, die Klang im hörenden Subjekt auszulösen vermag (vgl. Augoyard/Torgue 2006). Dieses ist auch ein fühlendes Subjekt, da Schall auf der Haut spürbar ist und in den Körper eindringt. Die körperliche Wirkung des Sonischen ist für Arbeiten zu Sonic Bodies und Bassmusik von zentraler Bedeutung (Goodman 2012; Henriques 2003, 2011; Jasen 2016).

Wicke definiert das Sonische als „kulturalisierten Schall“ (Wicke 2008), der dafür verantwortlich ist, dass etwas als Musik aufgefasst wird. Der Terminus beschreibt nicht den Klang, sondern dessen Konzeptualisierung „als Medium des Musizierens“ (ebd.). Daraus resultiert die kulturhistorische Dimension des Begriffs, da sich die Konzeptualisierung von Musik über die Zeit hinweg wandelt. Dadurch steht das Sonische ebenfalls für „das mit den jeweiligen Modi der Klangerzeugung und ihrer Technologie sowie den Soundscapes [Schafer 2010] einer Zeit und Gesellschaft verbundene Konzept von Klang“ (Wicke 2008). Dieses Konzept manifestiert sich in den Klangerzeugern und Arten des Musizierens einer Zeit. Dadurch unterscheidet sich das Konzept des Sonischen von der Akustik, dem Schall, Klang und Sound. Die Begriffe stehen in enger Verbindung zueinander und bilden die klangliche Seite des Sonischen ab. Dabei bezeichnet der Terminus „Akustik“ die physikalischen Eigenschaften und Ausbreitung des Schalls sowie die dazugehörige Lehre. Der Schall bildet das physikalisch-akustische Medium des Klangs, während der Klang das materielle Medium der Musik ist. Die engste Verbindung besteht zwischen den Begriffen des Sonischen und des Sounds. Sound bezeichnet „die Gesamtheit aller die sinnliche Qualität von Musik bestimmenden Faktoren“ (Wicke et al. 2007, S. 684) und bezieht sich auf das materielle Klangbild der produzierten Musik. Dieses ist das Resultat unterschiedlicher Aufnahme-, Mischungs- und Spielverfahren. Die Wahl der Klangerzeuger, Aufnahmetechnologien und deren materielle Eigenschaften beeinflussen ebenfalls den Sound. Darauf aufbauend bezeichnet Sound eine charakteristische Ausprägung innerhalb eines Stils, wie bspw. den „Motown-“ und „Stax-Sound“ der Soulmusik (ebd. 2007, S. 459ff., S. 692). Sonisch unterscheidet sich weiterhin von den Adjektiven „auditiv“ und „tönend“. Während auditiv das Hören als die Wahrnehmung von Schall mit dem Ohr bezeichnet, beschreibt tönend, dass etwas als Schall oder Ton unabhängig kulturalisierter Formatierung hörbar ist. Daher wird der Begriff des „Sonischen“ dem des „Auditiven“ vorgezogen.

Mit dem Modell des Soundings präsentiert Julian Henriques (2011) einen neuen Ansatz, der sich für die Untersuchung des Sonischen und der dazugehörigen Soziokultur eignet. Im Gegensatz zu einer okularzentrischen Perspektive, die Subjekt von Objekt trennt, basiert das Sounding auf einer triadischen Perspektive, in der Körper, Material und Soziokultur in Relation zueinander stehen sowie sich gegenseitig beeinflussen (Abbildung 1). Klang umschließt und geht durch den Körper, während das Sehen die Distanz benötigt. Sounding platziert Menschen mit Materialien in

einer Soziokultur, mit denen sie interagieren. Es bietet zum einen die Möglichkeit eines besseren Verständnisses des Handelns von Menschen mit Klang, Musik und anderen Materialien. Zum anderen kann mit dem Sounding die Subkultur- und Szeneforschung auf eine körperliche, materielle und vor allem sonische Basis gestellt werden. Dafür müssen einige Aspekte von Henriques Modell eine konzeptionelle Anpassung erfahren, theoretisch mehr untermauert und um Aspekte erweitert werden.

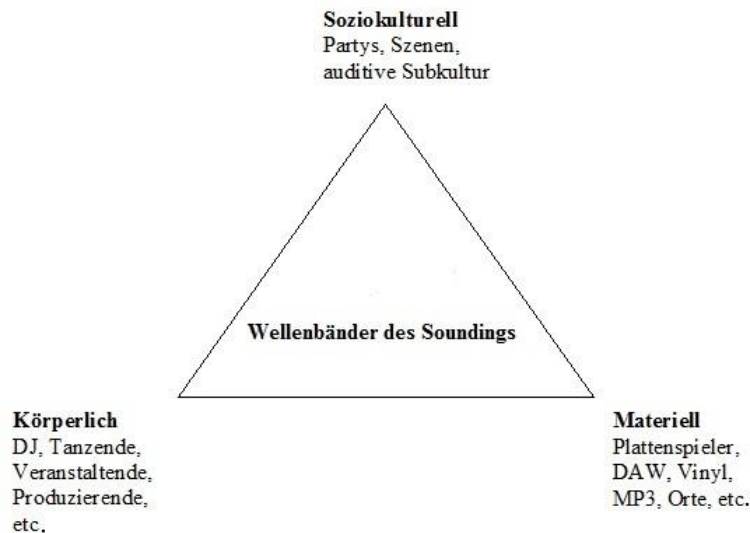


Abbildung 1: Wellenbänder des Soundings nach Henriques (2011)

„What I think is conceptually powerful about bass culture is that it reminds the arrogant human race that they are really mostly composed of non-organic matter, are not self-enclosed individuals but permeable membranes through which forcefields can pass and interfere with your insides. I think there is an extent to which bass culture educates dancers about their bodies, literally vibrating parts they didn't know they had.“
(Steve Goodman in Marshall 2014, S. 65)

Das Konzept der *Sonic Bodies* beschreibt Menschen, die mit musikalischen, sonischen und technologischen Materialien agieren und durch diese geformt werden. Ausgangspunkt des Konzepts sind die Überlegungen von Julian Henriques (2011) und Paul C. Jasen (2016) hinsichtlich der Materialität des Sonischen, ihrer Wirkung auf Körper sowie Sinne und die Arbeit damit, um Körper auf unterschiedliche Weise in Schwingung zu versetzen. Während Henriques jamaikanische Soundsystem-Crews in den Mittelpunkt stellt, fokussiert Jasen die Wirkung von Bass und Infraschall auf Menschen und die Gestaltung von sonischen Räumen zur Steigerung der Wirkung.

Beide Autoren unterscheiden sich in punkto ihrer zugrundeliegenden Konzeptualisierung von *Sonic Bodies*. Wie Jasen (2016, S. 3) bemerkt, sind *Sonic Bodies* für Henriques „a route to knowledge“, für ihn selbst „a site of un-knowing“. Angelehnt an Spinozas (1977, S. 261) Aussage: „Denn was der Körper alles vermag, hat bis jetzt noch niemand festgestellt [...]“, argumentiert Jasen: „We still don't know what a sonic body can do...“ (Jasen 2016, S. 63). Einigkeit herrscht bei beiden in der Feststellung, dass Klang kein Objekt ist, sie ziehen jedoch andere Konsequenzen daraus. Während Henriques Sound als Aktivität deutet, stellt dieser für Jasen eine Relation dar. Jasen interessiert sich für die affizierende Wirkung des Klangs, Henriques für dessen praktische Beherrschung. Für die vorliegende Arbeit sind beide Konzeptionen von *Sonic Bodies* von

Bedeutung. Sie orientiert sich stärker an Henriques Verständnis des Sonic Bodys als Träger eines spezifischen Wissens, ist aber von Jasens Gedanken des „Un-knowing“ inspiriert. Henriques untersucht eine Szene, die zwar Gemeinsamkeiten mit dem Gegenstand dieser Arbeit – der Technokultur – teilt, in diversen Punkten aber abweicht. Sonic Bodies der Technokultur besitzen ebenfalls ein spezifisches Wissen, dieses unterscheidet sich von Dancehall und ist un-known. Techno divergiert hinsichtlich einiger der genutzten Materialien der Soundsystem Crews und verfügt als Stil über eine andere Materialität. Das Un-known bezieht sich auch auf das Verhältnis des Sonischen mit Faktoren sozialer Segmentierung und Ungleichheit, in Jasens Worten: „we are all tuned somewhat differently“ (ebd., S. 70). Wir besitzen ein Wissen über die soziale Segmentierung, aber nur ein marginales über die musikalische mit ihren Klängen, Sinnesproduktionen und Wirkungen.

Sonic Bodies sind das Resultat von „sonorous relations“ (ebd., S. 3) und treten nur in diesen in Erscheinung (Henriques 2011, S. XVIII). Eine Form solcher Relationen stellen Veranstaltungen dar, die zu einer bestimmten Zeit an einem bestimmten Ort stattfinden und den Sonic Bodies als Medien zum Ausdruck dienen (ebd., S. 6). Es existieren noch andere Formen solcher Relationen, die in dieser Arbeit untersucht werden, wie etwa die Musikproduktion. Ein Sonic Body entspringt materiellen Vibrationen, bei denen Fleisch und Gedanken moduliert werden. Er wird in Schwingung versetzt, was zu Bewegungen, kollektiven Transformationen oder neuen Subjektivitäten führen kann (Jasen 2016, S. 22f.). Das Entstehen des Sonic Body geht mit der Entstehung spezieller Fähigkeiten und Wissensvorräte einher. Menschen bilden die Fähigkeit zum Zeit-Hören und Sound-Hören aus (vgl. Bull 1997; Diederichsen 2016a, S. 64). Einige professionalisieren ihr Hören im Sinne eines Fine-tuning (Henriques 2011, S. 78), um in den Situationen unmittelbar Bewertungen vollziehen oder die Hörer-Orientierung (Butler 2016b) einnehmen zu können. Andere, wie etwa Veranstaltende, bilden ihrerseits als Folge der Relationen ‚neue Augen‘ aus, die ihnen bei der Suche nach Veranstaltungsorten helfen. Menschen lernen die für sie sinnvolle und kulturell angemessene Beherrschung des Körpers im Einklang mit den Vibrationen.

Sonic Bodies sind einzelne und mehrere Personen (Korps), die ganzheitlich vom Klang infiziert sind. Sie erzeugen und erfahren Sound (Henriques 2011, S. XVI). Sie sind Körper mit Organen, Sinnen und spezifischem Wissen in einer Welt. Damit ordnen sich diese dem „Corporeal Turn“ in den Geistes- und Kulturwissenschaften zu. Sonic Bodies handeln mit Material, kennen und beherrschen dieses, sodass ihr Handeln Sinn für den einzelnen und andere Körper ergibt. Sie sind wissend, sachkundig und erzeugen Bedeutung (ebd., S. XV). Mit den Materialien betreiben sie ihr musikalisches Handeln. Sie benötigen ein Instrument für ihre Verbreitung (propagation), was auch den Körper umfasst (ebd., S. 42ff.). Sonic Bodies entlocken dem Publikum auf vokale und musikalische Weise eine Reaktion. Sie sind feinabgestimmt (fine-tuned) mit ihren Instrumenten und dem Publikum, um die erwünschte Reaktion zu erzielen. Die Tanzenden wissen, ihre Körper als Instrumente des Tanzens sowie Entäußerns zu beherrschen und den Aufführenden Reaktionen zu entlocken. Sonic Bodies, Crews und Publikum sind imstande, zu berühren und berührt zu werden (ebd., S. 122). Sie affizieren und werden affiziert. Dadurch wird die Trennung zwischen Produzierenden und Rezipierenden überwunden, da beide im gegenseitigen Berühren oder Affizieren das Ereignis herstellen.

Sonic Bodies sind mit den Materialien in eine Soziokultur eingebettet, die sie gleichzeitig bilden. Die Soziokultur verfügt über kulturelle Praktiken, Interaktionen, Materialien, Symbolvorräte und Rituale. Sonic Bodies versammeln sich unter einem Totem, welches sie in Bewegung versetzt und eint. Während dies im Dancehall die pulsierende Bassline ist, handelt es sich bei Techno um den Onbeat der Kick Drum.

Sonic Bodies sind nicht nur in ein System des Soundings eingebettet. Sie stellen selber solche Systeme dar, in denen Wissen, Klang und Handlungen in Relation zu anderen Wissensarten, Sinnen und Handlungen stehen (Henriques 2011, S. 41). Bei einer Club-Party dringen die Schallwellen in die Ohren und die Eingeweide ein. Menschen nehmen unterschiedliche Gerüche wahr. Gleichzeitig betrachten sie die Lichtshows, Visuals, Handlungen, Gesten sowie Bewegungen der Aufführenden und anderen Anwesenden (Théberge 2016). Lieder oder Klänge tragen in Gedanken davon. Sie lösen unterschiedliche affektive Reaktionen aus, die direkt kommuniziert werden. DJs und Produzierende verfügen über praktisches, theoretisches und evaluierendes Wissen (vgl. Kapitel Sonische Körper). Sie wählen Material aus, bewerten dieses und machen Korrekturen.

Henriques Konzepte in „Sonic Bodies“ sind gleichermaßen innovativ wie problematisch. Trotz der herausragenden dichten Beschreibung der Akteure der Sound Systems und des wissenschaftlich vielversprechenden Sounding-Modells erscheinen die thematisierten Konzepte oftmals ambitioniert, unterkonzeptionalisiert und unscharf in Bezug auf die wissenschaftlich disziplinäre Zuordnung. Diese Schwächen können jedoch überwunden werden, sodass die Konzepte von Henriques geeignet scheinen, darauf aufzubauen und die Konzeptualisierung von Sonic Bodies, dem Sounding-Modell und einer auditiven Kultur voranzutreiben. Dabei gilt es, sich von dem Gedanken zu lösen, dass Sound „radikal“ oder an sich „subversiv“ sei, wie Henriques (2011, S. XX) behauptet. Für Seth Mulliken (2012) besteht dadurch die Gefahr, den vorherrschenden dominanten visuellen Diskurs durch einen dominanten auditiven Diskurs zu ersetzen (Mulliken 2012). Stattdessen wird in dieser Untersuchung ein ökologisch-ganzheitlicher Ansatz verfolgt, der weder Gehirn oder Körper noch die einzelnen Sinne über die jeweils anderen stellt.

Trotz der Innovativität des Konzepts des Sonic Bodies muss darauf hingewiesen werden, dass weder Henriques noch Jasen eine präzise Definition bieten, was einen Sonic Body charakterisiert. Dies ist dem emergent-diskursiven Konzept geschuldet, welches beabsichtigt, aus bestehenden Theorien auszubrechen, vor allem dem Dualismus von Körper und Geist sowie der visuellen Dominanz im wissenschaftlichen Diskurs zu kulturellen und medialen Artefakten. Die Unbestimmtheit macht das Konzept der Sonic Bodies wissenschaftlich attraktiv. Es ermöglicht auf empirischer Grundlage und abseits existierender Diskurse, an neue Erkenntnisse über das musikalische Handeln von Menschen in einer Kultur und dessen materieller Basis zu gelangen. Dies hat bei kritischer Auseinandersetzung mit dem Begriff eine Präzisierung der Definition von Sonic Bodies zur Folge. Ein Kritikpunkt besteht in der unmittelbaren Verbindung des In-Erscheinung-Tretens der Sonic Bodies mit zeitlich gebundenen Schallereignissen. Die Fähigkeiten der Akteure manifestieren sich bei Henriques und Jasen erst in Gegenwart des Schalls. Dies greift aber zu kurz, da Menschen ihr sonisches Wissen abseits von Veranstaltungen und den musikalischen Handlungen abrufen können. Musik ist „denkbar“ (Schnebel 1972) und somit geistig abrufbar. Musik und das Sonische sind im Geist vorstellbar, komponier- und hörbar. Es ist daher möglich, ohne unmittelbare Klangerzeugung im Kopf anteilig zum Sonic Body zu werden.

Veranstaltungen sind an unterschiedliche Orte und Räume gebunden, die bei Henriques nur zum Teil berücksichtigt werden, aber für die Sinnesproduktion des Audiosozialen (Jasen 2016, S. 7) von Bedeutung sind. Im Gegensatz zu Dancehall auf Jamaika ist Techno stärker in geschlossenen Räumen verortet, die zum einen eigene Atmosphären besitzen, zum anderen zur Gestaltungsgrundlage durch Mittel der Atmosphärenproduktion werden. Einige wurden so konzipiert, dass das Sonische perfekt auf den ganzen Körper auswirkt, andere so, dass sich die Körper in einem guten Licht präsentieren können. Problematisch erscheint, dass Henriques die Musik der Sessions nur gering thematisiert und Erkenntnisse der Musikwissenschaft ignoriert. Er äußert sich nicht zu den Qualitäten der Musikstücke und was diese in den Rezipierenden auslösen. Der Reiz einer

Session oder eine Veranstaltung elektronischer Tanzmusik entspringt jedoch nicht allein dem Schall und seinen Wirkungen auf den Körper, sondern was dieser transportiert. Es ist die Musik, die DJs auflegen und klanglich anpassen, die Menschen aktiviert oder in Gedanken davonträgt. Die Vergegenständlichung des Sonischen in ein Objekt oder einen Prozess (vgl. Sanio 2014) muss daher berücksichtigt werden. Die Fokussierung auf die Veranstaltung und das Schallereignis spart Handlungen sowie das dazugehörige Wissen aus, die nicht in direkter Verbindung zur Aufführung stehen, aber zentral für Musikkulturen sind. Henriques bietet kaum Informationen zur Wirtschaft der Sound System-Szene und Sessions. Dabei handelt es sich hierbei um wirtschaftliche Entitäten, die nach spezifischem Wissen verlangen. Ähnliches gilt für die Musikproduktion, die aufgrund des Themas nicht im Fokus von Henriques steht, dennoch signifikant ist, da sie eine Bedingung für das weitere Bestehen der Sound Systems sowie Szene ist.

Ein anderer Aspekt, der bei Henriques und Jasen unerwähnt bleibt, ist der Zustand der inneren Verfassung. Dies ist aber gerade bei einer Fragestellung von Belang, die Affekte bzw. das Affizierende des Klangs behandelt. Sonic Bodies besitzen mit den Worten Felix Guattaris eine „innere Ökologie“, die zum einen ihr Eigenleben, ihre Gemütslagen hat, zum anderen mit den „sozialen Ökologien“ harmonieren oder disharmonieren kann (Guattari 2008). Sie stehen in Relation zueinander und beeinflussen sich. Ausgeglichene innere Ökologien erzeugen eine harmonische soziale Ökologie und erhöhen z. B. die Bereitschaft zur Entäußerung oder den Ort bei einer illegalen Party vom Müll zu befreien. Unausgeglichene innere Ökologien erzeugen eine unharmonische soziale Ökologie und erhöhen die Bereitschaft, den Ort absichtlich zu verunreinigen oder die Party zu sabotieren. Die jeweiligen Milieus der Sonic Bodies sind Teil divergierender lokaler natürlichen und einer sozialen Ökologien. Sie bilden in diesen eine eigene soziale Ökologie, die aber durch die anderen konstituiert wird, Körper mit divergierenden inneren Ökologien hervorbringt sowie anzieht. Der Zustand der inneren Ökologien und das daraus entspringende Handeln der Körper gestaltet die soziale Ökologie. Genauso beeinflusst der Zustand der natürlichen und der sozialen Ökologie die inneren Umwelten der Körper

Obwohl Henriques eine Ethnographie der Sound System-Szene präsentiert, äußert er sich nicht zur Methodik. Es wird zwar ersichtlich, dass die Datenerhebung auf Interviews und teilnehmenden Beobachtungen basiert, zu deren Auswertung macht Henriques aber keine Angaben. Dies ist nicht nur grundsätzlich problematisch, sondern insbesondere bei einem Vorgehen bedenklich, das einen neuen Weg in der kulturwissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Klang, Musik und den dazugehörigen Kulturen zu beschreiten sucht. Gewöhnungsbedürftig erscheint die metaphorische, bzw. tönende Sprache, die Henriques für seine Theorien nutzt, wie bspw. Wavebands oder Wellenband als Bezeichnung für die körperlichen, materiellen sowie soziokulturellen Dimensionen der Sound System-Szene und deren gegenseitige Konstitution. Dies umfasst das Handeln in den Dimensionen. Die ‚tönende‘ Sprache ist seinem Ansatz des „thinking through sound“ und der Abkehr vom visuellen Diskurs geschuldet. Begriffe, die der Sprache der Audio Engineers, Mischer und Musiker entstammen, sollen die Basis für „thinking through sound“ sein.

Henriques präsentiert zusätzlich ein handlungstheoretisches Konzept, welches er ebenfalls als „Sounding“ bezeichnet. Dieses greift auf die Theorie des „Musickings“ zurück (s. u.) und erweiterte dies zum „Sounding“, das Klang als Aktivität begreift: „Sounding encompasses everything, everyone and all the activities that goes into the making of sound“ (Henriques 2011, S. XXIX). Die Hervorbringung und Verbreitung von Klang steht im Fokus des Soundings. Dieser liegt auf den materiellen Bedingungen und Tätigkeiten der „auditory propagation“. Dies bezeichnet Handlungen, die im Rahmen einer Dancehall Session erfolgen, um das sonische Ereignis entstehen zu lassen, wie die Arbeiten der Tontechniker, DJs oder MCs. Trotz der unterschiedlichen Schwer-

punkte basiert die Propagation auf der Triangulation der drei Elemente Techniken, Instrumente und Medien, auf die die Sonic Bodies der Soundsystems auf ihre Art zugreifen (ebd., S. 41). Die Propagation erfolgt in den drei Wellenbändern. Die Instrumente des materiellen Bands umfassen die Zusammenstellung an Arbeitsgeräten, wie Plattenspieler, Lautsprecher, Mischer, Tracks etc. Beim körperlichen Band stellen die Menschen das Instrument, beim soziokulturellen Band die Session mit ihren kulturellen Praktiken, sozialen Interaktionen, Ritualen usw. dar (ebd., S. 42ff.).

Mit dem praxistheoretischen Konzept des Soundings hebt Henriques die Bedeutung des Klangs und dessen Bearbeitung durch DJs und Mischer hervor. Die Erschaffung und Anpassung von Klangräumen durch Lautsprecher und Mischpult ist insbesondere bei Aufführungen und in der elektronischen Tanzmusik für ein angemessenes Resultat von Relevanz. Es ist fraglich, ob diese Spezifikation notwendig ist, da ein Orchestermusiker ebenfalls Klang erzeugt und kontrolliert. Komponisten geben die Klangfarbenmischung vor, welche durch die Dirigenten eine eigene Charakteristik erhält. Weiterhin grenzt die Fokussierung auf Aktivitäten mit Klang andere Handlungen aus, die im Zusammenhang mit einer Session stehen und sich bspw. auf wirtschaftliches Handeln beziehen. Ebenso existieren in der Technokultur unterschiedliche Arten an musikalischen Handlungen, die nicht direkt in Verbindung mit Klang und dessen Hervorbringung stehen, wie das Archivieren von Platten oder Grafikdesign für Partys. Daher erscheint das dem Sounding zugrunde liegende Musicking-Konzept geeigneter für die Untersuchung der Technokultur.

Als „*Musicking*“ bezeichnet Christopher Small (1998) sämtliche Tätigkeiten im Zusammenhang mit einer Musikaufführung, wie etwa das Komponieren, Proben, Aufführen und Rezipieren (Small 1998, S. 9). Dieses Konzept ist geeignet für die Untersuchung der Technokultur, da es sich vom Paradigma der Objekt- bzw. Werkfixierung der Musikwissenschaft abwendet und stattdessen Musik als Handlung auffasst. Die Konzentration auf das Werk hat den Ausschluss von Musik zur Folge, die nur als Aufführung existiert, wie in afrikanischen Musizierpraxen. Der Werkcharakter wird auch in elektronischer Tanzmusik infrage gestellt, da in diesem Fall viele Werke – die einzelnen Tracks – in einem Werk – dem Set – aufgehen. Das Set entsteht in der Handlung, ist niemals abgeschlossen und, abgesehen von Playback-Sets, immer anders. Die Auseinandersetzung mit dem Werk führte zu einer Hermeneutik, in welcher der musikalische Inhalt vom Komponisten vorgegeben war und den es zu entschlüsseln galt. Dies hatte eine Fixierung auf die Urheber zur Folge. Dadurch kam es zum Ausschluss unterschiedlicher, vor allem abweichender Lesarten. Die Rezeptionsleistungen der Hörenden blieben unberücksichtigt und wenn dies doch der Fall war, wurden sie entsprechend ihrer Gültigkeit klassifiziert (Adorno 1975).

Gemeinsam ist dem Musicking, wie auch der „musikalischen Praxis“ von Kurt Blaukopf (1996) und dem Sounding, dass sie praxistheoretische Ansätze sind, die das Handeln der Menschen mit Musik, resp. den physischen Vollzug sozialer Praktiken untersuchen. Damit tragen sowohl die Sonic Bodies als auch die vorgestellten Ansätze dem praxistheoretischen Turn Rechnung (vgl. Reitsamer 2016, S. 41). Grundlegend sind für Small zwei Fragen: Was hat es zu bedeuten, wenn diese Aufführung zu dieser Zeit, an diesem Ort, mit diesen Anwesenden stattfindet? Und: Was passiert hier eigentlich? Ausgangspunkt für sein Konzept des Musicking war die Feststellung: „There is no such thing as music. Music is not a thing at all but an activity, something that people do“ (Small 1998, S. 2). Damit richtet sich Small (1998, S. 4) gegen die vorherrschende Annahme der Dinglichkeit von Musik in der Musikwissenschaft, die das Werk als den grundlegenden Gegenstand der Musik definiert und nicht die Aufführung (Dahlhaus 1978a, 1978b). Eine Bewertung des Schaffens, Wahrnehmens und Reagierens ist nicht gegeben. Der Wert liegt im Werk. Diese Prämisse hat laut Small vier Konsequenzen zur Folge: Erstens findet die musikalische Aufführung keine Berücksichtigung im kreativen Prozess. Zweitens handelt es sich hierbei um ein

einseitiges Kommunikationssystem. Drittens könne keine Aufführung besser sein als das aufgeführte Werk. Zuletzt ist jedes musikalische Werk autonom. Statt solch einer eingeschränkten wissenschaftlichen Perspektive gilt es im Musicking, jeder musikalischen Aufführung die gleiche Aufmerksamkeit zu schenken und diese nicht zu bewerten. Eine Musikaufführung umfasst sowohl das private Hören von Tonträgern als auch Aufführungen im traditionellen Sinne. Musicking ist deskriptiv, nicht präskriptiv (Small 1998, S. 9). Auf diese Weise erhalten die unterschiedlichen Aufführungen eine Aufwertung in der wissenschaftlichen Analyse, da jeder Akt des Musickings als relevante Handlung ernst genommen wird. Dies ist von Signifikanz für die vorliegende Untersuchung, die die Werte-Schöpfungen der Technokultur untersucht, weil in der Technokultur verschiedene Arten des Musicking existieren, in denen Menschen unterschiedlich involviert sind. Die Trennung zwischen Produzierenden und Rezipierenden wird überwunden, da beides gleichwertige Akte des Musicking sind, beide für ein Gelingen einer Aufführung gegeben sein müssen und die Rezipierenden produzierend in den Aufführungen tätig sind, etwa durch Singen oder Bedeutungszuschreibung. Die Hierarchie zwischen den Produzierenden und den an der Produktion beteiligten Menschen wird überwunden, da alle ihren Beitrag zum Gelingen des Musicking leisten. So zählen auch Handlungen von Roadies, Einweisenden, Licht- und Videooperator oder Techniklieferant*innen zum Musicking. Dadurch nimmt die Theorie eine kunstsoziologische Perspektive ein, wie im Konzept der „Art Worlds“ (Becker 1982), nach der Kunstproduktion durch viele Menschen erfolgt, die auf unterschiedliche Weise den Schaffens- und Aufführungsprozess beeinflussen.

Trotz vieler Vorzüge hat das Konzept des Musickings einige Schwächen, die sich aber leicht beheben lassen. Besonders problematisch erscheint die normative Sichtweise Smalls von Musik als ritueller Handlung, die die europäische Musiktradition als singuläre Erscheinung deutet. Dies ist angesichts außereuropäischer Musiktraditionen, in der die Aufführung im Mittelpunkt steht, zwar korrekt, unterschlägt allerdings die Stellung des ästhetischen Objekts Musik und deren Urheber für die westliche Musikkultur und Musikwirtschaft. Selbst prozessuale Musik, die sich dem Werkbegriff entzieht, wie Minimal Music, verfügt über Urheber, die diese konzipiert haben. Das ästhetische Objekt oder der musikalische Text bilden die Basis für die individuelle Aufführung oder Rezeption im privaten Rahmen, für musikwirtschaftliches und musikalisches Handeln, etwa als Arbeitsmittel für DJs. Urheber sind zentrale Kategorien des Marketings und des Verlagswesens, insbesondere unter der Prämisse der Musikindustrie als Copyright Industry (Wikström 2013). Musikobjekt und Urheber müssen daher in der Auseinandersetzung mit der Technokultur berücksichtigt und das Musicking-Konzept angepasst werden. Musik ist demnach eine Handlung, die gespeichert und in ein Objekt überführt werden *kann* und dadurch Personen zugeschrieben wird. Dabei soll nicht der Werkbegriff mit seinen Implikationen durch die Hintertür eingeführt werden. Es gilt lediglich anzuerkennen, dass Musikobjekte einen oder mehrere Urheber haben.

Ein anderes Manko des Musickings besteht im Aussparen musikökonomischer Handlungen im Zusammenhang mit dem Symphoniekonzert. Small liefert lediglich einen kurzen historischen Exkurs über die Entstehung des von professionellen Musikern aufgeführten Konzertwesens. Das Konzept ähnelt hinsichtlich der kollektiven arbeitsteiligen Produktion Beckers „Art Worlds“. Dadurch erscheint anschlussfähig an das „Six-Facet Model of the Production Nexus“ der Kulturproduktionsperspektive (Peterson/Anand 2004). Dieses zeigt auf, wie unterschiedliche Systeme der Produktion, Distribution, Bewertung, Konservierung und Bildung die symbolische Ordnung, aber auch Materialität eine Musikkultur beeinflussen. Dies berücksichtigt neben kulturellen Faktoren ebenso wirtschaftliche und rechtliche Faktoren. Musicking umfasst in dieser Auslegung daher wirtschaftliches Handeln im Zusammenhang mit den Musikobjekten und Aufführungen.

2.2.1 Material und Affordanzen

Material nimmt in Henriques Sounding-Konzept in der Hierarchie der drei Wellenbänder die zentrale Stellung ein, da sowohl Körper- als auch Soziokultur auf dieses angewiesen sind (Henriques 2011, S. 28f.). Deshalb wird nun dessen Bedeutung für Musikkulturen und die Technokultur im Speziellen hervorgehoben. Der Fokus liegt einerseits darauf, was als Material zu betrachten ist, andererseits auf dessen Möglichkeiten, Wirkungen und Beschränkungen.

Techno ist eine Musik, die in ihrer Produktion und Aufführung maßgeblich auf Medien sowie Technologien basiert. Im historischen Verlauf kursierten in der Technokultur verschiedene Medien zur Speicherung, Werbung, Informationsvermittlung oder Dokumentation (vgl. Schneider 2016)¹⁶. Der Medienwandel kann an ihr festgestellt werden: Sets wurden auf Kassetten aufgenommen und herumgereicht, Musikvideos oder -sendungen auf VHS gespeichert. Beide Magnetbandformate wurden durch ihre digitalen Pendanten verdrängt. Dennoch existieren analoge Medien, wie Flyer und Programmhefte. Die Technokultur erscheint als Medienökologie (vgl. Fuller 2005), die auf unterschiedlichen Medien basiert: Vinyl, CDs, MP3s, Waves, Kassetten, Internet, Streaming, Festplatten, USB, Plattenspieler, CD-Player, Laptop/Computer, Tracks, Social Media, Smartphone, Sets, Drum Computer, Video, PC-Programme, etc. Dieses Argument kann um andere Materialien und Technologien erweitert werden, die gleichfalls die materielle Basis der Technokultur bilden, wie u. a. Controller, Synthesizer, Instrumente, Kabel, Adapter, Kopfhörer, Mischpulte, Sampler, Taschen, Koffer, Lautsprecher, Lichtanlagen. Clubs, Diskos, Wohnungen, Festivals, besetzte Orte, Städte oder Natur gehören auch zu den Materialien der Technokultur. Die wichtigsten Materialien sind die Musik und das Sonische.

Musik war schon immer an Materialien, Instrumente, Medien, (Spiel-)Techniken und Technologien gebunden. Sie besitzt eine materielle Basis, die sich wandelt und die Musik(-kultur) dynamisiert (Faulstich 2002, 2004, 2012). Das Aufschreibesystem der Notation brachte u. a. Mehrstimmigkeit, Kontrapunkt oder Funktionsharmonik hervor. Technische Innovationen im Instrumentenbau beeinflussten Komponisten wie Beethoven, dessen Kompositionen von den Ausdrucksmöglichkeiten des Pianofortes geprägt waren (DeNora 1995), oder Giacomo Meyerbeer, der die Sax-Instrumente in „Le prophète“ integrierte (Brzoska 2009). Das Lithographie-Verfahren revolutionierte den Notendruck und ermöglichte die massenhafte Vervielfältigung von Musik (Wicke 1998a, S. 17). Diese Entwicklung ging mit der Ausformung eines Bürgertums und einer bürgerlichen Kultur einher, in der musikalische Darbietungen der Töchter ein fester Bestandteil waren (ebd., S. 27). Das Aufschreibesystem der Phonographie erweiterte die Möglichkeiten musikalischen Ausdrucks und Gestaltung, da es das ganze schallende Ereignis speichert (Großmann 2016). Elektrifizierung und später Digitalisierung der Instrumente erweiterten die gestalterischen sowie klanglichen Ausdrucksmöglichkeiten.

Musik benötigt Materialien und gleichzeitig ist sie Material. Zu Zeiten der Notation bildeten Töne, Form und Klangkörper (Klangfarbenmischung) das Material der Musik. In Bezug auf die Parameter des Schalls war der Ton das vornehmliche Material der musikalischen Gestaltung (Großmann 2013b, S. 65). Mit der Materialisierung des Schallereignisses durch die Phonographie rückten jene Parameter in den Vordergrund, die die Notation aussparte bzw. dem Ton unterordnete, wie Periodizität, Obertonstruktur, rhythmische Mikrostruktur, Agogik oder Intonation (ebd., S. 67). Durch die Phonographie wurde Schall beherrsch- sowie gestaltbar und das Sonische zu etwas „Produziertem“ (Hanáček 2008, S. 8). Es konnte aufgrund seiner Loslösung von den Klan-

¹⁶ Daniel Schneider (2016) stellt die Bedeutung der unterschiedlichen Medien und Artefakte für die Arbeit im Berliner Archiv der Jugendkulturen heraus.

gerzeugern mit dem Instrument des Tonstudios bearbeitet werden. Das Sonische und dessen Gestaltung sind abhängig von der Entwicklung der Technologien. Mit Mehrspurverfahren und Hallräumen konnten sonische Landschaften und Räume ent- als auch wieder verworfen werden. Synthesizer schufen neue, künstliche sonische Materialien. Sampler ermöglichten Zugriff und Bearbeitung bestehenden Materials. Digitale Technologien erweiterten zum einen die kompositorischen und sonischen Möglichkeiten. Zum anderen haben sie musikalischen Raum und Zeit materialisiert und durch Panning, Delay oder Hall, Mikrorhythmik oder Timestretch gestaltbar gemacht (Brøvig-Hanssen/Danielsen 2016, S. 2f.). Musikalische Räumlichkeit kann gestaltet werden. Vergleichbar zur Tongestaltung werden Raum und Zeit geistfähiges Material. Als musikalisches Material erscheinen daher Formen sonischen Materials, das Material der phonographischen Notation und Programme (ebd., S. 61).

Musik und das Sonische sind ein Ereignis. Sie sind weder statisch noch passiv. Sie sind in Bewegung, im Werden. Sie materialisieren sich in der Bewegung der Luftmoleküle. Musikalischesonische Ereignisse erscheinen und verschwinden. Sie sind „sonischer“ (Cox 2011) bzw. „rhythmischer Materialismus“ (Henriques 2011, S. 51). Klang ist immersiv, umschließend und geht durch den Körper (Cox 2011, S. 148). Diese Eigenschaften zeichnen die zwei Dimensionen des Materials aus: ihre Materialität und physiologisch-affizierende Wirkung. Die Materialität des Klangs basiert zum einen auf dessen Textur und zeitlichem Fluss, zum anderen dessen spürbaren und affizierenden Effekt (ebd.). Musik und das Sonische lösen Bewegungen aus. Körper geraten in Bewegung und empfinden etwas. Dieser Zustand kann von kurzer Dauer oder langanhaltend sein, wie bspw. bei der Gewöhnung an synthetische Klänge (Brøvig-Hanssen/Danielsen 2016, S. 147). Musikalisches Material ist bearbeitbar und bearbeitend, berührbar und berührend. Das Sonische kann nicht mit den Händen direkt berührt werden, dennoch ist es taktil, auf der Haut spürbar, und mittels Medien, Techniken sowie Technologien manipulierbar.

Klänge und Musik sind zeitliche und räumliche Ereignisse. Mit der Loslösung von der Form rückten Materialien, Klänge und Stimmungen in den Vordergrund. Anstelle auskomponierter Formverläufe traten Atmosphären. Musik wurde ein räumliches Phänomen (Böhme 2017, S. 9). Diese Räume sind in Bewegung und ermöglichen das Erleben von Zeit sowie anderen Zeitmodellen (Sanio 2014, S. 68). Repetitionsmusiken, wie Minimal Music oder Minimal Techno, basieren auf materiellen Prozessen in der Zeit, die von traditionellen Zeitverständnissen der Musik abweichen. In ihnen wird Zeit selber und anders erlebt. Musik ist ein räumliches Phänomen auch in dem Sinne, dass sie in Räumen stattfindet. Für diese gilt ebenso für das sonische Material, dass sie gestaltbar, als auch gestaltend sind. Atmosphären der Umwelten, ihre sinnlichen Qualitäten färben mit ihrer Stimmung auf Körper und Material ab. Gleichzeitig kann diese durch Körper und Materialien gestaltet werden. Wird eine Sinfonie im Konzerthaus gehört, dann beeinflussen Architektur, Sinnlichkeitsproduktion der Orte (vgl. Jasen 2016) und der Habitus der Anwesenden das Material und die Körper. Ein Konzertsaal stellt eine Pufferzone dar, um den normalen Umgebungsklang zu unterdrücken und die Aufmerksamkeit voll auf die Aufführung zu lenken (Watkins 2011, S. 407).

Die Technokultur findet an unterschiedlichen Orten und in unterschiedlichen Räumen statt. Diese besitzen „Atmosphären“ (Böhme 2017) und können durch Mittel der Atmosphärenproduktion gestaltet werden. Sie unterscheiden sich zum einen hinsichtlich ihrer Art, Größe und Bauart, zum anderen in punkto Anzahl, Habitus und Zusammensetzung des Publikums. In ihnen kommen divergierende Sounds, Sound- und Lichanlagen, Dekorationen sowie gestalterische Elemente zum Einsatz. Die Materialität der Orte rahmt das sonische Material und beeinflusst dessen affizierende Wirkung. Wie die Musik und das Sonische sind die Räume in Bewegung. Sie unterliegen Verän-

derungen durch Atmosphärenproduktion und zeitlichen Abläufen. Zum einen existieren sie nur zu bestimmten Zeiten, zum anderen nur für einen gewissen Zeitraum. Clubs und andere Orte können überdauern, aber auch erscheinen und wieder verschwinden.

Musikkulturen sind daher nicht nur durch musikalisch-sonische Merkmale charakterisiert. Die anderen Materialien und die Wahrnehmung dieser müssen ebenfalls in die Betrachtung einfließen. Als Erklärungsansatz eignet sich das Konzept der „Affordanzen“ (Gibson 1966, 1982). Diesem liegt eine ökologische Wahrnehmungstheorie zugrunde, die gleichermaßen an das Konzept des Sonischen, der Sonic Bodies und das Sounding-Modell angeschlossen ist. James J. Gibson entwickelte seine ökologische Wahrnehmungstheorie in Opposition zu behavioristisch-kognitivistischen Wahrnehmungspsychologie. Er wandte sich gegen den Descartschen Dualismus, der den Körper vom Geist trennt, ähnlich wie Henriques im Sounding-Modell. In seiner ökologischen Vorstellung von Wahrnehmung ist der ganze Körper beteiligt. Dabei körpern sich die Wahrnehmungserfahrungen als implizites Wissen ein. Der Wahrnehmungsprozess wandelt sich sukzessive durch ständiges Lernen. Materialien und Körper stellen Angebote einer Umwelt dar, die diese den Menschen macht.

„Unter den Angeboten (affordances) der Umwelt soll das verstanden werden, was sie dem Lebewesen anbietet (offers), was sie zur Verfügung stellt (provides) oder gewährt (furnishes), sei es zum Guten oder zum Bösen.“ (Gibson 1982, S. 137)

Ein Stein kann eine Waffe oder ein Spielzeug sein, er gewährt beide und noch andere Möglichkeiten. Affordanzen schränken ein (constraints). Der Stein kann nicht gegessen oder als Material zum Schiffbau verwendet werden. Einige Objekte gewähren mehrere Handlungsoptionen. Neben diesen funktionalen Aspekten zeichnen sich Affordanzen durch relationale aus:

„Ein Angebot ist zugleich ein Faktum der Umwelt als auch eines des Verhaltens. Es ist sowohl etwas Physisches als auch etwas Psychisches und doch keines von beiden. Ein Angebot weist in beide Richtungen, auf die Umwelt und zum Beobachter.“
(Gibson 1982, S. 139)

Deshalb divergieren Objekte als Affordanzen einerseits zwischen unterschiedlichen Spezies, andererseits in einer Spezies. In Konsequenz ist die Wahrnehmung und sowie Annahme oder Ablehnung der Affordanzen abhängig von den Relationen der Organismen dazu. Die unmittelbare Wahrnehmung von Objekten aufgrund ihrer handlungsrelevanten Eigenschaften für einen Organismus steht im Zentrum von Gibsons Theorie. Die Oberflächen der Objekte besitzen Qualitäten im Sinne invarianter Informationen, die sie spezifizieren und handlungsrelevant machen. Dafür ist kein Vorwissen notwendig, da sie je nach Organismus unmittelbar relevante Handlungsangebote machen (to afford). Dies ist laut Gibson auf einen Prozess der „unmittelbaren Wahrnehmung“ zurückzuführen, der Organismen befähigt, die Affordanzen der Objekte und nicht unterschiedliche sinnliche Reize wahrzunehmen (ebd., S. 159ff.). Von Bedeutung sind dabei die Oberflächen. Organismen nehmen nicht deren Eigenschaften, sondern die Affordanzen der Objekte wahr. Affordanzen sind daher in Abhängigkeit des jeweiligen Organismus spezifische Angebote für Handlungsoptionen. Die direkte Wahrnehmung bezieht sich auch auf kulturelle und symbolische Objekte, wie Medien, Technik oder Wörter. Der Wahrnehmung liegt ein weiterer Prozess der indirekten mittelbaren Wahrnehmung zugrunde, der die Verbindung zur Kognitionspsychologie herstellt (ebd., S. 256ff.). Hierbei kommt es zur Verarbeitung und Reflexion von Sinnesindrücken, was die Voraussetzung für ‚höhere‘ kognitive Prozesse, wie Identifizierung oder Interpretation, ist.

Das Konzept der Affordanzen weist Parallelen zum Konzept des Sonischen auf. Das Sonische stellt eine Form von Affordanz dar. Zwar existiert das erklingende Musikobjekt nur temporär, es verfügt dennoch über eine Objektoberfläche mit Invarianzen im Sinne des „sonischen Materialismus“ (Cox 2011). Beide Konzepte stellen eine Relation zwischen Objekt und Subjekt her. Die wissenschaftliche Attraktivität der Affordanzen liegt darin, dass sie die Objekte mit ihrer Materialität und die Hörer bzw. Nutzer mit ihren körperlichen Merkmalen und sonstigen Eigenschaften adressieren, was physische Attribute, Gemütszustände und Faktoren sozialer Ungleichheit umfasst.

Wahrnehmung wird durch innere Verfassung auf der einen Seite und Faktoren wie Geschmack und soziale Ungleichheit auf der anderen Seite beeinflusst. Alter und Bildung sorgen bspw. dafür, dass musikalische Affordanzen unterschiedlich wahrgenommen werden. Dasselbe trifft auf die Technokultur zu. Während etwa Sound und Habitus studentisch orientierter Clubs von diesen als Angebot wahrgenommen wird, leisten sie weniger für ein bildungsfernes Publikum bzw. stellen keine Affordanz dar (vgl. Kapitel Sonische Produktion/Körper). Lernen, Wissen und Älterwerden verändern die Wahrnehmung von Affordanzen. Ein Synthesizer stellt bspw. zunächst kein Angebot dar, mit dem Wissen über dessen Bedeutung zur Erreichung eines spezifischen Sounds wird er aber zu einem. Ohren können sich auf elektronische Klänge einstimmen, was die Wahrnehmung sonischer Affordanzen beeinflusst (vgl. Brøvig-Hanssen/Danielsen 2016, S. 147).

Die Populärkultur- und Kulturwissenschaft nahm sich der ökologischen Wahrnehmungstheorie an und erweiterte diese zu einem medienökologischen Ansatz (vgl. Lepa 2012). Die Basis für die medienökologische Auslegung hat Gibson (1982) bereits gelegt. Grundlegend ist dabei das Konzept der „Dualität der Bildwahrnehmung“, welches für Objekte konstitutiv ist, die unter der Bezeichnung „Medien“ firmieren (Gibson 1982, S. 302). Diese sind ebenfalls durch ihre Objektoberflächen charakterisiert, die allerdings eine technische Behandlung erfahren haben. Diese Bearbeitung hat zwei Spezifikationsmodi zur Folge. Im Modus der „direkten Auffassung“ spezifizieren die Objekte ihre invarianten Eigenschaften, wie etwa Struktur, Farbzusammensetzung und Materialität eines Bildschirms oder einer Leinwand. Die Bearbeitung der Objektoberflächen führt zum Spezifikationsmodus der „indirekten Auffassung“. In diesem Fall nehmen Menschen durch das Medium das darin Gespeicherte wahr, wie eine Szene oder Stilleben. Diese Dualität trifft auch auf Musik zu. Stücke können als Ganzes wahrgenommen werden, das Gehör kann sich auch auf einzelne Klänge konzentrieren und die Gesamtheit ausblenden.

Die Anwendung des Affordanzen-Konzepts auf Medien und Musik bietet die Chance, neue Wege in der Kultur-, Medien- und Musikwissenschaft zu beschreiten. Statt Medien und Musik hermeneutisch zu untersuchen, ist es möglich, „das habitualisierte Aufsuchen typologischer Musikrezeptionsdispositive oder die Nutzung bestimmter Wiedergabetechnologien korrelativ in Bezug zu Sozialisationsvariablen und Genrevorlieben zu setzen“ (Lepa 2012, S. 292). Dies verlangt nach einem empirischen Vorgehen, wie es das Konzept der Affordanzen vorsieht, um nicht in die Hermeneutik zurückzukehren. Auf diese Weise lassen sich sowohl die Materialität von Musik und der genutzten Rezeptionsdispositive (vgl. Großmann 2008) als auch das Erleben der Rezipierenden und ihre physiologischen, psychologischen und sozialen Attribute untersuchen. Dadurch kann das Affordanzen-Konzept eine Verbindung zwischen Ethnographie, Sozialstruktur- und kulturwissenschaftlichen Disziplinen herstellen. Dabei müssen Faktoren sozialer Ungleichheit und Methodenpluralismus berücksichtigt werden (vgl. Hesmondhalgh 2008).

Das Konzept der Affordanzen deckt den Bereich der Materialität von Musikkulturen ab, der nicht das Sonische betrifft. Während das Sonische die Materialität des Klangs und das hörende Subjekt

adressiert, beziehen sich Affordanzan auf die Materialität von Objekten und das subjektive Erleben. Das Konzept bietet in Bezug auf technische Objekte einen Mittelweg zwischen Konstruktivismus und Technikdeterminismus (Hutchby 2001). Affordanzan sind weder passiv und allein sozial determiniert noch sind sie übermächtig. Sie sind sowohl bearbeitbar als auch bearbeitend. Es existieren verschiedene Arten an Affordanzan. Dies umfasst solche der natürlichen Umwelt, der Artefakte, der Technologien, anderer oder eigenen Spezies (ebd., S. 448). Die Technokultur offeriert unterschiedliche musikalische, technische, räumliche, atmosphärische sowie soziale Affordanzan, die als Optionen für das Erleben, Handeln, Sinn-, und Identitätskonstruktion dienen (vgl. Dibben 2001; Clarke 2005; Reybrouck 2012; Krueger 2011; DeNora 1999, 2004). Genres sowie Musikstücke sind Objekte mit invarianten Eigenschaften, die als Affordanzan fungieren. Bei einem Musikstück sind sie die „Summe aller materiell-symbolischen Eigenschaften, die ein erklingendes musikalisches Objekt für spezifische soziale Akteure in spezifischen sozialen Kontexten besitzen kann und die in der Lage sind, soziale Handlungen, Affekttransformationen oder Sinnproduktion zu ermöglichen“ (Lepa 2013, S. 376). Musik und Klänge machen Angebote affizierender, physiologischer und psychologischer Natur. Die jeweiligen Dispositive des Hörens verfügen laut Lepa aufgrund ihrer divergierenden Relation zwischen Hörer, Umwelt und Werk über verschiedene emotionale Affordanzan (ebd., S. 388). Der Dispositivbegriff umfasst sämtliche Bedingungen, technische Vorrichtungen und Kontexte, die die Produktion oder Rezeption von Musik benötigt und beeinflusst (Großmann 2008). Beim Lautsprecher-Dispositiv stehen auf der einen Seite die Räumlichkeit des Klangs und Emulation einer Musikaufführung im Vordergrund. Dies ermöglicht ein solipsistisch intensives Hören. Auf der anderen Seite wird beim Kopfhörer-Dispositiv die Musik zu einem Teil des Körpers. Dies bewirkt eine direkte sowie intimere Wirkung auf den Körper. Der Mensch verschmilzt innerlich mit der Musik. Lautsprecher- und Kopfhörer-Dispositiv ermöglichen unterschiedliche Subjektivierungsweisen (Lepa 2013).

Affordanzan können in Material integriert werden, wie etwa bei Tracks und Technologien oder Programmen (Hutchby 2001, S. 449). Diese ermöglichen gewisse Arten der Produktion, Klangerzeugung, -manipulation und -gestaltung, auch solche, die nicht intendiert waren, aber gewährt werden. So ist bspw. das Genre Slow Techno eine Folge von Tracks, die statt mit 45rpm mit 33rpm abgespielt werden. Dies war von den Produzierenden nicht beabsichtigt, wurde jedoch durch die Affordanzan der Tracks und Plattenspieler ermöglicht. Gleiches gilt für die Roland TBR-303, deren Klänge Acid House hervorbrachten. Deshalb müssen vor allem technologische Affordanzan erlernt werden, da sie etwa Folge der Manipulation der inhärenten Möglichkeiten der Maschinen oder Programme sind (ebd., S. 448f.). Technologien schränken auch ein. Die 303 kann nicht kleiner als in 16-tel Werten erscheinen, da es die Technologie nicht hergibt.

Die Orte der Technokultur offerieren ebenfalls unterschiedliche Angebote hinsichtlich ihrer DJ-Bookings, Publikumszusammensetzung, Habitus oder Atmosphären, die ermöglichen und beschränken. In einem schicken Club können sich die Gäste elegant, aber nicht leger kleiden. Sie ermöglichen gepflegtes Tanzen und Selbstinszenierung, aber kein „Hakken“¹⁷ wie bei Gabber-Partys. Städte werden ebenfalls als Material betrachtet, die als Handlungsoptionen etwas leisten. Die Berliner Technoszene ist Folge der Möglichkeiten, die die Stadt bot und andernorts nicht gegeben waren.

¹⁷ Körperlicher Tanzstil mit schnellen Bewegungen, Drehungen, Sprüngen und Tritten, der im Kontext von Hardcore Techno vorkommt.

2.2.2 Soziokultur

Henriques verortet Sonic Bodies im Feld der Cultural Studies. Er verfolgt das Ziel einer „Auditory Cultural Studies“ (Henriques 2011, S. XXV), die sich zum einen von der visuellen Vorgehensweise dieser Wissenschaft abgrenzt, zum anderen selber auditiv ist. Die Zusammensetzung und Struktur der auditiven Kultur bleiben bei Henriques allerdings unberücksichtigt. Zwar erwähnt er soziale Unterschiede einer Session, verfolgt dies aber nicht weiter.

Daher werden im Folgenden Theorien der Subkultur, Szene, Kulturfelder und neo-subkulturelle Ansätze vorgestellt und einer Kritik unterzogen, um zu einer Definition von Soziokultur zu gelangen, die sowohl der Empirie als auch dem Sounding gerecht wird. Die Analyse der Vergemeinschaftungstheorien wird durch die Theorie des Soundings gerahmt. Obwohl sich die Ansätze hinsichtlich ihrer Konzeptionalisierungen unterscheiden, so haben sie doch eine gemeinsame Basis. Sie können den soziologischen Modernisierungstheorien zugerechnet werden, die auf Wandlungsprozessen der westlichen Gesellschaften fußen. Individualisierung, Pluralisierung, Reflexivität, Subjektivierung, Verflüssigung, Neo-Liberalisierung wären einige Stichworte, die die soziologische Diskussion der Postmoderne bestimmen. Der Wandel der Gesellschaften ging auch mit neuen Formen des Musickings einher, die auf anderen Ritualen und Mythen basieren (Small 1998, S. 102). Dies schlägt sich in den Theorien nieder, die musikalische Gemeinschaften beschreiben.

Der Begriff der *Subkultur* fand in der Soziologie erstmals Verwendung im Rahmen der Chicago School. Diese analysierte in den 1920er Jahren gesellschaftliche Untergruppen, wie bspw. Kriminelle, die von der hegemonialen Vorstellung von Gesellschaft abwichen und Formen von Autonomie erlangten. An analytischer Prominenz gewann die Subkultur in den 1960er und 1970er Jahren in den Arbeiten des Center for Contemporary Cultural Studies in Birmingham und dem Buch „Resistance Through Rituals“ (Hall/Jefferson 2006). Dieses betrieb eine systematische sowie neomarxistische Subkultur-Forschung der britischen Nachkriegs-Jugendkulturen.

Subkulturen stellen Subformationen einer Gesellschaft dar. Diese werden durch die jeweilige Klassenzugehörigkeit geprägt und richten sich gleichermaßen widerständig gegen die Bourgeoise („Dominant Culture“) und Elternkultur („Parent Culture“). Dabei erfolgte eine Unterscheidung zwischen den Subkulturen der Arbeiterklasse und den Gegenkulturen („Counter Culture“) der Mittelklasse. Die Trennung basiert auf den größeren gesellschaftlichen Möglichkeiten, die der Mittelklasse offenstehen (Clarke et al. 2006; Hall/Jefferson 2006). Gegenkulturen sind diffuser und individualisierter, die Subkulturen der Arbeiterklasse in sich geschlossener. Deshalb erscheint die Subkultur entweder in Form einer klassenbasierten oder einer stilbasierten, wobei die Erste mit der Arbeiter-, die Zweite mit der Mittelklasse korreliert (Hall/Jefferson 2006). Unabhängig von der Art der Subkultur ist in beiden Varianten der Stil gleichermaßen bedeutsam. Dieser bezeichnet diverse Praktiken semiotisch-ritualisierter Abgrenzung. Zentral ist der Begriff der „Bricolage“ (Lévi-Strauss 1979; vgl. Hebdige 2007), der das aktive Stilisieren der Mitglieder der Subkultur beschreibt. Im Akt der Stilisierung bilden die Jugendlichen ihre Gruppenidentitäten aus, die sich gegen die dominante Kultur und Elternkultur wendet.

„What makes a style is the activity of stylisation – the active organisation of objects with activities and outlooks, which produce an organised group-identity in the form and shape of a coherent and distinctive way of ‚being-in-the-world‘“ (Hall/Jefferson 2006b, S. 42)

Die Subkulturtheorie erscheint „auch heute noch als ‚Muttertheorie‘, um Korrelationen zwischen Sozialstruktur und Jugendkultur zu thematisieren“ (Kühn 2017, S. 32). Zwar haben Klassen und

Schichten seit den frühen Arbeiten des Center for Contemporary Cultural Studies tendenziell an Bedeutung eingebüßt, dennoch sind Faktoren sozialer Ungleichheit und soziale Positionierung entscheidend für die ungleich verteilten Chancen in der Gesellschaft.

Die Verbindung von Sozialstruktur und Jugendkultur stellt aber auch die Problematik der Subkulturtheorie dar. Gerade die relativ feste Verbindung von Klasse auf der einen Seite und Stil sowie Musik auf der anderen Seite stand im Mittelpunkt der Kritik (vgl. Bennett 2004, S. 225). Andy Bennett weist auf die Kaufkraft von Jugendlichen der Arbeiterklasse hin, denen im Gegensatz zur Mittelklasse mehr Möglichkeiten zur Verfügung standen. Dies machte sie zu einer attraktiven Zielgruppe. Die uniforme Nutzung von Stil kann statt einer Reaktion auf einen strukturellen Wandel als Folge erfolgreichen Marketings gedeutet werden (Bennett 1999). Es gibt Zweifel an der These, alle Mitglieder einer Subkultur verfügten über denselben Klassenhintergrund. Besonders an einem zentralen Untersuchungsgegenstand der Cultural Studies, dem Punk (Hebdige 2007), scheint dieser Zweifel angebracht, da viele Mitglieder einen Mittelschichtshintergrund besaßen (Clarke 1990). Ein anderer Kritikpunkt bezieht sich auf die Unterrepräsentation von Mädchen und jungen Frauen bzw. Gender in den Untersuchungen zu Subkulturen. Hall und Jefferson (2006b) weisen in der Neuauflage von *Rituals Through Resistance* auf diesen Kritikpunkt hin. Ähnlich verhält es sich mit anderen Faktoren sozialer Ungleichheit, wie etwa der Ethnie. Subkultur erscheint in diesem Zusammenhang als ein ‚weißes‘ Konstrukt (Bennett/Kahn-Harris 2004). Die Rigidität von Subkulturen ist ebenfalls problematisch. Statt den Blick auf Bewegungen zwischen den Gemeinschaften zu richten, konzentriert sich dieser auf die Trennung bzw. abgrenzenden Aspekte. Relationen zwischen Subkulturen sind fluider und die Mitglieder freier in ihren Entscheidungen (vgl. Maffesoli 1996), als es der Ansatz der Subkultur, der auf Kohärenz und Solidarität basiert, zulässt (Bennett 1999, S. 603)¹⁸. Ein weiteres und für diese Untersuchung noch problematischeres Manko der Subkultur-Theorie ist ihre Unfähigkeit, Einsichten in Musik zu unterbreiten (Hesmondhalgh 2005, S. 31). Die Cultural Studies interessierten sich zwar für den Gebrauch von Musik in der Identitätskonstruktion, aber nicht für den Klang und das Gefühl (Jasen 2016, S. 2). Eine Berücksichtigung des Musikmaterials und dessen Variationen sowie der Technologien, die diese hervorbringen, findet nicht statt.

Der Begriff der *Szene* hat in den letzten Jahren den der Subkultur verdrängt. Die Bezeichnung kursierte schon länger unter Musiker*innen und Journalisten, die damit die sozialen Relationen, in die sie und die Fans eingebunden waren, beschrieb (Bennett 2004). Im weiteren Verlauf sickerte der Szenebegriff in die akademische Sphäre ein.

Zuerst konzeptionalisierte Will Straw (1991) in einem Essay die Szene als theoretisch fundiertes Analysemodell. Die Szene realisiert „a particular state of relations between various populations and social groups, as these coalesce around specific coalitions of musical style“ (Straw 1991, S. 379). Der Vorteil von Szenen gegenüber Subkulturen besteht laut Straw darin, dass sie breiter aufgestellte und dynamischere soziale Relationen ermöglichen. Sie sind nicht auf Faktoren sozialer Ungleichheit beschränkt wie Subkulturen, sondern überschreiten diese. Ähnlich argumentiert Geoff Stahl (2004), der Szenen ein größeres Maß an ästhetischen sowie sozialen Sinnlichkeiten und Praktiken zuweist, als dies bei Subkulturen der Fall ist. Straw deutet Szenen als ein lokales und regionales bzw. trans-lokales Phänomen. Zwischen den lokalen Szenen bestehen Verbindun-

¹⁸ Im Nachgang an die Kritik entwickelte sich die „Post-Subkultur-Theorie“, die sich zwar von der Rigidität des Vorgängers löste, dabei aber die Verflüssigung derart in das Zentrum rückte, dass die Theorie gleichermaßen willkürlich sowie gleichmacherisch erscheint. Anstelle des Widerstands rückte der Spaß. Dadurch büßen Faktoren sozialer Ungleichheit und Zugehörigkeit ebenso an Relevanz für die Identitätskonstruktion ein, wie Aspekte der Abgrenzung. Stil und Geschmack wirken schichtübergreifend und nivellierend (Kühn 2017).

gen, die auf die Prozesse vor Ort rückwirken. Trotz dieser kann es zur Gleichzeitigkeit unterschiedlicher lokaler und regionaler Ausprägungen kommen (Straw 1991, S. 381). Die Verortung steht im Widerspruch zu der Auslegung von Szene durch Barry Shank (1994), der die Rock'n'Roll-Szene in Austin, Texas untersuchte. Szene beschreibt für Shank eine stabile Gemeinschaft, die auf einer geographisch verankerten Stilausprägung mit entsprechendem Erbe basiert. Eine Szene stellt eine exklusiv lokale Gemeinschaft dar. Neben den beiden genannten Verortungen identifizieren Richard Peterson und Andy Bennett (2004) noch eine weitere. Hierbei handelt es sich um Szenen als virtuelle Gemeinschaften, die sich im Zuge der Ausbreitung von Musikforen, die um spezifische Ausprägungen kreisen, im Internet gebildet haben. Dies hat der Globalisierung von Szenen (vgl. Lorig/Vogelsang 2011) Auftrieb gegeben. Diese stellen gleichermaßen lokale wie globalisierte Phänomene dar, die etwa unter einem Genre diverse lokale ästhetische Ausprägungen oder soziale Praktiken versammeln.

David Hesmondhalgh (2005) bezeichnet das Konzept der Szene in der englischsprachigen Soziologie als „fruitfully muddled“. Er kritisiert einerseits die Diskrepanzen zwischen den Theorien von Straw und Shank, sowohl in Bezug ihrer Interpretation politischer Einstellung als auch ihrer Theoretisierung des Musikmachens. Andererseits bemängelt Hesmondhalgh (2005, S. 29) die Unterberücksichtigung von Prozessen der Distinktion in den Definitionen und der Analyse von Szenen. Diese unterliegen ebenfalls Ein- und Ausschlussprozessen.

In der deutschsprachigen Soziologie haben sich zwei Theorien zu Szenen entwickelt. Für Schulze besteht eine Szene aus drei Merkmalen. Sie haben ein Stammpublikum, das feste Lokalitäten aufsucht, die ein typisches Erlebnisangebot bieten, wie etwa Clubs. Eine Szene ist ein großstädtisches Phänomen (Schulze 2000, S. 463). Die *Theorie der post-traditionalen Vergemeinschaftung*, deren Konzeptionalisierung vor allem auf Ronald Hitzler in Zusammenarbeit mit Anne Honer, Arne Niederbacher und Michaela Pfadenhauer (2008) zurückgeht, ist gewissermaßen die deutschsprachige Antwort auf die zuvor erwähnten makrosoziologischen Dynamiken. Der Szenetheorie liegt auch die Auflösung traditioneller Gemeinschaftsformen zugunsten fluider Formen zugrunde. Szenen sind eine Form post-traditionaler Vergemeinschaftung. Zu deren Merkmalen zählen laut Hitzler und Niederbacher (2010), dass sie:

- Gesinnungsgemeinschaften sind
- thematisch fokussierte soziale Netzwerke sind
- kommunikative und interaktive Teilzeit-Gesellungsformen sind
- der sozialen Verortung dienen
- ihre je eigene Kultur haben
- labile Gebilde sind
- typische Treffpunkte haben
- Netzwerke von Gruppen sind
- vororganisierte Erfahrungsräume (Events) sind
- sich um Organisationseliten strukturieren
- dynamisch sind
- quer zu bisherigen Gesellungsformen und großen gesellschaftlichen Institutionen liegen

Szenen organisieren sich zentralistisch um einen Szenekern herum. Die Szene besteht aus Organisationseliten, die untereinander ein Elitennetzwerk bilden und selber Teil eines Netzwerks aus Akteur*innen und Partizipierenden sind. Daneben gibt es die regelmäßigen und unregelmäßigen Partizipierenden. Die Organisationselite und die aktiven, regelmäßigen Partizipierenden drängen in Richtung des Kerns, während sich die unregelmäßigen je nach Grad der Involvierung in Rich-

tung Szenekern oder -rand bewegen (Hitzler/Niederbacher 2010, S. 22f.). Zwischen der Organisationselite und den aktiven Partizipant*innen sind die sozialen Barrieren niedrig bis nicht existent. Es ist schwierig, zwischen Organisationselite und aktiven Partizipierenden zu unterscheiden, da diese häufig in Tätigkeiten eingebunden werden.

Szenen besitzen einen labilen sowie informellen Charakter, der stetige Ein- und Austritte in die Szene ermöglicht. Das labile Wir-Gefühl, welches von temporärer Natur ist und sich in der Inszenierung sowie in der Szeneaktivität der Partizipierenden realisiert, ermöglicht den Außenstehenden den Einstieg in die Szene.

Positiv an der post-traditionalen Vergemeinschaftung sind die fließenden Übergänge zwischen Szenekern und -rand, die gewisse Hinweise auf Unterschiede und gestufte Szenebindungen (vgl. Lorig/Vogelsang 2011, S. 372) geben. Interne sowie externe Differenzen, Distinktion und Konflikte finden keine Berücksichtigung. Gegensätzliche Positionen und daraus resultierende Kämpfe kommen in dieser Theorie nicht vor. Jan-Michael Kühn kritisiert hierbei, dass die post-traditionale Vergemeinschaftung eher an eine „Harmoniesoziologie“ (Kühn 2017, S. 281) erinnert, die kein Interesse am Innenleben von Szenen, ihren Konflikten, Unterschieden und strukturellen Eigenschaften zeigt (Kühn 2017, S. 280f.). Dies ist dem Verharren in der makrosoziologischen und modernisierungstheoretischen Perspektive geschuldet, die die Mikroebene ausspart.

Während die Überbetonung der sozialen Klassen bzw. sozialen Herkunft bei der Subkultur problematisch ist, so verhält sich mit der Szenetheorie genau anders herum. Hier ist gerade das Fehlen solcher Faktoren problematisch. Wie Nora Hoffmann (2016) und Kühn (2017) gleichermaßen kritisieren, liegt zum einen nur eine unvollständige Konzeption von Distinktionen in einer Szene vor. Zum anderen findet der Einfluss sozialer Segmentierung auf die Szenestruktur keine Berücksichtigung. Arbeiten von Gerhard Schulze (2000) zur Erlebnisgesellschaft und von Gunnar Otte (2008) zu den unterschiedlichen Bildungsgraden divergierender Publika legen die soziale Segmentierung von Szenen nahe. „Allgemeinjugendkulturreorientierte“ (Schmidt/Neumann-Braun 2003) lassen auch auf divergierende soziale Segmentierungen schließen. Hoffmann kritisiert die Unterteilung der zentralen Szenefiguren in eine Organisations-, Reflexions- und Repräsentationselite. Statt in einem Tätigkeitsbereich zu verharren, oszillieren die Akteur*innen zwischen diesen (Hoffmann 2016, S. 295). Daran anknüpfend erscheint ebenfalls die Unterteilung zwischen Akteur*innen und Partizipierenden problematisch, da diese in der Praxis zwischen den Rollen changieren. In diesem Zusammenhang kam es in den letzten Jahren zu einer ‚Bourdieuisierung‘ der Szenetheorien. Während für Hoffmann Distinktion und Faktoren sozialer Ungleichheit zentral sind, greift Kühn in seiner Theorie der ästhetischen Subkultur auf die Kulturfeldtheorie zurück, da diese die interne Struktur der Technoszene genauer beschreibt. Abseits davon wandten Ryan Moore (2007) die Kulturfeldtheorie auf Punk und Rosa Reitsamer (2011) auf die Wiener Drum’n’Bass-Szene an.

Das Aussparen der Mikro-Ebene der posttraditionalen Vergemeinschaftung erscheint konzeptionell problematisch, da die Autoren selbst auf die je eigene Kultur von Szenen hinweisen. Diese verfügt aber ebenso über eine Mikro-, Meso- und Makroebene. Die Mikroebene bezeichnet die Kultur vor Ort bzw. die lokale Auslegung der Kultur. Diese ist allerdings bereits auf der lokalen Ebene nicht einheitlich. Die unterschiedlichen habituellen Stile der zentralen Szenefiguren geben der Szene vor Ort unterschiedliche Richtungen vor (Hoffmann 2016, S. 295). Die je eigene Kultur von Szenen bezieht sich auch auf die Makroebene. Die Gestalt dieser Kultur, ihre Historien und Hervorbringungen verlassen nicht die Ebene der Deskription. Aspekte wie Material und Technologie finden keine Berücksichtigung in der post-traditionalen Vergemeinschaftung und

werden nicht analytisch durchdrungen. Das Musikmaterial – als Zusammensetzung aus den Technologien der Produktion, Distribution und Rezeption, dem Sonischen, den Formen, Strukturen und Regeln – und die damit verbundenen Arten des Musickings sind die zentralen Themen einer Szene. Die Vernachlässigung der Musik ist symptomatisch für soziologische Auseinandersetzungen mit ihr, wie sich bereits in Bezug auf Subkulturen zeigte. Ein anderes Material, welches in der post-traditionalen Vergemeinschaftung vernachlässigt wird, stellt das Geld bzw. Kapital dar. Kühn kritisiert in diesem Zusammenhang die Fokussierung der post-traditionalen Vergemeinschaftung auf die reine Vergemeinschaftung ohne Berücksichtigung der erwerblichen Orientierung der Akteur*innen. Es kommt zu keiner Integration ökonomischer Faktoren, gleichwohl des Verweises auf die Kommerzialisierung in der Theorie des Existenzbastelns (Hitzler 2001), die Hitzler prototypisch in Szenen verortet. Trotz des informellen Charakters haben Szenen wie Techno eine formelle Musikwirtschaft herausgebildet, die sich in gewissen Teilen in punkto Ernsthaftigkeit und Betriebswirtschaftlichkeit nicht von anderen Medienindustrien unterscheidet. Für einige mögen Szenen die beschriebenen kommunikativen und interaktiven Teilzeit-Gesellungsformen sein, für andere, die in ihr ihren Lebensunterhalt finanzieren, stellt sie aber eine Vollzeit-Gesellungsform dar. Hans-Joachim Bürkner und Bastian Lange definieren in diesem Zusammenhang Szenen als ökonomienahe Sozialisationsformen (2010, S. 49).

Mit der *Kulturfeldtheorie* bot Pierre Bourdieu (1993) einen Erklärungsansatz zur Beschreibung von kultureller Produktion¹⁹. Diese Theorie besitzt die Vorzüge seiner Sozialraumtheorie mit ihren objektiven Relationen, Distinktionen und Kapitalarten. Das Feld der Kultur ist innerhalb des Felds der Ökonomie, welches Teil des Feldes der Macht ist, angesiedelt. Im Feld der Ökonomie genießt das Feld der Kultur eine relative Autonomie hinsichtlich ökonomischer und politischer Hierarchisierungsprinzipien. Entsprechend des jeweiligen Grads an Unabhängigkeit wird es durch die ökonomischen und politischen Gesetze des umgebenden Feldes beeinflusst. Innerhalb des Felds der Macht nimmt das Kulturfeld eine dominierte Position ein, während es im Feld der Klassenbeziehungen in einer dominanten Position ist (Bourdieu 1993, S. 38).

Die Struktur der Felder baut auf zwei fundamentalen und unterschiedlichen Gegensätzen auf. Zum einen wäre da der Gegensatz zwischen dem Subfeld der eingeschränkten Produktion und dem der Massenproduktion, zum anderen die Gegensätze innerhalb eines Subfeldes zu nennen (ebd., S. 39). Das Kulturfeld erscheint als ein abgestuftes und dynamisches System aus objektiven Relationen. Das Subfeld der Massenproduktion bildet den heteronomen Pol des Kulturfelds. Dieser übersetzt die kulturellen Artefakte des Felds der eingeschränkten Produktion in erprobte kommerzielle Verfahren (vgl. Hennion 1983). Nach Bourdieu stellt das Subfeld der Massenproduktion ein temporelles Feld dar, welches Erfolg anhand kommerzieller Gewinne, Bekanntheit und Reputation bei einem breiten Publikum misst. Das Subfeld der eingeschränkten Produktion liegt am autonomen Pol des Kulturfelds, „der sich asketisch für die Logik des Kulturellen interessiert und damit seine Legitimität produziert“ (Kühn 2017 S. 39). Dieses ist nochmals unterteilt in eine aufstrebende Avantgarde, die durch Innovation kommerziellen wie symbolischen Erfolg verzeichnet, und arrivierte Avantgarde, die ihre vormaligen Erfolge und daraus resultierenden Positionen zu sichern und verteidigen sucht. Folglich bilden die strukturellen Relationen Kampfplätze, auf denen um Positionen, Macht, Definitionshoheit und unterschiedliche Kapitalarten gerungen wird. In Zentrum dieser Kämpfe steht die Distinktion.

Es besteht ein Zusammenhang zwischen der Feldposition und der spezifischen Art der dort vorherrschenden kulturellen Produktion. Diese wird durch die Feldposition determiniert und besitzt

¹⁹ Er beschrieb die Kulturfeldtheorie zwar im Bereich der Literatur, für Felder der Musik gilt dies aber ebenfalls.

zunächst auch nur dort einen Geltungsanspruch. So genießen im autonomen Bereich brotlose Künstler*innen im Sinne eines l'art pour l'art das höchste Ansehen, besonders unter den Indie-Puristen (Hesmondhalgh 1999, S. 44f.), während kommerziell erfolgreiche abgelehnt werden. Die Besonderheit von Feldern der Kultur ist durch den Umstand definiert: je autonomer ein Feld ist, umso mehr erfüllt es seine eigene Logik und lehnt die herrschenden Prinzipien der ökonomischen Logik und Hierarchisierung ab und kehrt diese um (Bourdieu 1993, S. 39). Je autonomer ein Feld ist, desto mehr verschiebt sich die symbolische Machtbalance in Richtung der Produzent*innen, die am autonomsten agieren und desto klarer ist die Trennung zwischen dem Feld der eingeschränkten Produktion, in welchem die Produzenten für homologe Andere produzieren, und dem Feld der Massenproduktion, welcher symbolisch ausgeschlossen und diskreditiert wird (ebd., S. 38f.).

Techno muss mehrheitlich dem Bereich der eingeschränkten Produktion zugeordnet werden. Es findet bei den untersuchten Akteur*innen und Organisationen keine komplette Umkehrung, aber auch keine reine Affirmation der ökonomischen Logik statt. Daneben existiert aber noch ein heteronomer Bereich von Techno, an dessen Rändern es zu Übergängen und/oder Übernahme von Prinzipien des temporellen Felds kommt. Es ist für Unternehmungen im Feld der kulturellen Produktion üblich, Charakteristika kommerzieller wie kultureller Unternehmungen in sich zu tragen, da diese voneinander untrennbar sind. Jene unterscheiden sich in dem Maße, ob sie ihr Verhältnis zu einer kommerziellen Unternehmung abstreiten oder eingestehen (ebd., S. 82). Dieses Oszillieren zwischen kulturellen und kommerziellen Charakteristika, strikt ökonomischen und subkulturellen Handeln scheint für Techno üblich zu sein.

Zuletzt kommen in Kulturfeldern unterschiedliche Kapitalarten zum Tragen, die für die Strukturierung und Dynamiken im Feld verantwortlich sind. Neben dem sozialen sind vor allem das ökonomische, das „subkulturelle Kapital“ (Thornton 1997) und „subkulturelle Popularitätskapital“ (Kühn 2017) von Relevanz, da sie die Positionen zuweisen, die die Teilnehmenden im Feld einnehmen. Die Zuweisung, Verteilung und der Wettkampf um die Deutungshoheit des Kapitals erfolgt durch alle Teilnehmer*innen des Felds inkl. der Konsumierenden und Partizipierenden.

Trotz der vielen Vorzüge der Kulturfeldtheorie hat sie leider einige Nachteile. Die Beschaffenheit der Materialseite der Kultur und der Umgang damit findet in der makrosoziologischen Perspektive keine angemessene Berücksichtigung (vgl. Prior 2008). Das Material ist für Musikkulturen wie Techno aber von großer Relevanz, da der Umgang mit diesem und dessen Bewertung positionierend wirkt. Menschen versammeln sich um spezifische musikalische Materialitäten, von denen divergierende Verführungskräfte ausgehen, entsprechend konsekriert und mit ökonomischem oder kulturellem Kapital versehen werden. Sie nutzen Technologien zur Erstellung und Bearbeitung von Material. Die je spezifische Materialität stellt einen Fetisch für gewisse Feldteilnehmer*innen dar, der von anderen nicht angebetet wird, da diese ihren eigenen Fetisch haben. Die anderen Kritikpunkte beziehen sich auf die dualistische Struktur des Felds und der darin herrschenden Kämpfe. Beide Aspekte fallen bei Bourdieu zu stark aus und verkennen die Realität, die differenzierter ist. Ein Feld basiert zwar auf zwei entgegengesetzten Polen, dazwischen existieren allerdings diverse Abstufungen. Nina Zahner (2006) stellt in ihrer Untersuchung fest, dass künstlerisches und kommerzielles Streben auch zusammenfallen können, was das neue Subfeld der „erweiterten Produktion“ hervorbrachte. Dies ist von Bedeutung für die Technokultur, in der die Verbindung von künstlerischer und kommerzieller Orientierung anzutreffen ist. In einem Punkt muss die Radikalität der beiden Pole jedoch aufrechterhalten bleiben, nämlich hinsichtlich der Selbstplatzierung. So rechnen sich Musiker*innen des Zwischenfelds mit entsprechenden finanziellen Einnahmen trotzdem dem Underground zu. Die Ausdifferenzierung des Felds hat

Folgen für die Kämpfe, Orientierungen und Positionen. Es gibt sowohl Distinktionen und Kämpfe als auch subfeldübergreifende Kollaborationen und Kooperationen im Technofeld. Sonic Bodies kämpfen um die Zuweisung der Kapitalia, helfen anderen aber auch, soziales und kulturelles Kapital zu erhalten. Orientierungen und Positionen fallen ebenfalls komplexer und heterogener aus. Es existieren zwar die Orientierungen hin zur kulturellen Askese und zum Gewinn im temporellen Feld, daneben treten aber noch andere auf. Dies hat Konsequenzen für die Positionen. Manche wollen nicht nach oben, andere kommen aus Versehen nach oben. Manche streben nach oben, stagnieren aber oder scheitern daran. Andere sind glücklich, wo sie sind. Daher muss die im Feld waltende Illusio ebenfalls differenzierter gesehen werden. Für viele mag der Aspekt der Selbsttäuschung gelten, einigen geht es aber tatsächlich um die Sache und den Spaß daran, vor allem wenn sie dies als Hobby betreiben.

Trotz der Kritik an der Theorie der Subkultur und Post-Subkultur tauchten Ansätze in der akademischen Sphäre auf, die Kühn (2017, S. 247ff.) als „neo-subkulturell“ bezeichnet. Gemeinsam ist diesen losen *neosubkulturellen Ansätzen* ihre Fokussierung auf die Ästhetik. Subkulturelle Widerständigkeit wirkt hierbei nicht politisch, aber ästhetisch. Die Erneuerung der Subkultur-Theorie nahm ihren Anfang mit der Arbeit von Sarah Thornton (1997) zu Club Cultures. Sie wandte sich gegen das klassenbasierte Verständnis von Subkultur und griff stattdessen auf Bourdieus Konzepte der Distinktion und des subkulturellen Kapitals zurück, um die Abgrenzungsprozesse in der Clubkultur aufzuzeigen. Diese wirken sowohl intern gegenüber anderen, die vermeintlich kein subkulturelles Kapital besitzen, als auch extern gegenüber Konstrukten wie dem Mainstream. Thornton zeigt auf, wie Distinktionen und subkulturelles Kapital eine eigene subkulturelle Hierarchie entstehen lassen. Im Mittelpunkt steht die Abgrenzung als Identifikationsprozess. Ryan Moore (2007) untersucht die kommerziell unabhängige kulturelle Produktion der amerikanischen Punkszene. Er verortet die Widerständigkeit nicht nur in Kleidung und Stil, sondern in der Musikproduktion selbst, die Labels, Musiker*innen, Clubs und Fanzines umfasst. Durch das Prinzip des DIY gelingt es den Akteur*innen, eine relative Autonomie gegenüber der Kulturindustrie einzunehmen. Robert Strachan (2007) zeigt in seiner Untersuchung auf, wie subkulturelle Ideologien bzw. Distinktionen in der Musikproduktion und -distribution sog. Micro Indies walten. Hierbei handelt es sich um Ein-Personen-Betriebe, die oftmals von Zuhause aus betrieben werden. Diese operieren nicht nach den Prinzipien großer Plattenfirmen bzw. Medienunternehmen (vgl. Hutter 2006). Statt sich an einer Veröffentlichungspolitik zu orientieren, die von größtmöglicher wirtschaftlicher Wertschöpfung gekennzeichnet ist, motivieren der eigene Geschmack und symbolische Ausschüttungen in der Musikkultur die Labelarbeit.

Die Studie von Anja Schwanhäüßer (2010) stellt ein weiteres Beispiel eines neo-subkulturellen Ansatzes dar. In ihrer Arbeit zu den „Collectives“ urbaner Berliner Szenen attestiert sie diesen eine subkulturelle Orientierung. Diese manifestiert sich einerseits in den subkulturellen Artikulierungen, andererseits subkulturellen Organisation. Erst durch diese werden die „atmosphärischen Qualitäten von Orten und Vierteln gegenüber ihren Funktionen aufgewertet“ (Schwanhäüßer 2010, S. 262). Die dadurch entstehenden Räume ermöglichen innovative Arten der Zusammenkunft, in denen kollektiv der Vibe erzeugt wird. Die Szenen unterliegen einer subkulturellen Reproduktionsweise, die sich in ihrem permanenten Wandel zeigt. Orte werden erobert, aufgegeben und neu erobert. Besonders die Hervorhebung der Atmosphären ist für diese Untersuchung von Bedeutung, da sie die Ethnographie auf ein ökologisches Fundament stellt und das Sinnliche der Partys hervorhebt.

Der ständige Wandel unterscheidet sich von der institutionalisierten Szenewirtschaft Kühns (Kühn 2017, S. 252). Die Szenewirtschaft ist der wirtschaftliche Bereich der ästhetischen Subkul-

tur. Eine ästhetische Subkultur ist charakterisiert durch „die Widerständigkeit von Verführungskraft“ (ebd., S. 247ff.). Kühn übernimmt auf der einen Seite die Idee der Abgrenzung der Subkulturen, auf der anderen Seite die Idee der Verführung der post-traditionalen Vergemeinschaftung. Die Attraktivität der Bourdieuschen Werkzeuge für neo-subkulturelle Ansätze hebt Kühn anhand zweier Konzepte hervor, zum einen das der internen Hierarchisierung, zum anderen die Unterteilung des Feldes in einen autonomen und kommerziellen Pol. Die Kulturfeldtheorie eignet sich insbesondere aufgrund dreier Aspekte für eine Analyse musikalischer Subkulturen wie Techno, da sie die Dynamiken, Differenzen, Ungleichheiten, Logiken und Singularitäten besser abbildet als die anderen Ansätze, die sich eher in Dualismen definieren:

1. in einem Kulturfeld existieren unterschiedliche Formen des Wirtschaftens
2. Unterschiede innerhalb des Feldes wirken auf die Struktur der kulturellen Güter ein
3. auf der Grundlage von Distinktionen bilden sich interne Hierarchien aus

Die ästhetische Subkultur stellt „die szenewirtschaftliche Adaption“ (ebd., S. 254) des autonomen Feldes dar. Dieser liegen zwei Ordnungsprinzipien zugrunde, die ihre Sozialform kennzeichnen: die Szenewirtschaft und die Abgrenzung. Das erste Ordnungsprinzip, die Szenewirtschaft bezeichnet die „interne Differenzierung in kulturelle Formen und segmentierte Szenenetzwerke auf Basis eines eigenen Themas, einer eigenen und gemeinsamen Szenekultur vor dem Hintergrund sozialer Ungleichheit und unterschiedlicher subjektiver ästhetischer und politischer Präferenzen, die sich in Kulturproduktion und -konsum übersetzen“ (ebd., S. 253). Im zweiten Ordnungsprinzip dient die Abgrenzung „der internen Differenzierung gegen unwillkommene Einflüsse und Instrumentalisierungen. Ihre Funktion erhält die Möglichkeit einer Reproduktion des kulturellen Verführungsprinzips der Szenekultur sowie damit die Möglichkeit der fortwährenden Differenzierung und somit den Erhalt des ersten Ordnungsprinzips – erst dadurch reproduziert und aktualisiert sie sich wiederum beständig“ (ebd.). Rückgrat der Szenewirtschaft sind die szenebasierte Produktion und Kommerzialisierung.

Mit den theoretischen Werkzeugen Bourdieus ausgestattet, ermöglichen die neo-subkulturellen Ansätze eine tiefere soziologische Analyse von Subkulturen. Während Thornton, Moore, Strachan und Kühn auf die soziale sowie ästhetische Distinktion verweisen, öffnet Schwanhäüßer unter Rekurs auf Böhmes Begriff der Atmosphäre die Ansätze für das Sinnliche von Veranstaltungen und dessen Materialität. Dabei betrachten die Autor*innen jeweils unterschiedliche Aspekte einer Musikkultur, wie Labelarbeit, Veröffentlichungspolitiken, Clubs, Veranstalten von Partys und Partizipation, die in der Praxis zusammenhängen und einander beeinflussen. Die Untersuchung greift diese Ansätze auf und verknüpft sie, um sämtliche Produktionsbereiche der Technokultur abzubilden. Eine Musikkultur, wie Techno, ist von divergierende Materialitäten und Praktiken gekennzeichnet, die als Distinktionen gleichzeitig gegen das Außen als auch innerhalb wirken. In Abhängigkeit der Bereiche der Technokultur unterscheiden sich diese hinsichtlich der Materialität des Sonischen, des Musikalischen, der Orte, Atmosphären einer Party, Produktion der Atmosphären und sozialen Zusammensetzungen. Daraus resultieren verschiedene Handlungsoptionen, die Unterschiedliches leisten und sich in abweichenden Wertzuweisungen manifestieren. Die Materialität der Artefakte und Orte sowie das Handeln und der Habitus der Rezipierenden bzw. Partizipierenden stellen in Anlehnung an Bourdieu ein System objektiver Relationen dar. Dadurch werden die Unterschiede im Feld sichtbar, resp. hörbar und analysierbar. Unter Berücksichtigung des Materials und Materialitäten der Technokultur auf der einen Seite und deren sozialstruktureller Merkmale auf der anderen Seite ist es möglich, die Sounds der Distinktion – als unterschiedliche Ausprägungen, Grooves und Atmosphären von Netzwerken – zu analysieren und somit die ‚feinen Unterschiede‘ der Musik und des Sonischen im Technofeld aufzuzeigen.

2.3 Auditive Subkultur

Dem Sounding (Henriques 2011) folgend setzt sich eine auditive Subkultur aus Körpern, Materialien und dem Soziokulturellen zusammen. An dieser Stelle wird der Begriff des „Auditiven“ dem Begriff des „Sonischen“ vorgezogen. Auditiv ist weniger spezifisch als sonisch und schließt daher mehrere Musikkulturen ein. Zum einen herrscht nicht in allen Musikkulturen eine „Sonic Dominance“ (Henriques 2003) vor, zum anderen ist die Bedeutung der Sounds in ihnen nicht so zentral wie in der elektronischen Tanzmusik.

Eine auditive Subkultur baut auf neo-subkulturellen Ansätzen auf und erweitert diese um ökologisches Denken. Der geistigen und habituellen Perspektive wird eine affektive und körperlich-sinnliche hinzugefügt. Die Kulturfeldtheorie und die ökologische Theorie der Chicago School scheinen in einigen Aspekten zwar inkompatibel und nicht kombinierbar, in anderen Aspekten allerdings schon. Die Feldtheorie kann von der größeren Variabilität an Modi menschlicher Interaktion profitieren, die etwa den Blick auf Kooperationen und nicht allein Kämpfe richtet (Liu/Emirbayer 2016, S. 72f.).

Bei einer auditiven (Sub-)Kultur handelt es sich um ein globales Phänomen mit nationalen und lokalen Ausprägungen. Allerdings ist fraglich, ob musikalische Subkulturen, wie Punk, jemals isolierte, lokale Gemeinschaften waren, da andere Länder ebenfalls Vertreter dieser Subkulturen hatten und diese untereinander im Austausch standen. Zwar widerspricht die Internationalität der ursprünglichen Subkulturtheorie, durch die Post-Subcultural Theory erfuhr sie eine globale Konzeptionalisierung (Bennett 2011b; Robards/Bennett 2011). Neuere Arbeiten zu Subkulturen stellen den globalen Charakter dieser Vergemeinschaftungsformen, besonders unter den Bedingungen weltweiter Vernetzung im Internet, heraus (Mattar 2003; Greener/Hollands 2006; Schulze 2015). Es erscheint problematisch, musikalische Subkulturen aufgrund ihrer Einbettung in internationale musikökonomische Vermarktungs- und Vertriebsnetzwerke als lokale oder nationale Gemeinschaften zu konzeptionalisieren.

Der Ansatz einer auditiven Subkultur ist an der umfassenden Erforschung der Produktion von Materialität, Körperlichkeit, Sinnlichkeit und Sozialität des Audio-Sozialen interessiert (vgl. Jasen 2016, S. 7). Er beinhaltet die Materialien der Herstellung, die Atmosphären von Orten sowie gestaltete Materialien und Atmosphären wie Tracks, Sets oder Clubs. Eine auditive Subkultur integriert zur Schärfung der materiellen Ebene und der Produktion Aspekte der Kunstsoziologie. Dies dient der Überwindung des Produzierenden-Konsumierenden-Verhältnisses und folgt Howard Beckers (1982) Verständnis einer Kunstwelt, in welcher der Prozess der kulturellen Produktion kollektivistisch und arbeitsteilig vonstattengeht. An diesem sind zahlreiche Menschen bewusst sowie unbewusst beteiligt.

Eine auditive Subkultur zeichnet sich durch Aktivitäten aus. Musik und Sound sind Aktivitäten, keine Objekte (Small 1998; Henriques 2011). Sonic Bodies betreiben mit ihren Körpern, den Materialien und der Soziokultur individuelles Musicking. Sie hören, produzieren, sammeln, tanzen, usw. Eine auditive Subkultur produziert spezifische Materialien und Erlebnisformen, wie Ästhetiken, Tracks oder die Club-Party (Moore 2007; Kühn 2017), etc. Ihre Sonic Bodies nutzen spezifische Materialien für ihr Musicking wie Instrumente, Orte, Räume, Tonträger, Medien, etc. Sie konsumieren und rezipieren spezifische Materialien. Sie betreiben kulturelle Produktion und Konsumtion. Die kulturelle Produktion ist eine kollektive, in der (nahezu) alle Teilnehmenden der auditiven Subkultur beteiligt sind. Produktion und Konsumtion erfolgen durch unterschiedliche Formen gemeinschaftlichen Musickings. Gleiches gilt für die Bewertung und Wertzuwei-

sung. Ebenso basieren die Reproduktion der kulturspezifischen Praktiken und Erlebnisformen auf kollektivistischer Produktion.

Eine auditive Kultur ist ein differenziertes, dreiteiliges Kulturfeld (Zahner 2006) aus Körpern und Materialien, die im Feld eigene Soziokulturen mit Körpern und Materialien bilden. Sie basiert auf einem System objektiver Relationen, was die Materialien umfasst. Die auditive Kultur setzt sich aus einem autonomen, heteronomen und mittleren hybriden Abschnitt mit Abstufungen dazwischen zusammen. Der autonome Bereich und hybride Bereich zeichnen sich durch ästhetische und teils soziale Widerständigkeit aus. Während sich die ästhetische Widerständigkeit in der Musik, den Orten, Inszenierungen und Atmosphären manifestiert (Schwanhäußer 2010; Kühn 2017), zeigt sich die soziale Widerständigkeit in Ideologien (Büsser 2003; Lorig/Vogelsang 2011), Lebensentwürfen wie Wagenburglern (Schwanhäußer 2010) oder Praktiken wie „temporären autonomen Zonen“ (Bey 1994) oder Kämpfen um Freiraum. Der heteronome Bereich ist durch Kommerzialisierung und Orientierung am temporellen Feld charakterisiert.

Die House- und Technokultur kann aufgrund der Dreiteilung und der Verbindung des heteronomen Abschnitts zum temporellen Feld der Kultur- und Medienproduktion nicht exklusiv als Subkultur betrachtet werden. Aus diesem Grund wurde in der Überschrift eine Klammer gesetzt. Zwar operiert der autonome und zum Teil der hybride Abschnitt nach den Prinzipien szenebasierte Produktion und Kommerzialisierung (Kühn 2017; Kuchar 2020), der heteronome Abschnitt folgt aber Prinzipien kulturindustrieller Produktion und Kommerzialisierung. Im hybriden Abschnitt kommt es zum Changieren zwischen den Prinzipien. Es existieren auch Vernetzungen zwischen dem hybriden und heteronomen Abschnitt. An den Rändern des Felds kommt es sowohl zu Übergängen der kulturellen Formen als auch deren Anpassungen an die Konventionen des temporellen Felds bzw. Massenmarkts.

Auditive Subkulturen besitzen eigene Hierarchien und damit Formen von Ungleichheit (Thornton 1997; Kühn 2017). Die Hierarchisierung umfasst Faktoren sozialer Ungleichheit, die auch aus der sozialen Position der Sonic Bodies resultieren (Otte 2007a, 2007b, 2009, 2015; Hoffmann 2016). Diese erfahren eine gewisse Nivellierung, sind aber dennoch vor allem distinktiv wirksam. Das Feld ist unterteilt in diverse Formen der Hierarchisierung, einerseits in Bezug auf das ganze Feld, andererseits auf Teilabschnitte. Abgrenzungen erfolgen sowohl zwischen dem autonomen und heteronomen Bereich als auch gegen Einflüsse von außen (Hitzler/Niederbacher 2010, S. 160; Hoffmann 2016; Kühn 2013). Andere, wertlose Ausprägungen werden genauso abgelehnt wie der Mainstream, die Charts oder die Major-Musikindustrie. Distinktion richtet sich auch gegen Materialien, die von anderen Menschen und Gruppen favorisiert werden. Tracks können bspw. aufgrund ihrer sonisch-musikalischen Eigenschaften und/oder des damit assoziierten Publikums Ablehnung erfahren (Huq 2006; Hall 2018). Ebenfalls ein Bestandteil der Feldlogik sind die spezifischen Kapitalarten, die in der auditiven (Sub-)Kultur verteilt werden und nur in dieser einen Geltungsanspruch besitzen (Thornton 1997; Müller/Rhein 2006; Schmidt/Neumann-Braun 2008, S. 230; Kühn 2017; vgl. Winter 2010a, S. 255).

Eine auditive Subkultur basiert auf einem Wirtschaftssystem, in dem nach Abhängigkeit der Position im Feld unterschiedliche Logiken walten. Vordergründig handelt es sich um die distinktionsgetriebene „Szenewirtschaft“ (Kühn 2017) und Tonträgerproduktion (Moore 2007; Strachan 2007). Daneben wirken kulturindustrielle Formen des Wirtschaftens. Das Wirtschaften ist abhängig von der jeweiligen Feldposition. So unterliegen Sonic Bodies und Organisationen mit hoher Position anderen ökonomischen Zwängen als im unteren Feldabschnitt, was entsprechend auf das Handeln auswirkt (Bürkner 2013; Kuchar 2020). Das Handeln strukturiert vice versa das Feld.

Was eine auditive Subkultur von Kulturfeldern und Neo-Subkulturen unterscheidet, ist ihre materielle und ökologische Basis. In ihr existieren neben den Positionen und Positionierungen unterschiedliche Materialien und Materialitäten. Dies lässt im Feld verschiedene stilistische Ausprägungen (Huq 2006; Platz 2008; Wallach 2011; Hoffmann 2016; Hall 2018), sonische und räumliche Atmosphären (Schwanhäußer 2010) sowie Sinnlichkeiten und Körperlichkeiten entstehen. Materialien und Materialitäten sind im Vergleich zu den Positionen und Positionierungen flexibler, sie können aber dennoch zusammenfallen.

Material und Materialitäten wirken als „Affordanzen“ (Gibson 1982). Ihre jeweiligen Unterschiede ermöglichen andere Arten des Berührens und des Berührt-Werdens. Die Komposition eines Tracks, die Atmosphäre eines Ortes, die Rezeptionsdispositive (Lepa 2013), die Bedienungsmöglichkeiten eines Auflegdispositivs oder Synthesizers leisten etwas für die Subjekte. Das Material dringt auf unterschiedliche sinnliche Weise in den Körper ein. Über den Schall und die Berührung findet der Track seinen Weg in Ohr und Eingeweide (Henriques 2011; Goodman 2012). Die Atmosphäre des Ortes fällt per Licht, Schall und Geruch in Auge, Ohr und Nase ein. Die Berührung wird durch die Feldposition in gewissem Maße prä-determiniert. Eine auditive Subkultur ermöglicht spezifische Erlebnisformen, aber auch Erfahrungen (Gabrielsson 2011; Pfeleiderer 2008; Han 2014), von denen sich die Menschen verführen oder entrücken lassen (Hitzer/Niederbacher 2010; Kühn 2017). Die Erlebnisformen und ihre Materialitäten variieren zwischen den Feldabschnitten. Sie sprechen dadurch Menschen mit unterschiedlichen Erlebnisrationalitäten an (vgl. Kapitel Sonische Körper).

2.3.1 Basale Kultur und Subkultur

„Du kriegst die Shitlers aus Bochum, aber Bochum nicht aus ihnen“
Die Shitlers – Bochum Hamme (2017)

„I’m still Jenny from the block“
Jennifer Lopez – Jenny from the block (2002)

Die Gesellschaft Jamaikas als Basis der Soundsystemkultur wird bei Henriques nur am Rand erwähnt, dabei ist sie für ein Verständnis einer auditiven Subkultur von Bedeutung. Die auditive Subkultur ist in eine basale Kultur eingebunden. Dies umfasst auch die Stadt oder Region, die auf das Musicking in der Kultur einen Einfluss ausübt. Sie beeinflusst in Form von Ideologien die auditive Subkultur. Der Begriff „basale Kultur“ wurde von Jochen Bonz (2008) übernommen. Die basale Kultur bildet „den Hintergrund, vor dem die Subkultur in ihrer Spezifität zu sehen ist“ (Bonz 2008, S. 12). Sie bildet nicht nur den Hintergrund, sondern vielmehr auch die Basis. In der Sprache des Center for Contemporary Cultural Studies sind dies die dominante Kultur und die Elternkultur. In der Terminologie Bourdieus bildet die basale Kultur den Sozialraum, das Feld der Macht, das Feld der Ökonomie und den arrivierten Teil des Felds der Kultur. Sie tritt in Gesetzgebung (Martin 2017) und Technologie in Erscheinung (Peterson/Anand 2004). Der Einfluss der basalen Kultur manifestiert sich deutlich im Wandel der technologischen Basis von Subkulturen. Die Digitalisierung der Gesellschaft ging mit einem Wandel hin zu digitalen Aufführungsdispositiven einher (Mathei 2018b). Katastrophen, Naturereignisse, Kriege oder Pandemien üben ebenfalls einen Einfluss auf auditive Subkulturen aus. Diese können die kulturellen Praktiken einer Musikkultur kurz- und langfristig zum Erliegen bringen.

Zwischen der auditiven (Sub-)Kultur und der basalen Kultur bestehen Verbindungen. Beide beeinflussen einander, dabei ist die basale Kultur zwangsläufig wirkmächtiger. Körper, Materialien und Soziokultur der auditiven Subkultur sind in die basale Kultur eingebunden (Abbildung 2). Es kommt zwischen beiden Bereichen zu Durchlässigkeiten und Eingriffen.

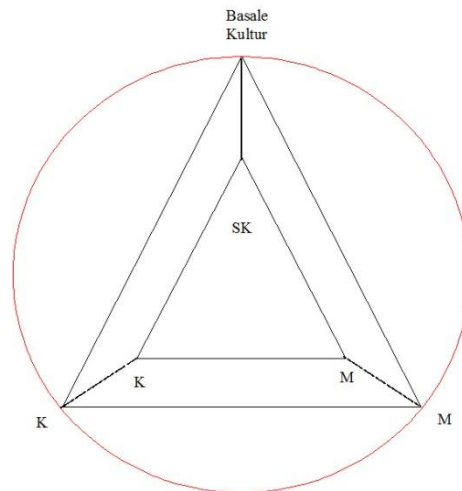


Abbildung 2: Einbettung der auditiven Subkultur in basale Kultur

„Basale Kultur“ bezeichnet die zugrundeliegende „Hauptkultur“ (Waltz 2001, S. 226) oder Stadtkultur und ihre spezifische Charakteristik. Der Begriff könnte auch als *das Zugrundeliegende* umschrieben werden. Trotz dieses universellen Charakters soll die Bezeichnung den Blick gerade auf die jeweiligen Besonderheiten lenken und diese in die Untersuchung von Musikkulturen einbeziehen. Die basale Kultur unterscheidet sich von Land zu Land, von Region zu Region und von Stadt zu Stadt. Dies umfasst auch ethnische und religiöse Differenzierung innerhalb der basalen Kultur. Minderheiten, die sich zwar abgrenzen, konstituieren dennoch die Gestalt der zugrundeliegenden basalen Kultur. Es existieren Gemeinsamkeiten, aber auch Differenzen. Differenzen machen den jeweiligen Charakter der entsprechenden basalen Kultur und der Ausprägung der auditiven Subkultur aus. Zum Beispiel gleichen Detroit und Berlin einander in Bezug auf die zugrundeliegende Staatsform oder die Zugehörigkeit zur westlichen Welt. Hinsichtlich ihrer strukturellen und demographischen Bedingungen oder der Geschichte unterscheiden sie sich deutlich. Die basale Kultur erscheint in den Faktoren sozialer Ungleichheit wie Geschlecht, Rasse, Bildung oder Klasse, die zum Teil im Verhältnis mit der Position im Sozialraum stehen. Dadurch strukturiert sie die Lebenswelt der Subjekte, die sich als die Summe des inneren Lebens und der sozialen Umwelt präsentiert (Waltz 2001, S. 227). Die Lebenswelt determiniert den Zugang und den potenziellen Wert, den die Subkultur im Leben des Subjekts erhalten kann.

Die basale Kultur „legt fest, wie Verbote erlebt werden, welche Formen Wünsche haben, welche Beziehungen denkbar und möglich sind“ (Waltz 2001, S. 228), denn „[a]lle Subkulturen sind Antworten auf etwas, das in der Hauptkultur geschieht“ (Waltz 2001, S. 226). Diese Antwort bezieht sich oftmals darauf, dass im Leben in der basalen Kultur nichts geschieht. Es herrschen Langeweile und die Angst davor vor (Waltz 2001, S. 222; Schulze 2000, S. 65). Langeweile zeigt sich nach Lawrence Grossberg (1984) für die Entstehung von Rock’n’Roll verantwortlich, da die Musik und der dazugehörige Lebensstil angemessene Antworten auf die langweiligen Angebote der hegemonialen Kultur waren. Für Diedrich Diederichsen (2010) zeichnet sich Pop durch dessen Vorzüge gegenüber dem normalen Leben aus, welches langweilig oder unglamourös, während das Leben im Pop interessant und spannend ist. Die Langeweile der basalen Kultur ist das Resultat des Fehlens von Identifikationen. Die langweiligen Angebote erzeugen kein Begehren.

An dieser Stelle wirkt die Subkultur als Apparat, der Begehren erzeugt (Grossberg 1984, S. 237) und laut Waltz das Begehren nach Identifikationen und Begehren stillt (Waltz 2001). Sie bildet die „wunderbare[...] Wir-Gruppe“ gegenüber dem „verachteten Außen“ (ebd., S. 230). Die Subkultur ist auf die basale Kultur angewiesen. Ohne deren Langeweile würden die Menschen in den auditiven Subkulturen keine Erlebnisse und Erfahrungen sammeln.

Die Subkultur gibt auch eine Antwort auf die Domestizierung des Musicking in der basalen Kultur der westlichen Gesellschaften. Small (1998, S. 210ff.) attestiert den Musikschulen und der Musikpädagogik in den westlichen Ländern einen Prozess der Demusikalisierung. Dieser erscheint als Ausschlussverfahren, in dem zum einen nur die Besten musizieren dürfen, zum anderen genaue hegemoniale Vorstellungen über das ästhetisch Wünschenswerte bestehen, die andere Ausprägungen ausschließen. Subkulturen ermöglichen in diesem Zusammenhang den Menschen nicht nur Musicking zu betreiben, sondern evtl. mit diesem erfolgreich zu sein. Dies wäre in der basalen Kultur nicht möglich, da das Musicking gegen die ästhetische Hegemonie verstößt.

Obwohl die Subkultur in Anteilen ein anderes Leben ermöglicht, sind die Menschen in das basale Leben eingebunden. Sie haben Familien und müssen außerhalb der Subkultur ihren Lebensunterhalt finanzieren. Die Subkultur kann allerdings auf die Position des Subjekts in der basalen Kultur rückwirken. Erfolg in der Subkultur führt mitunter zu Bewegungen im Sozialraum. Die Subkultur steht in einer Beziehung zur basalen Kultur und bezieht sich auf diese. Die Charakteristik der Subkultur zeichnet aus, dass sie „sich über ihr Verhältnis zu einer anderen Kultur definiert“ (Bonz 2008, S. 58). Diese andere Kultur ist die basale Kultur und geht der Subkultur voraus. Punk in England bezog sich gleichermaßen auf die basale Kultur des Landes und die der Arbeiterklasse. Das Verhältnis der Bezugnahme verläuft in beide Richtungen. Die basale Kultur bezieht sich auch auf die Subkultur(en). Dies kann einerseits etwa in Form von „moral panic“ (Thornton 1997, S. 122ff.) oder Gesetzgebungen erscheinen, die auf die Gefahren der Subkulturen hinweisen und diese einzuschränken versuchen. Andererseits erfolgt die Bezugnahme in der Affirmation kultureller Artefakte und Praktiken der Subkulturen, die eine Anpassung an die Bedürfnisse des Massenmarkts erfahren (Hennion 1983; Renner 2004) oder für nationale Geschichtsschreibung und Identitätsbildung produktiv gemacht werden (Pasdzierny 2016, S. 105).

Die Relation zwischen basaler Kultur und Subkultur zeigt sich im Wandel. Veränderungen der basalen Kultur beeinflussen die Subkultur. In diesem Zusammenhang deutet Jochen Bonz das Verschwinden des Subkulturbegriffs als Konsequenz des Verschwindens „einer starken, hegemonialen basalen kulturellen Ordnung, zu der sich die Subkulturen in ein Verhältnis zu setzen vermochten“ (Bonz 2008, S. 58). Daher fand in den letzten Jahren in Bezug auf popmusikalische Vergemeinschaftungen der Szenebegriff stärker Verwendung. Dies kann als eine Folge der neuen hegemonialen Ordnung des Neoliberalismus gedeutet werden, die nicht straft, sondern durch ihre Attraktivität verführt (Han 2014). Die Verführung zum Mitmachen zeichnet Szenen aus (Hitzler/Niederbacher 2010; Kühn 2017). Mit dem Wandel der basalen Kultur verschwindet die alte Popkultur allerdings nicht. Sie kann (in angepasster Variante) überdauern. Daneben etabliert sich jedoch eine neue Popkultur, deren Bezugnahme auf die basale Kultur von anderer Weise ist und sich stärker auf sich selbst bezieht (Bonz 2008, S. 67). Ein Wandel der basalen Kultur kann zu einem anderen Musicking führen, dem eine andere Bezugnahme zugrunde liegt.

„Der Unterschied zwischen Disco und House zeugt nicht zuletzt von den allgemeinen Veränderungen dieser Zeit: in der Popkultur (nach Punk), in der Tanzmusik (nach Hip-Hop), in der Technologie (nach Sampling) und in der Subkultur (nach Aids), um nur einige wenige Faktoren aufzuzählen.“ (Poschardt 1997, S. 259)

2.3.1.1 Basale Subkultur und individuelle Relationen

Die Subkultur selbst besitzt ebenfalls eine basale Kultur. Diese basale Subkultur stellt die Summe an Materialien und Zeichen dar, die den Subjekten potenziell als Affordanzen und als Interpretationsvorlagen zur Verfügung steht. Sie bildet die Summe der Musiker*innen, Labels, Clubs, Diskotheken, Szenen und Festivals. Sie ist das ganze Feld. Die basale Subkultur umfasst alle potenziellen Werte-Schöpfungen, die in ihr betrieben werden können. Sie ist die Summe der Historien der Subjekte, Gemeinschaften und Szenen.

Die individuelle Relation beschreibt das Verhältnis der Menschen zur basalen Subkultur. Sie bezeichnet gewissermaßen die feinen Unterschiede in der Vorstellung der Subkultur. Individuelle Relation bezieht sich auf die Materialien und Zeichen, die den Subjekten real als Affordanzen zur Verfügung stehen und eine individuelle Interpretation erfahren (vgl. Soeffner/Raab 2004). Aus dieser wählen die Sonic Bodies und Tribes die Materialien und Zeichen aus, die ihnen wertvoll erscheinen und positionieren sich gegen die unangemessenen (vgl. Hoffmann 2016, S. 231).

Dies steht einerseits in Abhängigkeit zur Position der Subjekte im Sozialraum und zu Faktoren sozialer Ungleichheit. Andererseits wird die individuelle Relation zur Subkultur durch die Intensität des Musickings der Subjekte in ihr konstituiert. Je intensiver die Auseinandersetzung, umso größer ist das Wissen um die Subkultur, der Sonic Logos und die individuelle Deutung der Subkultur. Individuelle Relation bezeichnet das, was die Menschen und damit auch Wissenschaftler*innen individuell darunter verstehen oder damit assoziieren. Dies wird durch Geschmack, Sozialisation, Weltanschauungen, soziale Verortung oder subkulturelle Erfahrung geprägt.

Je nach Relationalität kommt es zu divergierenden Vorstellungen, wie etwa im Fall des Technostils und der Technokultur, die von Wissenschaftler*innen wahlweise mit negativen (vgl. Miehlung 2007; Mahnkopf 2016) oder positiven Aspekten assoziiert werden. Die unterschiedlichen, teils kontrastierenden Arbeiten zur Technokultur sind auf die individuellen Relationen zur Subkultur zurückzuführen. Je nach Zugang wird ein anderes Bild der Technokultur gezeichnet. Die Vorstellung der Subkultur ist abhängig von dem Zeitpunkt der Annäherung an sie. So war Techno vor 20 Jahren eine andere Musikkultur als heutzutage. Während etwa Gabriele Klein die Technokultur weder als Sub- noch als Gegenkultur deutet (Klein 1999, S. 68ff.), war diese für Diederich Diederichsen „ganz extrem eine Gegenkultur“ (2016a, S. 62). Matthias Waltz attestiert, dass Techno nicht mit dem Begriff der Dissidenz zu erfassen sei (Waltz 2001, S. 215). Anja Schwanhäüßer (2010) deckt in ihrer Untersuchung die Abwesenheit einer konsistenten alternativenkulturellen Ideologie auf, charakterisiert die Szene dennoch unter subkulturellen Aspekten. Rainer Diaz-Bone beschreibt die Technokultur in seiner Diskursanalyse als eine „konsumbejahende Kultur, die versucht, neue modische Trends vorzubereiten und in dieser Vorreiterschaft einen Vorsprung differentiell zur Masse zu gewinnen“ (Diaz-Bone 2010, S. 357). Jan-Michael Kühn interpretiert den autonomen Bereich von Techno als ästhetische Subkultur. Dieser liegen Maßstäbe zugrunde, was als legitim und illegitim erachtet wird, um das gewünschte Erlebnis zu erreichen. Andy Bennett (1999) attestiert Clubgänger*innen mehrfache Mitgliedschaften, während Rupa Huq (2006, S. 106) Tanzkulturen als im hohen Maße segmentiert beschreibt, die von Exklusivität sowie Separatismus gekennzeichnet sind. Die unterschiedlichen Resultate der Analysen können auf die jeweiligen Untersuchungsgegenstände zurückgeführt werden, die sich voneinander unterscheiden. Lag der Fokus bei Klein auf Raves und kommerzielle Tanzveranstaltungen, näherte sich Schwanhäüßer über Underground-Kollektive der Technokultur an. Diaz-Bone nutzte die Zeitschrift Raveline für sein Vorgehen.

Die Gegensätze verdeutlichen den Charakter der Technokultur, die eine Kultur der Unterschiede, ein Kulturfeld ist. Sie besitzt ein Oben, eine Mitte und ein Unten mit dazwischen liegenden Abstufungen. Techno hat eine gewisse Durchlässigkeit, weil sich die Kultur nie exklusiv gegeben oder Kommerzialisierung verschlossen hat. Sie hat die großen Ausgehtempel, die im Fokus der Öffentlichkeit stehen, aber auch kleine intime Clubs oder selbstorganisierte Partys im Freien. Für einige ist die Technokultur zum Domizil geworden, während andere kurzfristige Ausflüge in sie unternehmen.

3 Werte und Werte-Schöpfung populärer Musik(-Kulturen)

*„Woher wollt ihr denn Geld haben“, fragte Ford, „wenn keiner von euch wirklich etwas produziert? Es wächst doch nicht auf Bäumen.“
„Dürfte ich vielleicht mal ausreden...?“*

Ford nickt verächtlich.

*„Vielen Dank. Seit wir vor einigen Wochen beschlossen, das Blatt als gesetzliches Zahlungsmittel einzuführen, sind wir natürlich alle ungeheuer reich geworden.“
Douglas Adams „Das Restaurant am Ende des Universums“ (1981, S. 219)*

Dieses Kapitel thematisiert die Werte und Werte-Schöpfungen von Musikkulturen. Es erfolgt eine Betrachtung der ökonomischen, musikalischen, sozialen und kulturellen Werte, die in Musikkulturen geschöpft werden, ihrer konstitutiven Wirkung sowie deren wissenschaftliche Reflexion. Dabei wird einerseits eine Verengung, andererseits eine große Dynamik in der wissenschaftlichen Annäherung an die Werte der populären Musik ersichtlich. Während sich die Wirtschaftswissenschaft auf ökonomische Daten stützt und andere Formen der Wertproduktion meist nicht berücksichtigt, ist die Auseinandersetzung mit den ideellen, kulturellen und sozialen Werten populärer Musik in den Kultur- und Sozialwissenschaften dynamischer. Das Ziel dieses Kapitels ist, zu einer Definition von Wert und Werte-Schöpfung zu gelangen, die alle Werte umfasst und für Produzenten und Konsumenten gleichermaßen gilt. Dabei dienen die vorgestellten Werte-Schöpfungskonzepte als Basis.

3.1 Vorbemerkung: Musik, Musicking und Werte

Menschen schöpfen in Musikkulturen unterschiedliche Werte. Da wären zum einen die immateriellen kulturellen, musikalischen und sozialen Werte, zum anderen die materiellen wirtschaftlichen Werte. Menschen betreiben in Musikkulturen wirtschaftliche Wertschöpfung, die auf den Säulen – Live, Rechteverwertung, Tonträgerverkauf, Merchandising (Tschmuck 2013a) – der Musikwirtschaft fußt.

Musikkulturen produzieren Artefakte mit kulturellem sowie ökonomischem Wert auf unterschiedlichen Ebenen, die dabei helfen, die eigene Kultur permanent zu reproduzieren. Daraus resultiert eine Fülle an Wert- und Wertschöpfungsmöglichkeiten für die Organisationen, professionellen Akteur*innen sowie Partizipierenden. Produktion ist nicht ausschließlich den Produzent*innen vorbehalten und schließt Amateure sowie Fans ein, die andere meist symbolische, immaterielle Formen der Wertschöpfung mit denselben Güterarten betreiben. Musikalische, psychologische, kulturelle und soziale Werte entziehen sich aufgrund ihrer unökonomischen sowie nicht quantifizierbaren Charakteristika der ökonomischen Analyse. Sie sind aber für ein Verständnis des Wirtschaftens in Musikkulturen von Bedeutung. Formen populärer Musik oder dazugehörige kulturelle Praxen können von der basalen Kultur aufgegriffen und dort zu einem Wert werden, der seiner ursprünglichen Bedeutung entkleidet wurde.

3.2 Ökonomischer Wert populärer Musik

„Man hat im Wirtschaftsleben stets den Wert von Dingen berechnet, doch bemass [sic.] er sich an ihrem Zweck – war also stets relativ zum Gebrauch.“ (Sommer 2016b)

Dieses Unterkapitel thematisiert den ökonomischen Wert von Musikgütern und musikalischen Dienstleistungen. Zu Beginn wird deren besondere Subjektivität herausgestellt. Im Anschluss werden Formen der Wertschöpfung musikalischer Güter und Dienstleistungen besprochen und kritisiert. Im letzten Abschnitt werden Konzepte hybrider Wertschöpfung und Werte-Schöpfung vorgestellt.

3.2.1 Ökonomischer Wert und musikalische Waren

Zwar umweht den ökonomischen Wertbegriff eine Vorstellung von Objektivität, diese stellt sich bei genauerer Betrachtung allerdings als Trugschluss heraus. In der Wirtschaftswissenschaft bezeichnet Wert den „Ausdruck der Wichtigkeit eines Gutes, die es für die Befriedigung der subjektiven Bedürfnisse besitzt, wie sie sich etwa in seinem Nutzen und in der betreffenden Präferenzordnung des Wirtschaftssubjektes widerspiegelt“ (Möhrle et al. 2019). Hierbei handelt es sich um den Gebrauchswert eines Gutes. Davon unterscheidet sich der Tauschwert, der im Marktprozess seinen Ausdruck im Preis findet. Der Wert eines Wirtschaftsguts setzt sich aus dem Preis zusammen, den eine Person „zu zahlen bereit ist (subjektive Komponente) und zu zahlen in der Lage ist (objektive Komponente)“ (Kromer 2008, S. 183). Er ist ein „Instrument zur Rechtfertigung des Preises“ (Boltanski/Esquerre 2018, S. 184). Beide verfügen über unterschiedliche Eigenschaften. Während der Tauschwert im Preis erscheint, mit dem eine Ware auf dem Markt gehandelt wird, bezeichnet der Gebrauchswert den individuellen Nutzen dieser Ware, der folglich immer subjektiv, oftmals kontextabhängig und daher relativ ist: Eine Flasche Wasser ist in der Wüste wertvoller als an der Nordsee im Herbst.

Im Anschluss an die ersten Überlegungen hinsichtlich des Werts von Waren wurden objektive Wertmaßstäbe herausgearbeitet, die die Bestimmung des Tauscherts präzisieren. Bei Thomas von Aquin und Albertus Magnus waren dies die Arbeit und die Kosten. In der klassischen Nationalökonomie wurden die Faktoren der Kosten der Herstellung (Adam Smith), Arbeitszeit (David Ricardo, Adam Smith), Knappheit (David Ricardo), Angebot und Nachfrage (Jean-Baptiste Say) als Bestimmungsgrößen des Tauscherts von Waren definiert (Schlöder 1993, S. 41f.).

Die Problematik der Subjektivität bei der Wertbestimmung von Dienstleistungen und Waren erhöht sich, wenn es sich dabei um musikalische Güter und Dienstleistungen handelt. Diese sind dermaßen von Subjektivität gekennzeichnet, sodass Tausch- und Gebrauchswert extrem voneinander abweichen können. Zwar müssen Fans denselben Preis für Download, CD oder Konzert zahlen wie weniger enthusiastische Hörer*innen, die Waren und Dienstleistungen sind aber für Erstgenannte wesentlich wertvoller. Eine Schallplatte aus der Sammlung der Eltern mag für eine Person kaum einen Wert besitzen, für Sammler*innen können sie der fehlende Teil einer Serie und deshalb wertvoll sein. Ähnliches gilt für Faktoren sozialer Ungleichheit, wie Alter oder Bildung, die einen Einfluss auf den Wert von Musik haben. In allen Fällen wurden die Waren zu einem bestimmten Marktpreis erstanden, der den Gegenwert darstellt, „der unter aktuellen konkreten Marktverhältnissen für eine bestimmte Ware ausgehandelt und bezahlt wird“ (Kromer 2008, S. 162).

In enger Verbindung zum Wert steht in der Wirtschaftswissenschaft der Begriff der „Wertschöpfung“. Die Schaffung von Werten ist das Ziel des betriebswirtschaftlichen Handelns von Unternehmen. Dies vollzieht sich durch die Leistungserstellung (Produktion) und die anschließende Leistungsverwertung (Absatz), bei der mit möglichst minimalem Aufwand ein maximaler Ertrag erzielt werden soll. Materialien der Wertschöpfung bzw. deren Produktionsfaktoren sind Arbeit, Boden, Kapital, Wissen und Energie/Rohstoffe (Wohltmann et al. 2018). Je erfolgreicher ein Unternehmen hierbei agiert, umso höher ist dessen Wert (Kromer 2008; Weiszäcker/Horvath 2018).

Die Ware Musik zeichnet sich durch zwei Charakteristika aus, die sie von anderen, vor allem körperlichen Waren, unterscheidet. Das erste Merkmal ist die Immaterialität. Zwar kann Musik in Medien abgespeichert werden, was sie quantifizierbar macht, um aber an das Ohr zu gelangen, benötigt sie das Medium Luft. Sie wird über Kabel, Satelliten und Wellen übertragen. Das zweite Merkmal von Musik ist das „vollständige Fehlen objektivierbarer Eigenschaften“ (Kromer 2008, S. 42). Der Wert der Musik entspringt der subjektiven Wahrnehmung der Menschen in der Bezugnahme zu ihr. Davor besitzt sie keinen messbaren Wert (ebd.). In Konsequenz zählt Musik zu den unsicheren Erfahrungsgütern, deren Nutzen oder Unnutzen, Gefallen oder Nicht-Gefallen sich erst in der Konsumtion zeigt (vgl. Farchy 2005; Wikström 2013).

Bevor die Frage der Wertschöpfung in der Musikindustrie gestellt wird, muss geklärt werden, was diese Industrie eigentlich ist. Die Bezeichnung wird oft als Oberbegriff verwendet, unter dem sich unterschiedliche musikbezogene Wirtschaften, wie etwa Tonträgerwirtschaft, Vertriebe, Musiktheater, Notenverleih oder Instrumentenbau, versammeln, die aber in der Praxis oftmals wenig direkt miteinander zu tun haben und weitestgehend unabhängig voneinander operieren (Williamson/Cloonan 2007). Wenn im Folgenden von Musikindustrie die Rede, dann meint dies die Tonträgerindustrie, das Aufführungsgewerbe und Verlagswesen. Dabei handelt es sich um die Bereiche, die sich um den Aufbau musikalischer Inhalte, Persönlichkeiten und deren Verbreitung über unterschiedliche Medien kümmern (Wikström 2013, S. 49).

Wertschöpfung erfolgt in der Musikwirtschaft demnach in den Hauptarenen: Aufführung, Tonträgerverkauf und Streaming sowie Rechteverwertung. Zusätzlich kann das Merchandising als Wertschöpfungsbereich angeführt werden, der in Verbindung mit dem Aufführungs- und Verkaufsbereich steht (Tschmuck 2013a). Wirtschaftliche Wertschöpfung von Musikkulturen schlägt sich an der Beteiligung am Bruttoinlandsprodukt und in Form externer Effekte nieder. Patrik Wikström (2013) fügt noch die Wahrnehmung und Nutzung als wertschöpfende Instanzen hinzu. Generierung von Aufmerksamkeit ist von besonderer Bedeutung, da Musiker*innen und Firmen aufgrund des Wandels der Infrastruktur der Medienindustrien mit mehr Angeboten auf dem Markt der Wahrnehmung konkurrieren. Die Bereiche musikalischer Wertschöpfung haben in den letzten zwei Jahrzehnten einen starken Bedeutungswandel erfahren, in der einige eine Ent-, andere eine Aufwertung erfuhren (Tschmuck 2013a; Wikström 2013)²⁰.

Der traditionelle Weg, Musik zu rezipieren, ist die *Aufführung*. Bevor sie in Medien gespeichert wurde, war Musik ein markantes Beispiel der „Read/Write-Culture“ (Lessig 2008), in der die Menschen aufführen oder sich zu Orten begeben mussten, wenn sie rezipieren wollten. Folglich war sie in der Vergangenheit mehr eine Dienstleistung als eine Ware. Dienstleistungen sind „für den fremden Bedarf produzierte Absatzgüter“ (Maleri 2008, S. 3). Diese sind stets immateriell und charakteristisch für das Uno-actu-Prinzip, bei dem Produktion, Weitergabe und Konsumtion zu einem bestimmten Zeitpunkt an einem bestimmten Ort stattfinden. Infolge können Dienstleis-

²⁰ Eine Folge des Wandels ist der 360°-Vertrag, bei dem eine Firma gegen finanzielle Absicherung der Musiker*innen am Tonträger- und Ticketverkauf sowie Merchandising beteiligt wird.

tungen (zunächst) nicht konserviert, gelagert, transportiert, vervielfältigt, übermittelt und auf Vorrat produziert werden (Kromer 2008, S. 170). Der Live-Sektor stellt gegenwärtig den zentralen Bereich musikalischer Wertschöpfung dar. Während die Einnahmen aus dem Tonträgerverkauf sinken, steigt sowohl die Anzahl gespielter Konzerte als auch die Preise für die Tickets (Wikström 2013, S. 139). Dieser Bereich hat mit Live Nation einen ‚Major‘ hervorgebracht, der einen Großteil des Aufführungsmarkts dominiert und Musizierenden Dienstleistungen anbietet, die vormals von Plattenfirmen übernommen wurden (Wikström 2013, S. 141; Tschmuck 2013a, S. 296). Wie Robin Kuchar bemerkt, müssen Clubs zwingend als Akteure der Music Industries betrachtet werden, da in ihnen ebenfalls wirtschaftliche Wertschöpfung betrieben wird (Kuchar 2020, S. 85ff.). Die Anfälligkeit für äußere Einflüsse und latente Fragilität der Musikwirtschaft zeigt sich aktuell an der Coronapandemie, die einen Zusammenbruch des Aufführungsmarkts binnen weniger Wochen zur Folge hatte. Dies führte zum Verlust der Haupteinnahmequelle von vielen Musiker*innen und Musikwirtschaftsunternehmen. Welche Folgen diese Krise auf längere Sicht haben wird, bleibt abzuwarten.

Mit dem Aufkommen des Grammophons wurde die Musik auf *Tonträgern* zu einer Ware, die neben den Dienstleistungen existiert. Dabei bot die Musikaufnahme einerseits die Möglichkeiten der Speicherung und des Vertriebs, wodurch sie handel- und quantifizierbar wurde. Andererseits überwand Tonträger sowie später Video und DVD das *Uno-actu-Prinzip*, da Aufnahmen auch bei Konzerten realisiert werden konnten. Dies verhalf der Musikindustrie in den letzten Jahrzehnten zu regelmäßigen Produktivitätssteigerungen (Kromer 2008, S. 172). In der Profitmaximierung sieht Andreas Gebesmair (2008, S. 44) auch das verbindende Element zwischen Independent- und Major-Plattenfirmen der Musikindustrie. Zwei Aspekte werden in puncto von Medienindustrien hervorgehoben: Unsicherheit und Pareto- bzw. Power Law-Verteilungen. Es herrschen die Prinzipien: „nobody knows“ und „winner takes it all“ (De Vany 2004). Die Musikindustrie ist von Unbeständigkeit und Unsicherheit gekennzeichnet (Wikström 2013, S. 22). Da nie absehbar ist, welche Musiker*innen erfolgreich sein werden, setzen die Firmen darauf, viel in großer Stückzahl zu veröffentlichen, damit die glücklichen Gewinner, die 20% der Pareto-Verteilung, so viel Umsatz machen, um die Verlierer mitzufinanzieren (Hutter 2006). Erfolg wird daher rein in wirtschaftlichen Zahlen bemessen. Produkte können am Markt versagen und besitzen in Folge keinen wirtschaftlichen Wert (Kromer 2008, S. 30). Besonders Musik, der eine Pareto-Verteilung zugrunde liegt, produziert viele Marktversager.

Die Wertschöpfung via *Musikverlage* der populären Musik findet in der Regel über die Verwertung statt. Dies unterscheidet sie von der sog. E-Musik, in der Verlage in erster Linie Umsatz mit dem Verleih von Noten machen. Indies und Majors haben gleichermaßen eigene Verlage gegründet, um sich weitere Geschäftsfelder zu erschließen (Söndermann 2010). Für die *Verwertung* populärer Musik zeigen sich Radio, TV, Film, Games und Werbung verantwortlich (Wikström 2013, S. 96). Daneben kümmern sich die Musikverlage auch um die Lizenzierungen ihrer Musik, wenn diese etwa auf Compilations anderer Plattenfirmen erscheinen soll.

Merchandising ist ebenfalls Bestandteil der Wertschöpfung populärer Musik und in seinen Erscheinungsformen vielfältig. Neben einigen Musiker*innen wie KISS oder Michael Jackson, die u. a. Actionfiguren von sich vertrieben, wird ein Großteil von Merchandising in Form von Bekleidung umgesetzt. Dies gilt für den Indie- und den Majorbereich gleichermaßen. In der Vergangenheit war das Merchandising die Angelegenheit der Plattenfirma und der Musiker*innen, die bspw. in Kooperation mit der Grafikabteilung einer Firma die Waren entwarfen, auf Kommission kauften und bei ihren Konzerten vertrieben. Der Reiz von Merchandising besteht darin, dass Gebrauchsartikel, wie Tassen oder T-Shirts, oder Lebensmittel zu höheren Preisen veräußert

werden können. Einige Stars können diese Aktivitäten bspw. noch um eigene Modelinien erweitern (Tschmuck 2013a, S. 297).

Ein Bereich immaterieller Wertschöpfung, der Einfluss auf die materielle hat, ist die *Wahrnehmung*. Wikström (2013) stellt die gewandelte Bedeutung des Marketings heraus. Früher diente dies eher der Information über Neuerscheinungen. Da solche Informationen aber über das Internet verfügbar sind, gilt die Aufmerksamkeit dem Interesse des Marketings. Die Steigerung der Ausgaben sorgt jedoch dafür, dass weniger Budget für Neuentdeckung und Aufbau musikalischer Talente vorhanden ist (ebd., S. 130ff.). Daher wird versucht, die Konsumierenden in das Marketing einzubinden, indem diese bspw. Musiker*innen über Social Media empfehlen.

Eine weitere Form der Wertschöpfung von Musik(-kulturen) ist ihr volkswirtschaftlicher Beitrag (Gottschalk 2006, S. 75). Hohe und niedere Kultur tragen beide ihren *Anteil zum Bruttoinlandsprodukt* bei, wobei der niedere Bereich den vermutlich größeren Beitrag daran hat und die populären Musikkulturen beinhaltet. Neben diesem direkten Wert generieren Kulturinstitutionen zusätzliche, indirekte Umsätze in Form von *Umwegrentabilitätsrechnungen* (ebd., S. 78). Dazu zählen ‚Nutznießer‘ der Kulturinstitutionen wie die Gastronomie, Hotelgewerbe oder Beförderungsunternehmen. Umwegrentabilität ist eine Form eines *externen Effekts* bzw. „Externalität“ (Mankiw/Taylor 2016, S. 333ff.). Dies bezeichnet unintendierte „positive oder negative Einflüsse, die durch die Produktion oder den Konsum eines Verursachers auf Dritte übergehen, ohne am Markt entgolten oder in Rechnung gestellt zu werden“ (Gottschalk 2006, S. 41)²¹. Die Kulturokonomen Ingrid Gottschalk (2006) sowie Michael Hutter und der Philosoph Richard Shusterman (2006) gehen von einer größeren Anzahl an positiven externen Effekten von Kunst für eine Gesellschaft aus. Durch sie werden Kreativität sowie Inspiration in die Gesellschaft getragen. Es kommt durch Kulturinstitutionen zu einem Ausbau der kulturellen Infrastruktur (Gottschalk 2006, S. 43). Die „nicht zu bestreitenden positiven externen Effekte“ (ebd., S. 51) von Kultur werden daher als Aufforderung an den Staat angesehen, Kultur zu fördern. Diese stellt einen wichtigen Standortfaktor dar, die in unterschiedlichen Gewändern erscheint (ebd., S. 81). Neben hohen und niederen Bereichen verfügt das Kulturangebot über aktuelle Institutionen, wie Clubs und dazugehörige Musikszene, die als Tourismusdestinationen fungieren können (Cohen 2007; Friedrich 2010). Ein besonderer Kultaspekt, wie bei antiken Bauten, schlägt sich in größeren Tourismuszahlen und entsprechenden Umsätzen nieder (Hutter/Shusterman 2006). Auf Techno bezogen erscheinen namhafte Clubs gewissermaßen als Kultbauten, die auf Tourist*innen eine anziehende Wirkung haben, wie es Tobias Rapp (2009) anhand des paneuropäischen „Easyjets“ beschreibt, der jedes Wochenende gen Berlin aufricht.

Image-, Identitäts- und Wirtschaftseffekte durch die Musikwirtschaft und das Musikleben einer Stadt sind signifikant (Gnad 1994; Cohen 2007; Schlögl 2011). Sie erzeugen Urbanität, sind Teil der urbanen Atmosphäre (Friedrich 2010, S. 292) und prägen das Imaginäre der Stadt (Schwanhäuber 2010; Blättermann 2018). Die Stadt stellt eine Fortführung einer Tradition kreativer Städte und Orte dar, die zu Netzknotenpunkten wurden, wie Ibiza, Los Angeles (Elflein 2007), Manchester (Halfacree/Kitchin 1996; Barber-Kersovan 2007), Montreal (Stahl 2007) oder Köln (Schyma 2002). Neben dieser Clusterbildung besteht eine weitere Externalität in der Quartiersbildung ausgelöst durch Szeneakteur*innen, -kollektive und -aktivitäten und der darauffolgenden

²¹ Die Ambivalenz externer Effekte zeigt sich exemplarisch anhand eines Open-Air-Konzertes: Während manche Anwohner*innen einen positiven Nutzen daraus ziehen, indem sie es umsonst rezipieren können, fühlen sich andere dadurch belästigt.

erweiterten Milieubildung, in deren Zuge sich externe Akteur*innen ansiedeln. Dies macht Quartiere mit zunehmender Attraktivität allerdings anfällig für die Externalität der Gentrifizierung.

Zwar bilden die angeführten Aspekte aus der Musikindustrieforschung eine gewisse Grundlage für die Untersuchung des Wirtschaftens in der Technokultur, viele der Theorien sind aber zu grob und nivellieren die Unterschiede zwischen Musikindustrien. Es kommt zu einer Gleichmacherei in dem Sinne, dass entweder von einer Industrie – Majors und ihre Subdivisions – die Rede ist oder trotz unterschiedlicher Möglichkeiten alle dasselbe wollen. Indies werden entmystifiziert, da ihnen auch nur an Geld gelegen ist (Gebesmair 2008, S. 256). Dies übersieht jedoch die Micro Indies, die aufgrund ihrer organisatorischen Aufstellung anderen Prinzipien folgen (Strachan 2007). Die Musikindustrie ist weder einheitlich (Williamson/Cloonan 2007) noch allein vom Primat der materiellen Wertschöpfung geleitet. Für manche ist das Geld, für andere die Freude sowie das Hobby und wiederum andere eine Kombination erstrebenswert. Die Fokussierung auf wirtschaftliche Wertschöpfung verengt den Blick und infolgedessen finden wichtige immaterielle Werte keine Berücksichtigung, obwohl diese zum Teil für das Wirtschaften konstituierend sind.

Die Gleichsetzung von Erfolg mit wirtschaftlichem Erfolg ist problematisch, da dieser auch anhand anderer nicht-wirtschaftlicher Maßstäbe bemessen werden kann. Nach dem „Continuum of Success“ von Tony Kirschner (1998) zeigt sich Erfolg erstens durch die Anzahl verkaufter Tonträger. An zweiter Stelle führt er den kulturellen Einfluss an, den Musiker*innen innerhalb ihres Genres haben können, ohne in den üblichen Charts vertreten zu sein. Zuletzt erscheint Erfolg noch als Peer-Einfluss, was sich auf die Wirkung von Musiker*innen auf andere bezieht. So gelang es bspw. einer Band nicht, ein großes Publikum zu erreichen, für andere Musiker*innen waren deren Alben aber ein großer Einfluss für das eigene Schaffen. Anders ausgedrückt: Bei den Konzerten waren jeweils nur 20 Leute, aber diese haben danach eigene Bands gegründet.

Eine weitere Problematik der Nivellierung betrifft die Power Laws, wie etwa die Pareto-Verteilung. Um wirksam sein zu können, bedarf es sowohl große Stückzahlen als auch viele Musiker*innen. Power Laws können vor allem in Musikkulturen, die auf Micro Indies basieren, gar nicht realisiert werden, da Output und Gewinn zu niedrig sind. Die Zahl verkaufter Einheiten einer Band reicht nicht aus, um alle anderen mitzufinanzieren. In solchen Musikkulturen herrscht potenziell weniger Unsicherheit, da die Labelbetreibenden selber Fans der Musik sind und einen ähnlichen Geschmack mit ihren Kund*innen teilen. In Konsequenz walten je nach Musikkultur und ihrer Größe andere Konfigurationen hinsichtlich des Wirtschaftens. Daher erscheint es geeigneter, die Musikindustrie sowohl als Gesamtheit als auch die einzelnen Musikkulturen mit ihren Industrien als „kulturelles Feld“ (Bourdieu 1993) zu betrachten, in dem je nach Position unterschiedliche Logiken, Arten von Erfolg und Erfolgsstreben herrschen. Pareto-Verteilungen gehörten in dieser Logik zum heteronomen Bereich des Felds, während dem autonomen Bereich ein anderes Wirtschaften zugrunde liegt.

3.2.2 Werte-Schöpfung von Musiker*innen in Musikkulturen

Bereits im Gebrauchswert zeigt sich die Subjektivität von Dienstleistungen und Waren. Musikalische Dienstleistungen und Waren sind besonders davon gekennzeichnet. Diese Problematik stellt sich ebenso bei der Wertschöpfung. Zum einen wurde sie sowohl in der Ökonomie als auch der Axiologie/Ethik behandelt. Dabei stehen fachgemäß andere Werte im Vordergrund, die geschaffen werden. Zum anderen ist diese Diskrepanz bereits im Begriff angelegt. Während „Wert“ mehr auf einen wirtschaftlichen Zusammenhang verweist, beinhaltet „Schöpfung“, etymologisch

gleichbedeutend mit Schaffen, die Vorstellung geistiger, kultureller und religiöser Schöpfung oder dem Schöpfen von Flüssigkeiten (vgl. Kromer 2008, S. 28f.).

Eberhard Kromer (2008, S. 29) weist selbstreflexiv darauf hin, dass wirtschaftswissenschaftliche Arbeiten zur Musikindustrie, inklusive seiner eigenen, die nicht messbaren Werte „im Sinne kultureller, moralischer, politischer oder gesellschaftlich-sozialer Werte“ unberücksichtigt lassen. Gerade diese sind aber von großem Interesse für diese Arbeit sowie von großer Bedeutung für Musikkulturen und insbesondere ihre Wirtschaft. Die „alte Regel“ der Musikwirtschaft „Erst das Produkt, dann das Symbol“ scheint in vielen Produktionskontexten außer Kraft gesetzt zu sein“ (Bürkner et al. 2013, S. 18). Infolgedessen hat der Anteil immaterieller Wertschöpfung, die in Gestalt von Bewertungen erscheinen, an Bedeutung bei der Gesamtwertschöpfung gewonnen, sodass heutzutage die kulturelle Wertschöpfung der materiellen vorausgeht (ebd., S. 22-25).

In den letzten Jahren haben sich Disziplinen der Wirtschaftswissenschaft und der Soziologie vermehrt mit der Wertschöpfung in Musikkulturen beschäftigt. Dabei lag der Fokus oft auf elektronischer Tanzmusik oder Techno in Berlin. Im Folgenden werden zunächst die Arbeiten von Joachim Bürkner und Bastian Lange (2010) zur hybriden Wertschöpfung und ihre daran anknüpfenden Untersuchungen (Bürkner 2013; Lange 2014) behandelt. Im Anschluss erfolgt eine Betrachtung des Werte-Schöpfungs-Modells von Aljoscha Paulus und Carsten Winter (2014). Zum Schluss wird die Szenewirtschaft von Jan Michael Kühn (2017) vorgestellt.

Mit speziellem Bezug auf die Clubmusikproduktion zeigen Hans-Joachim Bürkner und Bastian Lange (2010) Merkmale und Konfigurationen der „*hybriden Wertschöpfung*“ auf. Innerhalb der Clubmusikkultur entzieht sich Wertschöpfung der Linearität ökonomischer Prozesse, sodass quantitative Erhebungen von materieller Produktivität und Wertschöpfung erschwert oder obsolet werden. Ein wesentliches Merkmal der Clubmusikproduktion ist die Hybridisierung von materieller und immaterieller (soziokultureller) Wertschöpfung. Beide Wertschöpfungsdimensionen greifen ineinander und lassen Verknüpfungen zwischen ihnen entstehen (Bürkner/Lange 2010, S. 61). Es kommt zu Rückkopplungen zwischen diesen, die zu einer „iterative[n] Weiterentwicklung spezifischer Verknüpfungsformen und teilweise ungewöhnlicher materieller Ausprägungen der Erzeugung kultureller Artefakte“ (ebd., S. 64) führen.

Clubs sind Träger und Motoren der materiellen und immateriellen Wertschöpfung. In ihnen wird „Innovation als dauerhaftes, zyklisches erneuertes Klubgut“ (ebd., S. 62) aufgrund des Verlangens der Technoszene nach neuen, unbekannt Klängen eingefordert, verhandelt und kollektiv vorangetrieben. Es werden noch weitere Merkmale der Wertschöpfung in der Clubmusikproduktion zugerechnet (ebd.):

- Starke Verankerung der Wertschöpfung in Netzwerkeputation
- Informalität von Strukturen und Handlungen
- Professionalisierung und ökonomische Nischenbildung als begrenzter Formalisierungsprozess innerhalb informeller Kontexte
- Exklusivität der Szenen
- Große Bedeutung lokaler Szenen und Kontexte
- Basiskontext: Markt als Resultat von (sub-)kulturellen Netzwerksozialitäten

Wertschöpfung lässt sich daher nicht ex ante konzipieren (ebd., S. 64). Es existieren keine traditionellen Wertschöpfungsketten wie in kommerzieller (Musik-)Produktion, sondern diverse Konfigurationen der Wertschöpfung, „die jeweils unterschiedliche Akteurskonstellationen, Netzwerkformen, soziale Interaktionen, Produktionsbeziehungen, Formen und Medien der Bildung von Netzwerkeputation und symbolische Repräsentationen auf sich vereinigen“ (ebd., S. 62).

Konfigurationen der Wertschöpfung werden in primäre und sekundäre eingeteilt. Primäre Konfiguration sind an die Erzeugung kultureller Artefakte sowie die dafür erforderlichen Orte (Klubs) gebunden und sekundäre an spezifische Formen der materiellen Produktion (ebd., S. 63). Materielle sowie immaterielle Wertschöpfung in der primären Konfiguration resultiert aus einem Zusammenspiel zwischen Ort und Musiker*in. Im Club erwirtschaften die Musiker*innen einerseits ihr Einkommen, was im Falle eines fortlaufenden Reputationsaufbaus zu einer Erhöhung der erzielten Umsätze führt. Andererseits bewerben die Musiker*innen im Club ihre materielle Produktion. Dabei ist der Live-Auftritt die zentrale Produktionseinheit. Die sekundären Wertschöpfungskonfigurationen konzentrieren sich aufgrund ihrer Bindung an Formen der materiellen Produktion auf Aspekte wie Mastering oder Vertrieb. Dabei weisen diese Formen unterschiedliche Grade der Formalisierung auf, die zwischen formellen – stufenweise organisierten – Prozessen und informellen Praktiken changieren.

Primäre und sekundäre Konfigurationen der hybriden Wertschöpfung gehen vielfältige variable Verknüpfungen ein. Aus diesen – kaum vorhersehbaren – Prozessen resultieren „neue bzw. veränderte Akteurskonstellationen, kulturelle Praktiken, Distributionsformen und Marktstrukturen“ (ebd., S. 64f.). Dabei haben Clubs eine regulierende Funktion, da sie zum einen „auf die Exklusivität und den Innovationsgehalt der künstlerischen Tätigkeit, ohne das Publikum auszuschließen“ (ebd., S. 65), achten. Zum anderen bieten diese Orte der Szene die Möglichkeit zur notwendigen Selbsterneuerung, indem sie eine Philosophie der „Nichtkommerzialisierung und Exklusivität“ (ebd.) vertreten. Dies stellt eine Form des Qualitätsmanagements innerhalb der Clubmusikproduktion dar, die einer eigenen bestimmten Logik folgt, die in den Szenen verankert ist (ebd., S. 64).

Hans-Joachim Bürkner (2013) hebt die Bedeutung der kulturellen Wertschöpfung hervor, die der ökonomischen zwingend vorausgeht (Bürkner 2013, S. 87). Er erweitert den Blick um die Makroperspektive des Wertschöpfens. Dabei interessieren ihn die „Wertschöpfungsvarianten“ und besonders der Einfluss der Digitalisierung – von ihm als Virtualisierung bezeichnet – auf die Produktion und Wertschöpfung in den Bereichen: Mainstream-DJing & Kleinlabel-Produktion, ökonomisch erfolgreiche Szene-Label-Produktion, nicht kommerzielle Nischenproduktion und Nachwuchs-DJing.

Die Virtualisierung hat unterschiedliche Reaktionen in der Technokultur hervorgerufen, die sich im Aufbau eigener Professionalisierungswege, szenebезogenen Aufwertungen, gezieltem auf Exklusivität und namhaften Musiker*innen basierendem Reputationsaufbau oder Bevorzugung großer Tonträger-Formen, wie Alben oder Compilations, zeigt (ebd., S. 92). Bürkner betrachtet virtuelle und analoge Strukturbezüge, Kerne und Peripherien der Wertschöpfungskonfigurationen, Sozialisationsformen und Akustisches Kapital. Er formuliert einige Strukturhypothesen, um den unterschiedlichen Dynamiken in der Technokultur habhaft zu werden. Diese ist durch divergente Entwicklungen gekennzeichnet, bei denen es, bedingt durch die Virtualisierung, einerseits zu partieller Entkommerzialisierung, andererseits zur Rekommerzialisierung des Musikgeschäfts unter gewandelten Bedingungen kommt (ebd.). Während in einigen Fällen die Trackproduktion in erster Linie dem Reputationsaufbau dient, reagieren namhafte Labels und Musiker*innen mit einer neo-konservativen Wende, die auf große Namen und Formen setzt. Andere bekannte Labels und Produzent*innen schlagen mittels der digitalen Möglichkeiten neue Wege und richten sich durch Trial-and-Error-Verfahren in spezifischen Nischen ein (ebd., S. 86f.). Die Technokultur präsentiert sich als ein Feld, deren materielle Basis zwischen Virtualisierung und (Re-)Analogisierung changiert (ebd., S. 77).

Unabhängig von den divergenten Entwicklungen ist der Reputationsaufbau für alle Produzierenden von Relevanz, um materielle Wertschöpfung betreiben zu können. Dabei wird gleichermaßen auf analoge wie virtuelle Praktiken zurückgegriffen. Produzierende und ihre Produktionen sind auf der einen Seite in lokale Szenen und Netzwerke verankert, zum anderen sind sie um den Aufbau internationaler Netzwerke mittels digitaler Medien bemüht (ebd., S. 90). Reputation als Form kultureller Wertschöpfung lässt in Folge soziale Statushierarchien entstehen, die durch Veröffentlichungen gefestigt werden. Der Status setzt sich gleichermaßen aus wirtschaftlichem Erfolg und Reputation in lokalen/überlokalen Szenen zusammen. Dies gilt bei den Großen ebenso wie in den Nischen. Der jeweilige Status entscheidet über die materiellen Wertschöpfungsoptionen, die sich den Produzierenden eröffnen. Allerdings unterscheiden sich zum einen die Reputationskriterien, zum anderen sind diese verhandelbar. In Konsequenz entsteht eine offene Geltungshierarchie, in der die Produzierenden und Organisationen auf ihre Weise eine möglichst hohe Position einzunehmen versuchen (ebd., S. 92). Von Belang sind hierbei künstlerische, weltanschauliche oder ökonomische Gewinne, an denen sich die Akteur*innen orientieren. Demgemäß kann die Produktion eines Tracks auf maximale ökonomische oder kulturelle Wertschöpfung abzielen (ebd., S. 55).

Bastian Lange (2014) arbeitet weitere „*Konfigurationen von Wertschöpfung*“ heraus, die in der Technokultur und kommerziellen Musikproduktion walten. Er verweist auf den Doppelcharakter der Wertschöpfung in der „Clubmusikproduktion“. Diese verfügt zum einen über eine ökonomische Dimension, die er mit Bezug auf den Global Commodity Chains-Ansatz als „Prozess materieller Input-Output-Beziehungen“, zum anderen über eine soziokulturelle Dimension, die er „als Prozess der veränderlichen sozialen Bedeutungszuweisung auf unterschiedlichen Handlungsebenen definiert“ (Lange 2014, S. 86). Ökonomische Wertschöpfung in Clubmusikproduktion erscheint daher immer in Begleitung von parallelen oder nachträglichen Prozessen der Bedeutungskonstruktion.

Im Gegensatz zur kulturindustriellen Produktion und Wertschöpfung basiert die kreativwirtschaftliche deutlich stärker auf kollektiven Bedeutungszuweisungen, Bewertungen, Normen, Präferenzen, Symbolen und Realitätsdeutungen (ebd., S. 85), in die Konsumierende wie Produzierende durch Kommunikation und Interaktion eingebunden sind. Soziale Werte der Kommunikation und Vernetzung forcieren die ökonomischen Prozesse. Sie sind jedoch mehr von Informalität und Flexibilität gekennzeichnet, sodass Wertschöpfung „als Ergebnis flexibler Arrangements von Akteurinnen, Interaktionen und Institutionalisierungsprozessen“ (ebd., S. 93) erscheint. Sie wird durch Akteursnetzwerke und Interaktionen forciert, die sich für die Entstehung, Bewertung und jeweilige Ausprägung der kulturellen Praxis verantwortlich zeigen.

Soziale Werte zeigen sich für die Entstehung neuer musikalischer Werte, bspw. in Form von Hypes, verantwortlich, die im Austausch zwischen den Musizierenden und Konsumierenden kollektiv erzeugt werden. Im Umkehrschluss können neue musikalische Werte neue soziale Werte erzeugen, indem sie etwa als Vergeselligungsgrundlage dienen.

„Diese Prozesse setzen [...] eine intensive Kommunikation und Interaktion zwischen Produzierenden und Konsumierenden voraus, in der es zu rekursiven Schleifen der Bedeutungskonstruktion, der Kommunikation relevanter Konstrukte und der wiederholten Interpretation dieser durch die Produzierenden und Konsumierenden kommt.“ (Lange 2014, S. 86)

Folge der rekursiven Schleifen sind „feingliedrige Bewertungsketten“ (ebd., S. 86), die ihrerseits flexibel sind, auch in Bezug auf Bedeutungszuweisung, und dadurch die Produkte flexibel sowie offen für veränderte Bedeutungen halten. Die entsprechende musikalische Form steht in direkter

Verbindung zum sozialen Sinn und symbolischen Repräsentation. Bewertungen werden durch die flexiblen Tätigkeitsfelder und Berufskonzepte der Produzierenden, die fließend zwischen Laientum und Professionalisierung changieren, gerahmt und vorangetrieben. Ein Zuwachs an Kompetenzen geht mit einer veränderten Bewertungskompetenz einher (ebd.).

Wie Bürkner weist Lange der Reputationsbildung eine wichtige Stellung zu, da sie als Voraussetzung der Wertschöpfung fungiert. Dabei unterscheidet er jedoch unter Rekurs auf Glückler und Armbruester (2003) zwischen der öffentlichen Reputation und der Netzwerkreputation. Während die öffentliche Reputation auf zugänglichen, veröffentlichten Informationen beruht, entsteht die Netzwerkreputation innerhalb von Beziehungsnetzen, in denen die Information kursiert. In beiden Fällen ist aber die Vertrauensbildung zentral. Netzwerkreputation befördert in erster Linie soziokulturelle Wertschöpfung, die sich etwa in der Netzwerkposition niederschlägt. Öffentliche Reputation führt eher zu materieller Wertschöpfung. Allerdings stehen beide Reputationsformen in szenebasierter Produktion in einem negativen Verhältnis zueinander, welches „Paradoxien der Wertschöpfung“ (Lange 2014, S. 93) hervorbringt. Diese Paradoxien sind von Bedeutung, da sie im Gegensatz zu kulturindustrieller Produktion auf die unterschiedlichen Logiken des Felds verweisen. Was in kommerzieller Musikproduktion stabilisierend auf die Wertschöpfung wirkt, wie bspw. eine massenhafte Verbreitung, kann in Clubmusikproduktion destabilisierend wirken (ebd.). Soziokulturelle Wertschöpfung interveniert an divergierenden Stellen und Zeitpunkten im Prozess der materiellen Wertschöpfung (ebd., S. 95). Konfigurationen von Wertschöpfung treten bspw. in den jeweiligen Merkmalen von szenebasierter und kommerzieller Musikproduktion zutage (ebd., S. 97):

- Hybridisierung versus strukturelle Trennung von materieller und soziokultureller Wertschöpfung
- Verankerung in Netzwerkreputation versus öffentliche Reputation
- Informalität von Strukturen und Handlungen versus formelle Strukturen und Handlungsabläufe
- Exklusivität versus Öffnung der Szenen
- Bedeutung lokaler Szenen und Kontexte versus überlokale Öffentlichkeiten

Ebenfalls mit Fokus auf Musikwirtschaftsakteure elektronischer Tanzmusik in Berlin haben Aljoscha Paulus und Carsten Winter (2014) ein dynamisches „*Werte-Schöpfungs-Modell*“ konzipiert, was einerseits neue „Mittel der komplexeren musikbezogenen Werte-Schöpfung“, andererseits neue Möglichkeiten zu kollaborativen Wertaktivitäten fokussiert (Paulus/Winter 2014, S. 133). Zentral ist hierbei die in Musikkulturen waltende ästhetische, kulturelle, ökonomische und soziale Wertschöpfung durch Künstler, die unter Einsatz digitaler Netzwerkmedien zu Media-Entrepreneure²² werden (ebd., S. 137). Digitale Medien zeigen sich als Wertschöpfungsmittel für Musikschaffende sowie -nutzer für die Entstehung neuer Wertaktivitäten und daraus resultierender Wertschöpfungsprozesse verantwortlich.

Neue Formen musikbezogener Wertschöpfung resultieren aus direkter Vernetzung und Kollaborationen zwischen Produzierenden und Konsumierenden (ebd.). Zwar stellt vernetzte Produktion ein Merkmal der Musikwirtschaft dar, die neuen Mitteln bieten jedoch erweiterte Möglichkeiten zur Produktion, Verteilung und Wahrnehmung von Musik (ebd., S. 135). Vernetzung ist zentral für zukünftige soziale, kulturelle, ästhetische und ökonomische Wertschöpfung (Paulus/Winter

²² Media-Entrepreneure sind angelehnt an die Culturepreneure (Davies/Ford 1999; Lange 2007). Im Gegensatz zu diesen betreiben die Media-Entrepreneure mittels Netzwerkmedien kulturelle und ökonomische Wertschöpfung.

2014, S. 134). Diese kann offline in relevanten Vernetzungsorten wie Clubs oder online in digitalen Netzwerkmedien erfolgen. Social Media haben sich als neue Akteure abseits der klassischen Wirtschaftsakteure etabliert (ebd., S. 136). In der Vernetzung zwischen Musikschaffenden und -nutzern werden zum einen die klassischen Musikunternehmen umgangen, zum anderen erhält sie mehr Bedeutung in den Wertschöpfungsaktivitäten. Die neuen Arten kollaborativer musikbezogener Wertschöpfung agieren unabhängiger von Märkten und Musikwirtschaftsunternehmen, die infolge dieser Entwicklungen unter Druck geraten. Musik wird jenseits des Markts veröffentlicht und die Musikwirtschaft öffnet sich für „Ordinary People“ (Kaufmann/Winter 2014).

In diesen musikbezogenen Wertschöpfungen walten allerdings unterschiedliche Werte mit je spezifischer Herkunft und Bedeutung, die zum Teil jenseits des Markts wirken und gelten (Paulus/Winter 2014, S. 138). In einigen Fällen existiert bei den Akteur*innen kein Verlangen, Gewinne erwirtschaften zu wollen (Kaufmann/Winter 2014). Infolgedessen steigert sich die Bedeutung des sozialen und kulturellen Kapitals der Musikschaffenden in der Wertschöpfung (Paulus/Winter 2014, S. 140). Es kommt zu einem langsamen aber steten Wandel der Produktionsverhältnisse und Wertschöpfungsprozesse. Dadurch sieht sich die Musikwirtschaft mit einer Bewegung weg von einer Push- und hin zu einer Pull- oder On-Demand-Kultur konfrontiert.

Das dynamische Werte-Schöpfungs-Modell basiert auf drei Merkmalen. Erstens beinhaltet es vier Kompetenzebenen der Künstler*innen und Konsument*innen: Net-Surfer, Net-Publisher, Socializer und Co-Creator. Zweitens bezieht es sich auf die drei Kernwertschöpfungsbranchen bzw. -kontexte der Live Music, des Tonträgerverkaufs und Verlagswesens. Zuletzt enthält das Modell in Anlehnung an Wikström (2013) vier Momente musikbezogener Wertschöpfung in Form der Produktion, Verteilung, Wahrnehmung und Nutzung (Paulus/Winter 2014, S. 138). Die Lenkung der Wahrnehmung erfolgt in digitalen Netzwerkmedien anhand von Likes, Shares und Kommentaren. Dies geht gleichzeitig mit einem anderen Verständnis der Nutzer und Schaffenden einher. Nutzer werden auf der einen Seite als Prosumer gedeutet, „die sich unterschiedlich aktiv bzw. produktiv an der Wertschöpfung beteiligen“ (ebd., S. 136). Aktivitäten der Prosumer erscheinen in unterschiedlichen Abstufungen: Inaktiv, Beobachter, Joiner, Collector, Critic, Creator. Prosumer können bspw. durch das Erstellen einer Playlist gleichermaßen als Sammler, Kritiker und Hersteller in Erscheinung treten (Winter 2012). Auf der anderen Seite erscheinen die Produzenten als Media-Artrepreneure, als Medien-Unternehmer, die mittels digitaler Netzwerkmedien auf neuartige Weise musikbezogene Werte schöpfen. Durch die Vernetzung eröffnen sich neuartige Wertschöpfungspotenziale bzw. -perspektiven, die auf drei Ebenen anzutreffen sind. Auf der Ebene der neuartigen Wertschöpfungspotenziale kommt es zu einer verstärkten „Beteiligung von aktiven Prosumern und Künstlern bzw. Artrepreneuren an den eigenen Wertschöpfungsaktivitäten“ (Paulus/Winter 2014, S. 142). Die zweite Ebene bezieht sich auf die Erstellung neuer Produkte und Dienstleistungen, auf die Prosumer und Artrepreneure bei ihren Kollaborationen zurückgreifen. Die dritte Ebene zeichnet sich durch „neue Kooperationen mit anderen Musikwirtschaftsakteuren und branchenfremden Akteuren“ aus, „die insbesondere neue Wertschöpfungsaktivitäten abseits der traditionellen Geschäftsfelder der Musikwirtschaft ermöglichen“ (ebd.).

Jan-Michael Kühn (2017) nähert sich mit dem Wissen eines Szenekenners²³ der „*Szenewirtschaft*“ von House und Techno. Ausschlaggebend für seine Untersuchung war einerseits das Fehlen oder die Entdifferenzierung szenebasierter Kulturproduktionsweise in der Musikwirtschaftstheorie, andererseits das Aussparen der Wirtschaft in den Subkultur- und Szenetheorien. In seiner

²³ Er war jahrelang als DJ in Berlin aktiv und hatte mit dem Berlin Mitte Institut einen Blog, der sich wissenschaftlich mit Techno befasste.

Szenewirtschaft arbeitet er die Regeln und Logiken der Wertschöpfung eines bestimmten Feldabschnitts der Technokultur heraus. Auf diese Weise gelingt es ihm, einige der Paradoxien der Wertschöpfung aufzulösen.

Den Kern der Wertschöpfung der Szenewirtschaft macht ihre Verführungskraft durch spezifische Erlebnisformen ästhetischer Subkulturalität sowie die Bindung an bestimmte „Erlebnisionalitäten“ (Schulze 2000) der Szene aus. Szenewirtschaft basiert auf einer autarken und autonomen Musikwirtschaftsweise, die Kühn als ästhetische Subkultur bezeichnet und eine „kleine eigene Musikindustrieform“ darstellt (Kühn 2017, S. 280). Eine ästhetische Subkultur stellt den autonomen Abschnitt eines Kulturfelds dar. Für die Szenewirtschaft ist die Reproduktion und Abgrenzung ihrer spezifischen kulturellen und wirtschaftlichen Charakteristika signifikant. Autarkie und Autonomie gelten hierbei für das Kulturelle wie das Wirtschaftliche. Auf der einen Seite operiert die Szenewirtschaft abseits institutioneller Förderung und herkömmlicher dualer Rundfunkverbreitung. Sie erhält sich durch Einnahmen aus dem Tonträgerverkauf und des Aufführungsgewerbes aus sich selbst heraus. Szenewirtschaft basiert auf einem Modus szenebasierter Kulturproduktion, der auf „kleinwirtschaftlich-polypolitische[n] Marktstrukturen“ (ebd., S. 190) aufbaut. Dieser Modus unterscheidet sich von kulturindustrieller Produktion und ist mit ihr nicht kombinierbar (ebd., S. 183). Auf der anderen Seite gelingt es ihr, ihre Verführungskraft „durch Distinktionen und eine eigene subkulturelle Hierarchie aufzuwerten und abzuschotten, zu erhalten und damit gegenüber unerwünschten Einflüssen und Interessen eine eigene Charakteristik zu erhalten“ (ebd., S. 280).

Szenewirtschaft zeichnet sich durch spezifische kulturelle Institutionen wie DJ-Sets, Clubs und eine spezifische szenebasierte Produktionsweise aus, die eine systematische Produktion spezifischer Erlebnisformen hervorrufen. Einer ästhetischen Subkultur liegen gewisse Wertmaßstäbe zugrunde, was als legitim und illegitim erachtet wird, um das gewünschte Erlebnis zu erreichen. Grundlegend für subkulturelle Szenewirtschaften sind die zwei Ordnungsprinzipien: Differenzierung und Abgrenzung. Während Abgrenzung vor allem nach außen wirkt, waltet Differenzierung im Inneren. Um Entsubkulturalisierungseffekten entgegenzuwirken, werden szeneferne Einflüsse und kulturindustrielle Produktionsweisen marginalisiert (ebd., S. 247). Dabei grenzen sich Akteur*innen auch von anderen ab, die auf szeneferne Praktiken und Zeichen zurückgreifen. Die Differenzierung führt zur Segmentierung der Szenewirtschaft auf Basis ästhetischer und politischer Präferenzen, aber auch Faktoren sozialer Ungleichheit (ebd., S. 187-188). Distinktion hat eine szenebasierte und sozialstrukturelle Dimension. Während die szenebasierte Distinktion die kulturellen Institutionen vor dem Eingriff von außen schützt, soll die sozialstrukturelle Distinktion das „Familiäre“ der Clubs oder Partys bewahren und damit eine zu starken Vermischung von sozialstrukturell ungleichem Publikum verhindern, die das Familiäre stört (ebd., S. 220).

Szenebasierte Wertschöpfung weist nach Bürkner und Lange einen Doppelcharakter bzw. Hybridität auf. Es kommt zur gleichzeitigen Schöpfung materieller sowie immaterieller, resp. ökonomischer und soziokultureller Werte. Deshalb basiert die Wertschöpfung auf iterativen Vorgängen bzw. rekursiven Schleifen der Bedeutungskonstruktion, aus denen eine Reihe von Bewertungsmaßstäben resultiert. Auf diese Weise entzieht sich szenebasierte Produktion der Linearität anderer Wirtschaftsarenen. Befördert wird die Non-Linearität durch die Orte der Wertschöpfung, bei denen es sich im Falle der Technokultur um Clubs, Diskos, Open Airs oder andere Veranstaltungsformen handelt. Hier findet sowohl die materielle als auch immaterielle Wertschöpfung der Musiker*innen statt.

In Bezug auf die Anzahl an schöpfbaren Werten identifizieren Paulus und Winter neben den ökonomischen ebenfalls soziale, kulturelle sowie ästhetische. Sie weisen nicht nur auf die Beteiligung von Konsument*innen an den Wertschöpfungsprozessen hin, sondern integrieren diese als wertschöpfende Individuen in die Konzeption. Produzierende kollaborieren mittels neuer Netzwerkmedien mit den „Ordinary People“ oder Prosumern, um ihre Wertaktivitäten offline zu erweitern, während die Kollaborateure ihrerseits aus den Handlungen für sich Wert schöpfen. Die Beteiligung der Konsumierenden erfolgt an diversen Stellen in der Produktion. Allerdings verengt hinsichtlich der Kollaborationen die Fokussierung auf Netzwerkmedien etwas den Blick. Abseits dieser Technologien kommt es auch zu kollaborativen Handlungen und Einbindungen gewöhnlicher Leute in die Produktion.

Hinsichtlich der Konfigurationen von Wertschöpfung in szenebasierter Produktion weist Lange auf das gleichzeitige Erscheinen von ökonomischer Wertschöpfung und anderen Wertschöpfungsformen wie Bedeutungszuweisung oder Reputation hin. Mit der Unterscheidung zweier Reputationsformen schärft er einerseits den Blick für die unterschiedlichen Logiken im Feld, andererseits zwischen der Technokultur und dem Bereich der kommerziellen Musikproduktion. Die identifizierten Paradoxien der Wertschöpfung verweisen auf das Regelwerk des autonomen Abschnitts des Felds, dem sich Jan Kühn in seiner Szenewirtschaft widmet. Diese folgt ihren eigenen Regeln, die sich von der kulturindustriellen Produktion unterscheiden. Zentral sind einerseits Differenzierungen nach innen, andererseits Abgrenzung nach außen. Szenewirtschaft basiert auf szenebasierter und sozialstruktureller Distinktion. Während sich die erste Form um den Schutz der Musik sorgt, dient die zweite dem Schutz des Familiären in den Clubs vor Eindringlingen, die zu den jeweiligen Szeneakteuren sozialstrukturell ungleich sind.

Die zum Teil widersprüchlichen Strukturhypothesen von Bürkner erscheinen in einer Feldperspektive ebenfalls als Ausdruck der unterschiedlichen im Feld waltenden Logiken. Die Strukturhypothesen bilden somit das Feld ab. Die partielle Entkommerzialisierung des Musikgeschäfts auf der einen und die Rekommerzialisierung auf veränderter Grundlage auf der anderen Seite stehen für spezifische Feldabschnitte ein, in denen die Logiken der szenebasierten und kommerziellen Musikproduktion in divergierenden Konfigurationen wirken. Zuletzt verweist die offen angelegte Geltungshierarchie von Bürkner ebenfalls auf die Feldstruktur der Technokultur.

Die Untersuchung baut auf dieser theoretischen Basis auf, betont dabei jedoch die musikalisch-ideelle Wertschöpfung als grundlegende Bedingung für andere Wertschöpfungsformen. Für Sonic Bodies sind Musik und Musicking Träger ideeller, monetärer und sozialer Werte, aus denen sie Sinn ziehen. Daher liegt statt eines Doppelcharakters mindestens ein Dreifachcharakter der Wertschöpfung vor. Sonic Bodies besitzen in punkto Musik, Musicking und Gemeinschaftlichkeit individuelle sowie kulturspezifische „Vorstellungen über das Wünschenswerte“ (Joas 1999, 2006) oder Ideale (Rokeach 1973). Dies ist die erste Ebene der Werte-Schöpfung. Bleibt diese Ebene der Werte-Schöpfung aus, leiden die anderen Ebenen darunter oder finden gar nicht erst statt. Dies betrifft Produzierende und Konsumierende im gleichen Maße.

Es treten zwar immer mehrere Werte gleichzeitig auf, dennoch kommt es zu situativen Priorisierungen dieser, womit manche Wertschöpfungsebenen ausgeschlossen werden. In einem Fall ist den Sonic Bodies die Orientierung an ästhetischer, persönlicher und soziokultureller Werte-Schöpfung wichtiger, woraufhin die ökonomische Wertschöpfung ausgespart bleibt. In einem anderen Fall verhält es sich genau anders herum. Daher erscheint es sinnvoller, statt von einer Geltungshierarchie besser von Geltungshierarchien zu sprechen. Priorisierung gewisser Werte ist Folge der Position der Sonic Bodies in der Feldstruktur. Dabei sind Trial-and-Error-Praktiken

(Bürkner 2013) oft von Relevanz. Zwar versuchen die Sonic Bodies innerhalb ihres Abschnitts aufzusteigen und die entsprechenden Kapitalia zu erwerben. Je nach Bereich wirken aber divergierende Logiken, die in anderen Bereichen keine Geltung besitzen oder als Ausschlusskriterium fungieren.

Eine andere Problematik besteht in der Nichtberücksichtigung des Materials, das für eine Theorie der Werte-Schöpfung einer Musikkultur von Relevanz ist. Sonic Bodies schöpfen Werte aus und mit den jeweiligen Ästhetiken Werte. Gerade das Material ist dafür von Bedeutung, da es über den Wert entscheidet. Was für den einen Sonic Body gut klingt, ihn zum Schwingen bringt und die Basis der Werte-Schöpfung bildet, löst bei dem anderen, der anderes präferiert, nichts aus.

3.3 Werttheorie der Musik

Musik ist Träger von Werten und dabei insbesondere von ideellem Wert (Tschmuck 2003, S. 16). Was die Wertigkeit von Musik ausmacht, wurde im Lauf der Geschichte immer wieder neu definiert. Als Maßstab dafür wurde die jeweils vorherrschende Sichtweise in der Musikästhetik herangezogen. Die Auseinandersetzung mit dem Wert der populären Musik besitzt mittlerweile ebenfalls eine vergleichsweise lange Historie (vgl. Blacking 1969; Frith 1990, 1998, 2013; Graham 1995; von Appen 2007; Hesmondhalgh 2013; Behr et al. 2014; Webster et al. 2018; Brackett 2020). Die folgende Auseinandersetzung mit der Ästhetik der Musik erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Vielmehr sollen wichtige Stationen des Diskurses und ihre Implikationen behandelt werden. Dies gilt umso mehr hinsichtlich der Auseinandersetzung mit der Ästhetik populärer Musik (von Appen 2007; Fuhr 2007). Diese kann nur Tendenzen aufzeigen, die in der Summe charakteristisch sind. Populäre Musik ist vielfältig und es gibt immer gegenteilige Phänomene²⁴. Die Annäherung an die Ästhetik der Musik erfolgt im Anschluss daran durch das Modell des Soundings. Durch dessen Unterteilung in die Bereiche Körper, Material und Soziokultur lassen sich Varianten an Wertzuweisungen aufzeigen, die durch Musik ermöglicht werden. Auf diese Weise sollen keine Urteile gefällt und eigene Vorlieben als pseudo-objektive Maßstäbe eingeführt werden. Diese Trennung kann nur auf analytischem Weg erfolgen, da alle drei in der Realität ineinandergreifen. Die These lautet, dass sich die Wertzuweisung bei Musik schlüssiger im Zusammenspiel der Wirkung des Materials als Form und Materie auf den Körper und der soziokulturellen Rahmung beider erschließen lässt. Die Soziokultur legt die Form(en) und das darin enthaltene sonische Material fest. Die Form ist auch in populärer Musik wichtig, aber nicht als zentraler Bedeutungsträger und Gegenstand der Beschäftigung. Material und Soziokultur strukturieren gewisse Rezeptionsformen, Bedeutungen und Bewertungen vor. Zuletzt zeigen sich beide für divergierende Wirkungen auf den Körper verantwortlich, die von körperlich bis intellektuell reichen und in unterschiedlichen Mischverhältnissen vorliegen.

3.3.1 Ästhetik und Musik

Der Begriff der Ästhetik bezeichnet unterschiedliche Phänomene, die jedoch in Relation zu einander stehen. Ästhetik erscheint als die Lehre von der Schönheit, Lehre von der Kunst und Lehre der sinnlichen Erkenntnis. Vor allem in der Auslegung als Erkenntnis- oder Kunstlehre stellt Musikästhetik ein Mittel zur Aufwertung präferierter Musik und Mittel der Abwertung geringgeschätzter Musik dar. Die Musikästhetik war in der Vergangenheit ein Instrument, um gewisser Musik eine explizite Wertigkeit zuzusprechen und andere Musik zu degradieren sowie zu profanisieren. Dies schlug sich in der Erstellung von Hörertypologien nieder, die sich an den Bewertungsmaßstäben orientierten und Hörerschaften entsprechend auf- und abwertend klassifizierten. Die Wertmaßstäbe zur Bestimmung von Musik als Kunst oder Werkzeug der sinnlichen Erkenntnis entstanden in spezifischen Soziokulturen und wurden durch diese geprägt. Im Verlauf kam es zur Aufoktroyierung der musikalischen und damit sozialen Maßstäbe auf andere populärmusikalische Phänomene (vgl. Hügel 2003). Zentrale Aspekte der Musikästhetik erfuhren eine Aktualisierung in anderen musikstilistischen Zusammenhängen inklusive der inhärenten Auf- und Abwertungslogik.

²⁴ Lautstärke wird oft als ein zentrales Merkmal der populären Musik angeführt. Es existieren aber Szenen oder Bewegungen, wie bspw. Quiet is the new loud oder Neo-Folk, für die Lautstärke unbedeutend ist.

Die neuzeitliche Erneuerung der Ästhetik nach dem Niedergang des Ancien Régime (Schneider 2011, S. 267) als Lehre des sinnlichen Empfindens und Wahrnehmens erfolgte durch Alexander Gottlieb Baumgarten (2007/1750), der das sinnliche Erleben als eigenständige, wenn auch niedere Form der Erkenntnis deutete. Immanuel Kant setzte sich in der Folge mit den Gedanken Baumgartens und der Ästhetik auseinander. Dabei zeigte er ein Unbehagen gegenüber der Sinnlichkeit der Musik. Als zentrale ästhetische Kategorien führte Kant in der Kritik der Urteilskraft (1790) das Schöne als „interessenloses Wohlgefallen“ und das Erhabene ein. Die Wahrnehmung der Kunst als ästhetische Kontemplation soll in distanzierter und von Lust befreiter Weise erfolgen, um ein reines Geschmacksurteil „unabhängig von Reiz und Rührung“ (Kant 2006, S. 74) fällen zu können. Da Musik aber über sinnliche Qualitäten verfügt und affizierend wirkt, nahm sie bei Kant die niedrigste Stellung in den schönen Künsten ein. Reine Geschmacksurteile über Musik waren möglich, wenn es sich um formal-ästhetische Urteile handelt. Stehen die sonisch-materiellen Qualitäten im Vordergrund, dann stellt dies ein Sinnesurteil dar und wird von Kant dem Angenehmen zugerechnet.

Die Deutung der Ästhetik der Musik wandelte sich im 19. Jahrhundert, behielt aber mehrere Aspekte bei. Eduard Hanslick (1854) stellt das Schöne in Form des Musikalisch-Schönen in den Vordergrund. Hanslick war wie Kant um objektive Maßstäbe für die Bewertung des Schönen bemüht (Hanslick 1891, S. 123). Am bedeutsamsten erscheint die Aufwertung der Musik innerhalb der schönen Künste, der Schopenhauer, Hegel und Hanslick die höchste Stellung einräumten. Hiermit ging ebenfalls eine Aufwertung der Instrumentalmusik einher, die Hanslick als Absolute Musik, „reine, absolute Tonkunst“ (ebd., S. 41) deutete. Gleichzeitig kam es zur Affirmation des Sinnlichen der Musik²⁵. Die Musik besitzt laut Hegel (1966 [1842], S. 276) eine „elementarische Macht“, die in der Lage ist, Menschen zu ergreifen: „So haben wir z. B. bei hervorstechenden, leicht fortrauschenden Rhythmen sogleich Lust, den Takt mitzuschlagen, die Melodie mitzusingen, und bei Tanzmusik kommt es einem sogar in die Beine“ (ebd., S. 245). Dennoch war die Sinnlichkeit an Räume gebunden, in der sie sich einerseits unterordnen musste, andererseits entfalten durfte: Form und Aufführung. Die Arbeit mit Musik basiert auf dem Elementarischen und dem Artistischen. Überwiegt der zweite Aspekt, gilt ein Stück als Kunstschön und stellt Tonkunst dar. Steht das Elementarische im Vordergrund, herrscht Klangwirkung (Hanslick 1891, S. 175). In der Komposition musste sich das Sinnliche der Form bzw. das Körperliche dem Geistigen fügen, um als ästhetisch zu gelten.

Der geistige Gehalt der Musik sind die Form und ihr Inhalt, nicht das Gefühl (ebd., S. 158). Den Inhalt bilden „tönend bewegte Formen“ (ebd., S. 74), die von innen heraus die Form bilden. Die wichtigste Einheit eines Musikstücks bildet das Hauptthema, aus dem sich Strukturen und die Form ergeben (ebd., S. 216). Themen und deren Behandlungen erklingen im Geist des Komponisten und werden als Töne zu Papier gebracht. Sie sind das „geistfähige Material“, aus dem mittels des Geistes die Komposition entsteht (ebd., S. 81). Zwar hatten sich Sinnlichkeit und Gefühl in den Kompositionen der Form unterzuordnen, in den Aufführungen erfüllten sie dennoch eine wichtige unterstützende Funktion. Hanslick war sich der Wirkung des Sonischen auf die Hörer bewusst und dass dies Folgen für das ästhetische Wohlgefallen als geistigen Prozess hatte, da der Materie des Tons eine Gefühlswirkung inhärent ist (ebd., S. 159), durch die Menschen „im Innersten empor getragen oder erschüttert“ (ebd., S. 129) werden. Die Feststellung Hanslicks, dass der Genuss der Sinnlichkeit des Klangs entspringt, ist von großer Bedeutung.

²⁵ Hanslick bemerkt die „Unterschätzung des Sinnlichen“ (Hanslick 1891, S. 76) in der ästhetischen Auseinandersetzung mit Musik bis dato.

Hanslicks Auseinandersetzung mit der Ästhetik der Musik befasste sich auch mit der richtigen Art der Rezeption. Er unterscheidet zwischen dem musikalischen und dem pathologischen Hörer (ebd., S. 154). Dies ist eine Unterscheidung zwischen Hören als geistiger Tätigkeit und körperlichen Empfinden. Die Art des Hörens wird einerseits durch die Komposition der Werke bedingt. Je mehr diese „überwältigend, also pathologisch auftritt, desto geringer ist ihr ästhetischer Anteil; ein Satz der sich freilich nicht umkehren lässt“ (ebd., S. 150). Andererseits stellt das richtige, das musikalische Hören eine geistige Tätigkeit dar, die den ästhetischen Genuss bedingt (ebd., S. 169). Dies hat jedoch in kognitiver, intellektueller Weise zu erfolgen. Die Sinnlichkeit darf das Werk und die Auseinandersetzung damit stützen, aber nicht Oberhand gewinnen. Die Fähigkeit zum ästhetischen Genuss ist abhängig von musikalischer und Bildung im Allgemeinen: „Der Laie ‚fühlt‘ bei Musik am meisten, der gebildete Künstler am wenigsten (ebd., S. 171). Deshalb deutet Hanslick das ästhetische Hören als eigene Kunst (ebd., S. 170).

Das, was in der Musik Bedeutung hat und verfolgt werden soll, sind die Form, das Thema und dessen Durchführung. Hanslick selbst verglich das Thema mit der Hauptfigur eines Romans (ebd., S. 216). Damit ähnelt es der Entwicklung des männlichen Protagonisten im Entwicklungs- bzw. Bildungsroman, der sich in Konflikt mit sich und der Umwelt befindet. Vergleichbar mit einer Sonate verfügt der Bildungsroman über mehrere Sätze, resp. Etappen der Heldenentwicklung. Meist wird dies in Form einer Reise erzählt. Diese erreicht am Schluss den Höhepunkt. Susan McClary (1991) verweist auf die Parallele zwischen der Ejakulation des Mannes und dem Klimax in der Musik und Kunst. Die Stellung von Form, Thema und Entwicklung ist die Konsequenz einer Ästhetik, die das Genie (Ortland 2004), den Mann bevorzugt. Der Musikästhetikdiskurs war männlich dominiert und Ästhetik wurde mit dem Männlichen – dem Visuellen und Intellektuellen – assoziiert (Gilbert/Pearson 1999, S. 86f.). Entwicklungsdenken ist nicht nur europäisch, es bildete auch eine Grundlage europäischer Kultur, die ihrerseits schwarze Kultur in Opposition dazu definierte. Das Entwicklungsideal steht im Kontrast zum afrikanischen Wiederholungsideal, das abgewertet wurde (Snead 1990). Das Entwicklungsdenken wurde zum Maßstab der Musikästhetik. Dies ist aber problematisch, da zum einen nicht jede Musik am Schluss oder überhaupt einen Höhepunkt hat, zum anderen nicht auf motivisch-thematischer Arbeit und Durchführung basiert, wie Musikstile, die ein Wiederholungsideal verfolgen.

Die Stellung des Werks, der Form und Themen im 19. Jahrhundert ist Folge des Aufschreibensystems der Notation (Großmann 2016). Die Partitur stieg zu einer autonomen Entität (Cox 2011, S. 154) auf, aus der sich Werk und Aufführung ableiteten. Die Werktreue war Maßstab der Aufführung. Der Text bildete die Grundlage der Musik. Allerdings ist lineare Schrift nicht imstande, Schallereignisse zu erfassen. Im Umkehrschluss wurde nur solche Musik komponiert, „die sich auch schreiben ließ“ (Kittler 2013, S. 36). Das Schreiben von Musik hat zweifellos viele Innovationen wie Mehrstimmigkeit, Harmonik oder Kontrapunkt hervorgebracht. Das Sonische vermag sie aber nicht abzubilden²⁶. Die Bevorzugung des Visuellen durch Partitur und Form ist laut Gilbert und Pearson eine Bevorzugung des Männlichen. Während das Visuelle mit dem Maskulinen assoziiert wird, steht das Weibliche für das Material. Im Falle der Musik wäre dies das sinnlich wirkende Sonische (Gilbert/Pearson 1999, S. 86f.). Die männliche Dominanz über den Ästhetikdiskurs der Musik wurde auch auf diese Weise bestätigt.

Der Diskurs wandelte sich noch auf anderen Ebenen. Mit dem Aufkommen der Konzertsäle wurde der Tanz als gesellschaftliches Ereignis an den Rand gedrängt. Der Körper als Rezeptionsor-

²⁶ Zwar gab es unterschiedliche Ansätze, klangliche Merkmale festzulegen wie bei den Sax-Instrumenten in Meyerbeers *Le prophète*. Diese hatten sich aber weiterhin der Form unterzuordnen.

gan verlor diese Stellung zugunsten der Ohren und Augen. Dadurch erfuhren der Körper und die Freude, die er bereitet, eine Abwertung. Tanz wurde zunehmend mit Weiblichkeit oder jungen Leuten assoziiert, obwohl hundert Jahre zuvor beide Geschlechter diesem frönten (Hanslick 1891, S. 143).

In der Auseinandersetzung mit der Ästhetik wurden dem Schönen andere Konzepte entgegengestellt. Friedrich Schlegel kontrastierte es mit dem Interessanten. Dadurch erhält das Geniedenken ein deviantes Moment, infolgedessen die Schöpfer immer wieder von der Norm abweichen und dadurch Neues schaffen (Schneider 2011, S. 268). Es findet eine Sensibilisierung für das Verdrängte in der Ästhetik statt. Karl Rosenkranz, Charles Baudelaire und Friedrich Nietzsche thematisieren das Hässliche (ebd., S. 268-269). Nietzsche führt die Prinzipien des Apollonischen und des Dionysischen in seine Ästhetik ein, wobei bei Zweitem das Erlebnis dominant ist.

Im 20. Jahrhundert sahen sich Ton, Form, Werk, Genie und Aufführung mit Entwicklungen konfrontiert, die ihren Status und die traditionelle Ästhetik infrage stellten. Gleichzeitig gewannen Aspekte, die mit dem Weiblichen assoziiert sind, in der Ästhetik an Bedeutung wie Material, Prozesse/Höhepunkte, Sinnlichkeit und Taktilität (vgl. Gilbert/Pearson 1999). In vielen Fällen ist dies auf das Aufkommen eines neuen musikalischen Aufschreibsystems geschuldet: der Phonographie (Großmann 2013b). Der Klang ersetzt den Ton der Notation und wird selber zu gestaltbarem Material. Dies ging in Teilen mit einem Paradigmenwechsel einher, in denen die Medien als Motoren für Kunstproduktion und gesellschaftlichen Wandel dienen (vgl. Kittler 1986; Faulstich 2002, 2004, 2012).

Die Hinwendung zum Klang als Material erfolgte zunächst bei den italienischen Futuristen. Die Technisierung der Umwelt bildete für Luigi Russolo die Grundlage seiner *intonarumori* (dt. Geräuscherzeuger), kompositorischen sowie theoretischen Auseinandersetzung (*L'arte de rumori*, 1913) mit mechanischen Geräuschen. Einige Jahre später setzen sowohl Komponisten der *Musique concrète* als auch John Cage auf phonographische Technologien als Material. Die Technisierung der Umwelt bewirkte einen Wandel im künstlerischen Selbstverständnis der Urheber (Barthelmes 2004). Der Klang gewann zuletzt in der elektronischen Musik Vorrang vor dem Ton. Konkrete und elektronische Musik sind in der Lage, zum einen unmenschliche Klänge zu kreieren, zum anderen die Wahrnehmung auf diese zu lenken (Cox 2003, S. 172). Sie besitzen die Fähigkeit, „jeden beliebigen Teil (oder Klang) mit jedem anderen beliebigen Teil oder Klang verbinden zu können“ (ebd., S. 171f.).

Werk und Form gerieten in Bedrängnis²⁷. Cage überließ dem Zufall sowohl in Komposition als auch Aufführung die Entscheidungsgewalt und den Ausführenden den Interpretationsprozess eines Stückes. Auf diese Weise bildet die Notation, die Cage in eigensinniger Art noch nutzte, kein Werk ab, das getreu der Vorgaben aufgeführt wird, sondern immer wieder aufs Neue entsteht und zusammengesetzt ist. Die Minimal Music, vor allem die Loopkompositionen, hebelte die traditionelle Vorstellung von Form und musikalischen Zeitverläufen aus (Sanio 2014, S. 68). Anstelle der Form rückte hier der Prozess. Statt des Verlaufs einer Form wird der Verlauf materieller Prozesse präsentiert. Minimal Music ist Musik im Werden, die dadurch die Aufmerksamkeit auf die Materialität der Musik und Prozesse lenkt (Cox 2011)²⁸.

²⁷ Als Kritik an Adorno oder Carl Dahlhaus rief Otto Karl Werckmeister das „Ende der Ästhetik“ (1971) aus. Dabei ging es ihm trotz des Titels weniger um die Abschaffung der Ästhetik an sich, sondern um die Überwindung des Werks und der Werk-Ästhetik.

²⁸ Dies kann durch Pulses wie bei Steve Reich oder Drones wie bei La Monte Young erfolgen.

Ein weiterer Aspekt der Ästhetik der Musik sieht sich der Relativierung ausgesetzt: das Genie. Im 20. Jahrhundert wurden die Werkurheber aus unterschiedlichen Richtungen kritisiert (Schneider 2011, S. 272). Der Autor wurde von Umberto Eco (1973) und Michel Foucault (2000) infrage gestellt und von Roland Barthes (2000) für tot erklärt. Die Urheber verlieren ihren Geltungsanspruch zugunsten der Rezipierenden, die selbst über die Bedeutung entscheiden. Ästhetik wandelt sich zu einer Rezeptionsästhetik (Schneider 2011, S. 274)²⁹. Zeitgleich räumte die Minimal Music den Rezipient*innen eine neue Autorität ein. Insbesondere die Phasenverschiebungen von Steve Reich zielen darauf ab, individuelle Klangmuster in den Hörern entstehen zu lassen, die nicht in der Komposition angelegt sind (de la Motte-Haber 2004b, S. 416). Zuvor hatte Cage die Rezipierenden als Klangquellen in die Aufführung eingeführt, wie in 4'33'' (1952). Zeiträume wurden wie bei Philip Glass ausgedehnt und die Konzertsäle zu Orten der Meditation. Eine Ästhetik der Präsenz etablierte sich, in der nicht die Vergegenständlichung, sondern Situationen und Erfahrungen zentral sind (Sanio 2004, 2014).

Kritik an der traditionellen Ästhetik erfolgte auch durch Pierre Bourdieu. Dessen populäre Ästhetik richtet sich gegen die reine Ästhetik Kants. Sie rückt jene Aspekte des Trivialen, Barbarischen und Vulgären in den Fokus, die ausgespart werden, wie Involvierung, Identifizieren, individuelle sowie kollektive Teilnahme und temporärer Konventionsbruch (Bourdieu 1987, S. 64, S. 67). Es kommt zu einer Relativierung der traditionellen Ästhetik durch Bourdieu, die Ausdruck sozialer Zugehörigkeit und Ungleichheit ist. Die Ablehnung des Populären ist gleichbedeutend mit der Ablehnung des Bürgertums gegenüber der damit verbundenen sozialen Schicht. Das Bürgertum legt fest, was als kulturell legitim erachtet wird. Die Maßstäbe von Kant und Hanslick haben sich trotz der Umbrüche in der generellen Musikkultur als resistent und wirksam erwiesen.

Die Rettung traditioneller Ästhetik als Versuch, bürgerliche Maßstäbe als legitim durchzusetzen, erfolgte maßgeblich durch Theodor W. Adorno und die Musikwissenschaft. Adorno griff in seiner Ästhetischen Theorie (1970) auf das Schöne und Erhabene zurück. Er sah in der Kunst die Möglichkeit, Kritik an gesellschaftlichen Missständen zu formulieren. Dabei fasste er die Kunst sehr eng, woraufhin er die Güter der Kulturindustrie per se als „standardisierte“ (Adorno 1990, S. 302) Waren definierte, die keinem autonomen Formgesetz folgen (Adorno 1970) und deren Elemente austauschbar sind (Adorno 1990, S. 303). Dadurch kann populäre Musik keine Gegenposition zur Gesellschaft einnehmen. Das Vermögen, Wahrheit auszusprechen, besitzt nur die autonome Kunst (Adorno 1970, 1974). Für Adorno bildet die Form den objektiven Maßstab der Musikästhetik (Adorno 1970). Richard Middleton (1990, S. 51) stellt heraus, dass Adornos Privilegierung autonomer Musik Ausdruck der Wertvorstellung der bourgeoisen Kultur ist. Mit den „Typen musikalischen Verhaltens“ verfasste Adorno (1975) einen frühen Entwurf einer Musikhörer-Soziologie³⁰. Diese ist deutlich von den Idealen der traditionellen Musikästhetik geprägt. Daher sind nur Experten und gute Zuhörer zum strukturellen Hören imstande, das die Basis der Durchdringung des musikalischen Sinnzusammenhangs bildet (Adorno 1975, S. 18). Bei den anderen Typen überwiegt in zunehmendem Maße ein atomistisches, emotionales und sinnliches Hören, welches von Adorno einen minderen Rang zugewiesen bekommt. Zuletzt übernahm auch

²⁹ Trotz dieser Entwicklungen gab es Versuche wie bei Hans-Georg Gadamer, Hans Robert Jauss, Wolfgang Iser, die Genie-/Werkästhetik zu bewahren. Aufgabe der Rezipient*innen ist es demnach das in den Werken implementierte Sinnpotenzial im verstehenden Urteil zu erkennen. Norbert Schneider merkt an, dass ein solches Rezipientenbild dem eines „elaborierten Literaturwissenschaftlers“ (Schneider 2011, S. 274) und nicht eines Durchschnittlesers entspricht.

³⁰ Die Typologie umfasst in absteigender Kompetenz: Experten, gute Zuhörer, Bildungshörer/Bildungskonsumenten, emotionale Hörer, Ressentiment-Hörer, Jazz-Experte/Jazzfans, Unterhaltungshörer und Unmusikalische.

die Musikwissenschaft das Formdenken der traditionellen Ästhetik. Für Carl Dahlhaus (1978b, S. 280) erfolgte die „Vergegenständlichung der Musik“ durch die Form. Dies kann auf logische als auch architektonische Weise erfolgen.

Cage und die Minimal Music haben mit ihren Kompositionen die Grenze und Relativität der traditionellen Ästhetik aufgezeigt. Die populäre Musik wird diese zusätzlich strapazieren. War die Auseinandersetzung mit der Ästhetik der Musik bisher von einem intellektuellen und vermeintlich objektiven Zugang geprägt, so wandelt sich dies mit dem Aufkommen der populären Musik. Wie bei der Minimal Music rückten das Material und das Körperliche ins Zentrum der Musik, allerdings nicht in Form eines Prozesses, sondern durch Strukturen gerahmt.

Das Erbe der Werkästhetik wirkte zu Beginn auf den Diskurs ein und legte damit ihre Maßstäbe, die bürgerlichen Wertvorstellungen entsprachen, auf die populäre Musik an. Da die Materialität des Klangs nicht durch Notation fixierbar war, ließ sie sich nicht mit dem traditionellen Ästhetikmodell vereinen (Hanáček 2008, S. 2). Die Auseinandersetzung mit Ästhetik und populärer Musik seitens der deutschen Musikwissenschaft bestand zunächst darin nachzuweisen, dass populäre Musik nicht den Maßstäben der Autonomieästhetik gerecht wird und daher keine ästhetischen Qualitäten, wie Kontemplation oder Transzendenz, auszulösen vermag³¹. In der Soziologie konzentrierte sich die Analyse populärer Musik auf Identitätsbildung und Vermarktungsstrategien, aber nicht ihrer Verführungskraft. Die Cultural Studies ignorierten die Ästhetik als kulturelle Hegemonie der Bourgeoisie (Fiske 1989, S. 103) und legten den Schwerpunkt auf die Erforschung spezifischer Lesarten von populären Werken, dem gesellschaftspolitischen sowie emanzipatorischen Wert und ihrem identitätsstiftenden und subversiven Potenzial (Hebdige 2007; McClary/Walser 1990, S. 281; Middleton 1990). Die unterschiedlichen Annäherungen an den Gegenstand führten dazu, dass entweder das Populäre oder das Musikalische vernachlässigt wurde (vgl. von Appen 2007, S. 19; Kleiner 2013). Einen anderen Ansatz wählte der Musikpädagoge Dieter Baacke hinsichtlich der Beatkultur. Diese entzieht sich traditionellen Kategorien, was auf eine andere Art von Ästhetik schließen lässt, in der Sinnlichkeit und Beteiligung zentral sind (Baacke 1970, S. 73). Dennoch zeigte sich die traditionelle Ästhetik als wirkmächtig, da sie im Diskurs der populären Ästhetik zunächst weiterhin eine Vergleichsgröße bildete (vgl. Chester 1970a; Kneif 1975; Shusterman 1991a; 1991b; Baugh 1993).

Die Zugehörigkeit zu einer musikalischen Soziokultur hat Folgen für die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Ästhetik populärer Musik. In der Vergangenheit zeigte sich die Verortung der Pop-Ästhetiker und ihrer Kritiker in einer Soziokultur für die Auf- und Abwertung der eigenen und anderen Musik verantwortlich. Die anfängliche Ablehnung von Rockmusik seitens der Musikwissenschaft war Ausdruck der Zugehörigkeit zu einer anderen musikalischen Soziokultur mit divergierenden Maßstäben und Wertvorstellungen. Etwas später reproduzierten die Arbeiten zur Ästhetik von Rock gewisse traditionelle Maßstäbe und aktualisierten diese. Wie zuvor wurden eigene Präferenzen zu vermeintlich objektiven Wertmaßstäben erhoben (Graham 1995). So fasst bspw. der Musikwissenschaftler Tibor Kneif (1975) einige Formen von Rockmusik als Kunst auf, im Gegensatz zu populärer Musik und anderen Rockausprägungen, die in den Charts vertreten sind, und keinen Kunstcharakter besitzen. Er unterscheidet zwischen Primär- und Alternativhörer. Bei den im Bildungsbürgertum verorteten Alternativhörern schimmert die tradi-

³¹ Die Autonomieästhetik war das grundlegende Paradigma, an der sich auch die populäre Musik messen musste (vgl. Tadday 2004, S. 400). Entsprechend negativ betrachteten Carl Dahlhaus, Hans Heinrich Eggebrecht oder Hermann Rauhe diese (vgl. von Appen 2007, S. 18). Ästhetische Qualitäten wie die Kontemplation, Transzendenz oder Zweckfreiheit wurden dieser aufgrund ihres Warencharakters abgesprochen. Rauhe (1968) stellte Kriterien auf, mit denen Pädagogen die Trivialität populärer Musik objektiv nachweisen sollten.

tionelle Ästhetik und Adornos Hörertypologie durch, was sich an der Bevorzugung von Merkmalen wie Originalität, Fortschritt, Komplexität, Durchkomponiertheit und Werkcharakter zeigt. Primärhörer bevorzugen außermusikalische Aspekte, wie Ehrlichkeit, politische und moralische Aussagen, Stimmungscharakter sowie Authentizität.

Insbesondere Authentizität geriet zu einem Paradigma und Mittel der Distinktion im Diskurs der Ästhetik populärer Musik. Der Authentizitätsdiskurs fokussierte zunächst Rockmusik, wertete damit aber andere Stile populärer Musik ab und schloss sie aus dem Diskurs aus. Authentizität ist per se exkludierend (Frith 1998, S. 89) und diskriminierend (Fiske 1992, S. 36). Die Auseinandersetzung mit ihr reproduzierte die Exklusion auf wissenschaftlicher Ebene. Hierbei dienten einige Maßstäbe der traditionellen Ästhetik, wie musikalische Handwerkskunst oder Virtuosität, zur Festlegung von Authentizität. Sie wird oftmals mit künstlerischer Individualität gleichgesetzt (ebd.). Insbesondere Improvisation wurde zu einem Wertmaßstab innerhalb der Rockmusik, da diese das Prestige der Musik bei Kritikern erhöhte und aufwertete (Brackett 2020). Allerdings ist Authentizität flexibel. Es existieren unterschiedliche Formen davon in Rock und anderen Genres: Während Bruce Springsteen Authentizität repräsentiert, fußt das Verführungspotenzial von David Bowie oder Prince auf ihrer Künstlichkeit, die einer „Logik authentischer Unauthentizität“ (Grossberg 1993, S. 205-206) folgt. Der dominante Diskurs der Ästhetik erfuhr in der Rockmusik eine Reproduktion. Die männliche Dominanz über die Ästhetik zeigte sich laut Gilbert und Pearson einerseits in den vorwiegend männlichen Musikern, andererseits der Bedeutung der männlichen Stimme für Rock (Gilbert/Pearson 1999, S. 67). Dadurch reiht sich Rock in die Tradition der phallogozentristischen Musik ein (ebd., S. 87). Auf diese Weise hat sich der dominante traditionelle Ästhetikdiskurs in den der populären Musik eingeschlichen und ihm einige seiner Kriterien auferlegt (ebd., S. 69f.).

Das Unverständnis gegenüber Wertmaßstäben anderer Genres kann als Mangel spezifischen kulturellen Kapitals gedeutet werden. Erst durch dessen Erwerb können Genres oder Subgenres eine Wertschätzung erfahren. Dafür müssen Menschen ihr Hören anpassen. Die populäre Musik ist in der Lage ist, ähnliche Wirkungen wie die ernste Musik im Menschen auszulösen. Populäre Musik kann dabei helfen, zu Erkenntnissen über sich selbst, den eigenen Körper und gesellschaftliche Konstruktionen zu gelangen und dies in Frage zu stellen (Schramm 2007; Echols 2010). Sie kann aufrütteln, Kritik üben und Empörung auslösen. Populäre Musik befähigt zur Kontemplation, kann Selbstzweck sein oder transzendierend wirken. Für viele Menschen ist populäre Musik das Schöne. Sie kann auch als das Hässliche oder das Groteske erscheinen.

Hinsichtlich Musik in einer Medioumwelt ist es schwierig, von einer Ästhetik zu sprechen. Was in der traditionellen Ästhetik aufgrund von Notation, Werk und werkgetreuer Aufführung zusammenfiel, hat sich atomisiert. Musik wird in unterschiedlichen Kontexten und mit divergierenden Wiedergabemedien rezipiert. Zusätzlich erfüllt sie verschiedene und teilweise mehrere Funktionen. Dadurch ähnelt die Ästhetik populärer Musik der Ästhetik des Erscheinens von Martin Seel (2003). Dieser präsentiert drei Arten des Erscheinens und damit drei Wirkungen. Da wäre erstens das bloße Erscheinen, in dem Musik als Objekt der Kontemplation auftritt. Die Kontemplation kann die Form der Unterforderung oder Überforderung einnehmen. Im zweiten, dem atmosphärischen Erscheinen, fungiert Musik als Objekt der persönlichen oder sozialen Korrespondenz. Musik korrespondiert mit der Identität, Gefühls- und Stimmungslage sowie der gegenwärtigen Situation. Auf sozialer Ebene stellt Musik die Korrespondenz zwischen Menschen her, die sich einander angleichen, um sich von anderen distinktiv abzugrenzen. Im artistischen Erscheinen präsentiert sich Musik zuletzt als Objekt der Imagination. Dieses kann in der Auseinandersetzung mit dem musikalischen Material die Phantasie über das Stück hinaus anregen oder als semioti-

sches Decodierungsspiel betrieben werden. Beide Fälle offerieren eine Begegnung mit der Welt, mit anderen (imaginierten) Ansichten, die die eigene Welt verändern können.

3.3.2 Sounding und Werte der Musik

Wie sich im Folgenden noch zeigt, basiert die Wertzuweisung populärer Musik auf verschiedenen Aspekten. Sie kann auf unterschiedliche Weise rezipiert werden und wirken. Zur Gestaltung populärer Musik finden andere Materialien mit divergierendem Potenzial zum positiven Affizieren Verwendung. Dieses kann unterschiedlich bearbeitet werden. Populäre Musik erfüllt diverse Funktionen, von denen das ästhetische Interesse eine ist. Mit ihr kann auf verschiedene Art Musicking betrieben werden. Sie kann der sozialen Einbettung und subjektiven Platzierung in einer Musikkultur dienen. Zur analytischen Veranschaulichung dessen, was Musik für Menschen leisten kann, um als wertvoll zu gelten, kommt es zur Unterteilung in die Bereiche: Material, Körper und Soziokultur.

3.3.2.1 Material

Das Material populärer Musik bezieht sich zunächst auf die Form und das Sonische. Material als die Form und das Sonische prägt die Produktionsästhetik und ist Produkt der Phonographie. Diese zeigt sich auch für die Rezeptions- und Aufführungsästhetik mitverantwortlich.

Zwar nimmt das Sonische in der populären Musik eine zentrale Position ein, die *Form* darf dennoch nicht unberücksichtigt bleiben. Populäre Musik erscheint in unterschiedlichen formalen Gewändern, wie u. a. Songs, Tracks elektronischer Tanzmusik oder Click & Cuts (Cox 2003), Funk-Jams (George 1990), Riddims (Henriques 2011), Hip-Hop-Tracks (Toop 1992; Duinker 2020), Metal- (Elflein 2007, 2010; Herbst 2021) oder Prog Rock-Stücken (Halbscheffel 2012). Formale Unterschiede sowie divergierende Komplexitätsgrade wirken zwischen und innerhalb Genres. Dies hat unterschiedliche Formen der Auseinandersetzung und Wirkungen zur Folge, die den Formen entspringen. Je nach Genre übernehmen die jeweiligen Formteile andere Funktionen, zum Teil solche, die nur in den Genres Geltung haben und Wirkung entfalten. Die Form dient zum Teil dem Ein- und dem Ausschluss von Musik, wie bei Techno und Big Room (vgl. Kapitel Sonische Transitionen).

Für den kanadischen Philosophen Bruce Baugh (1993) besitzt Rockmusik eigene ästhetische Standards. Für Rock ist das Material (matter) zentral, in der E-Musik die Form. Die Materialität adressiert den Körper, während sich die Form an den Geist, die intellektuelle Rezeption wendet. Rock und andere populäre Musik wird stärker gefühlt als kognitiv bewertet. Dies stellt jedoch eine von Baugh beabsichtigte Zuspitzung dar, um den Blick auf die Materialität der Musik zu lenken. Populäre Musik kann kognitiv verfolgt werden. Das Material bezeichnet bei Baugh das Sonische. Darunter versteht er sowohl die Art, wie sich die Musik für die Hörenden anfühlt, als auch die Art, wie sie die Körper der Hörenden affiziert (Baugh 1993, S. 23). Die Wertzuweisung der populären Musik entspringt den Affekten, die diese in den Hörenden auslöst. Für Baugh (ebd., S. 26) machen die Effekte der Musik auf den Körper das Schöne aus. Diese den Körper durchdringende Kraft ist das Sonische, welches sich für die Körperlich- sowie Sinnlichkeit populärer Musik verantwortlich zeigt. Es affiziert Menschen mittels der unterschiedlichen sinnlichen Kanäle. Baugh (ebd., S. 28) präsentiert drei materielle, körperliche Elemente, die für die Ästhetik

von Rock signifikant sind und in vergleichbarer Weise auch von Baacke (1970, S. 66f.) und Theodore Gracyk (1997) festgestellt wurden: Rhythmus, Expressivität der Töne und Lautstärke.

Rock und populäre Musik im Generellen basieren stärker auf Rhythmus als E-Musik. Dieser unterliegt in populären Stilen einer Wiederholungslogik. In populärer Musik hat Rhythmus zwei Dimensionen: die gespielte und die gefühlte, den Groove (Roholt 2014). Die Expressivität der Töne als zweites Element bezieht sich auf die Freiheiten der Interpretation durch die Musizierenden, die dadurch die Materialität bestimmen (Baugh 1993, S. 23). Diese verpassen dem Ton durch ihre Spieltechniken oder stimmlichen Charakteristika eine individuelle Note (vgl. Chester 1970b). Dies kann bei Neuinterpretationen zu anderen Ergebnissen und Wirkungen führen, wie etwa bei „Hurt“ von Nine Inch Nails (1994) und Johnny Cash (2002). Solche Interpretationen sieht die Notation aufgrund des Werkstatus weder vor noch ermöglicht sie diese. Das dritte Element, die Lautstärke, verweist am deutlichsten auf die Körperlichkeit populärer Musik. Um diese zu erzielen, kommen Lautsprecher unterschiedlicher Art zum Einsatz. Diese können sowohl die einzelnen Instrumente auf der Bühne als auch die Tonträger über eine Soundanlage (Papenburg 2016) wiedergeben. Der Schall der Lautsprecher umhüllt, durchdringt Körper und wird spürbar wahrgenommen. Lautstärke ist für den Genuss populärer Musik auch abseits von Aufführungen oder Tanzveranstaltungen von Bedeutung, wie bspw. im Auto (Williams 2009) oder bei jugendlichen Zusammenkünften im öffentlichen Raum (Marshall 2014). Die Bedeutung der Lautstärke für die populäre Ästhetik zeigt sich am sog. Loudness War, bei der mittels Kompression die Lautheit erhöht, aber auch Dynamiken angeglichen werden (vgl. Vickers 2011; Binas-Preisendörfer 2016).

Populäre Musik ist Medienmusik (Großmann 2013b) und dies in mehrfacher Hinsicht. Neben den Tonträgern basiert sie auf zahlreichen Produktions- und Aufführungsmedien. Diese Fülle ist eine Folge der Phonographie, die neue kompositorische Möglichkeiten und Arten geistfähigen Materials hervorbrachte (Großmann/Hanáček 2016, S. 57). Sie zeigt sich für das Aufkommen der *Produktionsästhetik*, dem auf Tonträgern gespeicherten Studioprodukt, verantwortlich. Mit dem Erscheinen der Phonographie und populären Musik ging ein Paradigmenwechsel einher, in dem die Komposition an Wert einbüßte, die Expressivität dagegen hinzugewann. Dies bezieht sich etwa auf die Textur der Stimme: „Grain“ (Barthes 1977; vgl. Klein 2009). Durch die Phonographie konnte der individuelle Stimmcharakter zum einen aufgezeichnet, zum anderen ausgestellt werden, wie im Crooning³². Nuancen der Stimmen treten in den Vordergrund und der Gesang verlangt nach weniger Kraft in der Stimme. Gesangstechniken wie Growling³³ sind auch Produkte der Phonographie, die andere Arten der Affizierung ermöglichen. In den 1960er Jahren wandelte sich das Aufnahmeverfahren in der Musikproduktion. Instrumente wurden einerseits zunehmend im Einzelspurverfahren aufgenommen, andererseits steigerte sich bei vielen Musikproduktionen die Anzahl an genutzten Spuren. Auf diese Weise wurden die Studioprodukte tendenziell komplexer. Die Virtuosität verlagerte sich in das Studio und brachte eine eigene Form der Studiovirtuosität hervor (Gracyk 1997, S. 145). Es zogen vermehrt Technologien wie Rhythmusmaschinen, Sampler, Sequencer und Synthesizer ein, die den Produzierenden gewisse Handlungsoptionen ermöglichten. Das Resultat davon sind verschiedene Produktionsästhetiken, die je nach Aus-

³² Diese Gesangstechnik verdankt ihre Existenz der Mikrophonie, bei der die Sänger mit dem Mund ganz nah am Mikrofon singen.

³³ Growling ist eine gutturale Gesangstechnik, bei der knurrende oder bellende Geräusche erzeugt und durch die Nähe zum Mikrofon massiver klingen. Growling findet u. a. in Death Metal, Doom Metal oder manchen Hardcore-Ausprägungen Verwendung.

prägung und Genre divergierende Angebote der Auseinandersetzung, Affizierung und Bewegung machen.

Im Gegensatz zur robusten Tonspeicherung der Notation ist die Phonographie fluider. Während die Veränderung der Tonkunst aus dem niedergeschriebenen Material resultierte, erfolgt sie bei der Phonkunst aus dem Wandel der Medien. Veränderungen phonographischer Medien strahlen auf die Produktionsästhetik ab. Digitale Technologien eröffnen neue kompositorische Möglichkeiten zur Gestaltung musikalischer Zeit und Raums (Brøvig-Hanssen/Danielsen 2016), die nicht notierbar sind. Diese ermöglichen andere Wirkungen, die ein Spiel mit der Wahrnehmung und Subjektivitäten betreiben. Die Ästhetik populärer Musik ist aufgrund ihrer Abhängig von Medien³⁴ dynamischer.

Populäre Musik besitzt wegen ihres Status als phonographische Musik keine Partiturnkultur wie die E-Musik. Der Werkstatus wird den Master-Tapes zuteil, welche die Grundlage für die anschließende Vervielfältigung sind (Gracyk 1996). Diese bilden den Maßstab für die Bewertung der Aufführungen. Populäre Musik zeichnet sich durch eine *Aufführungsästhetik* aus, die entweder eine Imitation oder Interpretation der Produktionsästhetik ist. Auf der einen Seite ist die Reproduktion der Aufnahme in der Aufführung die Grundlage positiver Bewertung (ebd., S. 77, S. 84). Die zunehmende Komplexität der Studioprojekte hatte Folgen für die Aufführungen und ihre authentifizierende Funktion. Dadurch gelang bspw. den Beach Boys, ihren eher unauthentischen Ruf abzulegen, da die Band imstande war, ihr ausgefeiltes Studioprodukt „Pet Sounds“ (1966) auf der Bühne umzusetzen. Die Reproduktion der Aufnahme auf der Bühne weist folglich die Authentizität der Musiker*innen aus (Auslander 1999, S. 80)³⁵. Auf der anderen Seite kann eine positive Bewertung auch aus der individuellen Interpretation resultieren, die dem Werk eine Variation entgegensetzt (Chester 1970b; Baugh 1993). Für die Ästhetik von Rock ist entscheidend, ob die Stücke gut aufgeführt werden. Dies wird aber nicht nur an objektiven Maßstäben, wie Virtuosität, sondern an der Affizierung festgemacht, die sie bewirken (Baugh 1993, S. 26). Der individuelle Ausdruck der Töne, die Nuancen der jeweiligen Musizierenden, ist von ästhetischem Wert. Stücke können auch in Tempo und Stilistik verändert oder gewissen Formteile mehrfach wiederholt werden. Phonographie flexibilisierte das Verhältnis vom Text zur Aufführung. Entscheidend ist, ob die Aufführung überzeugt bzw. die Rezipierenden affektiv berührt und Bewegungen auslöst (ebd., S. 27).

Phonographie erweiterte die Rezeptionsmöglichkeiten und brachte unterschiedliche *Rezeptionsästhetiken* hervor. Die Verlagerung der Musik in Aufnahmen stellt eine Erweiterung der Optionen und Funktionen von Musik dar (Gracyk 1997). Tonträger können bspw. als Live-Aufnahmen ein vergleichbares Erleben zum Konzert bieten. Sie ermöglichen andere Umgangsweisen mit gespeicherter Musik, wie wiederholtes Abspielen oder mobile Musikrezeption. Musik erklingt an dafür geschaffenen Orten, aber auch in der Wohnung, über Kopfhörer, aus dem Smartphone, usw. Die Art des Mediums kann die darauf befindliche Musik ästhetisch aufwerten bzw. in ihrer Bewertung beeinflussen. Vinyl besitzt etwa zum einen eine spezifische Ästhetik der Klangwiedergabe, zum anderen ermöglicht es ein spezifisches ästhetisches Erleben (Bartmanski/Woodward 2015). Klangliche Charakteristika wie Knacken und Rauschen werden mit

³⁴ Maschinen haben ihrerseits in Folge eines Embodiments musikalisch-technischer Umgebungen eine Ästhetik des Digitalen hervorgebracht (Großmann 2013a). Diese entsteht in der Übertragung bestimmter Herangehensweisen an die Produktionstechnologien, die sich im Umgang mit vorherigen Technologien als wirksam erwiesen haben (vgl. Goldmann 2016).

³⁵ Unter Rückbezug auf Walter Benjamin (1936) verortet Auslander die Aura als dialektische Beziehung zwischen dem kulturellen Objekt der Aufnahme und der Aufführung (Auslander 1999, S. 84f.).

Wärme assoziiert. Gleichzeitig erfordern Schallplatten eine intensivere Beschäftigung, da sie aufgelegt und umgedreht werden müssen. Der Reiz liegt im kompletten Abspielen des Albums, nicht einzelner Stücke (ebd.)³⁶. Die Art des Mediums kann die Musik auch umwerten, was aber nicht als Wertverlust verstanden werden sollte. Obwohl ein gewisser Anteil populärer Genres der sog. Bass Music zugerechnet wird, erfolgt deren Wiedergabe auch über Kopfhörer und digitale Endgeräte. Sie wird zu einer Treble Music (Marshall 2014). Mobile Technologien ermöglichen andere Formen der Rezeption und des individuellen Ausdrucks als Ergo-Audition (Chion 1994).

Die Phonographie hat noch einen weiteren Einfluss auf die Rezeptionsästhetik populärer Musik ausgeübt. Deren Wiedergabe erfolgt oft über Lautsprecher, die sich für die charakteristische Lautstärke verantwortlich zeigen, mit denen die Ästhetik populärer Musik assoziiert wird. Lautsprecher finden sich gleichermaßen in Live- und Tonträgermusik wieder. Es existieren diverse Basskulturen, in denen elektronische Tanzmusik dezidiert für die laute Wiedergabe über Lautsprecher komponiert, in den Frequenzen spezifisch ausgestaltet und gemastert wird, um den ganzen Körper anzusprechen (Goodman 2012; Henriques 2003, 2011; Jasen 2016).

3.3.2.2 Körper

Populäre Musik bezieht den ganzen Körper und alle Sinne affirmierend ein³⁷. Sie zeichnet sich durch Körperlichkeit und Sinnlichkeit aus, was geistige Aktivität keinesfalls ausschließt. Dabei erfüllt sie je nach Rezeptionssituation andere Funktionen. Sie erscheint in verschiedenen Rezeptions- sowie Partizipationsästhetiken, die ein anderes Vergnügen ermöglichen. Die Körperlichkeit setzt sich aus mehreren Elementen zusammen. Die gefühlten Rhythmen der populären Musik, ihre Grooves, setzen Musiker*innen wie Hörer*innen gleichermaßen in Bewegung (Abel 2014). Groove beschreibt das positive Ergebnis der Bezugnahme zwischen der gespielten und gefühlten Ebene (Roholt 2014). Lautsprecheranlagen schaffen immersive Klangräume. Bass erschüttert Körper und Subjektivitäten (Goodman 2012; Jasen 2016). Freude entsteht durch das Erleben des Körpers im Tanz (Klein 1999). Sie kann in Form einer Identität stabilisierenden plaisir oder verschiebenden jouissance erscheinen (Gilbert/Pearson 1999, S. 105). Freude wird bei Konzerten aus der Erfahrung oder erfüllten Erwartung gezogen (Behr et al. 2014, S. 8). Die Ästhetik populärer Musik ist polysinnlich und wird durch viele Faktoren geformt (Belfiore/Bennett 2007). So erscheinen etwa die erotische Ausstrahlung der Musiker*innen und die Bewegungen der Partizipierenden zur Musik als Faktoren eines positiven Erlebnisses (Kneif 1978, S. 16). Musikvideos und andere visuelle Erzeugnisse tragen auch zur Wirkung bei (Auslander 1999). Dies gilt insbesondere für elektronische Musik, die meist ohne Stimme auskommt, woraufhin die visuellen Informationen einer Veröffentlichung wichtig für die Auseinandersetzung werden (Eshun 1999, S. 215). Der Aussage Eshuns folgend darf die geistige Aktivität innerhalb der populären Musik nicht vernachlässigt werden. Diese kann die Phantasie anregen und zur Imagination bspw. über die Musik oder Musiker*innen einladen. Liedtexte enthalten Bedeutungen, regen Gedanken an und manche wollen intellektuell erschlossen werden (vgl. Shusterman 1991a). Insbesondere feministische und postkolonialistische Annäherungen an Ästhetik zeugen von geistiger Aktivität hinsichtlich populärer Musik (vgl. Weheliye 2005, 2014; Ismaiel-Wendt 2011; James 2015; Nardi 2016).

³⁶ Vinyl stellt eine Verbindung zur Vergangenheit und dem kulturellen Erbe der Popmusik her, was es besonders authentisch erscheinen lässt.

³⁷ Auch E-Musik geht durch den Körper und findet in Orten statt, die für körperliches Erleben gebaut wurde.

Populäre Musik wird an unterschiedlichen Orten unter Nutzung verschiedener Rezeptionsdispositive und changierender Tiefe der Auseinandersetzung rezipiert (Schramm 2008). In Folge erscheint sie in unterschiedlichen *Rezeptionsästhetiken* mit eigenen Qualitäten. Menschen, die populäre Musik rezipieren, sind von einem ästhetischen Interesse daran geleitet. Dies definiert Gracyk als vollzugsorientierte, ästhetische Rezeptionshaltung (Gracyk 1999, S. 208). Seiner Ansicht nach ist das Gefallen eines Musikstücks nicht abhängig von dessen Bewertung als Kunst. Rockmusik kann unter Kunstmerkmalen betrachtet werden, dies ist aber für die persönliche Wertschätzung unbedeutend. Gefallen umfasst gleichermaßen affektive, emotionale und kognitive Aspekte der Wertschätzung. Ort und Aufführung prägen zwar ihrerseits das ästhetische Erlebnis, sind aber für das ästhetische Interesse unbedeutend (ebd., S. 212). Die Bandbreite des ästhetischen Interesses veranschaulicht der Musikwissenschaftler Ralf von Appen (2007) anhand von Amazon-Rezensionen zu zehn im Verkauf und bei Kritikern erfolgreichen Alben aus diversen Genres³⁸. In den Wertaussagen erhielten Qualitäten der Komposition, der Songtexte sowie der Interpretation die häufigsten Erwähnungen. Bei den kompositorischen Qualitäten ist die Melodiegestaltung signifikant, während die formalen, rhythmischen und harmonischen Gestaltungsmittel kaum von Belang sind³⁹. Wertschätzung erfahren Kriterien wie Gefühl, Energie, Authentizität und Vielfalt. Die Wertaussagen sind stärker von Sinnlichkeit geprägt, was sich am Begriff des Schönen zeigt, der sich auf persönliche Empfindungen während des Hörens bezieht.

Musik erfüllt diverse Funktionen, die von ästhetischem Interesse über Psychohygiene bis Klangtapete bei Alltagshandlungen reichen. Die Funktionen stehen oft im Zusammenhang von Alltagsbewältigung, Identitätskonstruktion und -stabilisierung (DeNora 2004). Die jeweiligen medialen Rezeptionsästhetiken und Funktionen der Musik befördern andere Konfigurationen von Körperlichkeit, Sinnlichkeit und geistiger Aktivität. Unterschiedliche Rezeptionsdispositive bringen andere Subjektivierungsweisen hervor (Lepa 2013, S. 380) und weisen verschiedene emotionale Affordanzen auf (ebd., S. 388). Alltagskontexte, individuelle Rezeptionsvorlieben und Materialität der Wiedergabetechnologien bedingen für Raphael Nowak (2016) zum einen die Interaktion mit Musik, zum anderen die Konstruktion von Bedeutung und sozialer Zugehörigkeit für die Lebensnarrative von Menschen. Social Media haben die Funktionsmöglichkeiten von Musik erweitert und in den digitalen Raum ausgeweitet. Social Media werden zur Herstellung von Sozialität genutzt, bei der etwa musikalische Parodien oder Rituale Werkzeuge der Konstruktion sind (Campos Valverde 2019). Was Musik, Alltagskontexte und Wiedergabemedien zu leisten imstande sind, ist durch Faktoren sozialer Ungleichheit geprägt (Hesmondhalgh 2013, S. 4ff.). Dies resultiert in anderen Wirkungen und divergierenden Möglichkeitsspektren (Gembris 1998; Gebesmair 2001; Schramm 2008).

Medien prägen noch auf eine andere Weise die Rezeption populärer Musik. Philip Auslander zeigt auf, wie die visuelle Kultur zum Erlebnis von Liveness beiträgt und ein Maßstab der Bewertung geworden ist, indem sie die Musik für die Fans authentifiziert (Auslander 1999, S. 65). Dafür ist neben der konkreten Aufführung der Musik der visuelle Beleg vonnöten, um die Aufführenden als rechtmäßige Urheber zu legitimieren (ebd., S. 79)⁴⁰. Im Anschluss übernahmen Musikvideos die authentifizierende Funktion des Konzerts (ebd., S. 89). Von Bedeutung dafür ist, ob die Musik an einem angemessenen Ort von angemessenen Leuten aufgeführt wird (ebd., S. 93).

³⁸ Folk, Garage Rock, Grime, Hip-Hop, Indie, Pop, Pop-Jazz und Stoner Rock.

³⁹ Dass die Qualitäten der Musik nur 22% der Aussagen ausmachen, kann evtl. auf das fehlende Vokabular zur objektiv-formalen Beschreibung von Musik zurückgeführt werden.

⁴⁰ Die authentifizierende Funktion der Aufführung für den Tonträger fußt auf einem speziellen Verhältnis zwischen Live und der Aufnahme in dem kulturellen Kontext von Rock (Auslander 1999, S. 81).

Bei der *Partizipationsästhetik* handelt es sich um eine spezielle Form der Rezeptionsästhetik. Diese wird einerseits durch die Aufführungsästhetik der Musizierenden gerahmt. Andererseits basiert sie auf der Beteiligung des Publikums und der Interaktion zwischen diesem sowie den Aufführenden. Die Partizipationsästhetik ist unter den Rezeptionsästhetiken die körperlichste Variante, da sie mit dem ganzen Körper wahrgenommen und durch dessen Handlungen mitkonstruiert wird. Sie ist vollzugsorientiert und von hoher Aktivität gekennzeichnet. Holger Schramm (2008) identifiziert im selber Musizieren oder im Live-Kontext ein intensiveres Erleben von Musik. Gehört wird mit dem Körper in einer Aktivität wie etwa Tanzen. Der Hörvorgang ist an den Körper und die Bewegungen gekoppelt (vgl. Schulze 2016). Bewegungen synchronisieren sich und affizieren die Anwesenden (vgl. Trost 2014). Die gesteigerte körperliche Aktivität und Erregung erhöht die emotionale Wirkung der Musik (Dibben 2004). Es kommt zu Zuständen des „Flows“ (Csikszentmihályi 1991). Zwar besteht bei der Partizipationsästhetik eher die Gefahr, durch andere in der Vollzugsorientierung unterbrochen zu werden, das ist jedoch kein Mangel. Die Unplanbarkeit und das Überraschende machen gerade die Partizipationsästhetik aus. In ihr kommt es zur Reizübertragung und zu Rückkopplungen zwischen Aufführenden und Publikum. Diese befinden sich in einem Interaktionsverhältnis, in der eine Seite von der anderen berührt wird und gleichzeitig diese berührt. Die Befindlichkeit der Musizierenden überträgt sich auf das Publikum (Baacke 1970, S. 68). Dieses wird mitgerissen und steckt die Aufführenden an. Dadurch kann eine Aufführung gewisse improvisatorische Züge annehmen, wenn aufgrund der Publikumsreaktion bspw. Schlussteile verlängert oder Tracks als Rewind⁴¹ (Belle-Fortune 2004) wiederholt werden. Das Publikum kann auf die Bühne eingeladen oder Stagediving betrieben werden. Die Materialität der Orte beeinflusst die jeweilige Aufführungsästhetik, Partizipationsästhetik und die Bewertung von Musik (Schwanhäuber 2010; Watkins 2011; Behr et al. 2014; Pfeleiderer 2008; Neuhoff 2008; Reuband 2019).

In populärer Musik werden alle Sinne einbezogen. Die körperliche Wirkung der Grooves wird durch Bass Drum und Lautsprecher viszeral spürbar. Sie unterstützen das „improvisierende Mitgehen“ (Baacke 1970, S. 67) des Publikums während einer Aufführung. Grooves werden auch in Form der körperlichen Bewegungen der Musizierenden wahrgenommen (vgl. Théberge 2016) und ggf. mit dem eigenen Groove synchronisiert. Die Atmosphäre als die räumliche Stimmung (Böhme 2017) wirkt sich auf die Partizipationsästhetik aus. Das Visuelle der Partizipationsästhetik erscheint in Form von Lichtern, Visuals, Feuerwerk, Explosionen oder Darstellern. Das Publikum fühlt sich in die Situation ein. Es lässt sich von der Aufführungsästhetik und Atmosphäre mitreißen, sodass es zu unterschiedlichen Beteiligungsformen kommt (Pfeleiderer 2008), die von Bewegung zur Musik über Entäußern und Mitsingen bis hin zu Teilübernahme der Bühne reichen. Die erwähnten Aspekte machen die Partizipationsästhetik der populären Musik aus, die sich sowohl in ihrer Körperlichkeit und Sinnlichkeit als auch Beteiligung der Anwesenden von der traditionellen Ästhetik unterscheidet. Das Affizierende des Sonischen hat sich um andere Bereiche erweitert, die ebenfalls affizierend wirken, wie Atmosphäre, Interaktion unter allen Anwesenden und Beteiligung. Auf diese Weise steht die Partizipationsästhetik exemplarisch für die performative Wende, die den Kunstbereich erfasst hat. Wie Erika Fischer-Lichte (2010) in der Ästhetik des Performativen argumentiert, kam es zu einem Paradigmenwechsel in der Kunst, in dem keine Werke, sondern Ereignisse geschaffen werden. Dabei ist die Einbeziehung der Anwesenden in das Ereignis zentral für die Ästhetik des Performativen bzw. Partizipationsästhetik.

⁴¹ Aufforderung in Jungle oder Drum'n'Bass an die DJs den aktuellen Track sofort noch mal zu spielen.

3.3.2.3 Soziokultur

Die Soziokultur bildet den Rahmen für Material und Körper. Sie prägt das musikalisch-sonische Material, aber auch die Tanzbewegungen dazu und deren Bewertung (Hall 2018). Die Soziokultur ist für die Musikästhetik und den dazugehörigen Diskurs von herausragender Bedeutung. Zum einen erhalten Material und Musicking in der Soziokultur erst Bedeutung, zum anderen bildet diese die Grundlage für Bewertungen der eigenen und anderen Kulturen sowie ihrer Musik.

Das Sonische als „kulturalisierte akustische Materie“ (Wicke 2016) kann seine Wirkung nur entfalten, wenn es in einer Soziokultur oder in einem Abschnitt darin Geltung hat. Daraus resultieren unterschiedliche Produktionsästhetiken zwischen und innerhalb von Genres. Simon Frith (Frith/Horn 1987; Frith 1988a) zeichnet die Entwicklung der populären Musik anhand verschiedener ästhetischer Tendenzen nach und zeigt den Einfluss der englischen Kunsthochschulen an diesen Prozessen auf. Während Rock von einer romantischen Kunstvorstellung geprägt war, entsprechen Punk und New Wave einer postmodernen. Der künstlerische Paradigmenwechsel führte zu konträren Authentizitätsidealen von Rock und dessen Subgenres. Rock präsentierte sich in unterschiedlichen Formen von einfach bis komplex, körperlich bis intellektuell. Rock sollte daher als kulturelles Feld betrachtet werden, in dem sich divergierende musikalische Ausprägungen an ein vielfältig segmentiertes Publikum richten. Innerhalb des Rockfelds nimmt bspw. Punk eine Position im autonomen Feldabschnitt ein (vgl. Moore 2007). Eine Kulturfeldstruktur kann auch bei anderen Genres festgestellt werden, was divergierende Stilistiken, Vorlieben und Wertvorstellungen zur Folge hat (vgl. Huq 2006; Hoffmann 2016; Hall 2018). Diese unterscheiden sich in punkto Produktionsästhetik, Aufführungsästhetik, Partizipationsästhetik und Bewertung (vgl. Frith 1990; Shusterman 1991a; Davies 1999; von Appen 2007).

In Abhängigkeit der jeweiligen Soziokultur herrschen andere Aufführungsästhetiken vor (Pfleiderer 2008; Behr et al. 2014). Dies manifestiert sich im Verhalten der Musizierenden auf der Bühne und ihrer Umsetzung der Aufführungsästhetik. Dies bildet die Grundlage für die unterschiedlichen Partizipationsästhetiken der Genres. Während bspw. im Indie-Folk der Kings of Convenience stilles sowie andächtiges Musizieren und Rezipieren im Vordergrund steht, sind Grindcore-Konzerte Ereignisse mit hoher Energie und Bewegung auf der Bühne und im Publikum. Unabhängig vom Genre und Feldabschnitt handelt es sich bei den Soziokulturen um Gemeinschaften gegenseitiger Affizierung. Die Soziokulturen sind auf unterschiedliche Orte angewiesen, wie Clubs, Diskotheken, Konzertsäle, Hallen, Stadien oder Open-Air-Festivals. Diese unterliegen anderen Gestaltungsprinzipien, folgen anderen Regeln und besitzen divergierende Atmosphären. Dadurch ermöglichen sie Wirkungen und schränken diese gleichermaßen ein. Die Soziokultur legt die Regeln fest, wie sich Partizipierende und Aufführende an den Orten zu verhalten haben (Dollase 1997; Neuhoff 2008; Pfeleiderer 2008; Johnson 2011; Reuband 2019; Tröndle 2018).

Die Soziokultur beeinflusst die Wahrnehmung. Sie ermöglicht ein Gefühl von imaginerter oder realer Gemeinschaft, das sich auf den Wahrnehmungsprozess auswirkt. Ist diese bspw. von lyrischer Subversion und musikalischer Widerständigkeit gekennzeichnet (Büsser 2003; Hebdige 2007; Platz 2008; Lorig/Vogelsang 2011; Ludewig 2019) kann dies die Rezeption und Wirkung aufwerten, da sich diese etwa distinktiv gegen die Eltern oder die Gesellschaft wendet und eine Verbindung zur imaginierten sozialen Gruppe herstellt (Frith 1992, 1998). Dies ist für die Identitätsarbeit von Bedeutung. Die Auseinandersetzung mit der jeweiligen Musik lässt deren Regelmäßigkeit erkennen, die durch die Soziokultur determiniert wird. Abweichungen von der Regel können überraschen oder abgelehnt werden. Die Auseinandersetzung über angemessene und unangemessene Musik erfolgt kommunikativ und distinktiv mit anderen Teilnehmenden. Was an-

gemessen ist, wird diskursiv festgelegt (Diaz-Bone 2010) und blickt auf eine diskursive Historie. Dies hat Auswirkungen auf Wahrnehmung und Bewertung. Das Hören der ‚richtigen‘ Musik wertet deren Rezeption und Wirkung auf, da sich die Rezipierenden zum Kreis der Kennenden zählen dürfen (Hall 2018; Hoffmann 2016; Moore 2007).

3.4 Soziale Werte

Das „Audiosoziale“ (Eshun 1999) und dessen unterschiedliche Wertigkeiten werden im Folgenden behandelt. Zuerst erfolgt eine Auseinandersetzung mit dem Wert der Gemeinschaft und den Werten der Gemeinschaften. Im Anschluss werden Identität, Distinktion und die soziokulturellen Kapitalia erörtert.

3.4.1 Wert der Gemeinschaft und Werte von Gemeinschaften

Werte besitzen soziale Dimensionen (Schlöder 1993, S. 113f.) Nach der Maslowschen Bedürfnishierarchie (2005) stehen soziale Bedürfnisse, wie Zugehörigkeit und Freundschaft, vor den Individualbedürfnissen, den ästhetischen Bedürfnissen und der Selbstverwirklichung. Zwar meint Maslow dies grundlegender, dennoch sind Zugehörigkeit und Freundschaft zentrale Werte von Musikkulturen. Freunde können eine Person in eine Musikkultur einführen. Gleichzeitig können hier Freundschaften entstehen. David Hesmondhalgh (2013) sieht in der Fähigkeit der Musik, soziale Bindungen zu erzeugen, ihren zentralen Wert. Der *Wert der Gemeinschaft* besteht in der Vorstellung der oder der realen Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe, die attraktiver als die angestammte ist (Frith 1992, 1998; Müller/Rhein 2006; Clarke et al. 2006; Hall/Jefferson 2006; Hitzler/Niederbacher 2010; Hesmondhalgh 2013; Webster et al. 2018). Zugehörigkeit wirkt sowohl auf der Makro- als auch der Mikroebene, der Ebene der Kultur und der Ebene der nahestehenden sozialen Kontakte. Anders ausgedrückt: Menschen fühlen sich einer Musikszene zugehörig und in dieser bspw. zu einer Clique oder einem Freundeskreis, die gemeinsame Erwartungshaltungen an Spaß besitzen, wodurch die Vergemeinschaftungen erst entstehen (Hitzler/Niederbacher 2010).

Musikkulturen sind durch bestimmte *Werte der Gemeinschaft* charakterisiert. Diese Vorstellungen über das Gute beziehen sich in Musikkulturen auf unterschiedliche Aspekte. Der explizite Wertträger von Musikkulturen ist ihre Ästhetik, vor allem im Sinne von Gestaltungsprinzipien der Musik, Medien, Menschen und Orte. Anschaulich tritt dies bei der schwarzen Ästhetik der Gothics zutage, die viele Lebensbereiche spezifisch ästhetisiert (Schmidt/Neumann-Braun 2008). Diese steht in direkter Verbindung zur Ästhetik der schwarzen Genres (Platz 2008) und der Inszenierung der Gothic-Clubs und -Bands. Werte der Gemeinschaft changieren zwischen Musikkulturen sowie innerhalb einer Musikkultur und können konträr zu einander stehen. In der Kulturfeldtheorie von Bourdieu stellen die Illusio und der Fetisch zentrale Wertinstanzen dar. Kulturelle Produktion wird durch den Nomos gerahmt und gleichzeitig durch die Produktionen dynamisiert. Da sich Produktion in kulturellen Feldern gleichermaßen aus Wert und Glaube (Bourdieu 1993b, S. 197) zusammensetzt, beruht die autonome Logik eines Kulturfelds auf einer geteilten Anschauung oder Selbsttäuschung: der Illusio. Wesentlich hierfür ist der Glaube, es gehe tatsächlich um die Kultur an sich und ihren inhärenten Wert (Bourdieu 1987, S. 389). Dadurch verschleiert die Illusio den gesellschaftlichen Wettbewerb im Feld um Kapitalia, Positionen und Positionierungen. Sie dient sowohl der Legitimierung der eigenen Produktionen als auch Abgrenzung dieser gegenüber dem temporellen Feld. Die Illusio fordert die Feldteilnehmer*innen auf, die Verteidigung der eigenen Kultur gegenüber dem temporellen Feld zu reproduzieren.

Der Nomos erscheint in Form eines dynamischen Regelwerks. Dieses basiert einerseits auf einigermaßen stabilen Regeln, auf die sich die Akteur*innen verständigen, andererseits auf die individuellen Auslegungen dieser in einem bestimmten Rahmen. Musikstile basieren auf musterbildenden Restriktionen (Engel 1990), die sie normativ rahmen. Innerhalb der Restriktionen können

sich die Akteur*innen frei bewegen und ihre eigenen musikalischen und/oder habituellen Felder im Feld besetzen. Daraus resultieren die Definitionskämpfe des Nomos, da die Feldteilnehmenden der unterschiedlichen Pole versuchen, ihre Definitionen durchzusetzen. Damit Regeln gelten können, bedürfen sie einer permanenten Reproduktion in der Handlungspraxis und Kommunikation. In diesen Reproduktionen werden sie aktualisiert und reflexiv auf ihre Tauglichkeit geprüft. Sollte sich eine Aktualisierung als beständig erweisen, resultiert dies in einer neuen Norm bzw. anderen Auslegung des Nomos.

In Bezug auf den „Fetisch“ eines Kulturfelds ist der Wert der Kultur der „allerhöchste Fetisch“ (Bourdieu 1987, S. 389). Der Fetisch basiert gewissermaßen auf dem Genie-Denken. Hierbei wird der kulturelle Wert von den Akteur*innen im Artefakt verortet, welches das Produkt der Handlungen eines genialen Menschen ist. Die jeweilige Auslegung des Nomos stellt die Norm des Fetischs bzw. Werts dar. Legitimiert die Illusio die eigene Produktion gegenüber dem temporellen Feld, so fungiert der Fetisch der Legitimierung im Subfeld. Auf diese Weise bilden sich unterschiedliche Fetische heraus (Bourdieu 1996, S. 227-231), die auch durch die soziale Segmentierung des Felds geprägt werden. Fetische können in Form unterschiedlicher musikalischer Ausprägungen, wie etwa Subgenres, Personalstilen oder Handlungspraxen, erscheinen. Der Fetisch konstituiert das kulturelle Kapital von Musikkulturen. Dessen Zuweisung, Verteilung und der Wettkampf um die Deutungshoheit erfolgt durch die Akteur*innen und Partizipierenden. In diesem Prozess ist die Konsekration (Weihung, Heiligung) der Musiker*innen und Produktionen von Relevanz (Bourdieu 2001). Dabei dienen althergebrachte und neue Konsekrationsinstanzen (vgl. Kropf 2018), wie Szenepresse, namhafte Musiker*innen, Labels oder Charts, der Erzeugung von Reputation und damit kulturellem Kapital. Die jeweilige Öffentlichkeit hat sowohl während als auch nach der Produktion einen Einfluss auf diese in Form der materiellen und symbolischen Aneignung, Wert- sowie Reputationsermittlung.

“In short, what ‘makes reputations’ is [...] the field of production, understood as the system of objective relations between these agents or institutions and as the site of the struggles for the monopoly of the power to consecrate, in which the value of works of art and belief in that value are continuously generated.” (Bourdieu 1993, S. 78)

Was Reputation entstehen lässt, ist jedoch abhängig vom Grad der Kunst- oder Massenproduktionsorientierung der Akteur*innen und Organisationen. Unterschiedliche Zuweisung von Reputation als kulturellem Kapital lässt infolgedessen neue Fetische entstehen, während andere marginalisiert werden.

3.4.2 Identität und Distinktion

Die Bedeutung der Identitätsbildung durch populäre Musik und Subkulturen wurde insbesondere durch die Cultural Studies hervorgehoben. Der Begriff „Identität“ umfasst personale und kollektive Identität, wobei Letztere noch in soziale (Goffmann 2012) und örtlich-räumliche Identität (Fuhrer 2008) unterteilt werden kann. Personale Identität basiert auf einem selbst-reflexiven Prozess, durch den das Individuum seine Identität konstruiert. Sie umfasst die „aspirierte, angestrebte, imaginierte Identität, und als solche trägt sie zur Konstitution des Handlungspotenzials einer Person bei und motiviert sie zu bestimmten Verhaltensweisen“ (Straub 2011, S. 280f.). Dieses Bild wird aber durch das Außen einem Realitätsabgleich unterzogen, was mindestens zwei unterschiedliche Identitätsentwürfe zur Folge hat. Identität präsentiert sich als Prozess der Aushandlung zwischen Selbst- und Fremdzurordnung. Auf der einen Seite statten sich Individuen „mit

bestimmten sozialen Merkmalen aus und ordnen sich sozialen Gruppen zu“ (Liebsch 2006, S. 68). Auf der anderen Seite erfahren diese durch andere eine Zuordnung und Typisierung. Die Aushandlung erfolgt, sobald das Bild, welches sie von sich haben, auf die Außenwelt trifft. Dort kann das eigene Handeln Bestätigung oder Ablehnung erfahren, sodass das entworfene Bild in Folge beibehalten oder angepasst wird (vgl. ebd.).

Identität präsentiert sich als „Paradox einer Einheit, die unabschließbar, entzweit, ungreifbar und vor allem zugleich dauerhaft angestrebt und fortwährend unerreicht bleibt“ (Renn/Straub 2002, S. 10). Sie ist zum einen relational strukturiert, da sich die Menschen zu sich selbst in ein Verhältnis setzen und auf dieser Basis die Beschreibungen ihrer Identität konstruieren (Straub 2011, S. 283). Zum anderen ist Identitätsarbeit niemals abgeschlossen, sondern verbleibt in einem Zustand des Werdens (vgl. ebd.). Dies gilt gleichermaßen für musikalische Identitäten. Diese sind, wie das Sonische, Musicking oder auditive Subkulturen, Prozesse, ein Werden (Hargreaves et al. 2017). Es kommt zur Aushandlung musikalischer Identität durch Musik und im Gespräch darüber (McKinlay/McVittie 2017, S. 138). Menschen sowie ihr Musicking wandeln sich und infolge verändern sich Ideale und Identitätsarbeit (Elliott/Silverman 2017, S. 32). Soziale, umweltbedingte, kulturelle und materielle Bedingungen prägen ebenfalls musikalische Identitäten (McKinlay/McVittie 2017; Linson 2017).

Musik kann auf unterschiedliche Weise als Technologie des Selbst genutzt werden (DeNora 1999). Das musikalische Material wird für die eigene Identitätsarbeit produktiv gemacht, indem es mit dem eigenen Selbstkonzept in Einklang gebracht wird, sobald Menschen sich selbst in der Musik wiederentdecken. Als Affordanzen ermöglichen populäre Musiken verschiedene Identitätsmöglichkeiten (McKinlay/McVittie 2017, S. 139). In Bezug auf Identitätsarbeit durch Popmusik stellt Simon Frith (1992) die Selbstpositionierung heraus. Identität ist eine Folge der Wechselwirkung zwischen Musik und der sozialen Position. Der Popgeschmack leitet sich auf der einen Seite zwar aus der sozial produzierten Identität ab, auf der anderen Seite prägt der Geschmack die soziale Identität der Rezipient*innen. In dieser Erfahrung der Positionierung gehen die Hörer*innen affektive und emotionale Bündnisse mit Musiker*innen und anderen Fans ein. Die Fans nehmen durch die Selbstplatzierung eine kollektive Identität an.

„Unter einer kollektiven oder Wir-Identität verstehen wir das Bild, das eine Gruppe von sich aufbaut und mit dem sich deren Mitglieder identifizieren. Kollektive Identität ist eine Frage der Identifikation seitens der beteiligten Individuen. Es gibt sie nicht ‚an sich‘, sondern immer nur in dem Maße, wie sich bestimmte Individuen zu ihr bekennen. Sie ist so stark oder so schwach, wie sie im Denken und Handeln der Gruppenmitglieder lebendig ist und deren Denken und Handeln zu motivieren vermag.“ (Assmann 2007, S. 132)

Kollektive Identität ist Ausdruck dessen, was Menschen miteinander verbindet. Dies lässt Kollektive entstehen und als partiell einheitlich in ihrem Verhalten und Selbstbeschreibungen erscheinen (Straub 2011, S. 300). Dies gilt auch für die Zugehörigkeit zu auditiven Subkulturen. Diese verfügen über eine kollektive Identität und weitere subkollektive Identitäten. Diese Gesellungsgebilde sind oftmals glocalisiert und färben die jeweiligen Identitäten lokal ein. Sie werden als Gegenwelten aufgefasst, die eine Flucht aus der alltäglichen Rolle sowie basalen Identität ermöglichen. Für die Identitätskonstruktion in den Subkulturen der Cultural Studies waren Herkunftsmilieu und Hegemonie als Negativfolien relevant. Dabei nahm in den Arbeiten, die von Dick Hebdige (2007) beeinflusst wurden, der Stil eine zentrale Position ein. Dieser ist für Subkulturen zentral, um sich nicht nur abzugrenzen, sondern selbst zu verorten und sichtbar zu machen. Soziale Positionierung fällt mit sozialer Differenzierung und Distinktion als Teil der Identitätsbil-

dung zusammen. Über den Stil wird die kollektive Identität artikuliert, mit der sich die Anhänger*innen der Subkultur identifizieren und ihnen personale Identität verleiht. Hans-Georg Soeffner (1992, S. 79) beschreibt die Funktion von Stil als „bewusst für andere und auch für das eigene Selbstbild eine einheitliche Interpretation anzubieten und zu inszenieren“. Der Stil einer popmusikalischen Gemeinschaft, der oftmals auch ein Lebensstil ist, wird als attraktiv empfunden, wenn dieser in der Bezugnahme der Menschen als bedeutungs- oder wertvoll betrachtet wird. Die Affirmation des Stils geht mit der Übernahme eines spezifischen Habitus einher, der als Marker nach innen und außen fungiert.

“If you're not into metal, you are not my friend.”

Manowar - Metal Warriors (1992)

Die Konstruktion von Identität durch Popmusik geht mit der Konstruktion von Nicht-Identität einher (Frith 1992). Distinktion beeinflusst soziale Beziehungen und ist Antrieb sozialen sowie insbesondere kulturellen Handelns. Mit der Übernahme des Lebensstils und Habitus einer Musikkultur grenzen sich Menschen von anderen Musikkulturen sowie ihren Anhänger*innen, dem Ursprungsmilieu und der basalen Kultur ab.

Distinktion stellt keinen Wert dar, aber sie unterliegt Wertdenken. Sie ist ein Mittel um einen Wert zu erreichen. Sie dient der Verteidigung des eigenen Geschmacks bzw. der musikalischen Identität. Distinktion realisiert sich in der Aufwertung der eigenen Person und/oder der sozialen Gruppe. Dabei pochen einige Musikgenres und deren Musiker*innen auf die eigene Überlegenheit, die sich in Werturteilen über das Eigene und das Andere äußert. Durch Distinktionen positionieren sich Menschen auf soziale Weise. Besonders häufig artikulieren sich diese in der Ablehnung gegenüber dem Mainstream, den Majors und dem Kommerz durch Musiker*innen und Fans unterschiedlicher Genres. Musikkulturen sind sozial und stilistisch segmentiert, was Folgen für die jeweiligen Identitäten und Distinktionen hat. Deren Bedeutung für die Clubkultur hat Sarah Thornton (1997) hervorgehoben. Die Distinktion entscheidet über das legitime und authentische Handeln sowie ihres Gegenpartes innerhalb einer Szene. Was als legitim und authentisch erachtet wird, ist relativ von Personen sowie Situationen und dynamisch. Aus der Distinktion entspringt eine alternative soziale Hierarchie, die sich vor allem am Habitus misst. Allerdings fällt diese Hierarchie oftmals mit der herkömmlichen zusammen, da Faktoren sozialer Ungleichheit weiterhin ihre Wirkung entfalten, die der szeneeinternen Distinktion dienen (vgl. Otte 2007a, 2007b, 2008b; Hoffmann 2016). Die Stellung der Distinktion von Musikkulturen besonders im ökonomischen Sinne stellt Kühn (2017) heraus. Diese wirkt einerseits intern als Motor von Differenzierungen⁴², andererseits extern als Schutz vor äußeren heteronomen bzw. kulturindustriellen Einflüssen. Clubs, DJs und Musiker*innen wollen sich von anderen abgrenzen.

3.4.3 Soziokulturelle Kapitalia

In „Die feinen Unterschiede“ (1987) identifiziert Pierre Bourdieu neben dem ökonomischen Kapital noch das kulturelle und soziale. Diese stellen eigenständige Kapitalarten dar, die auf andere Weise als die ökonomischen akkumuliert werden. Während sich das soziale Kapital aus dem

⁴² Die distinktive Identitätsbildung findet auch innerhalb von Musikkulturen statt. Ein deutliches Anzeichen davon sind die neuen Subgenrebezeichnungen, die regelmäßig von Musiker*innen oder Labels ausgerufen werden. Meist handelt es sich dabei um ein Crossover zwischen bereits existierenden Subgenres (McLeod 2001). Die eigene Zuschreibung zu einem neuen Subgenre dient dabei sowohl der Zugehörigkeit zu einer Szene, als auch der Distinktion innerhalb dieser.

Netz der sozialen Beziehungen rekurriert, wie beim sog. Vitamin B, resultiert die Generierung kulturellen Kapitals aus Bildungsabschlüssen, Titeln und kulturbezogenen Handlungen, welches im Zuge der Auseinandersetzung mit Kultur beständig anwächst. Auf diese Weise können Menschen miteinander in Verbindung treten, die aufgrund ihres sozioökonomischen Status sonst voneinander getrennt sind.

Das Konzept des kulturellen Kapitals fand eine Übersetzung und Anpassung speziell auf Musikszene mit Sarah Thorntons (1997) „*subkulturellem Kapital*“. Dieses bezieht sich auf den Habitus und das kulturspezifische Wissen, das durch Partizipation erworben wird. Subkulturelles Kapital manifestiert sich im angemessenen Handeln und kompetenten Umgang mit Zeichen sowie Materialien. Es ist ein Mittel der Distinktion, in der Distinktionsgebilde wie „Mainstream“, „Masse“ und „Underground“ für die Szene produktiv gemacht werden (Thornton 1997; Kühn 2013, S. 169). Es kann prinzipiell von allen Partizipierenden erworben werden. Dadurch ist es in der Lage, innerhalb einer Szene bzw. Kultur die sozialen Realitäten umzukehren.

“Subcultural capital is the linchpin of an alternative hierarchy in which the axes of age, gender, sexuality and race are all employed in order to keep the determinations of class, income and occupation at bay. Interestingly, the social logic of subcultural capital reveals itself most clearly by what it dislikes and by what it emphatically isn't.” (Thornton 1997, S. 105)

Für Erwerb und Anhäufung subkulturellen Kapitals zeigen sich in erster Linie die Faktoren Alter und Integration in der Kultur verantwortlich. Je länger und tiefer eine Person eingebunden ist, umso höher fällt ihr Kapital aus. Der Faktor Bildung übt kaum einen Einfluss auf den Erwerb aus. Allerdings hat das Geschlecht einen negativen Einfluss, da Frauen entweder weniger an der Anhäufung subkulturellen Kapitals gelegen ist oder ihnen mehr Hürden auferlegt werden (Otte 2009, S. 224). Trotz der Umkehrung sozialer Realitäten bildet es gleichzeitig den Kern eines Distinktionssystems, in welchem die kulturellen Hierarchien mit den sozialen zusammenfallen können (Thornton 1997, S. 10). Dabei werden diejenigen ausgeschlossen, die aufgrund zu geringen subkulturellen Kapitals habituell und semiotisch aus dem Rahmen fallen.

Gunnar Otte (2007a) unterscheidet hinsichtlich des subkulturellen Kapitals, welches er Szenekapital nennt, zwischen einem musik- und körperbezogenem. Diese Trennung kann anhand Rob(ert), Barry und Dick aus High Fidelity (Hornby 1996; Frears 2000) auf der einen Seite und Tony Manero aus Saturday Night Fever (Badham 1977) auf der anderen Seite aufgezeigt werden. Der Vergleich scheint passend, da er beide Fraktionen gut veranschaulicht. Während die Musiker den ganzen Tag über Musik reden, neue Musik entdecken, Leute wegen ihres Geschmacks verurteilen, Clubs wegen der Musik besuchen und sich praktisch-leger kleiden, ist den Morenos an der Inszenierung und Beherrschung des Körpers gelegen.

Beide Kapitalvarianten und die Praktiken, die diesen zugrunde liegen, verfügen über ein sozialstrukturelles Erbe, welches sie konstituiert. Während das musikbezogene Szenekapital deutlicher mit höherer Bildung einhergeht und damit in einer akademischen Tradition steht, stellt die Körperlichkeit ein Erbe der Arbeiterkulturen dar. Musikbezogenes Szenekapital ist ein Erklärungsfaktor für den Besuch subkultureller Clubs, die deutlich stärker neue, unbekannte Musik präsentieren (Otte 2007a, S. 171). Körperbezogenes Szenekapital bzw. Körperkapital ist eher in Großraumdiskotheken anzutreffen und zahlt sich dort auch eher aus, da die Anwesenden stärker an Partnersuche und Flirten interessiert sind (Otte 2007b), was in den subkulturellen Clubs seltener der Fall ist. Körperkapital wird durch die Inszenierung und Beherrschung des Körpers erworben. So sind in Großraumdiskotheken aktuelle Modeströmungen anzutreffen wie gepflegte Körper,

deren Sexyness durch Besuche im Fitnessstudio und Solarium gesteigert wird (Otte 2007a, S. 173).

Kühn erweitert das subkulturelle Kapital zum *subkulturellen Popularitätskapital*, welches den Produzierenden, Organisationen und Orten vorbehalten ist (Kühn 2017, S. 259). Er verfolgt eine Differenzierung zwischen den subkulturellen Wissensformen und der Reputation von Akteur*innen und Clubs, die diese für sich ökonomisch verwertbar machen. Im Rahmen der Szenewirtschaft und ästhetischen Subkultur bildet das subkulturelle Popularitätskapital „die eigene Dimension sozialer Ungleichheit“ (ebd., S. 260). Je mehr eine Person durch angemessenes Handeln von diesem Kapital anhäufen kann, umso höher ist ihr Reputationswert. Dies äußert sich sowohl in den Auftrags- und Einkommensmöglichkeiten als auch in der Fremd- und Selbstdarstellung der Musiker*innen, etwa anhand hervorgehobener Position im oberen Bereich auf Flyern oder Plakaten. Reputation wird über Netzwerke hergestellt (Lange 2014). Das subkulturelle Popularitätskapital bezieht sich auch auf Clubs. Von dem subkulturellen Popularitätskapital der Musiker*innen oder Organisationen gehen positive Ausstrahlungseffekte aus, die auf beide abfärben können. So steigert etwa das Auflegen in einem Club mit hohem Popularitätskapital den Marktwert von DJs und damit deren Gagen sowie zukünftige Auflegmöglichkeiten. Dabei obliegt solchen Szeneorganisationen in Rekurs auf Bourdieu eine Konsekrationsmacht, die sich direkt im ökonomischen Wert und der Reputation von DJs niederschlägt. Clubs mit niedrigem Popularitätskapital profitieren genauso von dem hohen Popularitätskapital von DJs (ebd., S. 261). Die Konsekrationsmacht gilt innerhalb der Techno-Szenewirtschaft auch für die Stadt Berlin. Wenn es DJs von Außerhalb gelingt, dort gebucht zu werden, steigert dies ihr Renommee und ihre ökonomischen Möglichkeiten (ebd., S. 262). Das Renommee muss stetig aktiv aufrechterhalten werden, um das subkulturelle Popularitätskapital beizubehalten oder zu erhöhen zu können. Wenn die Aufmerksamkeit und Anerkennung nicht durch regelmäßiges angemessenes Handeln wie DJ-Mixe, Veröffentlichungen, Auftritte, neue gestalterische sowie technische Ausrichtungen und Verführungsformen der Clubs geweckt wird, sinkt das subkulturelle Popularitätskapital und damit die Möglichkeiten an angemessenen Kooperationen (ebd.). Mit wachsendem subkulturellem Popularitätskapital steigern sich allerdings die Szenediskurse, welche die Integrität der Musiker*innen und Organisationen hinsichtlich ihrer Subkulturalität infrage stellen. Wachsende Popularität innerhalb der Szene führt auch zu mehr Möglichkeiten außerhalb dieser. In Rekurs auf den „subcultural kiss of death“ von Thornton (1997, S. 135) definiert Kühn eine „subkulturelle Schwelle“ (Kühn 2017, S. 262). Sobald diese in Richtung der Massenkultur oder Kulturindustrie überschritten wird und deren Logiken bspw. in Form von Songstrukturen Einzug halten, sinkt das subkulturelle Popularitätskapital rasant. Möglichkeiten zu szeneeinternen Kooperationen, vor allem mit Akteur*innen und Organisationen mit hohem subkulturellem Popularitätskapital, werden dadurch versperrt (ebd.). Mit Überschreiten der subkulturellen Schwelle werden die Akteur*innen von den kulturindustriellen Organisationen jedoch gewissermaßen als Avantgarde der Szene wahrgenommen (vgl. Renner 2008), deren Musik für eine Massenhörerschaft konfektioniert wird (Kühn 2017, S. 263). Allerdings muss in Bezug auf die subkulturelle Schwelle ihre Subjektivität und Diskursivität erwähnt werden. Wann Produzierende und DJs die Schwelle überschreiten, ist Gegenstand persönlicher und kollektiver Aushandlung.

Das *kulturindustrielle Popularitätskapital*, welches an dieser Stelle eingeführt wird, stellt zuletzt den Gegenentwurf zum subkulturellen Popularitätskapital dar, kann aber diesem entspringen. Geltung erhält es im heteronomen Bereich des Felds. Mit diesem Kapital sichern sich Musiker*innen den Zugang zu den großen Festivals, Firmen und den Charts. Es ist möglich, subkulturelles Kapital in kulturindustrielles umzuwerten, aber nicht umgekehrt. Diese Kapitalart fungiert

als Ausschlusskriterium für den autonomen Bereich eines Felds. Kennzeichnend für die Anhäufung kulturindustriellen Popularitätskapitals ist der kommerzielle Erfolg als Anzahl verkaufter Einheiten und Anzahl gut bezahlter Engagements. Dies gilt auf nationaler sowie internationaler Ebene, aber nicht auf lokaler Ebene. Es ist abhängig von öffentlicher Reputation und nicht von Netzwerkreputation (Lange 2014; Glückler/Armbruster 2003). Diese Kapitalart ist auch abhängig von regelmäßiger und vor allem erfolgreicher Produktion, um sie beizubehalten oder zu steigern. Zur Generierung kulturindustriellen Popularitätskapitals stehen andere Institutionen zur Verfügung als in der Szenewirtschaft. In diesem Fall reichen diese von Großraumdiskos über große Festivals bis hin zu Radio, TV und anderen Medien. Produktionen müssen den Dynamiken des temporellen Felds folgen, um Geltung zu erhalten und kulturindustrielles Popularitätskapital anzuhäufen. Diese Kapitalart schlägt sich in Ruhm und großer Bekanntheit im temporellen Feld nieder. Dieses kann sowohl im Feld der Musik als auch außerhalb dessen geltend gemacht werden, etwa für Fernsehsendungen oder Werbespots. Es bildet die Grundlage für den Star-Status, der seinerseits die Generierung kulturindustriellen Popularitätskapitals beflügelt, da der Status mit größerer Aufmerksamkeit im temporellen Feld und unterschiedlichen Medienbereichen einhergeht.

Aus den soziokulturellen Kapitalia resultieren verschiedene Geltungshierarchien. Die Kapitalia strukturieren das Feld und legen die Bereiche fest, in denen sie Geltung besitzen.

3.4.4 Sonic Logos

Ein Aspekt blieb bisher unberücksichtigt, nämlich das musikalische Wissen. Zwar ist das Wissen um das angemessene Handeln von großer Signifikanz, es erklärt allerdings nicht das Vorgehen der Musiker*innen in den konkreten Situationen der Aufführung oder Produktion, einschließlich der Vorbereitung darauf. Besonders in Aufführungssituationen bildet das Wissen die Basis der Wertschöpfung, das sich u. a. in der sofortigen Analyse der musikalischen Handlungen in der konkreten Situation und der Anpassung der Handlungen an diese offenbart. Je mehr anwendbares Wissen ein Mensch ansammeln kann, umso höher ist die Wahrscheinlichkeit des richtigen Handelns. Einen differenzierten Erklärungsansatz für die Wissensaneignung in Musikkulturen bietet Julian Henriques (2011) mit dem „Sonic Logos“. Dieser bildet die Basis des Soundings jamaikanischer Soundsystem Crews, die über unterschiedliches Spezialwissen verfügen müssen, um erfolgreich zu sein. Zwar bezieht er den Sonic Logos in seiner Arbeit auf das Handeln in der jamaikanischen Dancehall-Szene, die Konzeption kann aber auch auf andere Musikkulturen und deren Sonic Bodies angewandt werden.

Im Sonic Logos werden drei Wissensarten und dementsprechend auch Denkschulen miteinander trianguliert (Abbildung 3). Henriques übernimmt das triadische Denken von Charles Sanders Peirce (1934). Ein Sonic Logos setzt sich aus *phronēsis*, was „practical wisdom“ oder „sound judgment“ umfasst und oftmals Verhältnisse sowie Analogien in das Handeln integriert, *techné* im Sinne von „know-how“ oder „practical craft“, was die Techniken einer Performance beinhaltet, und *episteme*, dem analytischen und wissenschaftlichem Wissen, zusammen. Durch die Triangulation werden *episteme*, *techné* und *phronēsis* zueinander in Relation gebracht, wie sie sich auch im musikalischen Handeln realisieren. Auf diese Weise führen Handlungen zu spezifischen Wissensformen, welche die drei Arten des Wissens konstituieren. So führt *poiesis* als Handwerk des Machens zu *techné*, *theoria* zu *episteme* und *praxis* zu *phronēsis*.

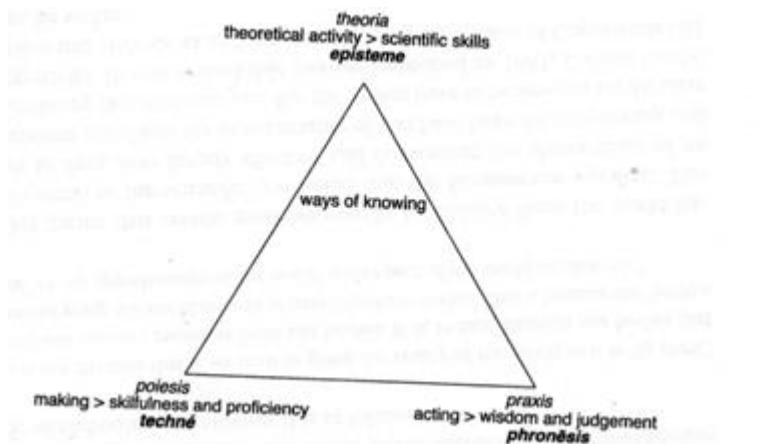


Abbildung 3: Triangulation von Wissensarten (Henriques 2011, S. 245)

Mit Einführung von phronēsis als Bestandteil des Sonic Logos erweitert Henriques das dualistische Verständnis von Körper und Geist als Faktoren des Wissens um den Faktor Umwelt, in dem Körper und Geist eingebettet sind. Praxis wird als Handeln in der Welt verstanden, was die Basis von phronēsis ist. Diese Art des Know-how unterscheidet sich gegenüber techné, da das Handeln hier in ein Verhältnis zu einem Außen gesetzt wird.

“Phronēsis is what something means, rather than simply the ‘bare facts’ alone. The wisdom of phronēsis can also be described more idiomatically as sound judgement.” (Henriques 2011, S. 244)

Phronēsis kann daher als ein Wissen aufgefasst werden, das in Situationen mit oder ohne anderen Menschen zum Tragen kommt, wie etwa während des Hörens, Produzierens, eines DJ-Sets oder Konzerts. Bei dieser Art von Klangurteil geht es nicht um die Affirmation oder Negation eines Musikobjekts, sondern ob es funktioniert, sowohl in Bezug auf die Auswahl der Objekte als auch ihres Klangs, was den Sound der Objekte und den Sound vor Ort als Summe von Equalizingeinstellungen beinhaltet. Je nach Umwelt, Musikkultur oder Subszene herrschen andere Maßstäbe vor, inwieweit etwas gut oder angemessen klingen muss. Durch die phronēsis wird ein Bezug zum subkulturellen Kapital, subkulturellem und kulturindustriellem Popularitätskapital hergestellt, die nur in einer spezifischen Umwelt Geltung haben.

Der Sonic Logos bildet die Basis für Erwerb und Zuweisung der unterschiedlichen Kapitalia der Technokultur. Er ist vonnöten für angemessenes Tanzen oder habituelles Handeln, um subkulturelles (Körper-)Kapital zu generieren. Er schlägt sich im Wissen über angemessene Musik und Clubs zur Steigerung subkulturellen oder kulturindustriellen (Popularitäts-)Kapitals nieder. Da sich Henriques auf den Sonic Logos in konkreten Situationen des Soundings fokussiert, bleiben andere Wissensformen, die etwa in Verbindung zum wirtschaftlichen Handeln stehen, zwangsläufig unterkonzeptionalisiert. Der wirtschaftlichen Dimension des Wissens nehmen sich Hans-Joachim Bürkner, Bastian Lange und Elke Schüßler mit dem „Akustischen Kapital“ (2013) an, welches als feldspezifische Form des kulturellen Kapitals definiert wird. Es kann gleichermaßen durch Akteur*innen und Konsument*innen erworben werden, indem sie mittels ihres Musickings „musikalische Güter bzw. Produkte schaffen, bearbeiten, verteilen und konsumieren“ (Bürkner et al. 2013, S. 27). Der Erwerb Akustischen Kapitals ist abhängig von spezifischen Wissensformen, die anschlussfähig mit dem Sonic Logos, resp. deckungsgleich sind (ebd., S. 29). So gehen professionelles Wissen, welches in der Studioproduktion, und Praxiswissen, welches in der Aufführung zum Tragen kommt, in den drei Wissensarten des Sonic Logos auf. Szene- und Netzwerk-

wissen stellen das Äquivalent zum subkulturellen Kapital und Popularitätskapital dar. Kenntnis über die Sozialität der Kultur samt ihren Lebensstilen, sozialen Beziehungen und Interaktionsdynamiken ist ein Umweltwissen das sowohl geistig als auch körperlich erworben wird. Marktwissen schlägt sich in dessen Antizipation nieder. Hierbei versuchen Akteure, ihr Musicking ökonomisch und soziokulturell an das antizipierte Konsumentenverhalten anzupassen, um „auf einem rasch umbrechenden Markt ökonomisch und symbolisch (z. B. im Hinblick auf die eigene mediale Sichtbarkeit und Reputation) zu überleben“ (Bürkner 2018). Dies erscheint wahlweise im Wissen über maximal zu pressenden Einheiten bei Newcomern, über die Auswahl der kulturellen und wirtschaftlichen Distributionsplattformen oder zukünftig angesagter Clubs bzw. Labels. Marktwissen steht laut den Autoren im Zusammenhang mit der Digitalisierung von Produktion und Distribution sowie den dadurch ausgelösten Veränderungen des Markts. Marktwissen ist aber mehr als Antizipation. Es ist ein Wissen über Orte, Labels und Kooperationspartner, die sich positiv oder negativ auf das subkulturelle Popularitätskapital auswirken. Es beinhaltet die Kenntnis über das Publikum und dessen Vorlieben. Daher erscheint das Marktwissen als Umweltwissen.

Akustisches Kapital wie Sonic Logos werden durch das Handeln des Körpers mit Materialien in einer Umwelt ausgebildet. Beide können wegen ihrer „Verankerung in spezifischen Wissensformen nicht universell erworben werden. Es benötigt den Zugang der Akteure zu Praxiswissen und impliziten Wissensformen, die hauptsächlich durch Beobachten, Kopieren, Experimentieren und *learning by doing* entwickelt werden“ (Bürkner et al. 2013, S. 28).

3.5 Kulturelle Werte

Nach dem Live Music Census (Webster et al. 2018) bestehen die kulturelle Werte der Musik in der Verbesserung der Stimmung, Gesundheit und des Wohlbefindens. Sie kann einzigartige sinnliche Erlebnisse erzeugen, die transzendierend wirken. Musik wirkt inspirierend auf Menschen. Kulturelle Werte werden im Folgenden jedoch anders ausgelegt. Kultur stellt eine umfassende Lebensweise, „a whole way of life“ (Williams 1958) dar. Daher beziehen sich die kulturellen Werte zum einen auf Artefakte und Handlungen, die die Kultur reproduzieren und damit am Laufen halten, zum anderen auf die Werte der Musikkulturen für die basale Kultur. Allerdings benötigen die Materialien und kulturellen Praxen von Musikkulturen Zeit, um zu einem Wert der basalen Kultur zu werden (vgl. Kapitel Sonische Transitionen).

3.5.1 Werte der Kunst und Kultur

Der Wert und die Bewertungsprozesse der Kunst waren für lange Zeit exklusiv der Ästhetik vorbehalten, da die Wirtschaftswissenschaft solche Themen aussparte (Hutter/Shusterman 2006, S. 170). Dabei existiert keine generelle logische Form, welche die Bewertung von Kunst begründet. Stattdessen präsentiert sich diese als ein konstant wandelnder Prozess des Wettkampfs über ihre Deutungshoheit. Die daraus resultierenden unterschiedlichen Bewertungslogiken hängen zum einen von divergierenden Motiven, Zielen und Kontexten ab. Zum anderen werden diese Logiken durch die unterschiedlichen konkurrierenden Werte der Kunst verkörpert und durch sie befördert (ebd., S. 204). Neben ihrem wirtschaftlichen Wert werden der Kunst und Kultur unterschiedliche Werte zugerechnet. Ingrid Gottschalk (2006, S. 29ff.) benennt sechs Werte von Kunst, die deshalb von Interesse sind, da sie als Grundlage und Legitimation öffentlicher Förderung dienen:

- | | |
|--------------------|-----------------|
| 1. Optionswert | 4. Prestigewert |
| 2. Existenzwert | 5. Bildungswert |
| 3. Vermächtniswert | 6. Kulturerbe |

Michael Hutter und Richard Shusterman konzentrieren sich zwar auf die Kunst als Gesamtheit, ihre Thesen haben aber auch Geltung für die Musik und Szenegüter. Sie identifizieren zehn Interpretationen des künstlerischen Werts (2006, S. 197ff.), die infolgedessen auf Musikkulturen angewandt werden:

- | | |
|--|----------------------------------|
| 1. Moralisch-religiöser, erzieherischer Wert | 5. Kognitiver Wert |
| 2. Künstlerischer Ausdruck, Expressivität als Wert | 6. Erfahrungs-/Unterhaltungswert |
| 3. Kommunikativer Wert von Kunst | 7. Formal-ästhetischer Wert |
| 4. Sozio-politischer Wert | 8. Kunsttechnischer Wert |
| | 9. Kunsthistorischer Wert |
| | 10. Der Kultwert von Kunst |

Der *erzieherische bzw. Bildungswert* tritt in der Pädagogik zutage, die sich in Deutschland bereits früh der Beatmusik annahm (Baacke 1970). In Frankreich wurde die Integration von Techno in die Bildungslehrpläne diskutiert (Smith 2004). Im Rahmen der gegenwärtigen medien- und musikpädagogischen Arbeit von Erzieher*innen sind Hip-Hop und dessen Kultur feste Bestandteile (vgl. Perret 2016, S. 237). Der Bildungswert tritt im Szenewissen oder Sonic Logos in Erschei-

nung, die bspw. für Museumsarbeit oder Wirtschaft (z. B. Content Integration) produktiv gemacht werden können.

Der *sozio-politische Wert* von Musikkulturen äußert sich bei einigen anhand ihres politischen Programms und der Kritik am bestehenden System. Das tendenziell subversive Potenzial von Pop war einer der zentralen Werte in der frühen Auseinandersetzung (vgl. Baacke 1970, S. 227). Insbesondere die Cultural Studies hoben dies hervor. Musikkulturen und ihre Fans grenzen sich semiotisch und praxeologisch von der basalen Kultur ab, wie etwa Punk. Deutlich erscheint dies in der Hardcore-Szene, in der sich nicht nur politisch in den Texten mitgeteilt wird, sondern auch in Praktiken wie der damit eng verbundenen AZ⁴³-Kultur, die Auftrittsorte und Orte politischer Diskussion sowie Meinungsbildung sind (Lorig/Vogelsang 2011). Die Abgrenzung geht mit dem Versuch der Einflussnahme oder Veränderung der basalen Kultur einher. Dies geschieht im Kleinen etwa als Kampf um Freiraum in der Stadt (Schwanhäußler 2010) und im Großen als Kampf um gesellschaftlichen Wandel. Techno wurde bspw. sowohl von einigen Produzent*innen der ersten Generation (vgl. Kapitel Sonische Kapitel) als auch Wissenschaftler*innen (Wicke 1998b; Eshun 1999; Volkwein 2001, S. 188) dieses Potenzial attestiert. Hier zeigen sich Parallelen zu Jacques Attali (2009) These der Antizipation gesellschaftlicher Entwicklungen in der Musik(-kultur).

Der *Erfahrungs- und Unterhaltungswert* von Musikkulturen wird noch im weiteren Verlauf des Kapitels thematisiert.

Beim *formal-ästhetischen Wert* handelt es sich um denjenigen, der potenziell am schnellsten aufgegriffen und einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht wird. Popkulturen sind Motoren gesellschaftlichen Wandels und üben einen „konstitutiven Einfluss auf die Gestaltung sozialer, kultureller und individueller Lebenswelten“ (Kleiner 2011, S. 59) aus. Der formal-ästhetische Wert expliziert sich anhand der Mode von Musikkulturen wie etwa Hip-Hop, Metal und Punk, deren Accessoires und Zeichen in den Kollektionen diverser Modefirmen für alle erwerbbar sind. Indie-Labels, die in der Regel bestimmten Musikkulturen entspringen, haben seit ihrer Entstehungszeit in den 1950er Jahren den Ruf, Motoren der Innovation zu sein, da es „kaum noch eine stilistische Erscheinungsform der populären Musik [gibt], die ihren Anstoß nicht solchen Kleinfirmen verdankt“ (Wicke et al. 2007, S. 338). Manchen dieser stilistischen Innovationen gelingt der Übergang aus ihrer Musikszene in die „Main-Ebene“ (Jacke 2004) der Kulturproduktion, die dadurch neue Impulse erhält. Die Vergangenheit hat gezeigt, dass eine potenzielle Konfektionierbarkeit an ein Massenpublikum für viele Genres gegeben ist. Dabei versuchen die Produzent*innen der großen Plattenfirmen stets am Puls der Zeit zu sein (vgl. Hennion 1983; Renner 2004), der in Musikkulturen schlägt.

Zugespitzt formuliert kann in Bezug auf den *kunsthistorischen Wert* alles zu Kunst oder hoher Kultur werden, sobald es eine künstlerische, museale, pädagogische oder wissenschaftliche Aufwertung erfährt (vgl. Groys 1992, S. 56). Ausstellungen von Bands, wie etwa Pink Floyd im Dortmunder U, oder zu Genres, wie Techno im Rock & Pop Museum (Gronau), sind Beleg ihres heutigen kunst- oder kulturhistorischen Werts für die basale Kultur. Ähnliches gilt für Städte mit szenebasiertem Musikleben und Popvergangenheit, die ebenfalls Prozessen der Musealisierung und Touristifizierung unterworfen sind (Friedrich 2014; Häußermann et al. 2008). Der *kunsttechnische Wert* von Musikkulturen zeigt sich bspw. in Produktionsverfahren wie der auf Maschinen beruhenden sequenzierten Musikproduktion. Diese wurde nach den Pionieren wie Kraftwerk schnell in Genres à la Italo Disco, Hip-Hop oder House aufgegriffen und ist heute der Standard in

⁴³ Abkürzung für Autonomes Zentrum

DAW-Software. Remix oder dessen Steigerung Mashup (vgl. von Gehlen 2011) haben ihre Ursprungsszenen verlassen und wurde zu Praktiken diverser Mediengenres und der Kulturindustrie.

Der *Kultwert* oder das *Kulturerbe* beziehen sich auf Pilgerstätten der populären Musik, wie etwa Abbey Road, Gräber von Musiker*innen oder legendäre Clubs. Das, oftmals vergangene, Musikleben von Städten ist gleichermaßen kulturelles Erbe (Bondi et al. 2005; Bennett/Rogers 2016) wie Tourismusdestination. Kulturelles Erbe kann in Tonträger eingeschrieben werden, die in Form von Reissues ein alternatives Musikerbe hervorbringen (Maalsen 2016).

3.6 Das Subjekt und die Werte

Das letzte Unterkapitel widmet sich dem Subjekt und den Werten. Es erfolgt zunächst eine Auseinandersetzung mit den Charakteristika und Funktionen von Werten. Danach wird die Entstehung von und Bindung an Werte thematisiert. Der Fokus liegt dabei sowohl auf Erfahrungen als auch auf Erlebnissen als Wert erschaffende oder bindende Instanzen.

3.6.1 Werte, Wirkungen, Funktionen

Werte gelangten im 19. Jahrhundert in den philosophischen Diskurs (Schlöder 1993, S. 43f.). Zu diesem Zeitpunkt hatten sich Werte im ökonomischen Diskurs bereits etabliert und an Bedeutung eingebüßt (Sommer 2016, S. 34ff.). Die Auseinandersetzung mit dem moralischen Handeln, dem Guten – das *agathón* (Plato) – und dem höchsten Gut in der Ethik ging in den Wertephilosophien auf (Joas 1999, S. 39; Joas 2006, S. 5; Sommer 2016, S. 32ff.).

In Verbindung mit dem Wertbegriff stehen die Begriffe Norm, Reputation und Wertigkeit. Normen und Werte stehen in Kontrast zueinander (Joas 2006, S. 2) und erfüllen komplementäre Funktionen (Kettner 2011, S. 223). Den Unterschied zwischen beiden Begriffen fasst Hans Joas folgendermaßen zusammen: „Werte sind attraktiv und Normen sind restriktiv“ (Joas 2006, S. 3; vgl. Joas 1999, S. 259). Normen stellen Begründungen für Handlungsweisen dar, die als die richtigen erachtet werden (Kettner 2011, S. 223). Dadurch werden andere Möglichkeiten des Handelns als moralisch oder rechtlich unzulässig erklärt, obwohl diese dem Individuum offenstehen (Joas 2006, S. 3). Wertigkeit bzw. Valenz bezeichnet die affektive Verbindung von Menschen gegenüber anderen Menschen, Dingen oder Praktiken. Der Begriff bezieht sich auf die Eigenschaften, die den Wert konstituieren und ihm zugewiesen werden. Reputation als das soziale Ansehen kann positiv und negativ ausfallen. Sie erscheint als Form von Valenz, die sich auf Wesenszüge und das Handeln der Menschen bezieht (Heckhausen 1980).

John Dewey (1967) definiert den Wert in pragmatischer Manier als *etwas, das Bedeutung (meaning) hat*. Bedeutung bezeichnet für ihn einerseits die unmittelbar erlebte Qualität, andererseits eine „Vorausschau auf zukünftige Ziele und Abschätzung der Brauchbarkeit von Mitteln und Wegen dorthin“ (Bohnsack 2005, S. 35). Bedeutungen werden abgespeichert und summieren sich im Laufe eines Lebens. Auf diese Weise werden sie auf der Ebene des Individuums zu Erfahrungen, auf gesellschaftlicher Ebene zur Kultur. Erfahrungswerte und Kultur prägen den Blick des Menschen und nützen der Orientierung in neuen Situationen. Beide dienen sowohl der Interpretation von neuen Situationen als auch als Mittel (means) zum Erreichen von Zielen (ends) in diesen Situationen (1981, S. 140). Werte treten daher zum einen situationsgebunden, zum anderen situationsübergreifend (Roccas/Sagiv 2010) in Erscheinung. Bei ihrem situationsgebundenen Auftreten werden sie unmittelbar und einmalig erlebt, denn: „the good is never twice alike. It never copies itself“ (Dewey 1983, S. 146). Dewey unterscheidet zwischen dem falschen Guten als unechter Befriedigung und dem wahren Guten (ebd.). Die Situationsgebundenheit bezieht sich auf die Mittel und Ziele, die zum Einsatz kommen. In ihrem situationsübergreifenden Erscheinen präsentieren sich Werte als Erfahrungswerte von Menschen oder Gemeinschaften. Besonders auf gemeinschaftlicher Ebene können Werte durch Gewohnheit und Tradition den Status von allgemeinen Handlungsanleitungen erhalten (Bohnsack 2005, S. 37).

Der Sozialphilosoph und Soziologe Hans Joas bestimmt Werte unter Rückgriff auf Deweys Unterscheidung zwischen „desired“ und „desirable“ als „*stark emotional besetzte Vorstellungen*

über das, was eigentlich wahrhaftig des Wünschens wert ist“ (Joas 2006, S. 3). Vergleichbar äußern sich die Sozialpsychologen Milton Rokeach (1973), der Vertreter des Behaviorismus war, und Shalom H. Schwartz (1992, 1994), die Werte im Sinne *wünschenswerter Ideale* definieren. Wünsche stellen für Joas, dessen Auseinandersetzung mit Werten auch religionssoziologische Aspekte beinhaltet, faktische Wünsche dar, im Sinne von etwas begehren oder haben wollen. Damit stehen Werte und Wünsche im Kontrast zueinander (vgl. Joas 1999, S. 204; Joas 2006, S. 3). Ein Wunsch äußert sich bspw. in dem Verlangen nach Sex, Spaß, Erlebnis oder Geld. Die dahinter liegende Vorstellung über das meist sozial Wünschenswerte oder Idealisierte reicht tiefer: Es bezieht sich auf das Verlangen nach einer Beziehung, einem anderen hedonistischen Leben (mit anderen Leuten) oder Macht.

Werte besitzen aufgrund der engen Bindung an die Persönlichkeit und emotionalen Vorstellungen des Menschen eine *handlungsnormierende und handlungsmotivierende Kraft* (Sommer 2016, S. 50). Als Idealwerte beeinflussen sie Menschen, die ihr Handeln auf das Erreichen der hinter den Werten stehenden Ideale ausrichten (Roccas/Sagiv 2010; Roccas et al. 2002). Rokeach definiert Idealwerte als „enduring beliefs that a specific conduct or end state of existence is personally or socially preferable“ (1973, S. 5). Werte fungieren als Orientierungshilfen, von denen eine Motivationskraft ausgeht (Bardi/Schwartz 2003; Schwartz 1992). Sie motivieren als Überzeugungen ein bestimmtes Verhalten (Rokeach 1973; Schwartz 1992), welches eine bestimmte Art der Lebensführung anleitet und rechtfertigt (Sommer 2016, S. 125). Werte beeinflussen als Richtlinien von Emotion, Handeln und Kognition die Wahrnehmung der und Reaktion auf die Umwelt (Bardi/Schwartz 2003). Daher sind „die Handelnden bereit [...], andere mögliche Motive ihres Handelns diesen Werten unterzuordnen“ (Sommer 2016, S. 125). Hans Joas umschreibt dies mit: „Ich kann sonst morgen nicht mehr in den Spiegel schauen“ (Joas 2006, S. 2). Das Selbstbild nähme sonst Schaden oder könnte nicht aufrechterhalten werden. Werte sind Begründungen für etwas, das vorgezogen wird und als vorzuzugswürdig erscheint (Kettner 2011, S. 223). Sie rechtfertigen ein Handeln, das konträr zu den eigenen Interessen steht (Sommer 2016, S. 91). Menschen berufen sich zur Rechtfertigung der Legitimität ihres Handelns explizit auf Werte (Roccas et al. 2002). Ein Mensch fühlt sich in seinem Handeln bestärkt, „ganz egal, ob das, was er wertangeleitet getan tut [sic.], von Erfolg gekrönt ist oder nicht“ (Sommer 2016, S. 133).

Werte nützen gleichermaßen der Subjekt- und Gruppenkonstitution, der privaten sowie sozialen Sinnstiftung (Sommer 2016, S. 171). Menschen richten sich nach ihnen und teilen sie auf soziale Weise. Sie dienen dem individuellen und sozialen Selbstkonzept (Maio et al. 2003). Insbesondere für Gruppen oder Kulturen sind sie von Bedeutung (Hofstede 1980; Triandis et al. 1985). Werte wirken auf Individuen wie Gruppen zum einen stabilisierend, zum anderen dynamisierend (Sommer 2016, S. 172). Bei Vergemeinschaftungen, wie etwa Musikkulturen oder Szenen, dienen Werte der Erzeugung eines Wir-Gefühls und der kollektiven Selbstvergewisserung (vgl. Frith 1992, 1996, 1998; Hesmondhalgh 2013; Hitzler/Niederbacher 2010; Waltz 2001, S. 230). Dieses „wir“ lässt sich „als die Perspektive der Ersten Person Plural einer kulturellen Wir-Gemeinschaft lesen, und charakterisiert dann Werte als Ausdruck dessen, wovon ich will, und andere gleich mir wollen, dass jeder von uns es vorziehen wolle“ (Kettner 2011, S. 221f.). Musikkulturen versammeln ihre Partizipant*innen unter ein Wertedach, welches die Unterschiede zwischen ihnen (vermeintlich) auflöst. Vor allem in solchen Gemeinschaften werden Werte intersubjektiv konstituiert, da es keine vergleichbaren wertsetzenden Institutionen wie in der basalen Kultur gibt. Solche Werte haben für alle ko-kulturellen Partizipierenden eine Allgemeinverbindlichkeit und objektive Geltung. Infolgedessen erwarten diese voneinander, die Werte zu erhalten (ebd., S. 222). Die Inklusion unter ein kollektives Wertdach geht mit der Exklusion anderer einher (Sommer

2016, S. 91), welche die Praktiken und idealisierten Vorstellungen nicht teilen. Die Praktiken von Vergemeinschaftungsformen werden infolge mehr oder weniger scharf von den Praktiken und dem darin enthaltenen Wertdenken der anderen abgegrenzt (vgl. Kettner 2011, S. 219).

Werte haben eine kollektive Dimension. Sie werden als Folgen von Bewertungen a posteriori⁴⁴ zugeschrieben, ausgerufen oder niedergeschrieben werden (Joas 2006, S. 4). Wert wächst aus der Bezugnahme des Menschen bzw. der Gruppe zum Material, der Situation und anderen Menschen oder Gruppen. Diese muss eine besondere Bezugnahme sein, der bestimmte Werte nachträglich kommunikativ zugeschrieben werden (Sommer 2016, S. 15). Werte entstehen durch Kommunikation und treten in Kommunikationen in Erscheinung. Sie erhalten nur dann Geltung, „wenn Menschen sich an sie gebunden fühlen“ (Joas 2006, S. 4). Erst der Geltungsanspruch motiviert und legitimiert das Handeln. Kommunikation über die Geltung von Werten dient deren Reproduktion und der gegenseitigen Vergewisserung ihrer Gültigkeit. Gleiches gilt für die Reputationsbildung und Zuweisung soziokultureller Kapitalia. Werte erscheinen in zwei Formen: expliziter Bewertung und impliziter Werthaltung (Bohnsack 2006, S. 142). Werte bilden „die Horizonte von Weltanschauungen“ (ebd., S. 143). Während die Bewertungen die Oberflächenebene einnehmen, die der theoretisch-reflexiven Ebene angehört und im „wörtlichen Sinngehalt“ erscheint, sind die Werthaltungen Teil der tiefer in die Handlungspraxis eingelassenen Ebene (ebd., S. 142). Prozesse sozialer Interaktion und kollektiver Wertbildung sind in die Werte-Schöpfung eingeschrieben. Sie sind Ausgangspunkt jeglicher Form von Wertschöpfung in kollektiven Zusammenhängen wie der Technokultur.

Hans Joas (1999, 2006) führt das Aufgehen des Guten in den Werten auf die *Subjektivierung und Pluralität* zurück, die der Wertbegriff beinhaltet. Es gibt kein von den Menschen unabhängiges Gutes, sondern nur unterschiedliche subjektive Vorstellungen davon. Werten wohnt daher eine Relationalität und Relativität inne, die laut Andreas Urs Sommer dem Marktdenken der Ökonomie entspringt und vieles verhandelbar macht:

„Dem Wert ist seine dubiose Abkunft auf die Stirn gebrannt; er ist eben nicht nahtlos und rein aus Platons Begriff hervorgegangen, sondern hat Mit-Erzeuger, die keineswegs exklusiv am Guten, Wahren und Schönen orientiert waren.“ (Sommer 2016, S. 34)

Werte erscheinen in der *Mehrzahl* (Sommer 2016, S. 42). Dies hat zur Folge, dass sie sich je nach Person oder Gruppe in ihrer Relevanz bzw. ihrem Nutzen als Richtlinie unterscheiden (Schwartz/Bilsky 1988; Schwartz 1994, S. 21). Sie stehen in Beziehung zu anderen Werten und müssen sich in der Relation zu diesen bewähren, um gelten zu können. Die Beziehung von Werten zueinander kann die der gegenseitigen Ausschließung sein (Sommer 2016, S. 74). Die unterschiedlichen Wertvorstellungen im Feld der Kunst bzw. der Literatur zeigt bspw. Pierre Bourdieu in seiner Kulturfeldtheorie (1993) auf. Je nach Position und Positionierung im Feld existieren andere Vorstellungen über den Wert der Kunst. Auf der einen Seite sind die Künstler*innen wertvoll, die sich gut verkaufen oder mit hohem Renommee ausgestattet sind, auf der anderen Seite Künstler*innen, die für ihre Kunst leben, aber nicht davon leben (können).

⁴⁴ Die Frage nach dem a priori oder a posteriori der Werte ist zentral für die philosophische Wertdebatte. Religionen verorteten seit jeher die Werte in der Sphäre des Übernatürlichen. In der Axiologie trat Edmund Husserl für die Objektivität der Werte ein und wandte sich gegen einen Subjektivismus und Relativismus. Diese Sichtweise wurde von Max Scheler in seiner materialen Wertethik und später von Nicolai Hartmann übernommen (vgl. Joas 1999, S. 254; Schneider 2011, S. 269). Demnach existiert eine ethisch ideale Sphäre (Hartmann 1962, S. 150ff.), der die Werte als „echte Gegenstände“ (Scheler 1927, S. 14) entspringen. Philosophen wie Ludwig Feuerbach, Karl Marx oder John Dewey lehnten die Vorstellung der Objektivität oder eines Reichs der Werte ab (vgl. Joas 1999; Sommer 2016).

Die Pluralität der Werte, ihre divergierenden Bedeutungsgrade und inhärenten Wertkonflikte hat Shalom H. Schwartz (1994) im „Circumplex Value Model“ systematisiert. Das Modell umfasst die zehn Werttypen: achievement, benevolence, conformity, hedonism, power, security, self-direction, stimulation, tradition und universalism. Je näher diese Typen bei einander liegen, umso kongruenter sind sie. Die zehn Werttypen gehen in vier Werttypen höheren Grades auf: Self-Transcendence, Self-Enhancement, Conservation und Openness to Change. Daraus resultieren zwei Wertkonfliktdimensionen, da Self-Transcendence und Self-Enhancement sowie Conservation und Openness to Change in Opposition zu einander stehen. Die Priorisierung von Werttypen hat praktische, psychologische und soziale Konsequenzen (Schwartz 1994, S. 23). Auf die Technokultur bezogen können deren Sonic Bodies auf der einen Seite an musikstilistischen, habituellen oder handlungspraktischen Traditionen festhalten, auf der anderen Seite neue, eigensinnige Ziele oder Stilistiken verfolgen. Sie können ihr Handeln an den Werttyp der Macht oder den Werttyp des Universalismus ausrichten. Schwartz öffnet in seinem Modell den Blick für die Vielzahl an Werten und divergierenden Valenzen. Problematisch daran ist der universelle Anspruch, den er diesen Werten zuweist. Die Psychologen Niels Van Quaquebeke et al. (2010) haben als Gegenentwurf und Erklärungsmodell das Konzept der „Counter-ideal Values“ entworfen. Die Definition basiert auf Rokeachs Definition des Idealwerts und bezieht sich auf Lebensführungen oder Endzustände, die vermieden werden sollen (Van Quaquebeke et al. 2010, S. 295). Mit Verweis auf Theorien zur Motivation, der Verhaltensforschung und psychologischen Forschung heben Van Quaquebeke et al. (2014) den Dualismus hervor, der menschlicher Wahrnehmung und menschlichem Handeln zugrunde liegt. Menschen richten ihr Zielhandeln dahingehend aus, einen Zustand zu erreichen oder zu vermeiden (Higgins 1998). Grundlage dessen sind zwei unabhängige Systeme der Motivation, die Zustände erreichen oder verhindern wollen (Cloninger 1987; Fowles 1988; Gray 1987). Auf dieser Grundlage konzeptualisieren Van Quaquebeke et al. (2014) ein Wertsystem, das auf den Counter-ideal Values basiert, die Menschen durch ihr Handeln vermeiden wollen. Dieses System bildet eine unabhängige Struktur neben dem System der Idealwerte. Wie das ideelle Wertesystem ist das System der Counter-ideal Values mehrdimensional konzipiert (Van Quaquebeke et al. 2014, S. 216). Demnach unterscheiden sich Counter-ideal Values hinsichtlich des Grads der Abneigung, die diese Werte individuell provozieren. Die Präferenzen der Menschen sind entscheidend, ob ein Wert als Idealwert oder Counter-ideal Value fungiert. Wie sich im Verlauf dieser Arbeit noch zeigen wird, beeinflussen Counter-ideal Values das Handeln von Akteur*innen in der Technokultur. Während manche Werte verhandelbar sind und es zum Changieren zwischen inkongruenten Werten kommt, bilden Counter-ideal Values die Negativfolie, die abgelehnt wird und gegen die es sich ggf. zu verteidigen gilt.

Der Philosoph Andreas Urs Sommer, der sich philosophisch mit der Stoa, Skepsis, Aufklärung und Nietzsche auseinandersetzt, deutet Werte als „*regulative Fiktionen*“ (Sommer 2016, S. 141). Seine These der Wertpluralität steht zwar in Kontrast zu Joas sozialphilosophischer Auslegung von Werten und vor allem dessen Phänomenologie der Selbsttranszendenz. Dennoch erscheint Sommers Konzept sinnvoll, da er die Aufmerksamkeit auf die Pluralität von Werten und Wertkonflikten in der modernen Gesellschaft lenkt. Menschen sehen sich mit unterschiedlichen Werten konfrontiert, die (situativ) divergierende Bedeutungen haben. Der Reiz der Fiktionen liegt in ihrer Flexibilität, Anpassungsfähigkeit und Wandelbarkeit an die Bedürfnisse von modernen Gesellschaften und Menschen (ebd., S. 163). Dadurch nimmt Sommer den Werten etwas von ihrer Schwere und macht sie verhandelbar. Er passt sie an die Gegebenheiten des 21. Jahrhunderts an, in der die Menschen, aufgrund der Überfülle des Angebots, vieles als Vorstellung über das Wünschenswerte oder Ideale definieren können. Werte sind für Sommer zunächst leere Worthüllen, die durch die Fiktionen mit Leben gefüllt werden. Gerade wegen dieser Unbestimmtheit eignen

sie sich als Projektionsflächen für die unterschiedlichsten Bedürfnisse, Interessen und Präferenzen der Menschen (ebd., S. 173). Auf diese Weise kann jedes Individuum die Werte so interpretieren, dass sie individuell Sinn ergeben. Im Zweifel wird einem anderen Wert der Vorrang eingeräumt (ebd., S. 52). Widersprüchliches Verhalten und Rechtfertigungen sind ebenfalls in der Technokultur anzutreffen. Die Einbindung in bestimmte Gruppen übt einen Einfluss auf die Interpretationen aus, die in Gemeinschaften homogener als außerhalb sind (ebd., S. 172). Gemäß den Interessen von Personen oder Gruppen formt sich eine individuelle oder kollektive Werthierarchie aus, die aber veränderbar ist (ebd., S. 171f.). Im Laufe eines Lebens erleben Individuen unterschiedliche Erfahrungen, die als Bedeutungen abgespeichert und in der Interpretation neuer Situationen abgerufen werden (Dewey 1980a, 1987). Dies kann einen Einfluss auf die Werthierarchie haben, die durch solche Erfahrungen neu sortiert wird. Je nach Lebenssituation müssen sich Menschen zwischen unterschiedlichen Werten entscheiden, sodass „ein ständiges Neuaustarieren ihres situativen Gebrauchsnutzens nicht nur unvermeidlich, sondern sinnvoll“ (Sommer 2016, S. 147) ist. Menschen können sich von ihren vorherigen Bewertungen distanzieren oder in einer ähnlichen Situation einem anderen Wert den Vorrang geben (ebd., S. 23): Bspw. steht dem Wert des Weltbereisens der Wert des Umweltschutzes gegenüber. Gleichzeitig ist, was bevorzugt wird, der ideelle Wert der/s einen, das, was abgelehnt wird, der Counter-ideal Value der/s anderen (Kettner 2011, S. 221). Während Menschen oder Gruppen einige Werte bis aufs Äußerste verteidigen und nach Konsens verlangen, erscheinen andere Werte weniger bedeutsam und konsenspflichtig. Besonders in solchen Momenten der Konfrontation zeigen Werte ihre Geltung, wenn sie verteidigt werden (Sommer 2016, S. 158).

Die Diversität und unterschiedliche Valenz von Werten provozieren nicht nur im Menschen Widersprüche und Konflikte, sondern zwangsläufig auch auf anderen Ebenen. Wertkonflikte, die bereits in den einzelnen Menschen auftreten, werden bei Gruppen auf eine explizite Ebene gehoben. Diese erscheinen in der verbalen Kommunikation als Bewertung des anderen, in der nonverbalen Kommunikation als Ausdruck der Werthaltung, die über den Habitus vermittelt wird. Die Zunahme an Werten, besonders von sozialen Gruppierungen und Vergemeinschaftungen, geht mit einem Wachstum an Regulierungsversuchen und Gesetzen einher (Sommer 2016, S. 61f.). An dieser Stelle sei als kurzer Ausblick auf die Regulierung von Raves in den 1990er Jahren verwiesen (vgl. Sonische Kultur). Neben Konflikten treten Werte in Krisen in Erscheinung. Andreas Urs Sommer argumentiert, dass akute und chronische Krisen die normale Erscheinungsform von Werten und Wertreden sind (ebd., S. 158f.). Wie Sara Ahmed (2004, S. 132) verdeutlicht, dient das Krisennarrativ innerhalb der Politik dazu, eine Rückkehr zu Tradition und Werten zu rechtfertigen, die als bedroht wahrgenommen werden. Die Krise kann im Inneren einer Gruppe entstehen und/oder von außen an sie herangetragen werden. Solche Wertkonflikte und -krisen sind in Musikkulturen anzutreffen. Als Beispiel hierfür kann die Bewahrung der Kultur gegenüber vermeintlich ökonomischem Ausverkauf angeführt werden. In solchen Situationen erhalten Werte ihre Geltung, da eine Entscheidung getroffen werden muss.

3.6.2 Entstehung von und Bindung an Werte

*„Wertschöpfung und Wertebindung sind kein Privileg bestimmter Gruppen oder Personen, sondern eine allen Gruppen und Personen offenstehende Option.“
(Sommer 2016, S. 165)*

Bereits in einer frühen Phase des Lebens kommt es zu *Wertbindungen*. Diese erfolgen über die Identifikation mit den primärsozialisierenden Bezugspersonen und anderen Menschen, zu denen

starke emotionale Bindungen bestehen (Joas 2006, S. 4). Diese vertreten Werte entweder explizit oder leben diese durch ihr Handeln vor. Damit es zur Wertbindung im Kind kommen kann, muss dieses laut Joas einen Prozess der Selbstbildung und Reflexion durchlaufen. Das, was den Menschen durch andere vermittelt wird, muss reflexiv angeeignet oder abgelehnt werden. Dabei müssen sich die Menschen „über eigene Erfahrungen, die auch Begründungselemente beinhalten, zu dieser ersten [sozialisierenden] Schicht in ein Verhältnis setzen“ (Joas 2006, S. 4). Durch die Übernahme oder Distanzierung kommt es zu einer Differenzierung zwischen den primärsozialisierenden Bezugspersonen und deren Werthaltungen.

Die Wertbindung in der Primärsozialisation wird zu großen Anteilen durch die Wertvorstellungen der basalen Kultur geprägt. Werte beeinflussen als Zeichen das Handeln oftmals auf indirekte Weise in Form von Gesetzen oder informellen sozialen Handlungsregeln. Sie sind in Institution eingeschrieben, die diese repräsentieren (Sommer 2016, S. 82). Menschen lernen durch Familie und Institutionen, Werte uneingeschränkt zu akzeptieren und zu befolgen (Bardi et al. 2009; Maio/Olson 1998). Die Wertvorstellungen in der basalen Kultur sind jedoch divers. Je nach Milieu existieren unterschiedliche Wertvorstellungen, die konträr zu einander stehen, wie u. a. Pierre Bourdieu (1987, 1993) oder die Cultural Studies (Clarke et al. 2006; Hall/Jefferson 2006) aufgezeigt haben. Allerdings bewegen sich Menschen heutzutage in unterschiedlichen Milieus, sodass andere Werthaltungen eingenommen werden müssen oder zwischen diesen verhandelt werden muss (Sommer 2016, S. 55). Wie in der Phase der Sozialisation nehmen Menschen auch später ein reflexives Verhältnis zur Kultur ein. Dies zeichnet den „Doppelcharakter der Kultur“ (Soeffner/Raab 2004) aus, die einerseits vorgefunden und übernommen, andererseits aktiv angeeignet, überprüft und neugestaltet wird (Soeffner/Raab 2004, S. 550).

Der *Wertentstehung*⁴⁵ geht das Bewerten voraus. Hierbei werden Objekten, Zeichen oder Situationen im Nachhinein bestimmte Werte und Eigenschaften zugeschrieben (Sommer 2016, S. 15f.), die aus der Bezugnahme resultieren. Bewertungen implizieren das Vergleichen von Objekten oder Situationen mit anderen, die wahlweise als Negativ- oder Positivfolie fungieren. In Folge sind Wertschätzungen immer an Personen und deren Perspektiven gebunden (ebd., S. 18) und Ausdruck persönlicher Präferenzen (ebd., S. 14), die auf spezifische Wertbindungen zurückgeführt werden können.

Wertbindung und Wertentstehung basieren laut Hans Joas auf zwei Erfahrungen: einer Erfahrung des „passivischen Ergriffenseins“ und einer Erfahrung des „Bei-sich-Seins“ (Joas 1999, 2006). Im ersten Fall werden „wir von etwas ergriffen [...], das wir nicht direkt ansteuern können, das in uns ein intensives Gefühl von Freiheit auslöst und hinterlässt“ (Joas 2006, S. 2). Die Entstehung von Werten führt Joas auf einen Prozess der Selbstbildung und Selbsttranszendenz zurück (Joas 1999, S. 10, S. 255). Selbstbildung bezeichnet auf der einen Seite den Vorgang sich und die Umwelt in ein reflexives Verhältnis zu setzen, an dessen Ende ein „Self“ entsteht (Joas 2006, S. 4). Die Selbsttranszendenz⁴⁶ auf der anderen Seite bezieht sich auf das Ergriffensein und beschreibt „einen psychologischen Prozess, in dem ein schon geformtes Selbst die Erfahrung macht, dass es über die Grenzen dieses Selbst hinausgerissen wird“ (Joas 2006, S. 5). Hierbei durchläuft das Selbst im Moment der Transzendenz, in dem sich ein Individuum aus sich hinausgerissen wähnt,

⁴⁵ Wie Hans Joas identifiziert hat, kann die Entstehung von Werten auf vierfache Weise verstanden werden, nämlich als „historisch erstmalige Verkündung“, „Verflechtung dieses Werts durch eine kleine und größer werdende Gruppe“, „Entstehung einer neuen Bindung in Individuen“ an Werte oder „Wiederbelebung antriebsschwach gewordener oder in Vergessenheit geratener Werte“ (Joas 1999, S. 257).

⁴⁶ „Der Begriff der Selbsttranszendenz hat zunächst nichts mit dem religiösen Begriff der Transzendenz zu tun, er ist als ein rein deskriptiv psychologischer Begriff gemeint“ (Joas 2006, S. 5).

eine „wertbezogene Transformationserfahrung“ (Joas 2006, S. 5). Solche Situationen werden von den Menschen als besonders intensiv erlebt und in der Erinnerung abgespeichert. Dies korreliert mit der Beschreibung von Werten als „Augenblicksgeburten“ (Sommer 2016, S. 120). Wertbindungen sind intensive Bindungen (Joas 2006, S. 2), die aber nicht intentional erzeugt werden können (ebd., S. 1). Menschen neigen dazu, die Wirkung auf die objektiven Attribute der Situation und nicht auf die Relationen der Situation zurückzuführen (ebd., S. 7).

Ereignisse, wie Momente der Selbsttranszendenz, stellen *Erfahrungen* dar, die Individuen prägen. Eine andere Ereignisform ist das Erlebnis. Beide unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Intensität, Tiefe und Planbarkeit (Lash 2006). Während Erlebnisse rational vorab bewertet und durch Beeinflussung in ihrem Ergebnis verändert werden können, sind Erfahrungen für den Philosophen Byung-Chul Han, „unberechenbar und plötzlich wie ein Naturereignis“ (Han 2014, S. 103). Erlebnisse sind von Kontinuität, Erfahrungen von Diskontinuität gekennzeichnet (ebd., S. 104). Das Subjekt verwandelt sich durch die Erfahrung, es deterritorialisiert sich. Die Qualität einer Erfahrung im Sinne Deweys ist abhängig von den Qualitäten der Interaktion von Organismus und Dingen. Nur unmittelbar wahrgenommene und erlebte Qualität bringt Bedeutung und nachträgliche Wertbindung hervor. Die Qualität der Relationen im Ereignis ist ausschlaggebend für die Intensität der Wertbindung. Je mehr die Bezugnahme mit der Identität der Person korreliert, umso intensiver fällt die Wertbindung aus, da sie in den Menschen das Gefühl hervorruft, ganz besonders mit ihnen identisch zu sein (Joas 2006, S. 2). „Das Ereignis bringt ein Draußen ins Spiel, das das Subjekt aufbricht und es aus seiner Unterworfenheit herausreißt“ (Han 2014, S. 103). „Experience“ bezeichnet bei Dewey einen Prozess, in dem Menschen mit ihrer Umwelt in Konflikt geraten, sich von dieser entfremden und mit ihr wieder verbinden. Dabei wird nicht der vorherige Zustand wiederhergestellt, sondern ein bereicherter (enriched) und erhöhter (enhanced) erreicht. Die Entfremdung (alienation) stellt eine Reise in das feindliche (hostile) Andere dar, in der sich das Individuum in „opposition and conflict“ behaupten muss. Wenn dies gelingt, kommt es zum Ausgleich (equilibrium) mit der Umwelt (Dewey 1987, S. 19f.). Durch den Prozess der Entfremdung ist der Mensch reicher an Bedeutung, Erkenntnis und Sinn (ebd., S. 65). Die Erfahrung ist der Anfang eines neuen Zustands, aus dem sich neue Freiräume ergeben (Han 2014, S. 103). Es ist eine Qualität der Kunst, den Blick verändern zu können (Quenzel et al. 2010).

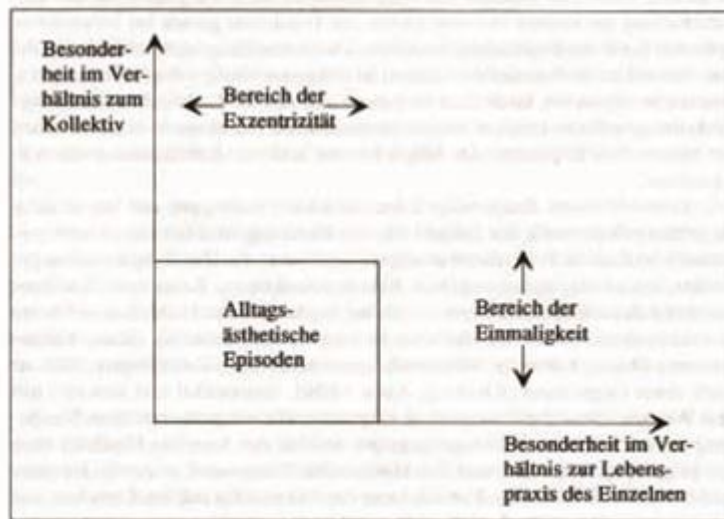
Deweys ästhetische Theorie steht im Zeichen der Erfahrung und damit verbundenen Entrückung sowie Wiederherstellung der Einheit. Eine ästhetische Erfahrung ist eine Erfahrung von Einheit, bei der ästhetisch und sozial alles zusammenpasst. Dewey unterscheidet zwischen sinnleeren und sinnvollen Erfahrungen. Damit etwas ästhetisch ist, muss es nach Dewey unmittelbar sein, als auch direkt sinnlich wahrgenommen werden (Dewey 1987, S. 21, S. 123ff.). Ästhetische Erfahrung gilt als gelungen, wenn es zu einer Einheit im Menschen als auch zwischen ihm und der Umwelt kommt. Der Alltag wird transzendiert und neue Blicke auf ihn eröffnet. Deweys ästhetische Erfahrung deckt sich mit den Merkmalen „musikalischer Schlüsselerlebnisse“ (Gembris 1998) oder den „Strong Experiences with Music (SEM)“ (Gabrielsson 2011). Diese Ereignisse hinterlassen Spuren in der Erinnerung (Spychiger 2017, S. 281) und sind Kristallisationspunkte von (musikalischer) Identität. Diese zeichnen sich auch durch Unvorhersehbarkeit, emotionale Kontexte und Ungewöhnlichkeit bzw. Diskontinuität aus. Schlüsselerlebnisse bringen neue Erkenntnisse und Sichtweisen hervor und stellen Wendepunkte der musikalischen Entwicklung dar (Gembris 1998, S. 213). Soziale, kulturelle und psychologische Faktoren gestalten eine ästhetische Erfahrung (Belfiore/Bennett 2007). Nach Behr et al. (2014, S. 9) besitzen Konzerte unabhängig von Genres das Potenzial, Transzendenz erfahren zu lassen. Daraus resultierende bedeutungsvolle Erfahrungen werden abgespeichert und in späteren Situationen mit neuen Objekten

verknüpft. Das neue Objekt erhält Bedeutung durch das alte, welches mit frischem Sinn versehen wird. Menschen sammeln in ihrem Leben unterschiedliche Erfahrungen, sodass, in Relation zu anderen Menschen, andere Dinge oder Situationen als bedeutungsvoll erachtet werden. Sinnliches Wahrnehmen ist bereits im Individuum relativ, da dieses in Relation zu vorherigen Wahrnehmungen steht.

Neben der individuellen Erfahrung existieren noch kollektive. Musik wird in Gemeinschaften rezipiert und zelebriert. Hierbei kann das Individuum ebenfalls über sich hinauswachsen oder aus sich treten, was über den gemeinsamen Zustand in solchen Situationen hergestellt wird. Nicht nur die Veranstaltung an sich, sondern der dort erlebte kollektive Zustand ist der Grund des Besuchs (Joas 2006, S. 7). Daneben zeigen sich, so die These, die Handlungen der anwesenden Menschen für die potenzielle Erfahrung der Selbsttranszendenz und anschließenden Wertentstehung sowie -bindung verantwortlich. Da Werte artikuliert werden müssen, treten sie zuerst in den Handlungen habituell in Erscheinung, die Ausdruck der verinnerlichten Werthaltung (Bohnsack 2006) sind. Musikkulturen unterscheiden sich in punkto Ästhetik und des vorherrschenden Habitus (vgl. Diaz-Bone 2010). Dieser weicht von dem des neu eingeführten Individuums ab. Wenn der Habitus der anderen oder die Ästhetik in dieser Differenz Erfahrung als begehrenswert empfunden und adaptiert wird, kommt es ebenfalls zur Selbstüberschreitung, da sich das Individuum neu erfährt.

Allerdings büßen die gemeinschaftlichen Veranstaltungen bei regelmäßiger Teilnahme ihr Potenzial zur Selbsttranszendenz ein, sodass sich die Wahrscheinlichkeit der Selbstüberschreitung verringert. Hans Joas erwähnt hierbei mit Verweis auf die Religionspsychologie „Askesephasen vor der Versammlung“ (Joas 2006, S. 7), die die Intensität der Erfahrung bewahren sollen. Auf Musikkulturen angewandt, wäre dies eine Veranstaltungs- oder Feier-Pause. Durch Regelmäßigkeit von Ereignissen schwindet deren Potenzial der ästhetischen Erfahrung. Dies bedeutet jedoch nicht, dass Praktiken wertlos werden, sondern vielmehr eine Umwertung erfahren. Lag bspw. bei Clubgänger*innen in der Anfangszeit der Wert in der Erfahrung, die aus den Relationen mit der Musik, dem Tanz und den multisensorischen Reizen hervorging, so kann im weiteren Verlauf der Wert darin bestehen, gemeinsam mit Freunden Spaß zu haben und dem Alltag zu entfliehen, ergo ein *Erlebnis* zu sein.

An dieser Stelle soll eine Verbindung zwischen der erfahrungsbasierten Wertentstehung und Gerhard Schulzes „Erlebnisgesellschaft“ (2000) hergestellt werden. Dies scheint zunächst problematisch, da die Ereignisformen „Erfahrung“ und „Erlebnis“ in einigen Aspekten inkongruent sind. Erfahrungen sind überraschend und nicht planbar, während Erlebnisse durch Routinen und Berechenbarkeit charakterisiert sind. Jedoch enthält Schulzes Theorie gewisse Aspekte, die mit dem Konzept von Wertentstehung als intensivem Ereignis und dem Begriff „Erfahrung“ deckungsgleich sind. Laut Schulze ist die Erlebnisorientierung von Menschen auf spezifische Ursprungserlebnisse zurückzuführen, die durch Unwillkürlichkeit gekennzeichnet sind (Schulze 2000, S. 46). Sie sind gleichermaßen überraschend und nicht planbar. Ebenfalls konzipiert Schulze einen „Dimensionalen Raum der Besonderheit“ (Abbildung 4), der sowohl einen Bereich der Einmaligkeit als auch einen Bereich der Exzentrizität besitzt (ebd., S. 100). Dies sind die Bereiche der Erfahrung. Die Verknüpfung von erfahrungsbasierter Wertentstehung und der Erlebnisorientierung bietet sich als Erklärungsansatz für die Zugänge der Sonic Bodies zur Technokultur und ihrer längerfristigen bis persistenten Teilnahme oder Teilhabe an. Diese wurden meist durch eine Erfahrung an die Technokultur gebunden. Sie versuchen mittels von Erlebnissen und ihrer Erlebnisorientierung, die verknüpfende Erfahrung erneut zu erleben (vgl. Sonische Körper).



Dimensionaler Raum der Besonderheit

Abbildung 4: Dimensionaler Raum der Besonderheit (Schulze 2000, S. 100)

Die Bedeutung von Erlebnissen für postmoderne Subjekte stellt Gerhard Schulze in der „Erlebnisgesellschaft“ (2000 [1992]) heraus. Trotz zunehmender Individualisierung und Differenzierung der Gesellschaft ist „[d]er kleinste gemeinsame Nenner von Lebensauffassungen in unserer Gesellschaft [...] die Gestaltungsidee eines schönen, interessanten, subjektiv als lohnend empfundenen Lebens“ (ebd., S. 37). Um dies zu erreichen, streben Menschen nach Erlebnissen. Sie folgen dem kategorischen Imperativ der Gegenwart: „Erlebe dein Leben!“ (ebd., S. 59). Dieses Erleben ist ein Erleben des Schönen. Das Schöne erscheint als Sammelbegriff für positiv bewertete Erlebnisse. Es stellt den Wert des Erlebnisses dar. Da Werte relational sind, gilt dies auch für das Schöne, das „vom Subjekt in Gegenstände und Situationen hineingelegt“ (ebd., S. 39) wird.

Schulze zeigt auf, wie Erlebnisansprüche alle gesellschaftlichen Bereiche erfasst haben und in das Zentrum der persönlichen Werte gerückt sind. Er unterscheidet zwischen einem außen- und innenorientierten Konsum, wobei Zweitgenannter in den letzten Jahrzehnten an Bedeutung gewonnen hat. Während sich der außenorientierte Konsum grundlegende Bedürfnisse adressiert, wie etwa dem Kauf einer Brille, um besser zu sehen, ist der innenorientierte Konsum ein Mittel zur Produktion von Subjektivität. In diesem Fall erfüllt die Brille den Zweck, dass sich Menschen schön fühlen (ebd., S. 427). Erlebnisse dienen dem innenorientierten Konsum. Sie sind zur Richtschnur des Wertes des eigenen Lebens geworden (ebd., S. 59). In Konsequenz zeigen sich die Gesellschaft und ihre Individuen von Erlebnisorientierungen geprägt.

„Erlebnisorientierung ist definiert als das Streben nach psychophysischen Zuständen positiver Valenz, also nach Genuß. (sic.)“ (Schulze 2000, S. 108)

Genuss kann sich hierbei gleichermaßen auf das Genießen eines mehrgängigen Abendessens beziehen sowie auf den Spaß, den Handlungen, wie etwa Tanzen, Musik hören und Musizieren bereiten. Spaß sollte als Genuss begriffen und ernst genommen werden (ebd., S. 105). Genuss besitzt immer eine geistige und körperliche Dimension, die ihn gleichzeitig rahmen (ebd., S. 94). Schulze betont das körperliche Erleben als Spuren von Genuss (ebd., S. 107). Die Körperlichkeit des Genusses bezieht die Ästhetik mit ein, da Wahrnehmung und Erleben in körperliche Erfahrung eingeschrieben sind und körperlich erfüllt werden (ebd., S. 106).

Widersacher des Erlebnisses sind die Angst vor der Langeweile und Angst vor dem Versäumen (ebd., S. 65). Nichts erleben ist ähnlich schlimm, wie am falschen Ort gewesen zu sein. Zahlreiche Angebote mit eindeutigen und uneindeutigen Wertigkeiten werben um Gunst und Geld der Konsumierenden. Daher sieht sich die Erlebnisorientierung immer der Gefahr von Unsicherheit und Enttäuschung ausgesetzt. Zur Minderung der Gefahr der Enttäuschung durch Erlebnisangebote bewerten Menschen diese vorab daraufhin, ob sie ein befriedigendes Erlebnis versprechen. Diese eingeschätzte und erwartete Form der Wertigkeit beschreibt Schulze mit dem Begriff der „Erlebnistrationalität“ (ebd., S. 40). Diese bezeichnet ein bewusstes Bewerten von Objekten, Dienstleistungen und/oder Praktiken hinsichtlich ihrer Fähigkeit, angemessene subjektive Erlebnisse durch äußere Reize auszulösen.

„Erlebnistrationalität ist die Systematisierung der Erlebnisorientierung. Das Subjekt wird sich selbst zum Objekt, indem es Situationen zu Erlebniszielen instrumentalisiert. Erlebnistrationalität ist der Versuch, durch Beeinflussung äußerer Bedingungen gewünschte subjektive Prozesse auszulösen. Der Mensch wird zum Manager seiner eigenen Subjektivität, zum Manipulator seines Innenlebens. Im Laufe der Zeit verfestigt sich erlebnisorientiertes Handeln zu routinisierten Ziel-Mittel-Komplexen.“ (Schulze 2000, S. 40)

Eine Form eines routinisierten Ziel-Mittel-Komplexes sind alltagsästhetische Episoden. Hierbei handelt es sich um den häufigsten Ausführungstypus der Erlebnisorientierung. Diese präsentiert sich als die Absicht, während sich die Episode im Handeln zeigt (ebd., S. 98). Erlebnistrationalität ist das Mittel zur Absicherung vor Enttäuschung durch Langeweile oder Versäumen. Die Episode wäre bspw. das Feiern zu Techno am Wochenende, die Erlebnistrationalität die Auswahl der Clubs anhand der DJs und des Publikums.

Erlebnisse werden a posteriori durch Reflexion zu solchen erklärt (ebd., S. 44). Diese basieren in der Regel auf einem Ursprungserlebnis, das durch Unwillkürlichkeit charakterisiert ist (ebd., S. 46). Die Bewertung von Erlebnissen zeigt sich durch Subjektbestimmtheit gekennzeichnet. Dasselbe Angebot führt per Reflexion zu unterschiedlichen singulären Erlebnissen. In einem Club bspw. sehen sich alle Besuchenden mit denselben Materialien (Musikauswahl, Atmosphäre) konfrontiert, diese interagieren aber mit unterschiedlichen subjektiven Kontexten (ebd., S. 45). Erlebnisse bieten trotz Planung das Potenzial der Unvorhersehbarkeit, was diese Ereignisse zur Erfahrung werden lässt.

Die Bedeutung von Erlebnissen kann durch Reflexion einen Wandel erfahren (ebd., S. 35). Die Qualität eines Erlebnisses steht in Verbindung zu den Bedeutungsebenen Genuss, Distinktion und Lebensphilosophie. Der Wert von Erlebnissen wird auch durch Lebensphilosophien geprägt. Hierbei handelt es sich um „grundlegende Wertvorstellungen, die mit bestimmten Klassen alltagsästhetischer Episoden in einer Kultur verbunden“ sind und „als der tiefere Sinn des Erlebens bezeichnet werden“ (ebd., S. 94) können. In diesem Fall wären etwa die Wahl eines Underground-Clubs und dessen Erlebniswert davon abhängig, ob sich Menschen dem Underground und dessen Wertvorstellungen zurechnen.

„Die Tiefe von Erlebnissen lässt sich durch die Intensität genießender distinktiver und lebensphilosophischer Selbsterfahrung beschreiben. Umgekehrt: Ein flaches Erlebnis ist genau dadurch gekennzeichnet, dass die Bedeutungsebenen nicht oder nur oberflächlich erreicht werden.“ (Schulze 2000, S. 114)

Erlebnisse oder alltagsästhetische Episoden können sich, wie Zustände selbsttranszendenter Erfahrung, abnutzen. Zunächst können diese wiederholt werden, ohne an Faszination und Genuss einzubüßen. Mit zunehmender Wiederholung sinkt die Erlebnisfähigkeit. In Konsequenz muss

mehr Aufwand betrieben werden, um das immer seltener auftretende Schöne zu erreichen (ebd., S. 64f.). Dies gilt auch für die Anbieter von Erlebnissen, die immer mehr Aufwand betreiben, um mehr Erlebnisoptionen anzubieten.

3.6.3 Individueller Wert und Werte-Schöpfung

Wertenstehung und -bindung resultieren aus Bezugnahmen, geistigen Prozessen, Kommunikation und anderen sozialen Interaktionen. Gesellschaftliche oder kollektive Werte bspw. der Moral werden an Menschen herangetragen. Die Bindung an diese oder deren Ablehnung erfolgt auf reflexive Weise (vgl. Soeffner/Raab 2004). Persönliche Wertentstehung benötigt das „passivistische Moment des Ergriffenseins“ (Joas 2006, S. 2), im Sinne einer Erfahrung (Dewey 1980, 1987; Han 2014), um im Nachhinein als wertvoll deklariert oder an bestehende Werte gebunden zu werden. In Konsequenz können Wertbindungen latent und intensiv wirken. Werden sie von außen herangetragen, stehen sie eher zur Disposition frei, als wenn sie an eine Erfahrung gebunden sind. Von intensiven Wertbindungen geht eine starke Vorstellung über das Wünschenswerte (Joas 2006) oder Ideale (Rokeach 1973) aus und wirkt daher stärker handlungsmotivierend. Ob bspw. eine Musik wirkt und im Anschluss Geltung erhält, ist abhängig von der Bezugnahme der Menschen dazu. Jede Musik kann potenziell eine Erfahrung auslösen (Dewey 1980a; Gembris 1998; Gabrielsson 2011), die als bedeutungs- oder wertvoll angesehen wird. Zwar tritt sie immer nur einmalig auf, als Erlebnis kann Musik aber weiterhin ein Träger von Wert sein. Zu Beginn mag die Bevorzugung bestimmter Musik eine noch wertlose Präferenz darstellen. Eine vertiefende Auseinandersetzung lässt deren Regelmäßigkeit erkennen, die bei Bindung an diese Maßstäbe zum Wert erklärt und verteidigt wird.

Musik und das Musicking bilden den Kern oder das Thema (Hitzler/Niederbacher 2010) von Musikszenen. Dies sind zentrale Wertträger musikalischer Gemeinschaften. Musikkulturen oder Szenen verfügen über spezifische Erlebnisformen, von denen die Menschen verführt werden (Hitzler 2000b). In solchen Vergemeinschaftungen existieren noch ideelle und soziale Werte. Neben dem Wert einer Gemeinschaft zugehörig zu sein, sind die persönliche sowie soziale Korrespondenz und Distinktion von Wert, da sie Idealen folgen und identitätsbildend wirken. Dem Handeln von Menschen in Musikkulturen kann Wert in Form der sozialen Kapitalia zugewiesen werden. Diese treten im Handeln und Habitus zutage und steigern sich, wenn diese als angemessen wahrgenommen werden. Ein bspw. hohes subkulturelles Popularitätskapital erhöht die positive Reputation und szenewirtschaftlichen Marktwert von Musiker*innen und Organisationen (Kühn 2017). Handlungen in Musikkulturen erzeugen gleichzeitig divergierende Werte.

Individuelle Wertschöpfung bezeichnet zum einen die mentalen Vorgänge der Entstehung einer individuellen Vorstellung, wie die Identifikation und Reflexion, über das Wünschenswerte oder Ideale, zum anderen deren Realisierung in der Handlung. Dies kann sich in der Vorstellung oder Umsetzung eines Sounds, des freudvollen Musickings, des schönen Erlebnisses, sozialer Zugehörigkeit und Anerkennung oder monetärer Bereicherung manifestieren. Es kommt in Relation seltener zur Realisierung, da das Erreichen eines Idealzustands, besonders im kollektiven Rahmen, von vielen Faktoren abhängig ist, die sich nicht beeinflussen lassen.

Werte besitzen unterschiedliche Grade an Bedeutung und Valenz. Sie erfahren situativ divergierende Bevorzugungen. DJs legen in Clubs auf, obwohl sie diese nicht mögen und ihnen das Musicking dort keine Freude bereitet, dafür aber gut bezahlt werden. Die negative Auslegung von Wert als Vorstellung über das Vermeidenswerte, im Sinne eines „Counter-ideal Value“ (Van

Quaquebeke et al. 2010), wirkt sich ebenfalls auf die Werte-Schöpfung aus. DJs können sich gegen Clubs und die ökonomische Wertschöpfung entscheiden, wenn sie am nächsten Tag nicht mehr in den Spiegel schauen können. Priorisierung von Werten hat Konsequenzen für das Handeln, die kulturellen Praktiken und sozialen Interaktionen. Während manchen Veranstaltenden an der Technokultur sowie Sozialität gelegen ist und einen niedrigen Preis verlangen, der die Kosten deckt, wollen sich andere bereichern und ein luxuriöses Leben führen, was sich im hohen Preis niederschlägt.

Bereits bei den Werten von Waren und Dienstleistungen zeigt sich das Problem der Subjektivität der Bezugnahme hierzu. Dies offenbart sich im individuellen Gebrauchs- oder Nutzwert, für den Menschen bereit sind, unterschiedliche Preise zu zahlen, die in keinem objektiven Verhältnis zu ihrem Nutzen stehen. Die Relativität wirtschaftlicher Wertbestimmung tritt auch im Erfolg zutage. Während dieser bei normalen Unternehmen den messbaren durch Schaffung, Nutzung oder Verarbeitung erzeugten Wert bezeichnet (Kromer 2008, S. 23f.), erfolgt die Bestimmung des Erfolgs von subkulturell operierenden Labels, Musiker*innen und Veranstaltungen auf anderen Wegen (Muggleton 2000; Langkamp 2007; Cluley 2009). In diesem Zusammenhang gewinnen soziale Gemeinschaften an Relevanz, da der Erfolg von Musiker*innen maßgeblich mit diesen zusammenhängt. Außerhalb dieser wird der Erfolg nicht wahrgenommen. Es existieren auch verschiedene Formen von Erfolg, die sich in punkto Streuung und Hörschaft unterscheiden (Kirschner 1998). Je nach Gemeinschaft, Milieu oder Musikkultur existieren andere Vorstellungen über das, was des Wünschens wert ist. Das ist als kollektiver Geltungsanspruch in die Artefakte, Habitus, Handlungen, Interaktionen und kulturellen Praktiken eingeschrieben. Menschen leben in unterschiedlichen sozialen Zusammenhängen und stehen unter stetigem Druck, Entscheidungen zugunsten oder zu Ungunsten gewisser Werte treffen zu müssen.

Wertschöpfung in Musikkulturen unterliegt einer sozio-kulturellen Regulierung, die für die Anerkennung und Aberkennung von Musiker*innen, Organisationen und Partizipierenden zentral ist (Kühn 2017). Innerhalb der Musikkulturen werden Werte geschöpft, die sich der wirtschaftlichen Bewertung entziehen, für das wirtschaftliche Handeln der Musiker*innen und Organisationen aber von Bedeutung sind. Das „subkulturelle Kapital“ (Thornton 1997; Otte 2007a) oder „subkulturelle Popularitätskapital“ (Kühn 2017) bilden eigene Wertdimensionen und sind ein Maßstab szenöökonomischer Wertschöpfung (Bürkner/Lange 2010). Folglich findet in Musikkulturen eine hybride Wertschöpfung statt, bei der gleichzeitig materielle wie immaterielle Werte geschaffen werden. Wertschöpfung ist an bestimmte Orte und Praktiken gebunden, die kulturspezifisch gerahmt werden. Werte-Schöpfung betrifft ebenfalls Partizipierende oder Amateur*innen. Es kommt zur Vernetzung zwischen den unterschiedlichen Akteursgruppen und zur kollaborativen Beteiligungen an den Wertschöpfungen. Dabei werden divergierende Werte auf der Ebene der Produktion, Verteilung, Wahrnehmung und Nutzung geschöpft (Wikström 2013).

Menschen weisen divergierenden Werten eine hohe Bedeutung zu und betreiben daher auf individuelle Weise hybride Werte-Schöpfungen. Bereits Vorstellungen über das Ideale operieren als Generatoren hybrider Werte. Das Musicking wird mit ideellem Wert belegt, welches sowohl soziokulturelles Kapital als auch ökonomisches Kapitel generieren soll. Die Realisierung fungiert ebenfalls als Wertgenerator, wenn es zur Umsetzung des Musickingideals sowie der Zuweisung von Gage oder Gehalt und soziokulturellem Kapital kommt. Werte unterliegen aufgrund ihrer Vielzahl einem permanenten Aushandlungsdruck, da in konkreten Situationen sich widersprechende Werte aufeinanderprallen und nach einer Entscheidung verlangen.

Werte-Schöpfung im kollektiven Rahmen beschreibt zunächst zum einen die individuelle und kollektive Entstehung von Werten als Vorstellung über das Ideale, zum anderen die Bindung an bereits existierende Vorstellungen. In ihrer Realisierung werden im nächsten Schritt ideelle, kulturelle, monetäre und soziale Werte geschöpft. Dies soll exemplarisch an einer Techno-Party veranschaulicht werden. Unter den DJs, Veranstaltenden und Partizipierenden herrschen Vorstellungen als auch Erwartungen über die Musik und deren Wirkung, das Musicking, Publikumszusammensetzung, Umgang, Gemeinschaftlichkeit und Freude, die die Veranstaltung bereiten soll, vor. Diese werden bereits vorab kommuniziert, etwa via Social Media. Auf Seiten der DJs und Veranstaltenden existieren zusätzliche Vorstellungen über das Ideale, was die monetären und sozialen Werte betrifft. Während einer Party orientieren sich die Anwesenden an den Vorstellungen und versuchen diese umzusetzen. Partizipierende erfahren ein positives musikalisches und soziales Erlebnis, was sich mit ihren Idealen deckt. DJs und Veranstaltende setzen ihre musikalische Vorstellung im Set oder der Club-Party um, haben Spaß daran, kriegen soziokulturelle Kapitalia zugewiesen und erwirtschaften Geld. Wert entsteht auf der Tanzfläche kommunikativ durch Ektase, Tanz und Entäußerungen. Abseits der Tanzfläche bewerten die Anwesenden ihre Erfahrungen und teilen diese mit. Der Club wird bei Erfolg zu einer kulturellen Institution. DJs erhalten mehr Auftritte und/oder höhere Gagen und Veranstaltende erzielen mehr Gewinn.

Was bedeutet dies für die Untersuchung der Werte der Technokultur? Werte treten immer in der Mehrzahl in Erscheinung. Sie sind hybride, vielgestaltig und werden in netzwerkartiger Form geschöpft. Dabei stehen Werte häufig im Widerspruch zueinander und prallen aufeinander, was nach einer Aushandlung oder Verteidigung verlangt. Ihre Entstehung und die Bindung an sie sind relational und abhängig von der Intensität konkreten Bezugnahme der Menschen zu ihnen. Die Bezugnahme von Menschen zu Objekten ist in eine spezifische Umwelt oder Musikkultur eingebettet, in welcher der Wert Geltung besitzt. Der Wert hat eine kollektive Dimension. Er ist das Produkt unterschiedlicher verbaler sowie nonverbaler Kommunikationen, die ihm Geltungsanspruch verleihen. Da Menschen in unterschiedlichen Milieus und auch Musikkulturen verkehren, in denen spezifische Vorstellungen über das Gute als richtiges musikalisches und soziales Handeln herrschen, müssen sich Menschen entweder anpassen oder zugunsten einer anderen Wertvorstellung entscheiden.

4 Sonische Kultur

Dieses Kapitel fokussiert die Technokultur aus der Makroperspektive und ist in zwei Abschnitte unterteilt. Den Beginn macht die Kulturgeschichte von Techno. Die Kulturgeschichte erhebt zwar keinen Anspruch auf Vollständigkeit, dennoch versucht sie sich in einem weiter gefassten Blick. Geschichtsschreibung im Generellen aber auch explizit in Bezug auf Techno neigt dazu, unterschiedliche Aspekte auszuklammern, wie bspw. Distinktionen, Konflikte, Sicht von Minderheiten oder auch Orte und Länder, die nicht zu den Epizentren der Technokultur zählen. Auch wenn Deutschland in der Kulturgeschichte und der Studie eine wichtige Stellung einnimmt, soll nicht der Eindruck entstehen, dass die Kultur und Musik Techno deutsch, weiß und heterosexuell seien. Sie fielen dort zwar auf fruchtbarem Boden, die Anfänge liegen aber in Amerika. Sowohl die Genres elektronischer Tanzmusik als auch das DJing sind aus schwarzen kulturellen Praxen hervorgegangen und stehen weiter in Verbindung dazu (Weheliye 2005, S. 88). Techno erscheint als postkoloniale Musik, die sich gemäß dem Konzept des „Black Atlantic“ (Gilroy 1993) aus vielen Einflüssen zusammensetzt, aber nicht per se afrikanisch, amerikanisch, europäisch, oder karibisch ist. Der zweite Teil dieses Kapitel widmet sich der Feldstruktur der Technokultur. Diese bildet das Resultat der historischen Entwicklung ab. Techno ist gleichermaßen Underground und Overground, kulturell sowie ökonomisch orientiert.

4.1 Kulturgeschichte von Techno

„So what now? Techno has made the journey from Detroit neighbourhoods to all seven continents, from the underground to the mainstream, and from high school party politics to the ‘peace, love, unity, respect’ mottoes of rave culture.”
(Sicko 2010, S. 131)

Die folgende Kulturgeschichte von Techno ist eine Geschichte der Öffnung, der Deterritorialisierung, des Austauschs und des Miteinanders zwischen Kontinenten, Materialien und Menschen unterschiedlicher ethnischer Abstammung sowie sexueller Orientierung. Es ist eine Geschichte des Modulierens von Klängen, Menschen und Räumen durch Musicking, Maschinen, Musik, Räume und andere Menschen. Die Veränderung des Musikmaterials korreliert mit der temporären oder langfristigen Veränderung von Individuen durch die Erlebnisse mit der Musik und dem Clubleben. Gleichzeitig verändert Techno die Räume, in denen die Musik anzutreffen ist. Clubs entstehen in Abbruchgebieten und wandeln die dazugehörigen Stadtviertel oder gestalten Orte für eine Nacht um. Es ist eine Geschichte von einer Musikkultur, die sich wie ihre Materialien und Menschen in einem Fluss aus unterschiedlichen Grooves befindet. Musik und die Kultur Techno sind durch Dynamik charakterisiert, die zum einen immer wieder neue Materialien in die kulturelle Praxis integrierte, zum anderen sich durch ein Weiterziehen kennzeichnet (Schwanhäuber 2010). Es ist eine Geschichte der Transition in die basale Kultur und des Eingriffs dieser in die Technokultur. Es ist eine Geschichte der Entstehung und Übernahme von Werten. Allerdings beinhaltet diese auch Wertkonflikte, die aus dem Wachstum und der partiellen Ökonomisierung der Technokultur resultieren. Es ist daher auch eine Geschichte der Distinktion, Spaltung und Reterritorialisierung.

Ihren Anfang nimmt diese Geschichte in der Discokultur, da hier bereits die Basis dafür gelegt werden sollte, was einige Jahre später Techno auszeichnet. Disco war schon durch einen transatlantischen Austausch, kulturelle Praxen und Werte charakterisiert, die später in aktualisierter

Form House und Techno kennzeichnen. Ähnliches gilt für den Einfluss von Disco auf die basale Kultur und das Eingreifen dieser durch Presse, Gesetzgebung und ökonomischer Ausbeutung. Im Anschluss wird zunächst Detroit Techno in den Fokus gerückt, da ein signifikanter Anteil der kulturellen DNA von Techno hierher stammt. Da Techno aber eine parallele transatlantische Entwicklung durchlebte, werden einerseits die Entwicklungsstränge aufgezeigt, andererseits der Austausch zwischen den USA und Europa thematisiert. Der Betrachtungspunkt verschiebt sich im Verlauf zugunsten von Europa, da Techno dort in den 1990er und 2000er Jahren einen größeren Einschlag hatte. Dadurch sahen sich die Musik und die Kultur Techno in Europa mit anderen Voraussetzungen konfrontiert, die in den USA nicht gegeben waren.

4.1.1 Vorläufer: Disco und House

„[Ken Collier] was a great champion of our music, in the great black music tradition. When it was black and gay, before it became fashionable and suburban.”

(Alan Oldham in Sicko 2010, S. 31)

„Ohne die Schwulen hätte die ganze Sache nicht funktioniert. Die haben die Drogenkultur mitgebracht. Die haben das Ecstasy über private Kanäle besorgt. Und es hätte auch nie funktioniert ohne dieses: ‚Komm, wir benehmen uns jetzt mal daneben‘.“ (Disko⁴⁷ zitiert aus Denk/Von Thülen 2012, S. 92)

Oft vernachlässigt in der Erforschung und dokumentarischen Aufbereitung von Techno und anderen elektronischen Tanzmusikstilen, dabei doch so markant und zentral für deren Entwicklung, sind Homosexuelle und ihre Kultur (vgl. Garcia 2014). Techno ist ein Nachfolger von Disco und House (Mathei 2012), die durch die Schwulenkultur geprägt wurden. Daher ist diese für die Clubkultur im Generellen von Signifikanz und findet hier besondere Berücksichtigung⁴⁸.

Disco muss im Kontext der Zeit betrachtet werden, um dessen Entwicklung und Bedeutung aufzuzeigen. Die 1970er waren ein Jahrzehnt des Umbruchs und Unsicherheit. Auf der einen Seite durchlebten die USA ihr Vietnam-Trauma und erlebten einen Industrie-Wandel und -Zusammenbruch, auf der anderen Seite kamen in dieser Zeit Feminismus, Pornographie, Abtreibungsrecht und Rechte für Homosexuelle auf. Dies rahmte die Entwicklung von Disco. Der Stil und die Discokultur wären aber auch ohne das Erbe und die Desillusionierung der 60er Jahre nicht möglich gewesen. Der Traum nach einer anderen Welt verlagerte sich allerdings von der Makro- auf die Mikroebene, in die innerstädtischen Clubs und Apartments (Echols 2010).

Für die Entstehung von Disco waren in New York die Loft-Partys von David Mancuso ausschlaggebend. Dieser hieß ab 1970 eingeladene Gäste zu seinen Privatpartys willkommen, wenn diese, wie später in Berlin, die versteckte Tür zur Wohnung fanden. Inspiriert wurde er von den Rent Partys, die nach einem ähnlichen Prinzip funktionierten. Bei seinen Partys legte er selber auf. Loft-Partys waren für homosexuelle New Yorker ein wichtiger Ort der Vergemeinschaftung, da sie sich hier ausleben, zu ihrer Sexualität stehen und mit Männern tanzen konnten. Mancuso wollte soziale Ungleichheit überwinden und lud ein, in punkto Alter, Rasse, Klasse und sexueller Orientierung, gemischtes Publikum ein, welches ausgelassen zusammen feierte (Lawrence 2003, S. 2). Das Loft beeindruckte mit seiner Atmosphärenproduktion, die alle Sinne ansprach und spä-

⁴⁷ „Disco (*1969, eigentlich Daniel Bier) Resident-DJ im Planet und e-werk, Frontpage-Redakteur und Viva-Moderator (Berlin House)“ (Denk/Von Thülen 2012, S. 407).

⁴⁸ Die Nähe zwischen Techno- und Schwulenkultur wird bspw. am Archiv des Schwulen Museums in Berlin ersichtlich, welches aufgrund der Überschneidungen Materialien der Technoszene präsentiert (vgl. Schneider 2016, S. 93).

ter auf andere Discos übergriff. Mancuso betrieb ein Spiel mit den Sinnen der Gäste. Lautsprecher und ihre Positionierung sorgten für einen guten Klang und immersiven Klangraum. Die Atmosphäre eines Abends wurde langsam durch die Musikauswahl aufgebaut und die Intensitäten sukzessive gesteigert. In gewissen Momenten schaltete er das Licht aus und öffnete die Fenster, woraufhin ein Luftzug die Tanzenden berührte. Im Loft war Alkohol verboten, stattdessen verschenkte Mancuso LSD und Marihuana, was die Atmosphäre unter den Leuten prägte (ebd., S. 3ff., S. 24ff., S. 86ff.).

Ähnliches gilt für den Club Sanctuary, der in einer ehemaligen Baptistenkirche in Manhattan beheimatet war, und Anfang der 70er einen halbwegs sicheren Raum für Homosexuelle bot. Zwar sprachen die Betreibenden ein homosexuelles Publikum an, aufgrund der Gesetzeslage waren aber auch Frauen als Begleiterinnen anwesend, um keinen Verdacht zu erwecken. Es musste ein Verhältnis von Männern und Frauen von drei zu eins gegeben sein, um nicht mit dem Gesetz in Konflikt zu geraten. Für die Musik zeigte sich Francis Grasso verantwortlich (ebd., S. 13ff.). Zur selben Zeit existierte auf Fire Island, einer Barriereinsel vor Long Island, eine Gay Community, die sich, wie im Ice Palace, der Disco-Praxis aus Downtown annahm. Allerdings war Fire Island eine hauptsächlich weiße Angelegenheit und schwarze Schwule ausgeschlossen. Einige Akteure wie Michael Fesco werden ihre Aktivitäten nach New York verlagern (ebd., S. 39ff., S. 47; Echols 2010, S. 59).

Die DJ-Praxis Disco basierte maßgeblich auf dem sog. Philly Sound von P.I.R., Soul, Funk, Rock sowie anderen tanzbaren Stücken und Genres (Poschardt 1997, S. 119ff., Lawrence 2003). Dabei muss mit dem Mythos aufgeräumt werden, Disco-Musik sei Underground. Das Gegenteil ist der Fall, da ein großer Teil der Stücke bekannt und Hits waren (Echols 2010, S. 3). Die Praxis Disco war zu Beginn jedoch ein Undergroundphänomen.

Loft, Sanctuary und Fire Island boten Anfang der 70er New Yorker Homosexuellen und auch Frauen sichere Orte, an denen sie die temporäre Befreiung von gesellschaftlicher Repression lustvoll feiern konnten. Sie waren die Orte, bei denen das Downtown-Netzwerk zusammenfand, das im weiteren Verlauf die Geschehnisse von Disco in New York sowie außerhalb bestimmen und dessen Kommerzialisierung vorantreiben wird. Wie die Tanzflächen setzte es sich aus Italo-Amerikanern, Schwarzen, Kaukasiern, Latinos, hetero- sowie homosexuellen Frauen und Männern zusammen⁴⁹. Das Downtown-Netzwerk wird ab einem gewissen Zeitpunkt beide Seiten der Discokultur präsentieren: den Underground im Stil des Loft und den Overground à la Studio 54 (Lawrence 2003).

Die Szene profitierte sowohl von den Stonewall Riots 1969 als auch und noch bedeutender der Abschaffung der Sodomie-Gesetze der unterschiedlichen Staaten. Dadurch war es Homosexuellen plötzlich erlaubt, sich in gemeinschaftlichen Orten zu treffen und miteinander zu tanzen. Der Tanz unter Männern hatte besonders im Zuge des Aufstands eine noch stärkere politische Konnotation erhalten. Der nun mögliche enge Tanz in der männlichen Gemeinschaft schuf neue Körperlichkeiten, Zusammengehörigkeit und erotische Spannungen (Echols 2010, S. 50ff.). Das freie Ausleben der eigenen Sexualität jenseits gesellschaftlicher Repressalien wurde zelebriert und abseits der Tanzfläche praktiziert.

In den nächsten Jahren breitete sich die Szene in New York aus und eröffnete mehrere Discos. Dazu gehörten u. a. Salvation (später: Haven), The Continental Baths als ersten Disco für Homo-

⁴⁹ Zu dem Netzwerk zählten u. a. DJs wie Nicky Siano, Steve D'Acquisto, Michael Cappello, Larry Levan, Frankie Knuckles oder Walter Gibbons.

sexuelle, Tenth Floor, Tamburlaine, Le jardin, der diverse Prominente anzieht, Flamingo, Gallery oder Sahara für lesbische Frauen (Echols 2010, S. 58ff.).

Die besondere Stellung von Disco innerhalb der Schwulenkultur hat Richard Dyer hervorgehoben. Disco ist demnach mehr als die Musik. Es ist “[a] certain sensibility, manifest in music, clubs, and so forth, historically and culturally specific, economically, technologically, ideologically, and aesthetically determined” (Dyer 1990, S. 410). Dyer identifiziert den Erotismus, die Romantik und den Materialismus als bedeutsame Charakteristika von Disco für die Schwulenkultur. Die Romantik von Disco zeigt sich einerseits in der Nutzung von Streichern. So beeindruckten die Motown-Veröffentlichungen durch ihre opulenten Streicherarrangements, die zur Grundlage vom Philly Sound wurden. Andererseits tritt Romantik auf textlicher Ebene im Zelebrieren des Verlangens nach einer Beziehung auf, trotz des Wissens, dass diese nicht von Dauer sein wird (ebd., S. 416). Der Materialismus von Disco erscheint in dessen klanglicher Opulenz. Die Musik war technologisch modern und nutzte alle musikalischen sowie produktionstechnischen Möglichkeiten der damaligen Zeit. Die Opulenz des Materials weist aber über die Musik hinaus und manifestierte sich in der Ausgestaltung der Clubs sowie Tanzenden. Disco legte einen Grundstein der Bass Cultures und damit auch für Techno. Die Musik bot im Zusammenspiel mit dem Materialismus der spezifischen Lautsprecheranlagen der Clubs ein auditives und viszerales Erlebnis. Der Erotismus, der aus den Materialien entspringt, erlaubt, den Körper neu und dies als Möglichkeit des Wandels zu erfahren (ebd., S. 418). Gestalter dieses Wandels waren Alex Rosner und besonders Richard Long, die sich in nahezu allen Clubs für die Lautsprecheranlage verantwortlich zeigten. Die 12inch-Single sorgte mit ihren breiteren Rillenabstand für eine höhere Auflösung und eine Hervorhebung der Bassfrequenzen, was die Materialität des Klangs im Club zusätzlich verbesserte (vgl. Papenburg 2016). Die Zelebrierung von Materialismus präsentiert sich als eine Zelebrierung der Welt, die eine materielle ist (Dyer 1990, S. 418).

Der Erotismus bezieht sich auf die textliche und rhythmische Ebene. Disco stellt oft die körperliche Liebe in den Vordergrund der Texte, die in der Regel physischer und expliziter sind als in anderen Popgenres. „Disco war von Anfang an Körpermusik“ (Poschardt 1997, S. 116). Discostücke sind rhythmischer und dadurch körperlicher als Songs. Die Körperlichkeit ist Resultat der rhythmusbasierten und bassbetonten Produktion sowie Soundanlagen der Clubs, die das Unterwerfen (Homosexueller) unter den Beat ermöglichen, den Mensch zum von Grace Jones besungenen *Slave to the rhythm* (1985) machen (Lawrence 2003, S. 191). Dies erscheint als ein „Akt lustvoller Selbstverneinung, [der] mit kollektiver Ekstase belohnt wird“ (Walter Hughes zitiert aus Poschardt 1997, S. 115). Aufgabe der eigenen Identität geht mit einem Aufgehen in der Menge und einer Neubestimmung von Identität einher. Dies ist vergleichbar zum Umgang mit den musikalischen Materialien, die in der Gesamtheit des DJ-Sets aufgehen. Das Lösen von Identitäten ist ein Phänomen, das auch in der Technokultur festgestellt werden kann. Disco stand aber nicht nur für die Lösung von Identitäten, die Discokultur produzierte auch neue, wie den hypermaskulinen Gay Macho oder die Diva (Echols 2010).

Die Texte der Stücke erzählen in vielen Fällen keine Geschichte. Stattdessen ist deren Funktion performativ und stellt den Körper- und Tanzbezug in den Vordergrund. Der Aufforderungscharakter zeigt sich anhand der Phrasen: „Set me free“, „Set your body free“, „Release yourself“ oder „Let your body go!“ (Poschardt 1997, S. 116f.). Der Körper und das Individuum sollen von gesellschaftlichen Idealen befreit werden, die in die Körper eingeschrieben wurden. Solche Textelemente werden sich einige Jahre später in der House-Music wiederfinden. Dabei bot der Ort Disco „ein Forum für befreite Körper“ (ebd.), die sich dort gehen lassen konnten. Dies zeigt sich bspw. an der im Flamingo betriebenen Praxis des Ausziehens der T-Shirts. Ähnliches gilt für

die Musik, die den weiblichen Körper von der männlich dominierten Lust befreite. Disco war auch Körpermusik im Sinne der Repräsentation neuer Frauen- und Männerbilder: Von der Sex Machine eines James Browns hin zum einfühlsamen Love Man eines Barry Whites (Echols 2010, S. 32ff.). Weibliche Lust wurde ernst genommen und eingefordert. Der Erotismus des Rhythmus und des Texts sowie die neue weibliche Lust zeigt sich exemplarisch in Donna Summers *Love to love you baby* (1975).

Im selben Jahr erfährt der Disco-Sound als Produktionsästhetik seine allmähliche Ausformulierung. Van McCoy komponierte mit *The Hustle* (1975) ein Stück, welches die wichtigsten Bestandteile der DJ-Praxis aufgriff, und machte es einem Millionenpublikum zugänglich. Labels wie Salsoul oder Casablanca widmen sich exklusiv dem Stil. Ab diesem Zeitpunkt treten vermehrt europäische Produzenten in Erscheinung, wie Giorgio Moroder, Michael Kunze (Silver Convention *Fly, Robin, Fly* [1975]), Cerrone, Alec R. Costandinos, Henri Belolo (u. a. Village People) oder Jacques Morali. Zuerst ahmten die Europäer den amerikanischen Stil nach, setzten diesem aber zusehends einen eigenen Entwurf entgegen, der elektronischer war.

Mit dem zunehmenden Erfolg von Disco erfolgte ein Wandel vom Miteinander zur Distinktion ein. Zwar verhielten sich bereits vorher einige Akteure distinktiv wie etwa auf Fire Island, die Abgrenzung erhielt aber eine andere Dimension. Erste Leidtragende waren die einstigen Komplizinnen, die Frauen, die nun keinen Zutritt zu den exklusiven Schwulenclubs erhielten, die sie vorher frequentierten. Es existierten auch Discos, die schwarzen oder weißen Homosexuellen vorbehalten waren. Die Trennung schlug sich auch in unterschiedlichen musikalischen Präferenzen nieder, bei denen sich die Schwarzen an Soul, R'n'B und Funk, die Weißen an Euro Disco orientierten (Echols 2010, S. 68). Eine Ausprägung der Distinktion, die die Distinktion zelebrierte, war das Studio 54. Zu diesem Zeitpunkt hatte sich Disco zu einer Massenkultur gewandelt. Mitauslöser davon waren unter anderem ab 1977 das Studio 54, das zu einem mystischen Ort der Discoszene stilisiert wurde, dessen vermeintliche Offenheit aber einer strengen und willkürlichen Türpolitik unterlag. Dessen Distinktion war in erster Linie eine Inszenierung für die Presse, der aber viele Leute aus dem Downtown-Netzwerk zum Opfer fielen. Studio 54 wollte Prominente ansprechen, um von deren Glamour zu profitieren. Daher war Sehen und Gesehen werden wichtiger als Musik und gemeinschaftlicher Tanz. Der Club schuf eine Blaupause, die andere Macher in New York schnell aufgriffen, wie bspw. der Club Xenon (Lawrence 2003, S. 269ff.).

1977 tanzte sich John Travolta als Tony Manero in *Saturday Night Fever* (Badham 1977) in die Wahrnehmung von Millionen Menschen weltweit und verfälschte diese. Der Film zeichnet ein heteronormativ geprägtes Bild von Disco, das wenig mit der ursprünglichen Szene teilt und von der literarischen Vorlage abweicht. Statt der Downtown-Szene widmet er sich einem später entwickelten Bereich der Discokultur: den Vorstadt-Discos. Im Film dient der Ort der Präsentation des Körperkapitals und dem Flirten. Die Disco verliert ihren Status, wenn das Flirten von Erfolg gekrönt war. Der Film untergräbt so die Bedeutung des gemeinschaftlichen Tanzens als Endzweck. Wichtiger ist das Körperkapital Travoltas, das sich zum einen in der Inszenierung durch Kleidung, zum anderen in der Körperbeherrschung im Tanz zeigt. Dass dieser Tanzstil ein erfundener war, fiel aber nur den Menschen der Szene auf. Ein Teil der USA und der Welt folgte diesem Vorbild, woraufhin sich nicht nur der fiktive Tanzstil, sondern auch Paartänze und Tanzwettbewerbe im Nachtleben ausbreiteten (Lawrence 2003, S. 305ff; Echols 2010, S. 159ff.).

Ab 1977 waren viele Länder der Welt vom Disco-Fever befallen. In den USA sprossen zahlreiche Discos an diversen erdenklichen Orten, wie Hotels oder Restaurants, empor, sodass deren Anzahl Ende 1978 zwischen 15.000 und 20.000 lag (Lawrence 2003, S. 315). Diverse Musik- und Wirt-

schaftsbereiche wurden ‚discofiziert‘. Rocker wie Rod Stewart (1978) und Kiss (1978) landen Hits im Diskogewand, Beethoven betritt die Tanzfläche in Walter Murphys *A Fifth of Beethoven* (1976), Studio 54 bringt eine Jeans auf den Markt, Fernsehsender präsentieren Disco und Tanzschulen lehren das Tanzen im Saturday Night Fever-Stil (Lawrence 2003).

1979 erfolgte dann die Implosion des Massenphänomens Disco und der Kollaps des Discomarkts. Einerseits war dieser gesättigt, andererseits befand sich die Musikindustrie in einer Rezession. Disco galt zunächst als Hoffnung, konnte die Erwartungen aber nicht erfüllen, woraufhin die Rockdepartments der Plattenfirmen die Chance ergriffen, ihren durch Disco bedrohten Status zurückzuerobern. Dabei konnten sich diese auf ein gewandeltes gesellschaftliches Klima, welches die New Right hervorbrachte, berufen. Zum Höhepunkt von Disco als Massenphänomen entstand eine orchestrierte Anti-Bewegung (Echols 2010, S. 207) unter dem Slogan „Disco sucks“, wobei „sucks“ sowohl im Sinne von „beschissen“ als auch „cock sucking“ (Garcia 2014) gedeutet werden sollte. Dies war ein deutlicher Ausdruck von Homophobie, der Angst vor dem neuen, sexuell liberalisierten Amerika und dessen Ikone Disco. Den Anfang nahm die Bewegung unter Radio-DJs von Rocksendern und unter Rockfans. Der Tiefpunkt dieser Bewegung wird die vom Radio-DJ Steve Dahl initiierte „Disco Demolition Night“⁵⁰ am 12. Juli 1979 sein. Nahezu zeitgleich geht Disco als Massenspektakel unter und die Studio-54-Chefs wegen Steuerhinterziehung ins Gefängnis (Lawrence 2003). Der ehemalige Disco-Underground zeigte sich davon weder beeindruckt noch berührt, sondern machte weiter und bereitete in New York sowie Chicago die Basis für House vor.

In Europa verlief die Entwicklung zeitversetzter und erlebte keinen vergleichbaren Niedergang als Massenphänomen wie in den USA. Diskotheken in Europa existierten meist schon vor Disco und übernahmen lediglich die Musik (ebd., S. 317). Mitte der 1970er entwickelt sich in Italien eine Disco-Szene, die ihre Anfänge mit dem Baia degli Angeli in Rimini, welches später in Baia Imperiale umbenannt wird, nahm (vgl. Schönebäumer 2008; Garnier/Brun-Lambert 2005, S. 36). Ähnlich wie in den USA waren die ersten Discos in Italien Orte, an denen sich die schwule Subkultur, Modedesigner, Schauspieler*innen, Musiker*innen und Popstars trafen. Im Zuge dessen und unter dem Einfluss von Moroder sowie anderer Produzenten entstand in Italien eine Variante von Disco, die zuerst in Disco und einige Jahre später in Chicago sowie Detroit ihre Spuren hinterlassen wird. Stücke, die Italo Disco zugerechnet werden, treten ab 1977 vermehrt in Erscheinung. Diese weisen noch starke Parallelen zum amerikanischen Disco-Sound auf, integrieren aber schon elektronische Klangerzeuger. In den folgenden Jahren wird Italo Disco immer elektronischer, bis das Genre, mit Ausnahme des Gesangs, mehrheitlich mit Maschinen produziert wird.

Disco lebte zu Beginn der 1980er in den USA im frühen Hip-Hop und Mutant Disco weiter. Beatmatching etabliert sich als grundlegende DJ-Technik, die es zu beherrschen gilt. Befördert wurde diese Entwicklung durch die Magazinserie *Disco Bible*, die Stücke anhand ihrer Tempi kategorisierte, um das Mixen zu erleichtern (Echols 2010, S. 211). Zwar mischten einige Disco-DJs bereits die Stücke ineinander, andere ließen aber Brüche zu und sprangen zwischen Tempi.

Die Weiterentwicklung von Disco zu *House* fand in der von Schwarzen und/oder Schwulen dominierten Clubszene statt. Abermals entstand ein Genre aus einer DJ-Praxis. House war zu Beginn eine Mischung aus elektronischen Stücken, vorrangig Euro bzw. Italo Disco, Kraftwerk und auf den Rhythmus konzentrierte Discostücke, Soul, R'n'B und Rock à la B-52s oder Blondie. Als Begründer dieser DJ-Praxis gelten Larry Levan und Frankie Knuckles, die Teile des Downtown-

⁵⁰ Anlässlich dieser Veranstaltung warfen die Teilnehmer*innen Discoplatten und andere Discoartikel auf einen Haufen, welcher im Anschluss mit Dynamit in die Luft gesprengt wurde.

Netzwerks waren und sich von Tänzern zu DJs hocharbeiteten (Lawrence 2003, S. 409; Echols 2010, S. 216). Levan übernahm in dem Club Paradise Garage im Jahr 1977 eine Residency. Dies sollte der Ort werden, wo Disco zur ersten Stufe von House wurde: dem Garage Sound. Dieser zeichnete sich durch einen härteren Klang des Beats aus, was zum einen den reduzierten Disco-Stücken, zum anderen dem Raumklang sowie der Lautstärke der Paradise Garage und dem von Richard Long konzipiertem Soundsystem geschuldet war (Lawrence 2003, S. 343ff.). Von Disco übernahm der Garage Sound die Vorliebe für gospelhaften Gesang. Ebenfalls erfuhr der hypermaskuline Gay Macho in New Yorker House-Clubs eine Aktualisierung, in der die Maskulinität und die maskuline, ohne T-Shirt tanzende Gruppe im Vordergrund für die Identitätskonstruktion stand (Amico 2012). Knuckles zog nach Chicago, um im dortigen Club Warehouse eine Residency anzutreten, die zuerst Levan angeboten wurde. Der Club wurde ebenfalls in erster Linie von einem schwarzen und schwulen Publikum frequentiert, aber auch von Studierenden. Der dortige House-Sound fiel im Vergleich zu New York reduzierter und elektronischer aus (Lawrence 2003).

„Die Stimmung im Warehouse war ähnlich ekstatisch wie in der Paradise Garage in New York, und ähnlich leidenschaftlich war die Lust der Tänzer auf Selbstaufgabe. Knuckles spielte acht bis zehn Stunden pro Nacht – bis die Sonne aufging und die Tänzer erschöpft nach Hause schlichen. Das Publikum war bearbeitet worden.“ (Poschardt 1997, S. 252)

Damit zeigt sich erneut eine Parallele zur späteren Technokultur, in der die Länge der Clubabende und die daraus resultierende Erschöpfung zentrale Bestandteile des Musickings sind. Eine weitere Parallele stellt das Gebäude des Warehouse dar, welches eine ehemalige Fabrik war. Solche Umnutzungen werden ebenfalls in Techno wiederzufinden sein.

Forderten die Rolling Stones und die Rockmusik „Satisfaction“ ein, steht in der House Music die Forderung nach dem Gefühl im Vordergrund, indem es die Gegenwart intensiviert (Eshun 1999, S. 116f.). Die Ausdrücke „jack the house“ und „jack your body“ sind essentiell für Chicago House, wobei „to jack“ umgangssprachlich „jemand auf Touren bringen“ (Poschardt 1997, S. 252) bezeichnet und sich immer auf den Körper bezieht. Im vulgären Sinne bedeutet „to jack off“ auf Deutsch „wachsen“. Jack your body ist eine Form von Selbstbefriedigung oder Sex mit dem eigenen Körper durch das Tanzen zu House. Jack ist aber mehr. Jack „erscheint als gottähnlicher Schöpfer, der die Körper der Menschen in Besitz nehmen kann“ (ebd., S. 251). Dieser erschien den Menschen zum ersten Mal auf *My House* (1987) von Rhythm Controll feat. Chuck Roberts. Einschneidender war jedoch seine Reinkarnation auf *Can you feel it* (1988) von Fingers Inc. Dabei handelt es sich um einen Remix von Mr. Fingers alias Larry Heard's gleichnamigen Instrumentalstücks von 1986, dem die Stimme Roberts unterlegt wurde. Hier wurde erklärt wie Jack, der Herr des Grooves, die House Music ausrief und die Menschen dazu einlud, Teil von seinem House zu werden und es zu einem gemeinsamen zu machen. Dabei ist House Music „the uncontrollable desire to jack your body“ (Rhythm Controll feat. Chuck Roberts 1987), was die körperliche und sexuelle Konnotation unterstreicht. Jacks Groove kann als das typische Rhythmusmuster aus On-, Off- und Backbeat sowie Bassline gedeutet werden, welches die Basis von vielen Onbeat-Tanzmusiken bildet. Jack sollte mit seinem Versprechen, „once you enter my house it then becomes our house and our house music“, Recht behalten. House Music fing an sich weltweit zu verbreiten und von seinem Anfangsmilieu zu lösen. Das Motiv der Offenheit, das Jack entworfen hat und bereits seit Disco existierte, wird von der späteren Technokultur übernommen.

4.1.2 Prä-Historie von (Detroit) Techno

Ende der 70er Jahre vollzogen sich in Detroit Entwicklungen, die zum Entstehen von Detroit Techno führen. Zu diesem Zeitpunkt hatte die Stadt ihre goldene Zeit als Motor City hinter sich gelassen. Detroit war keine angesagte Ausgehstadt wie New York oder Chicago und verfügte nicht über eine entsprechende Clubinfrastruktur. Diese Lücke füllten afroamerikanische High-School-Schüler, die, organisiert in Male Social Clubs, als Partyorganisatoren in Erscheinung traten (vgl. Sicko 2010, S. 14). Die Clubs fielen durch eine elitäre Haltung auf, was sich am Interesse an europäischen, vor allem italienischen Modelabels und Designern zeigte und Ausdruck der Suche nach einer anderen Identität war (Eshun 1999, S. 213). Von besonderer Bedeutung sind zu dieser Zeit die Charivari-Partys. Der Charivari Club veranstaltete einen Teil seiner Partys auf der dritten Etage des Women's City Club, der auch andere Clubs und Musikszene in oder in der Nachbarschaft beherbergte. Die dort beheimateten Partys vermischten sich trotz unterschiedlicher Eingänge. Auf diese Weise kam es im Detroiter Nachtleben zu einem ersten Austausch von Szenen und Ethnien, die gemeinsam feierten (Sicko 2010, S. 17). Sicko verweist an dieser Stelle auf die Tendenz der Partyorganisatoren, sich an seltsamen urbanen Orten zu versammeln (Sicko 2010, S. 16). Diese Tendenz wird in der späteren Technogeschichte ebenfalls zu erkennen sein.

Bei den Veranstaltungen herrschte eine gewisse demografische Struktur vor. Die Trennung zwischen ökonomisch besser gestellten „Preps“, kurz für „preppy“, und „Jits“, kurz für „jitterbug“, die letztlich eine Trennung sozialer Ungleichheit ist, wurde zunächst beibehalten. Während die Prep-Clubs sich elitär inszenierten, waren die Partys in der Eastside der Stadt wilder, verschwitzter, schlechter organisiert und präsentierten eine frühe Ausprägung von Electro Funk. Clubs der Eastside erweiterten dadurch nicht nur den musikalischen Horizont des Detroiter Clublebens, sondern auch die Struktur des dazu tanzenden Publikums. Diese Partys waren im Gegensatz zu den Prep-Partys inklusiver und lockten Leute aus der ganzen Stadt an (ebd., S. 20). Der Erfolg und die Ekstase dieser Partys beeindruckte die Preps, die ihre Ausrichtung von „dress to impress“ zu „dress to sweat“ änderten (ebd., S. 21).

Die Schwulenkultur hat ebenfalls das Nachtleben von Motor City beeinflusst. Ende der 70er, Anfang der 80er Jahre brachten homosexuelle DJs die House-Sounds von New York und Chicago nach Detroit. Im Zuge dessen vermischten sich die unterschiedlichen Publika der Detroiter Clubszene. Dabei sollte vor allem Ken Collier einen Einfluss auf die Pioniere von Detroit Techno haben (Garcia 2014 in Anlehnung an Gholz; Sicko 2010, S. 31), da er mit seinem House-Mix, der ebenfalls andere Stile umfasste, sowohl für die lokale Schwulenszene als auch für die High-School Partygänger*innen zu einer „Vaterfigur“ (Sicko 2010, S. 31) wurde. Er besaß die Fähigkeit, Clubabende in ein religiöses Erlebnis zu verwandeln. Dies inspirierte Jung-DJs wie Juan Atkins, Derrick May oder Eddie „Flashin“ Fowles.

Die Prä-Historie von Detroit Techno war von stilistischer Vielfalt geprägt (ebd., S. 22), die nicht nur über den ethnischen, sondern aufgrund des „Importtohr[s] von Detroit“ (Eshun 1999, S. 119) auch über den atlantischen Tellerrand schaute. Die Musik in den Clubs und auf den Radiofrequenzen setzte sich zum einen aus afroamerikanischen Stilen, wie Soul, Funk und Hip-Hop, zum anderen aus weißen Stilen wie Rock, New Wave und elektronischen Stilen aus Europa zusammen. Dabei sollten europäische Musiker*innen einen Einfluss auf die Detroits Jugend und Clubleben ausüben, die sich diesen hinwendeten (Sicko 2010, S. 11). Allen voran haben Kraftwerk eine große Wirkung in der afroamerikanischen Community, nicht nur in Detroit, entfaltet. Der präzise Maschinen-Funk von Kraftwerk traf auf offenen Ohren und sollte nach den Tanzflächen auch die Musikproduktionen Detroits sequenzialisieren. Neben Kraftwerk haben noch italieni-

sche Musiker*innen und britische New Wave-Bands einen Einfluss auf Detroit ausgeübt. Italo Disco gelangte aufgrund von Handelsrestriktionen mit Verspätung in die USA und wurde dort umgehend angenommen, da die Clubgäste nach neuen elektronischen Klängen verlangten (ebd., S. 24). New Wave-Bands, wie ABC, Heaven 17 und Human League, sprachen mit ihrer Pseudo-Kultiviertheit die elitär orientierten High-School Clubs an (ebd., S. 27). Die Öffnung gegenüber europäischer Musik und Mode erfüllte eine identitätsstiftende Funktion für die afroamerikanische Gemeinschaft in den Clubs, weil die „Whiteness des Synthesizers [...] sie innerhalb der USA zu Aliens machen konnte“ (Eshun 1999, S. 213), resp. ihnen dazu verhalf, sich von Identitäten zu lösen und neue zu erschaffen.

Für die Vermittlung der Musik zeigte sich abseits der Tanzflächen in Detroit der Radio-DJ The Electrifying Mojo alias Charles Johnson verantwortlich, der von 1977 bis Mitte der 1980er Jahre aktiv war (Sicko 2010, S. 28). Zuerst präsentierte er seinen eklektischen Musikmix bei WGPR und wechselte 1982 zu WJLB, wo er jeden Abend um 22 Uhr das „Mutterschiff landen ließ“ (Eshun 1999). Die Musikauswahl von Johnson griff stets neue Trends auf und bestand aus einem Mix aus New Wave, Funk, Rock, Soul und elektronischer Musik, kannte keine Rasserestriktionen und sollte die musikalische Apartheid der Radiofrequenzen beenden (Sicko 2010, S. 57). Johnson brachte ähnlich denkende Menschen über die Radiofrequenz zusammen (ebd., S. 58). Dabei erwies er sich als Förderer lokaler Talente, die er im Detrouiter Clubleben kennenlernte und in seiner Sendung präsentierte. Als prominente Fälle gelten hier A Number of Names mit *Sharevari* (1981) und Cybotrons *Alleys of your mind* (1981) (ebd., S. 28).

In Europa, genauer in Frankfurt, erscheint im Jahr 1982 zum ersten Mal der Name „Techno“ für elektronische Musik. Dafür zeigte sich Talla 2XLC alias Andreas Thomalla verantwortlich, der in einem Frankfurter Plattenladen unter dieser Bezeichnung diverse Stile und Musiker*innen elektronischer Musik subsummierte. Die zugrundeliegende Offenheit gegenüber Anderem besitzt deutliche Parallelen zur House-Szene und der Prä-Historie von Detroit Techno. Dies wird im weiteren Verlauf von großer Bedeutung für die Technokultur und ihre Stilistik sein. Thomallas offenes Konzept von Techno umfasste Synthi Pop, Hi-NRG, Industrial, New Wave, EBM, Electro und House, war aber stärker europäisch geprägt.

Die Bezeichnung New Wave taucht Mitte der 1970er zuerst in den USA auf, findet aber schnell in Großbritannien und Deutschland Ableger. New Wave vereint unterschiedliche musikalische Ansätze, die vom herkömmlichen Rockverständnis abweichen und ihr musikalisches Spektrum ständig erweiterten (Wicke et al. 2007, S. 490ff.). Die Bands und Musiker*innen vereint eine „Ästhetik des Minimalismus“ (ebd.). Neben dem üblichen Rockinstrumentarium integriert New Wave elektronische Klangerzeuger, wie Synthesizer und Drum-Computer⁵¹. Von Industrial inspiriert zeigt sich das Genre Electronic Body Music (EBM), das Anfang der 1980er entsteht. Dabei kommt es in EBM weitestgehend zur Verwendung des Onbeat als rhythmischer Basis. Die Stücke sind minimalistisch und elektronisch gehalten. Sowohl die Musik als auch die Szene geben sich militaristisch. Neben dem parolenhaften Gesang inszenieren sich die Szenemitglieder u. a. mit militärischer Kleidung. Disco war Anfang der 1980er in gewisser Weise quicklebendig und hatte sich mit Hi-NRG ein neues Gewand zugelegt. Wie Disco und House war Hi-NRG zu Beginn ein Stil, der in der Schwulenkultur verwurzelt war. Dabei ist Hi-NRG „Clubmusik ohne Sanftheit und Ruhepausen“ (Poschardt S. 246), die durch ein schnelles Grundtempo und ein 8/8-Metrum besticht (Wicke et al 2007, S. 318). Als Ausgangspunkt des Genres gilt *You make me*

⁵¹ Als deutschsprachige Variante davon entstand Ende der 1970er die Neue Deutsche Welle (NDW).

feel (1978) von Sylvester, der diesem durch seine Queerness eine gewisse Richtung vorgab. Seine Einflüsse zog die Musik sowohl aus Italo Disco als auch New Wave.

Thomalla verbreitete die Bezeichnung „Techno“ noch auf anderen Wegen. Zum einen veranstaltete er ab 1984 eine wöchentliche Partyreihe namens „Technoclub“ im Jugendkeller No Name, später dann im Dorian Gray, zum anderen veröffentlichte er 1985 als Teil der Gruppe Moskwa TV das Stück *Tekno Talk*. Techno im Thomallaschen Sinne fand auch via Sven Väth Verbreitung, der seine Stücke unter anderem aus demselben Plattenladen bezog. Väth legte zu dieser Zeit im Club Dorian Gray des Frankfurter Flughafens auf und präsentierte seinen Mix aus elektronischen Musikstilen. Der Club hatte ein von Richard Long entworfenes Soundsystem installiert. Im Jahr 1988 eröffnete Väth mit einigen Partnern den Club Omen.

In Detroit forcierten währenddessen die High-School-Schüler Juan Atkins, Derrick May und etwas später Kevin Saunderson ihre Aktivitäten, die zu Detroit Techno führen sollten. Einerseits durch Eskapismus und Freiheit motiviert, andererseits mit der Realität Detroits als Stadt im Niedergang konfrontiert (vgl. Sicko 2010, S. 33), bildet dies die Basis für das musikalische Handeln der ersten Detroiter Technogeneration. Cybotrons Stück *Techno City* von 1984 stellt zum einen die erste Nennung des Begriffs „Techno“ in Amerika dar, zum anderen reflektiert die Gruppe darin die Situation Detroits (ebd., S. 36). Gleiches gilt für *Night Drive (Thru Babylon)* (1985b) von Atkins Nachfolgeprojekt Model 500. Den Ruinen Detroits sollte eine neue Vision entgegengesetzt werden. Die Umsetzung dieser Vision erfolgte in erster Linie durch High-School-Schüler, die als Produzenten, Club- und Radio-DJs, Künstlern und Partyorganisatoren oftmals gemeinschaftlich in Erscheinung traten. Während seiner Zeit an der High-School kam Atkins mit den Theorien des Zukunftsforschers Alvin Toffler in Berührung, was sein musikalisches Handeln beeinflussen sollte (ebd., S. 42). In diesem Zusammenhang wird auf die von Toffler konzipierten „Techno Rebels“ verwiesen, die nicht nur aufgrund ihres Namens, sondern ihrer devianten Nutzung von Technologie zum Guten, von Bedeutung für die Technokultur und ihre Ideologie sind. Ein anderes Konzept von Toffler findet meistens keine Nennung, ist aber bereits für die erste Detroiter Technogeneration und die spätere Technokultur von Signifikanz. In „The Third Wave“ (1980) entwirft Toffler das Konzept des Prosumers, einer Person, die für sich und/oder andere tätig wird. Hinter dem Prosuming verbirgt sich der Akt der Zurückgabe, der für die Technokultur von Relevanz ist. Mit Model 500 schuf er mit dem Stück *No UFOs* (1985a) die Basis für die weitere musikalische Entwicklung von Detroit Techno, da Atkins hier statt eines Breakbeats einen Onbeat nutzt, wie er in Disco und House typisch ist.

House Music aus Chicago hatte einen starken Einfluss auf Derrick May. Dabei war ein Set von Frankie Knuckles für ihn ein Wendepunkt und perspektivverschiebender Moment zugleich.

„I knew this was something special. Not just being a DJ and playing music and being on a mission, but playing music with love. This vision of making a moment this euphoric...it changed me.“ (Derrick May in Sicko 2010, S. 50)

Im Jahr 1986 erweiterte er sein musikalisches Handeln zuerst um das Label Transmat und im Anschluss um eigene Stücke. Den Namen „Transmat“ übernahm May von Juan Atkins. Beide kollaborierten in der Anfangszeit des Öfteren. So veröffentlichte May Stücke von Atkins und dieser half bei der Produktion von Mays ersten Stücken. Dabei war seine Musik mehr von Chicago House inspiriert (ebd., S. 51). Kevin Saunderson nimmt als „Elevator“⁵² eine besondere Stellung in der ersten Detroiter Technogeneration ein, da er derjenige sein wird, der internationale Chart-

⁵² Juan Atkins gilt The Originator und Derrick May als The Innovator.

Hits erzielt. Dies gelingt Saunderson mit seinem Projekt Inner City, welches eine Zusammenarbeit zwischen ihm, James Pennington, Roy Holmon und der Sängerin Paris Grey war. Dabei waren auf dem Album *Big Fun* (1988b) neben der gleichnamigen Single noch *Good Life* (1988a), *Ain't Nobody Better* (1989a) und *Do You Love What You Feel* (1989b) in mehreren Billboard-Charts erfolgreich (Sicko 2010, S. 54).

Kollaborationen der Musiker untereinander führten zu der Entstehung einer lokalen Szene mit selbstbetriebenen Labels, die im „Techno Boulevard“, einem Gebäude an der Gratiot Avenue, beheimatet waren, und dem ersten Technoclubs Detroit's ein Zuhause bot. Das Music Institute öffnete seine Pforten 1988 und offerierte seit den frühen 80er Jahren erstmals wieder einen Rahmen, in dem ethnische und sexuelle Unterschiede obsolet waren (ebd., S. 52). Dabei zeichnete sich das Music Institute durch eine kollaborative und von ideellen Werten motivierte Arbeitsweise aus. So legte May kostenlos auf (ebd., S. 62). Dies kann als Praxis des Prosumings gedeutet werden, in der sich alle beteiligen. Der Club musste allerdings bereits am 24.11.1989 schließen.

“The Music Institute will forever remain a mythical part of techno, due in part to its short-lived energy and brilliance and to the way it functioned as a ‘home’ for the music, transforming one of the city’s old structures and putting it to work for a change.” (Sicko 2010, S. 63)

Das Music Institute steht für die Transformation urbaner Räume und das Weiterziehen (vgl. Schwanhäüßer 2010) der Technokultur, wie es in naher Zukunft auch in Berlin praktiziert werden wird. Dies scheint Bestandteil der symbolischen Ordnung Technos zu sein, die für den Umgang mit den Materialien als auch das Handeln konstituierend ist und vom Material ermöglicht wird.

4.1.3 Aufstieg, Austausch und Aufspaltung

Zur selben Zeit als Juan Atkins in Detroit den Onbeat für seine Stücke zu verwenden beginnt, entsteht in Chicago im wahrsten Sinne über Nacht das Genre Acid House. Im Jahr 1985 erstehen DJ Pierre alias Nathan Jones und Spanky alias Earl Smith eine Roland TB-303. Mit dieser modulierte DJ Pierre über einem Rhythmu-track eine Bassline für 15 Minuten. Das Ergebnis wird später als *Acid Tracks* (1987) unter dem Projektnamen Phuture veröffentlicht. Dieser Track stellt den Ausgangspunkt für die Acid-Welle dar, die alsbald einige Teile Europas ergreifen wird (Sicko 2010, S. 72ff.).

Acid House gelangte zuerst in die Clubs auf Ibiza. Ab 1987 war der Stil auf der Insel präsent und fand sowohl durch die anwesenden DJs als auch Touristen in ihren Heimatländern Verbreitung (Poschardt 1997, S. 292). Insbesondere für Briten war Ibiza ein Urlaubsphänomen, das durch diverse Reiseveranstalter ermöglicht wurde. Der besondere Reiz entsprang der Möglichkeit, auf den großen Tanzflächen der ibizanischen Clubs zu verschwinden, anonym zu werden. Dies ist gleichermaßen eine Flucht aus dem Alltag wie eine Flucht vor der Identität. Die Freude am Verschwinden und der Anonymität wurden kurz darauf in Großbritannien von den Rückkehrern importiert (Melechi 1993). In England schlug Acid zunächst 1988 in London inklusive der Drogenkonnotation des Begriffs (Sicko 2010, S. 72) und später in anderen Teilen des Landes, wie bspw. Manchester, ein. In London war insbesondere der Club The Shoom von Bedeutung, da dieser nicht nur regelmäßige Acid-Partys, resp. Ibiza-Revival-Partys veranstaltete, sondern deren Logo der Smiley auch zum Symbol der Acid-Bewegung werden sollte. Bereits nach kurzer Zeit erreichte diese 1988 ihren Höhepunkt im zweiten Summer of Love. Dieser zeichnete sich durch illegale Raves auf Wiesen, Äckern und in Lagerhäusern aus, die von Zehntausenden besucht

wurden (Thornton 1997, S. 131ff; Reynolds 1998, S. 34-68). Dadurch wurden Acid sowie Raves zunächst zu einem Thema der Presse und im Anschluss der Gesetzgebung mit dem „Pay Party Act“ (1990) und „Criminal Justice and Public Order Act“ (1994), die die Durchführung und Teilnahme illegaler Tanzveranstaltungen unter Strafe stellten (Kemper 2004, S. 47; Meyer 2001, S. 56).

Ein Jahr vor Acid gelangte Chicago House nach Europa. In England wurde der Stil im Club Hacienda in Manchester umgehend in dessen eklektisches Musikrepertoire aufgenommen. Die Stadt genoss trotz ihrer industriellen Vergangenheit hohes Renommee unter musikkaffinen Student*innen (vgl. Halfacree/Kitchin 1996, S. 52). Im Herbst 1987 veranstaltete die Hacienda ihre erste House-Party, die dem Chicagoer House-Label Trax gewidmet war. Derrick May begleitete die Trax-Produzenten und legte nach deren Auftritt auf. Die Partys in der Hacienda waren besonders gegen Ende der Veranstaltung von einer hohen Euphorie und Ekstase gekennzeichnet, was auf die englische Gesetzgebung der damaligen Zeit mit ihrer Sperrstunden-Politik zurückzuführen ist. Die Party wurde im Anschluss in Warehouses oder Wohnungen verlagert (Garnier/Brun-Lambert 2005, S. 28ff.).

In Paris entwickelte sich Ende der 1980er ebenfalls eine House-Szene. Erste Acid Partys finden 1988 im Rex Club, Palace Garage und La Locomotive statt, die neben Leuten aus der Szene vor allem von Schwulen besucht werden (ebd., S. 41ff.). House war in Paris zu dieser Zeit schon fester Bestandteil des Musikprogramms der Schwulenclubs (ebd., S. 73). In Rimini sowie in Montreaux in der französischen Schweiz finden gegen Ende der 1980er die ersten House-Partys statt (ebd., S. 78, S. 86). In Berlin zählen GI-Clubs zu den frühen Orten, die House spielen (Weheliye 2015). In Berlin werden ab 1988 die ersten Acid-Partys in den ‚Clubs‘ Turbine und Ufo veranstaltet (Denk/Von Thülen 2012, S. 43ff.). Gleiches gilt für Köln und das Ruhrgebiet, wo Acid im selben Jahr einschlug (vgl. Kapitel Sonische Städte). Abseits von House und Acid entsteht 1988 in Belgien mit New Beat ein neuer Stil, der allerdings auf EBM und nicht den amerikanischen Stilen basierte (vgl. Sicko 2010, S. 74; Wicke et al. 2007, S. 487).

Zeitgleich zu diesen Entwicklungen fand laut Dan Sicko zwischen 1988 und 1990 Detroit Techno „radikale Transformation“ (Sicko 2010, S. 65; Übersetzung Autor) statt. Die Bezeichnung „Techno“ und Detroit Techno wurden durch die Compilation *Techno! The New Dance Sound of Detroit* (Various 1988) international verbreitet. In diesen Jahren erweiterte sich das Material, welches zur Produktion der Musik genutzt wurde, und entfernte sich immer mehr von House (Sicko 2010, S. 70).

Techno wurde in den USA außerhalb Detroits nicht, in England dafür umgehend angenommen. Neben London konnten sich vor allem Birmingham, Sheffield und Manchester als Dependancen etablieren (ebd., S. 75). In Manchester nahm sich die Hacienda Techno an. Sheffield zeichnet sich durch Parallelen zu Detroit aus. Beide Städte haben eine industrielle und popmusikalische Vergangenheit (ebd., S. 76). Dies führte in Sheffield zu einer anderen Auslegung von Techno und damit dem Entstehen eines Lokalkolorits in der Technokultur. Durch die Veröffentlichungen des Labels WARP konnte die Stadt einen eigenen Sound entwickeln (ebd., S. 77).

In Deutschland wurden die lokalen House- und Techno-Szenen von einem Beben erschüttert. Mit dem Fall der Berliner Mauer fanden nicht nur die Techno-Fans aus Ost und West zusammen, es ergaben sich auch Möglichkeiten, die leerstehenden Orte im Ostteil zu bespielen. Eine Ausnahmestellung nahm die Stadt noch wegen der Loveparade ein. Was 1989 im Kleinen begann und von Dr. Motte vier Monate vor dem Fall der Mauer als Demonstration angemeldet wurde, entwickelte sich binnen weniger Jahre zur größten Straßenparade Europas. 1991 kam es auf der Love-

parade zur Vereinigung der deutschen Technoszene, bei der die lokalen Szenen der jeweiligen Städte ihre Vorstellungen von Techno präsentierten (Meyer 2001, S. 53; Denk/Von Thülen 2012).

Die Ravekultur Europas hatte Auswirkungen auf die Musik und das DJing von Techno. Zum einen erschienen Technoproduktionen, die sich den Bedürfnissen der Raver anpassten. Zum anderen sahen sich die Rave-DJs im Gegensatz zu den USA mit einem größeren Publikum und anderen Ansprüchen konfrontiert, was wegen der Dynamiken von großen Menschenmengen nach einer anderen Art des Auflegens verlangt (Sicko 2010, S. 77).

“In addition, much of techno’s future popularity in Europe came out of the eu(ro)phoria associated with raves and such momentous events as the fall of the Berlin Wall, forging an association between techno and elation, rather than with somber moods.” (Sicko 2010, S. 38)

Bei Raves herrschte ein höheres Serotonin-Niveau aufgrund der Masse und des Drogenkonsums vor. Durch diesen erhöhten Zustand forderte das Publikum ebenso erhöhte, ekstatische Momente ein. Auf diese Weise fokussierten sich die Produktionen und das Auflegen auf die energetischen und dramatischen Qualitäten von Techno (ebd., S. 80).

In Detroit veröffentlicht Carl Craig seine ersten Tracks. Später wird er sein eigenes Label Retroactive starten (ebd., S. 93ff.). Zu dieser Zeit begannen auch Octave One ihre musikalischen Aktivitäten, die mit *I Believe* (1990) einen Hit erzielen konnten (Sicko 2010, S. 105f.). Etablierte Clubs, wie Shelter und The Majestic, nahmen Techno in ihr Programm auf. Dabei sprach Blake Baxter in The Majestic mit seinen Sets ein gemischtes Publikum an. Im Wendejahr betrat mit Richie Hawtin ein weißer Akteur die Bildfläche. Mit seiner Party im Shelter erweiterte er die Publikumsstruktur der Detroiter Technoszene (ebd., S. 84f.). Im weiteren Verlauf versuchte sich Hawtin zusammen mit Kenny Larkin an der Produktion eigener Stücke. Etwas später traf er auf John Acquaviva und startete mit ihm das Label Plus 8. Larkin fing an, auf Plus 8 zu veröffentlichen. Im Gegensatz zu anderen Detroiter Labels zu dieser Zeit hatte Plus 8 mit Speedy J alias Jochem Paap früh einen europäischen, genauer niederländischen DJ und Produzenten im Portfolio, was die Globalisierung von Techno vorantrieb (ebd., S. 88). Gleichzeitig stellten die Produktionen von Daniel Bell und Hawtin als Cybersonik eine Starthilfe für Gabber in den Niederlanden dar. Deren Sound wurde besonders in Rotterdam aggressiver wahrgenommen, als er angedacht war. Der Sound und die Rhythmusgestaltung von Tracks wie *Thrash* (1991) oder dessen Instrumentalversion bilden eine Basis von Hardcore oder Gabber (vgl. ebd., S. 90). Plus 8 zeichnete sich auch durch eigene Partys aus. Dafür wurde auf stillgelegte Gebäude zurückgegriffen, um für eine Nacht „die Ruinen Detroits wieder zum Leben zu erwecken“ (ebd., S. 92; Übersetzung Autor), ähnlich wie es zu dieser Zeit in Berlin bereits Praxis ist. Die Aktivitäten der Detroiter Partyorganisatoren waren kein Beiprodukt, sondern etablierten sich als eigenständige Entität, die etwas an die Musikgemeinschaft zurückgab (ebd., S. 93).

Ebenfalls im Jahr 1989 starteten Underground Resistance (UR) ihre Aktivitäten. Zunächst von Jeff Mills und Mike Banks gegründet, wurde UR alsbald zu einem Kollektiv Detroiter Technomusiker, die in unterschiedlichen Besetzungen veröffentlichen und auftreten. Während Banks als Teil der Members of House auf der Detroit!-Compilation vertreten war, konnte Mills Erfolge als DJ und mit seinem Industrial-Projekt „Final Cut“ feiern. Mit Final Cut trat er beim Atonal Festival 1990 in Berlin auf, das von Dimitiri Hegemann organisiert wurde, und veröffentlichte via Interfish, welches auch von Hegemann betrieben wurde. Von Beginn an verfolgten UR mit ihrem musikalischen Handeln soziopolitische und -ökonomische Ziele. Der Bezug auf den Underground war kein Selbstzweck, sondern eine Willenserklärung (ebd., S. 96). Diese verfassten

Banks und Mills in Form eines Manifests, welches die sonische Revolution aus- und zum Widerstand gegen mittelmäßige Musik aufrief⁵³. Die Aktivitäten von UR richteten sich gegen Major-Plattenfirmen, denen sie den Ausverkauf afroamerikanischer Musik vorwarfen. Anfragen von großen Labels wurde entsprechend abgelehnt. Gleichzeitig sollte die Musik von UR ihren Beitrag zum Weltfrieden leisten. Beides versuchte das Kollektiv zu erreichen, indem es die Identitäten der Musiker*innen verschleierte. Diese versteckten sich hinter Nummern und traten bei Konzerten sowie in ihrer spärlichen Öffentlichkeitsarbeit ausschließlich maskiert auf. Politische Nachrichten werden von UR durch ein Konzept aus Musik und Auftreten vermittelt. In Anlehnung an Foucault wird die Identität des Autors nebensächlich (Bunz 2001, S. 281f.). Dies steht sinnbildlich für diverse Musiker*innen der Technokultur, die sich hinter Pseudonymen verstecken, für die auch Maschinennamen herhalten (Eshun 1999, S. 125). Die Technokultur wollte den Star überwinden (Büsser 2004, S. 191) und das Anonymisieren war das Mittel der Vermeidung von Identifikation. UR versteckten geheime Botschaften in ihren Songtiteln und ritzten diese in das Vinyl ein (Sicko 2010, S. 100). Solche Einritzungen werden später in der Technoszene aufzufinden sein, jedoch oftmals ohne politische Aussage.

Musikalisch schlugen UR eine minimalistischere und härtere Richtung ein als die erste Technogeneration Detroits, die in Europa affirmiert werden sollte. Das Schaffen von UR ging im Jahr 1991 in dem Kollektiv Submerge auf. Deren Geschäftsmodell auf einer Kollaboration unterschiedlicher Talente basierte, die eine ähnliche Geisteshaltung teilten (ebd., S. 103). Diese richtete sich vor allem gegen die Majormusikindustrie (ebd., S. 105). Dieses Modell sollte zum Standard für Detroit aber auch der deutschen Technoszene werden. Prinzipien des Undergrounds, wie UR sie verfolgten, und ihr Sound werden zu einer Blaupause für einen Teil der zukünftigen Technokultur. Tracks von UR trafen in Berlin insbesondere bei den Organisatoren und DJs des Clubs Tresor einen Nerv. Deren harter und minimalistischer Sound passte ideal zu dessen Atmosphäre. Zum einen wurden regelmäßig Detrouiter DJs in den Club eingeladen, zum anderen veröffentlichte das dazugehörige Label einige Tracks von UR. Der Austausch zwischen Detroit und Berlin manifestierte sich in der Compilation *Tresor II: Berlin-Detroit: A Techno Alliance* (Various 1993). Es existierten auch Pläne, einen Tresor-Club in Detroit zu eröffnen.

„Musically, we had this help from Detroit, and after a while we thought we’d give something back.” (Dimitri Hegemann in Sicko 2010, S. 120)

UR können auch als Antwort auf die Raves gesehen werden, die sich ab 1991 in Teilen der USA ausbreiteten. In diesem Moment begann in den USA „Techno ironische Existenz als Import“ (ebd., S. 80; Übersetzung Autor), da die damaligen Tracks von europäischen Musiker*innen stammten und der Detrouiter Ursprung übergangen wurde. Vergleichbares gilt für Chicago House, der in seiner Heimatstadt weitestgehend unbekannt war (Garnier/Brun-Lambert 2005, S. 21). Raves lockten vor allem ein junges, weißes Publikum an, während das afroamerikanische, welches älter war, Clubs bevorzugte. Auf diese Weise hatten sie eine Spaltung des Publikums von den ursprünglichen Machern bewirkt (Sicko 2010, S. 80). Erst im späteren Verlauf wurden amerikanische DJs zu Raves gebucht. Neben der Musik, die auf Raves gespielt wurde und vom detrouitschen Ideal von Techno abwich, wurde insbesondere der Drogenkonsum, wie er in Europa üb-

⁵³ „Underground Resistance is a label for a movement. A movement that wants change by sonic revolution. We urge you to join the resistance and help us combat the mediocre audio and visual programming that is being fed to the inhabitants of Earth, this programming is stagnating the minds of the people; building a wall between races and preventing world peace. It is this wall we are going to smash. By using the untapped energy Potenzial of sound we are going to destroy this wall much the same as certain frequencies shatter glass.” (<https://undergroundresistance.bandcamp.com/>; letzter Zugriff: 20.03.2021)

lich war, von den Detroitern abgelehnt (ebd., S. 79). Die unterschiedliche Bewertung des Drogenkonsums verweist auf andere Wertmaßstäbe zwischen den USA und Europa, die auf die jeweilige basale Kultur zurückzuführen sind. Raves verbreiteten sich in den USA zunächst in Metropolen und Collegestädten, wichen dann aber auf ländliche Gebiete und in die Natur aus. Wie zuvor in Europa riefen die Raves „ambitionierte Gesetzgeber“ (ebd., S. 81; Übersetzung Autor) auf den Plan, die gegen diese Veranstaltungen vorgingen. Als Mittel zum Zweck wurde abermals Ecstasy erkoren. Zwar scheiterte 2002 der erste Versuch des Gesetzes RAVE („Reducing Americans' Vulnerability to Ecstasy“), ein Jahr später wurde der „Illicit Drug Anti-Proliferation Act“ jedoch bestätigt⁵⁴.

„Owing to its uniqueness as a music form, techno flourished in the worldwide underground community – with ‚underground‘ being the operative word.“ (Sicko 2010, S. 96)

Anfang der 90er Jahre entsteht auch in New York eine Technoszene. Moby alias Richard Melville Hall konnte bereits zu Beginn seiner Karriere als Produzent mit *Go* (1991) einen internationalen Chartserfolg erzielen. Ebenso wenden sich Clubs und Produzenten in Chicago dem Techno-Stil zu. Doch nicht nur in den USA, sondern auch in Europa und anderen Teilen der Welt verbreitet sich Techno zusehends. Berlin wurde in den 90er Jahren zu Technos „zweitem Mittelpunkt“ (ebd., S. 121; Übersetzung Autor) und dessen „funktionaler Hauptstadt“ (ebd., S. 118; Übersetzung Autor). Daneben existierten in Deutschland zu diesem Zeitpunkt noch andere lokale Szenen, bspw. in Frankfurt, Hamburg, Kassel, Köln, Mannheim, München, Ruhrgebiet oder Würzburg, die sich allmählich vernetzten (Kemper 2004, S. 52). Techno wurde auch abseits größerer Städte in ländlichen Gebieten, verlassenen Anlagen und in der Natur zelebriert. Dabei unterschieden sich die Städte sowohl hinsichtlich ihrer Publika als auch musikalischen Vorlieben. Während sich der Frankfurter Sound aus Techno, New Wave und elektronischem Pop zusammensetzte, orientierte sich Berlin auf der einen Seite an raueren Klängen, auf der anderen Seite an Trance (Garnier/Brun-Lambert 2005, S. 107). Das Berliner Publikum war laut Laurent Garnier (ebd., S. 212) offener gegenüber stilistischen Brüchen als das Frankfurter. In diesem Zusammenhang deutet Sicko Deutschlands wachsende Szene Anfang der 90er als Beginn der Dezentralisierung von Techno (Sicko 2010, S. 120). Diese greift auf Europa über, resp. verläuft parallel zu ihr. Einige DJs und Produzenten sind bereits vorher auf Ibiza oder in England mit House und Rave in Kontakt gekommen. In den 90er Jahren bilden Städte gewisse Schwerpunkte aus, die sich im Jahr 1999 so präsentieren: „Paris ist French House, London ist Drum'n'Bass und Jungle, Berlin, Frankfurt und Köln haben ihre eigene Definition von Techno. [...] Rotterdam ist Hardcore und Gabber“ (Raveline 03/99 in Diaz-Bone 2010, S. 381f.).

In Frankreich finden die ersten Rave-Partys ab 1989 statt, über die via Radio oder Anrufbeantworternachrichten informiert wird. Dabei meidet die junge Technoszene ebenfalls etablierte Clubs und zieht die Illegalität und/oder ungewöhnliche Orte, wie Parkhäuser, Champignonzuchtereien, Kalksteinbrüche, Fabriken oder Kloster, vor (Garnier/Brun-Lambert 2005, S. 169f.). Veranstalter nutzten eine Gesetzeslücke aus, da sie die Partys an Orten veranstalteten, von denen keine Gefahr von Lärmbelästigung ausging (ebd., S. 177). Afterhours werden auf dem Schleppkahn „Ruby“, in Kellern, Wohnungen oder unter der Pont de Tolbiac durchgeführt (ebd., S. 187). Wie in England wandelt sich die französische Ravekultur aufgrund von behördlichen und polizeilichen Repressalien im weiteren Verlauf zu einer Clubkultur. Gleichzeitig verschärfte sich das Presseklima und Techno wurde in Artikeln mit Drogenkonsum gleichgesetzt (ebd., S. 181). Im Jahr 1992 kam es zu den ersten Razzien bei Raves, die zuerst noch unbeholfen, später unter Ein-

⁵⁴ Auch Australien ging gegen Raves vor mit dem Draft Code of Practice for Dance Parties von 1997 (Vitos 2015).

satz von Tränen-Gas und Gummiknüppeln verliefen (ebd., S. 185ff.). Als Grund wurde die Störung der öffentlichen Ordnung angeführt, was zu einem ähnlichen Katz-und-Maus-Spiel führte, bei dem die Veranstalter die Behörden auszutricksen versuchten (ebd., S. 178). Versuche der Regulierung von Raves werden sich noch bis in die 2000er fort- (Smith 2004, S. 740f.) und der Umgang mit Techno in Frankreich zu einer Kluft in der Regierung führen (ebd., S. 731).

In Paris ist der Rex Club einer der ersten Orte, der Techno präsentiert und Laurent Garniers Wake Up-Partys ein Zuhause bot (Garnier/Brun-Lambert 2005, S. 119). Für Garnier und seine Mitstreiter war dabei das Geben eine Prämisse für ihr Handeln, was sich an unterschiedlichen materiellen Geschenken, wie Kassetten mit Sets, Früchten oder Popcorn, aber auch DJ-Geschenken aus aller Welt zeigt. Dadurch etablierte sich die Achse Paris-Chicago-Detroit (ebd., S. 120). DJs aus England und Deutschland wurden eingeladen, womit der Rex Club zu einem Knotenpunkt der Technokultur wurde (ebd., S. 129). Mit der Tournee „Respect France“ trägt Garnier die Musik in die anderen Landesteile Frankreichs, sieht sich dabei aber mit der Ablehnung der Clubbesitzer gegenüber der „schwulen Unzucht“ House konfrontiert (ebd., S. 121). Ab 1996 finden im Schwulenclub Queen die Respect-Partys statt, bei denen insbesondere die DJs und Produzenten auftreten oder zu Gast sind, auf die das Subgenre French House zurückzuführen ist, wie Cassius, Daft Punk oder Dimitri from Paris. French House oder die von der englischen Presse stammende Bezeichnung „French Touch“ stand dabei zu Beginn für eine Form von gefiltertem House, „der auf Disco und Ghetto House schielte“ (ebd., S. 234). Daft Punk werden in den folgenden Jahren zu dessen bekanntesten Vertretern.

Die Niederlande und dort vor allem Rotterdam schlagen eine andere Richtung ein und beschleunigen das Tempo von Techno. Zunächst wurden dafür die Plattenspieler manipuliert, um diese +16 statt +8 pitchen zu können (Sicko 2010, S. 90). Manipulationen der Plattenspieler betrieben schon die New Yorker Disco-DJs, was die Affordanzen dieses Materials unterstreicht. Kurze Zeit später produzierten niederländische Produzenten ihre ersten Hardcore- und Gabber-Tracks. Zu dieser Zeit existierten in Europa verschiedene Hardcore-Schulen⁵⁵. Dank der Ausprägung Happy Hardcore, die u. a. von Paul Elstak produziert wurde, fand sich Hardcore alsbald in den Charts wieder. Daneben existierten Labels, die sich stärker an Detroit Techno orientierten, wie etwa Delsin von Marsel van der Wielen (ebd., S. 121). Im Nachbarland Belgien nahm das Label R&S von Renaat Vandepapeliere und Sabine Maes eine wichtige Stellung ein. Es veröffentlicht zum einen eine härtere Ausprägung von Techno, zum anderen vertreibt es Technotracks von Produzent*innen aus unterschiedlichen Ländern. R&S ist daher für die Globalisierung von Techno von Bedeutung.

Nach dem Höhepunkt der Ravekultur in England kommt es zu einer Aufspaltung. Innerhalb der frühen Technokultur ist England deutlich stärker von Dub infiziert (vgl. Goodman 2012), was auf den jamaikanischen bzw. karibischen Bevölkerungsanteil in den Großstädten zurückzuführen ist. England weicht in punkto der grundlegenden Rhythmusstruktur von den Technoausprägungen der anderen Länder ab. Grund dafür waren die Breakbeats, die zuerst über den Onbeat gelegt, später aber zu der Basis wurden. Das Tempo beschleunigte sich sukzessive. Erste Folge dieser Entwicklungen war die Entstehung des Genres Jungle und die zweite das Genre Drum'n'Bass (Sicko 2010, S. 134). Ein Seitenstrang zu dieser Entwicklung stellt das Genre Big Beat dar, welches ebenfalls mehrheitlich britischen Ursprungs ist⁵⁶. Big Beat verfügt über einen rockigen An-

⁵⁵ Einen wichtigen Einfluss hatte Marc Arcadipane auf die Entwicklung des Stils insgesamt und der deutschen Hardcore-Szene (Garnier/Brun-Lambert 2005, S. 172f.).

⁵⁶ Auf Fatboy Slim alias Norman Cook geht die Bezeichnung „Big Beat“ zurück, die dessen Partyreihe Big Beat Boutique in Brighton entlehnt ist.

satz, was den Stil attraktiv für Alternativ Rock-Clubs und -Festivals machte⁵⁷. Abseits davon wird durch das Sheffielder Label WARP die Entwicklung von IDM forciert. Die Abkürzung steht für „Intelligent Dance Music“ und bezeichnet eine avantgardistischere sowie nur in geringen Maßen Dancefloor orientierte elektronische Musik (ebd., S. 118).

In Skandinavien und Finnland entwickelten sich in den 1990er Jahren Technoszenen. Während der finnische Produzent Jimi Tenor musikalisch in verschiedene Richtungen tendiert, orientieren sich die schwedischen DJs und Produzenten Cari Lekebusch und Adam Beyer ab Mitte des Jahrzehnts an minimalem und treibendem Techno. Beyer ist seit 1996 mit Drumcode als Labelmacher aktiv. Ende des Jahrtausends veröffentlicht das norwegische Duo Röyksopp seine ersten Stücke. Gleiches gilt für den Schweden Axwell, der später mit der Swedish House Mafia kommerzielle Erfolge feiern wird. Ebenfalls gelingt dem Finnen Darude mit *Sandstorm* (1999) ein Charthit, der in den 2010er Jahren zu einem Meme und ‚Troll-Werkzeug‘ im Internetforen werden wird⁵⁸.

4.1.4 Techno, Musikindustrie, Sell Out, Umbrüche

Die 90er Jahre waren nicht nur das Jahrzehnt des Aufstiegs von Techno, sondern auch der Einschnitte innerhalb der Technokultur. Je nach Land wurden unterschiedliche Ereignisse als Bruch wahrgenommen. Unabhängig von den jeweiligen Ländern führte das Eindringen verschiedener Industrien in die Technokultur zu Konflikten und Aufspaltungen. In Detroit auf der einen Seite wurde Rave als Bruch mit der Form und dem Ideal von Techno aufgefasst.

„By 1991, after three years in the U.K. spotlight, techno had been mutated, co-opted, and just plain misunderstood. The rave movement’s economies of scale had drastically altered the genre, sapping its music of complexity, intimacy, and soul.” (Sicko 2010, S. 83)

Auf der anderen Seite ereigneten sich in Europa mehrere Einschnitte zwischen 1992 und 1997. An erster Stelle kam es zu Abspaltungen in lokalen europäischen Technoszenen (vgl. Garnier/Brun-Lambert 2005, S. 173). Zu Beginn der 90er wurden die Genres Techno, Trance und Hardcore weitestgehend gleichberechtigt aufgelegt und zwischen den Ausprägungen nicht unterschieden. Ab 1992 separierten sich Trance und Hardcore von Techno und wurden zu eigenständigen Genres und Musikkulturen. Hardcore zog sich in Deutschland und Frankreich in den Underground zurück, während es in den Niederlanden zum zentralen Genre elektronischer Tanzmusik mit diversen Subgenres (vgl. Mathei 2012, S. 140ff.) werden sollte.

Der melodiosere Stil Trance besaß eine wirtschaftliche Attraktivität für technofremde Labels. Dass elektronische Tanzmusik kommerziell erfolgreich sein kann, hat 1991 *Das Boot* von U96 gezeigt. Die Bezeichnung Trance wurde aufgrund des Erfolgs auf unterschiedliche Genres elektronischer Tanzmusik angewandt, vor allem der kommerziell orientierten (vgl. Schäfer 1998). Compilation-Reihen, wie bspw. Future-Trance, präsentierten in vielen Fällen Neuinterpretationen bekannter Lieder vergangener Jahrzehnte in einem Trancegewand (Mathei 2012, S. 101). Rein strukturell handelt es sich hierbei oft um Songs. Der Rückgriff auf den Katalog, um die Unsicherheit des Produkts zu mindern (vgl. Wikström 2013), ist in der Majormusikindustrie übliche Praxis (vgl. Renner 2004, S. 107). Dasselbe widerfährt dem Genre Rave, welches ab 1994 u. a. mit *Somewhere over the rainbow* von Marusha, *Tears don't lie* von Mark Oh oder *Herz an Herz*

⁵⁷ Der Stil ist einerseits samplelastig mit Präferenzen für Funk, Hip-Hop, Rock oder Soul, andererseits changiert er zwischen Onbeat und Breakbeat, wobei letzteres Rhythmusmuster tendenziell anzutreffen ist.

⁵⁸ Sollte eine Person bspw. in der Kommentarfunktion von YouTube nach dem Namen eines Lieds fragen, ist mit hoher Wahrscheinlichkeit eine Antwort: Darude Sandstorm.

(1995) von Blümchen in den deutschen Charts und Radios auftauchte. Abseits davon hatten die großen Plattenfirmen mit (Euro-)Dance ein eigenes Genre in den Markt gebracht, welches meist einem ähnlichen Schema folgte, nämlich aus schwarzem Rapper in der Strophe und weißer Sängerin im Refrain (Kemper 2004, S. 66).

Um Profit aus der Detroit Technoszene zu ziehen, griff SONY Deutschland zu drastischen Mitteln. Die Firma versuchte den Track *Jaguar* (1999) von DJ Rolando zu lizenzieren, was von UR, zu denen Rolando gehörte, abgelehnt wurde. Statt einer Lizenzierung ließ SONY eine Stilkopie erstellen. UR versuchten dagegen vorzugehen, allerdings hatte SONY den Track an BMG lizenziert. UR werten sich erfolgreich dagegen, indem sie das Original inklusive einiger Remixe nochmals veröffentlichten und damit wesentlich erfolgreicher waren (vgl. McCutcheon 2007; Sicko 2010, S. 104f.).

Zur Kommerzialisierung von Techno oder elektronischer Tanzmusik trugen diverse Musiker*innen, DJs und Veranstalter*innen selber bei. So war etwa Ramon Zenker an dem Projekt Bellini beteiligt, das mit *Samba de Janeiro* (1997) Gold- und Platinauszeichnungen gewann. Die Kommerzialisierung wurde von Westbam, dessen Mitstreiter*innen und seinem Label Low Spirit vorangetrieben. Raves wurden zu einem Geschäft, wofür insbesondere die Mayday in den Westfalenhallen Dortmund steht. Bei diesem jährlichen von Westbam konzipierten Indoor-Rave werden zahlreiche DJs präsentiert, denen nur eine kurze Spieldauer zur Verfügung steht.

„Das spontane und vom Underground geprägte Wesen der Raves war durch eine unerbittliche Businesslogik ersetzt worden, welche die deutsche Rave-Szene innerhalb weniger Jahre abtöten sollte.“ (Garnier/Brun-Lambert 2005, S. 198)

Im Zuge der wachsenden Aufmerksamkeit der Technokultur rückten die DJs immer mehr ins Zentrum der Öffentlichkeit. Dies hatte eine Steigerung der Gagen zur Folge, die alsbald in keinem realistischen Verhältnis zu der geleisteten Arbeit standen (Garnier/Brun-Lambert 2005, S. 194). War in der Technokultur der ersten zwei Generationen der Gedanke vorherrschend, eine Musikkultur zu sein, die ohne Stars auskommt (Büsser 2004, S. 191), so ändert sich dies. Mit dem Erfolg im temporellen Feld übernahm ein gewisser Teil der Technokultur dessen Logiken, wie etwa Marketing mit den Gesichtern der DJs (vgl. Garnier/Brun-Lambert 2005, S. 125f.).

„Am Anfang hieß es immer: DJs sind keine Stars. Die sind genauso wichtig wie die Tänzer. Es herrschte ein sehr demokratisches Gleichheitsgefühl in der Szene. Je wichtiger die Bewegung wurde, desto mehr hat sich das mit einem DJ-Kult aufgeladen. Auch, weil die Medien was zu berichten hatten.“ (Mijk van Dijk⁵⁹ zitiert aus Denk/Von Thülen 2012, S. 275)

Ein weiterer Bruch innerhalb der deutschen Technoszene ereignete sich 1997 in Berlin. Der Grundstein dazu wurde bereits im Vorjahr gelegt. Für die Loveparade 1996 erhielten die Veranstalter*innen seitens der Stadt Berlin das Angebot, die Parade entlang der Siegessäule und dem Brandenburger Tor durchführen zu können. Dabei verfolgte die Stadt einen Hintergedanken. Sie beabsichtigte damit, nicht nur das Image Berlins aufzuwerten, sondern auch den Bildern des Dritten Reichs neue entgegenzusetzen. Anstelle von aufmarschierenden Nationalsozialisten sollten Fotos tanzender Raver*innen vor dem Brandenburger Tor ein neues Bild von Deutschland zeichnen (Pasdzierny 2016). Die Berichterstattung durch Boulevardpresse und Fernsehen über Techno und Loveparade arbeitete sich zunächst an der Moral Panic ab, die sich auf Drogenkonsum und

⁵⁹ Mijk van Dijk (*1965, eigentlich Michael van Nieuwendijk) ist DJ und Produzent (Denk/Von Thülen 2012, S. 412).

halbnackte Menschen fokussierte. Dies hatte aber eine stimulierende Wirkung, sodass die Berichte über Halbnackte genau solche zu den nächsten Loveparades anlockten und das Erleben des Körpers im Tanz zum Ausstellen des Körpers umfunktionalisierten.

„In die medialen Bilder des körperlichen Glücks mischten sich auch die gestählten Körper in all ihrer pornographisch sexualisierten Künstlichkeit. Dadurch wurde die direkte, über das Erleben der Musik vermittelte und auch zum Teil ungestaltete Körperlichkeit, wie auch der stilistische Wildwuchs der Anfangstage den perfekten Oberflächeninszenierungen voller Hochglanz geopfert, nein, noch mehr, durch sie ersetzt und damit letztlich auch zum Verschwinden gebracht.“ (Geier 2009, S. 80)

Die Ereignisse der Loveparade 1996, die zunehmende Kommerzialisierung der Veranstaltung sowie Gewinnorientierung einiger Veranstalter*innen führten innerhalb der Organisationsstruktur zu einer Abspaltung. Infolgedessen entstand die Fuckparade, die im ersten Jahr noch Hateparade hieß, die als Kritik an der Entwicklung der Loveparade, ihrer Kommerzialisierung und dem Abschluss von härteren Genres gedacht war. Auslöser für den Bruch innerhalb der Loveparade war letztlich das Aufeinandertreffen unterschiedlicher angemessener Wertevorstellungen und -orientierungen. Während bei den ‚Separatisten‘ die ideellen Werte der Technokultur die Motivation zum Handeln bildeten, waren es bei den verbliebenen Organisator*innen die materiellen. Dem Erfolg der Loveparade tat dies zunächst keinen Abbruch, die zu Beginn der 2000er zu einem Exportgut wurde oder als Vorlage für andere kommerzielle Straßenparaden und Raves diente (vgl. Garnier/Brun-Lambert 2005, S. 200f.).

4.1.5 Rückzug, Aktualisierung, Berlin

Trotz der Entwicklungen in den 1990er Jahren hat Techno sowohl Rave als auch die Kommerzialisierung überdauert. Dies gelang wie bereits zuvor in der Prä-House-Phase durch einen Rückzug oder das Verweilen im Underground.

Zu Beginn der 2000er Jahre hat Techno sein Schockpotenzial weitestgehend eingebüßt. Nicht nur waren Vertreter politischer Parteien oder der Chorleiter Gotthilf Fischer auf der Loveparade anwesend, auch Musikfestivals, die ihren Fokus auf alternativen Rockmusik-Stilen haben, buchen Techno-Musiker*innen, teilweise sogar in Headlinerpositionen. Andere Festivals wie das Melt! oder Festival Internacional de Benicassim präsentieren elektrifizierte und elektronische Musiker*innen gleichberechtigt nebeneinander.

Der Technostil bleibt dynamisch und es kommt zu unterschiedlichen, teils parallel verlaufenden Entwicklungen. Die Technokultur bleibt aufgrund von internen Entwicklungen und Einflüssen von außen ebenfalls dynamisch. Mitte der 1990er Jahre entwickelte sich in Detroit und Köln, im späteren Verlauf auch in Berlin das Technosubgenre Minimal, das in den 2000er Jahren zu einem Paradigma oder Hype werden wird. Die Anfänge davon sind einerseits auf das Schaffen Detroitischer Produzenten wie Robert Hood, Daniel Bell und Richie Hawtin, andererseits auf Wolfgang Voigt und andere Produzenten aus dem Umfeld des Kölner Labels Kompakt zurückzuführen (vgl. Sicko 2010, S. 140; Mathei 2012, S. 81ff; Nye 2016, S. 123). Gemeinsam ist allen Produktionen das minimalistische Grundgerüst, welches nur mit wenigen Instrumenten oder Spuren auskommt und dadurch dem Klang der einzelnen Elemente mehr Raum bietet. Dies stellt eine Abkehr vom materiellen Bombast der Rave-Zeit aber auch von Trance dar.

Anfang der 2000er Jahre erlebte Electroclash einen Hype für wenige Jahre und verschwand danach wieder. Das Genre ist ein Crossover aus Stilen wie Electro, EBM, NDW und Techno. Insbesondere waren die Stücke *Sunglasses at night* (2001) von Tiga und *Emerge* (2000) von Fisherspooner im Radio und Musikfernsehen präsent. Miss Kittin & The Hacker hatten mit *Frank Sinatra* (1998) einen Clubhit. Einige der Electroclash zugerechneten Musiker*innen, wie Miss Kittin, The Hacker, Blackstrobe oder Ivan Smagghe aber auch andere DJs wie Chloe, feierten im Lesbenclub Le Pulp in Paris oder im Batofar (Garnier/Brun-Lambert 2005, S. 270). Als Electroclash 2003 seinen Höhepunkt erreichte, gründete Pedro Winter in Paris das Label Ed Banger Records. Den Stil der Veröffentlichungen bezeichnet Winter als „Maximal Techno“ (Pailhe 2014) in Abgrenzung zum damals präsenten Minimal. Der Stil des Labels als auch anderer wie Boysnoize Records von Alex Ridha ist ebenfalls ein Crossover, orientiert sich aber mehr an French House, Electro House, Hip-Hop oder Electropunk. In gewisser Hinsicht stellt der Sound eine Aktualisierung des maximalistischen Big Beat-Sounds von Gruppen wie The Chemical Brothers oder The Prodigy dar. Ähnlich wie dieser wurde der Ed-Banger-Sound auch von einer rockaffinen Hörerschaft rezipiert und in Clubs sowie auf Festivals präsentiert.

Trotz dieser parallelen Entwicklungen ist Minimal in den Clubs vorherrschend. Dabei widerfährt dem Subgenre in den USA ein vergleichbares Schicksal wie zuvor Detroit Techno. Minimal wird aufgrund der europäischen, resp. deutschen Fokussierung darauf als Export aufgefasst, der die detroitschen Wurzeln übersieht (Nye 2016, S. 121). Dieser Umstand ist insbesondere der Wahrnehmung Berlins als Techno-Hauptstadt geschuldet, die in den 2000er Jahren und später minimalistische Varianten von House und Techno präsentiert (ebd., S. 122f.). Gleichzeitig wurde die Stadt zum kurzzeitigen oder dauerhaften Aufenthaltsort für Expats⁶⁰ (vgl. ebd., S. 127) sowie ausländischer Produzent*innen oder Clubtourist*innen. Die inflationäre Nutzung des Begriffs ohne eindeutige Definition der musikalischen Charakteristika steigerte die Wahrnehmung von Minimal zusätzlich (ebd., S. 122). Infolgedessen wurde die Bezeichnung zum Oberbegriff für House und Techno (Kösch 2006, S. 20). Einen Anteil an dieser Erhöhung hatten die seit den frühen 2000er Jahren aufkommenden Online-Plattenhändler und später Music Stores, die die Bezeichnung auf viele Stücke anwandten. Minimal verliert gegen Ende der 2000er und zu Beginn der 2010er Jahre zunehmend an Bedeutung in den Clubs (Nye 2016, S. 131). Gleichzeitig zeichnen sich zwei gegenläufige Entwicklungen ab. Einerseits wird Techno langsamer und nähert sich House an, andererseits wird der Stil härter und dunkler.

Berlin baute die Position als Technos Hauptstadt aus. Die Stadt bot nicht nur zahlreiche Clubs, sondern zu dieser Zeit auch noch günstigen Wohnraum. Dadurch lockte sie diverse nationale und internationale Produzent*innen an, die hier ihren Arbeits- und Lebensmittelpunkt haben. Techno und Berlin erlebten laut Jan-Michael Kühn eine zweite Popularisierungswelle gegen Ende der 2000er und zu Beginn der 2010er Jahre. Innerhalb der Berliner Szene konnten sich die Bar 25 und das Berghain als wichtige Clubs etablieren (Kühn 2017, S. 156). Bedeutsam für die erneute Popularität war der Film *Berlin Calling* (Stöhr 2008), in dem der DJ und Produzent Paul Kalkbrenner die Hauptrolle des DJs Icarus spielt und der u. a. in der Bar 25 gedreht wurde. Für den Film produzierte er auch den Soundtrack. Die Auskopplung *Sky and Sand* (2008) konnte sich lange in den Charts behaupten. Neben der Geschichte präsentierte der Film ein spezielles Lebensgefühl, welches den Atmosphären und dem Feiern in Berliner Clubs entspringt. Dadurch wurde die Stadt zu einem beliebten Ziel für „Techno Touristen“ (vgl. Sicko 2010, S. 124). Dies ist aber nicht allein auf Techno und die Berliner Szene zurückzuführen, sondern auf Veränderun-

⁶⁰ Bezeichnung für Auswanderer.

gen in der basalen Kultur, die das Aufkommen der Billigflieger ermöglichten. Es entstand ein Tourismus, der für ein (verlängertes) Wochenende die Clubs Berlins oder anderer Städte besucht und am Sonntag zurückfliegt (Rapp 2009). Die zweite Popularisierungswelle ist auch auf Tracks wie Asaf Avidans *One Day (Reckoning Song)* im Wankelmut-Remix (2012), *Sonnentanz* von Klangkarussell (2012) oder *Jubel* von Klingande (2013) zurückzuführen, die sich ebenfalls in den Charts behaupten konnten. Ihren Erfolg verdanken sie vor allem ihren eingängigen Kompositionsweisen, die sich in punkto der Form und des Sonischen an den Gepflogenheiten des musikalischen Mainstreams orientieren. Zum Teil weisen sie Songstrukturen und Gesang auf. Daneben finden traditionelle Instrumente Verwendung, wie Gitarre, Saxophon oder Vibraphon. House und Techno erschlossen sich dadurch ein neues Zielpublikum. Zuletzt gewinnen Mitte bis Ende der 2000er Jahre diverse Produzent*innen und Stile elektronischer Tanzmusik an Aufmerksamkeit, was einige Jahre später unter der Bezeichnung „EDM“ (Abk. Electronic Dance Music) zuerst in den USA und später in Europa zu einem Massenphänomen mit Massenspektakeln werden wird (vgl. Kapitel Sonische Transitionen).

4.2 Die Feldstruktur der Technokultur

Wie Disco hat Techno eine Kultur hervorgebracht, die aus einem Miteinander entstand, sich dann in Folge von Wachstum und Distinktion aber aufspaltete und eine Feldstruktur samt ihren Logiken annahm. Dementsprechend besteht die Technokultur aus Gegensätzen. Diese reichen von Sonic Bodies, die aus Spaß für sich und die Technokultur prosumerisch produzieren, aber keinen oder nur geringen Gewinn machen, bis hin zu externen Akteur*innen, die rein gewinnorientiert ihr Geschäft betreiben. Die Gegensätzlichkeit betrifft Produzierende, Partizipierende, Gemeinschaften und Veranstaltungen gleichermaßen. Am offensichtlichsten ist dies bei den Musiker*innen. Es haben sich langjährige Karrieren mit entsprechenden Einkommensmöglichkeiten durch Gagen entwickelt. Daher präsentiert sich die Technokultur in sukzessiven Abstufungen von Techno-Großverdiener*innen bis hin zu prekär lebenden Sonic Bodies.

Marco: „Also die Leute, die jetzt in der höheren Liga spielen, die haben halt einfach so viel Geld, dass die auch investieren müssen in ihre Zukunft, weil sonst zahlen die sich dumm und deppig an Steuern. Die Leute, die so in meiner Liga spielen, da gibt es viele, die sich so in einer Musik verrennen, keinen anderen Job haben, jetzt schon jeden Cent umdrehen müssen und dann auch keine Kapazität mehr haben, sich privat irgendwie für später abzusichern. Also da kenne ich ganz viele.“ (MSA 54:20 - 54:54)

Die Technokultur besteht aus Musiker*innen, Organisationen, Clubs und Festivals, die entweder dem Subfeld der autonomen Produktion oder der heteronomen Massenproduktion zugerechnet werden können. Sie ist sozial und materiell segmentiert (vgl. Kapitel Ästhetik). Techno verfügt über ein Gravitationszentrum sowie Ränder und Peripherien, an denen es zu Feldwechseln kommt. Während die Hervorbringungen des autonomen und hybriden Abschnitts sich bei Techno an die Szene wenden und der Logik der Szenewirtschaft folgen, sind die der heteronomen Produktion vor allem an den Rändern und Peripherien lokalisiert, sprechen ein anderes Publikum an und folgen anderen wirtschaftlichen Logiken. Dabei stehen sich der autonome und hybride Abschnitt auf der einen Seite und heteronome Abschnitt auf der anderen Seite nicht als unversöhnliche Blöcke gegenüber (Abbildung 5). Vielmehr sind sie selbst untergliedert und deutlich heterogener als von Bourdieu konzipiert. Das Feld zeichnet sich durch fließende Übergänge zwischen unterschiedlichen Fraktionen aus, die untereinander kooperieren können. Der heteronome Bereich setzt sich aus Musiker*innen und Organisationen zusammen, die mehrheitlich den Logiken des temporellen Felds folgen oder diesem entspringen. Für den hybriden Abschnitt ist die „Szenewirtschaft“ von Kühn (2017) konstitutiv, in der Sonic Bodies auf legitime Weise ihr Handeln kommerzialisieren. Der hybride Abschnitt enthält diejenigen, die von ihrem Musicking allein leben können, sich aber nach dem Underground orientieren. Ähnliches gilt für den autonomen Abschnitt, der mehrheitlich durch antikommerzielle Interessen (vgl. Cluley 2009) oder Scheitern am kommerziellen Erfolg geprägt ist. Dieser umfasst aufsteigende Newcomer, Stagnierer, Asketen, Hobby-Akteur*innen und Gescheiterte.

Ein Teil der Abstufungen ist neben dem Erfolg auf die Handlungsorientierungen (vgl. Bürkner 2018) der Sonic Bodies zurückzuführen, die bspw. in Richtung Kultur sowie Askese tendieren (Kühn 2017) und zwangsläufig weniger Einkommen aus den Aktivitäten ziehen. Andere neigen zu heteronomer Gewinnorientierung, scheitern aber und verharren in ihrer Feldposition. Manchen Sonic Bodies gelingt es, Kultur und Gewinn in Balance zu halten, sodass sie eine hohe Position im autonomen oder hybriden Abschnitt einnehmen und ihren Lebensunterhalt bestreiten können, aber nicht in den heteronomen Abschnitt aufsteigen. Die gegensätzlichen Handlungsorientierungen der Sonic Bodies und Gemeinschaften haben folglich unterschiedliche Orientierungen in der

Technokultur zur Konsequenz. Dies betrifft auch die Partizipierenden, deren Orientierungen entlang von Under- zu Overground verlaufen und anderen Erlebnisrationalitäten folgen. Techno bietet Angebote, die sowohl rein unterhaltend als auch sinnstiftend sein können.

Guido: „Es gibt halt die klassischen Clubgänger, die gehen einfach weg, die wollen ein bisschen Spaß haben mit ihren Leuten, die gehen eine Runde tanzen, die hauen sich dann irgendwie die Nacht um die Ohren, trinken sich ein paar Vodka-Red Bull oder weiß der Kuckuck was und haben ihren Spaß gehabt. Das gehört genauso zu Techno wie die Leute, die sich da halt wirklich stark für interessieren, da auch irgendwie am Ball bleiben, sich immer wieder informieren; halt auch dadurch eher einen Bezug kriegen, dass die in Läden gehen, Platten kaufen, eher den DJ kennen als das Publikum selber in einem Laden und dann auch eher einen intimeren Bezug zu dieser ganzen Szene kriegen und einen wesentlich persönlicheren Einblick in das Ganze haben als diese ganze bunte, bonbonfarbene Oberfläche.“ (GBA4 19:13 - 20:07)

Die Unterteilung in Clubgänger*innen und Informierte liefert eine Beschreibung, die sich mit Hitzlers und Niederbachers (2010) Definition von Szenen und deren Aufgliederung in Organisationseliten, Szenegänger und unregelmäßige Partizipierenden deckt. Während einige ihre Erlebnisrationalität am Spaß ausrichten und in der Technokultur in erster Linie ein Freizeitangebot sehen, sind für andere Musik und Lebensstil entscheidender. Dieses Spannungsverhältnis zwischen „Techno als Szene und Techno als Konsumstil“ (Kirschner et al. 2014, S. 99) resultiert aus der Feldstruktur. Je nach Feldposition treiben Sonic Bodies und Gemeinschaften die Kommerzialisierungs- und Vermassungstendenzen an oder sehen diese als Gefahr und handeln distinktiv dagegen. Demgemäß ist für Sonic Bodies des heteronomen Abschnitts die Produktion von Erlebnisangeboten wichtiger, für die des autonomen und hybriden Abschnitts eher Musik sowie Atmosphäre und Stimmung bei Partys.

Die divergierenden Orientierungen sind ebenso auf Faktoren sozialer Ungleichheit zurückzuführen. Die jeweilige Verortung im Sozialraum hat einen Einfluss darauf, welche soziokulturellen Kapitalien angehäuft werden sollen. Bildung und Herkunft führen zu unterschiedlichen „habituellen Stilen“ (Hoffmann 2016) innerhalb der Technokultur, die sich durch anderweitige Präferenzen hinsichtlich Musik, Handeln und Wirtschaften auszeichnen. Dies schlägt sich in den Orientierungen nieder. Menschen mit höherer Bildung bevorzugen eher neue Musik, während Menschen mit niedrigerer Bildung bekannter Musik und der Körperkultivierung eher den Vorrang geben (Gebesmair 2001; Otte 2007a, 2007b; Hoffmann 2016). Die Strukturierungen der Technokultur sind daher Folge sozialer Ungleichheit der Erlebnisangebote. Es existieren Clubs, die sich explizit an Wohlhabende, Studierende, junge Adoleszente, Auszubildende, die Landbevölkerung oder ethnische und sexuelle Minderheiten richten. Erlebnisangebote weisen je nach Klientel der Musik oder dem Körper einen größeren Wert zu (Otte 2007a, 2007b, 2015). Die Strukturierungen schlagen sich auch im Material nieder (vgl. Kapitel Sonische Produktion).

Die Dreiteilung des Felds tritt ebenso bei den Veranstaltenden und den Orten in Erscheinung. Dies korreliert mit der Einteilung von Konzertveranstaltern durch Frith et al. (2013) in „enthusiast“, „state-funded“ und „commercial“. Clubs können auf der einen Seite gentrifiziert (Holt 2013), Teil der mainstreamorientierten „Night Time Economy“ (Chatterton/Hollands 2002, 2003) oder einer Clubkette sein, wie Pacha Club (Kuchar 2020, S. 125), auf der anderen Seite eine anti-kommerzielle oder DIY-Ausrichtung verfolgen (Cluley 2009; Muggleton 2000). Zwischen diesen kommt es ebenfalls zu fließenden Übergängen (vgl. Kuchar 2020, S. 91f.). Das Technofeld ähnelt dem generellen Nachtleben, welches Chatterton und Hollands (2002, S. 100) in „mainstream“, „residual“ und „alternative“ trennen. Daher unterscheiden sich Clubbetreiber und Veranstal-

ter*innen hinsichtlich ihrer Handlungsorientierungen und Werte-Priorisierungen (Langkamp 2007; Cluley 2009; Kuchar 2020).

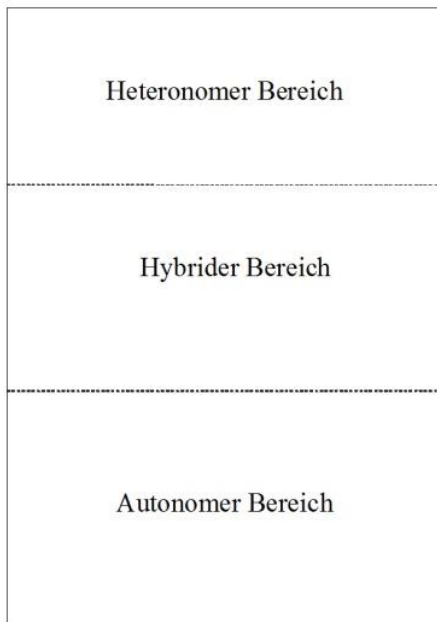


Abbildung 5: Das dreiteilige Kulturfeld Techno

„Gunnar: Wer ist denn die echte Technoszene? Wer sind denn die Gralshüter? Das ist auch Unsinn; wer das für sich in Anspruch nimmt, sei es auch das Berghain oder so oder die Bar 25-Leute wie auch immer. Es gibt keine wahre Szene.“ (GLA 56:13 - 56:37)

Die Aussage, es gäbe „keine wahre Szene“, widerspricht der Szenetheorie mit ihren Szenekern (Hitzler/Niederbacher 2010) und verweist auf den strukturellen Aufbau der Kulturfeldtheorie samt ihren objektiven Relationen. Die Technokultur ist ein Gebilde, welches sich aus diversen Mikroszenen zusammensetzt, die sich entlang substilistischer und sozialer Faktoren orientieren. Statt auf einer Szene basiert die Technokultur auf vielen Szenen, von denen sich einige, nämlich der Underground, für die wahre Szene halten. Was darunter allerdings verstanden wird, ist abhängig von den jeweiligen Relationen. So wird bspw. das Berghain von einigen als Underground empfunden, während andere die Frage stellen, inwieweit ein Ort, über den die Presse berichtet, Underground sein soll. Demnach zeichnet sich die Technokultur durch ihre Gegensätzlichkeit aus, in der sich Fraktionen bereits auf lokaler Ebene gegenüberstehen. Diese können Allianzen bilden oder einander zuwiderhandeln. Entscheidend sind die sozialen und musikalischen Gemeinsamkeiten und Distinktionen entsprechend der jeweiligen Werthaltung, welche die lokalen Szenen strukturieren. Innerhalb einer Stadt können mehrere Gemeinschaften an ihrer Vorstellung der Präsentation von Techno arbeiten, die dabei oftmals unterschiedliche ästhetische Ausrichtungen sowie Habitus aufweisen. Diese Netzwerke sind laut Kühn das, was von außen betrachtet, als Szene wahrgenommen wird (vgl. Kühn 2017, S. 204).

Lokale Szenen werden durch ihre Verortung gewissermaßen vorstrukturiert. Abstufungen in der Technokultur verlaufen auch entlang von Städten und Regionen (Abbildung 6). Einen großen Einfluss auf die lokalen Vergemeinschaftungen und ihre Kulturausprägungen üben die lokalen materiellen und sozialen Bedingungen aus, die der Verortung der Szene in der Provinz oder einem Ballungszentrum entspringen. In diesem Zusammenhang nehmen oftmals Großstädte oder

Metropolen eine anziehende Funktion ein. Solche Zentren dienen als Knotenpunkte, die ab einer gewissen Größe und Reputation als Netzknotenpunkt (vgl. Barabási 2002) fungieren, wie derzeit Berlin und vormals Köln (vgl. Kapitel Städte). Die Ballungszentren konzentrieren gleichermaßen ökonomische sowie ästhetische Bedeutung auf sich und sind Standorte renommierter Organisationen und Clubs. Allerdings genießen die Städte unterschiedliche Reputationen und sind daher mehr oder weniger anziehend.

Abstufungen walten ebenso in den Städten. Diese verfügen über Clubs und Diskotheken, die andere Ausrichtungen verfolgen und von verschiedenen Publika besucht werden. Die Veranstaltungsorte genießen unterschiedliche Reputationen aufgrund ihrer Musik, der Betreibenden und des Publikums. Faktoren sozialer Ungleichheit haben einen Einfluss auf die Attraktivität der Clubs und Diskotheken. Diskotheken bilden wegen ihrer heteronomen Ausrichtung die Ränder der Technokultur.

Hubs müssen aber nicht zwangsläufig an Großstädte gebunden sein, wie die Szenen in Halle/Saale und um Jena verdeutlichen (Busse 2014). Dennoch bilden Provinzen in der Regel die Ränder und Peripherien der Technokultur, da in gering besiedelten Regionen Angebote elektronischer Tanzmusik oft in Großraumdiskotheken, in denen Techno ein Genre unter anderen darstellt, oder in Clubs präsentiert werden, die heteronom ausgerichtet sind. Ränder konstituieren sich einerseits in den Provinzen und Peripherien, andererseits haben Grenzüberschreiter*innen daran einen Anteil. Ab einem gewissen Grad an Bekanntheit und subkulturellem Popularitätskapital erreichen Musiker*innen ein Publikum abseits der Technokultur und treten in Veranstaltungsorten auf, die nicht Teil der Technokultur sind. Solche Großveranstaltungen manifestieren die Ränder, da hier Szenepublikum, unregelmäßig Partizipierende und Außenstehende aufeinandertreffen.

Peta: „Ist es, aber das ist ja nicht dann ein Merkmal von Techno, sondern es ist ja für Independent allgemein ein Merkmal: Je bekannter, desto mehr nähert sich das dem Mainstream an. Aber generell finde ich, kann man das so über einen Kamm scheren. Und das Verhältnis, sagen wir mal, von [Name], der Platten rausbringt und seine [Name]-Party macht, zu seinen Gästen die abends kommen, ist natürlich ein ganz anderes, als wenn Michael Mayer vor 2.000 Leuten irgendwo in Spanien auflegt. Das ist dann halt eine andere Nummer. Und noch mal anders wird es natürlich, wenn ein Kalkbrenner vor 20.000 Leuten irgendwo ein Open-Air spielt. Da, denke ich, ist es auch egal, ob da Pet Shop Boys stehen oder Kalkbrenner, das Prinzip ist da ganz klar dasselbe.“ (PHA 1:45:21 - 1:46:19)

Ränder sind von Bedeutung für den stetigen Zuwachs der Technokultur, da hierüber neue Partizipierende aus einem anderen Feld mit den Produktionen in Berührung kommen, um ggf. im Anschluss tiefer einzutauchen. Dabei sind diese Grenzbereiche Orte der Heranführung, weil hier Partizipierende mit den Werten und Logiken elektronischer Tanzmusik konfrontiert werden. Von den Rändern geht allerdings eine potenzielle Gefahr für Technokultur aus. Je mehr sich Produktionen dem Mainstream oder temporellen Feld (Bourdieu 1993) nähern oder Publikum aus diesem Bereich aufnimmt, desto wahrscheinlicher ist ihr Aufgriff im temporellen Feld und externer Konsekrationsinstanzen. Dabei können Produktionen eine Umdefinierung zu Ungunsten von Techno erfahren, wie es bereits in den 1990er Jahren der Fall war, als sehr viele externe Genres von der Wissenschaft, (Boulevard-)Presse und dem Rundfunk unter der Bezeichnung Techno zusammengefasst wurden, aber vom Technostil abwichen (vgl. Mathei 2012, S. 45f.).

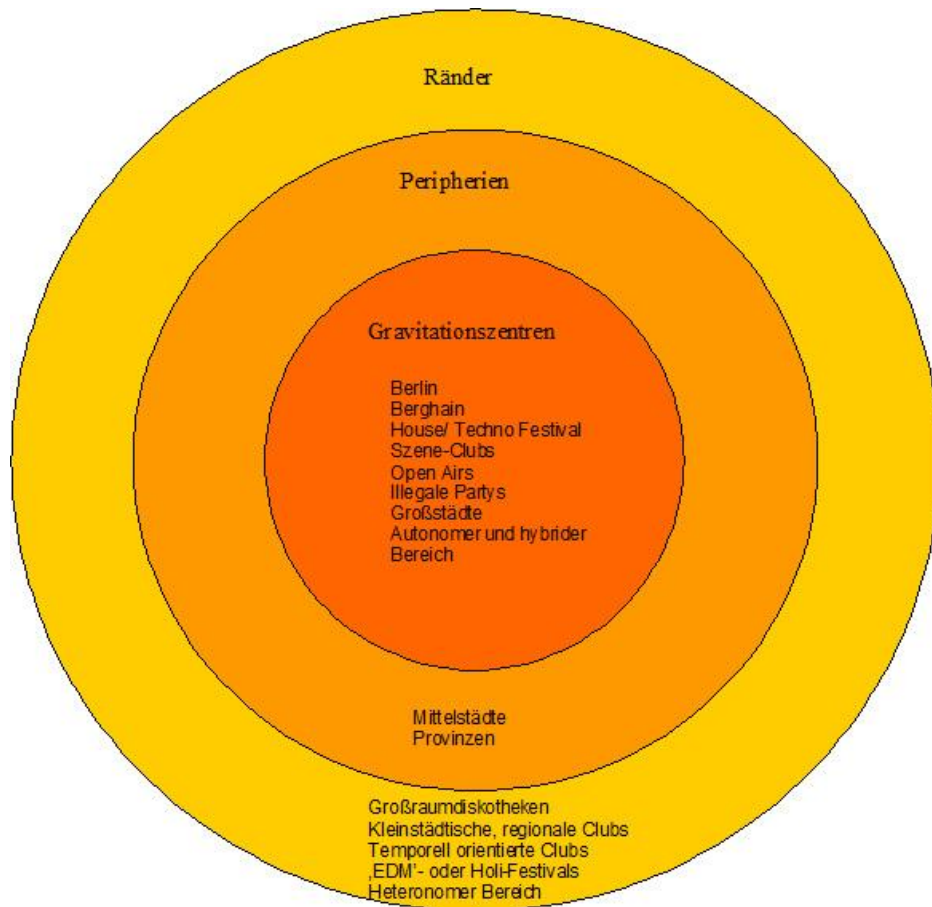


Abbildung 6: Geographische Struktur der Technokultur

5 Sonische Produktion und Räume

*„Zu Techno gehört wirklich ganz bewusst langes Ausspielen der Musik, dieses repetitive Moment, die Lautstärke, das komplett bewusste Rausgehen, Trinken, Drogen nehmen, Tanzfläche. Und alles andere sind so komische Mutmaßungen oder Zuschreibungen.“
(Jacques Palminger in Walter 2016, S. 151)*

In diesem Kapitel stehen die Charakteristika, Produktion und der Wert von Techno im Fokus. Nach der Einleitung wird zunächst die Entwicklung des Stils unter historischen, praxeologischen und technologischen Aspekten aufgezeigt. Im Anschluss erfolgt eine Auseinandersetzung mit den musikgestalterischen Elementen, den stilistischen Ausprägungen sowie Subgenres von Techno. Zuletzt widmet sich das Kapitel den atmosphärischen, räumlichen und sozialen Merkmalen der Orte, in denen Techno erklingt.

5.1 Die problematische Ästhetik von Techno

Als wäre die Annäherung an die Ästhetik populärer Musik nicht schon kompliziert genug, liegt mit Techno ein Stil vor, der vom Kanon der Popmusik abweicht. Die Frage, die sich stellt, lautet: Wie verhält es sich mit der Ästhetik einer Musik, welcher der Musikstatus lange Zeit abgesprochen, auf reine Funktionalität reduziert oder gar laut Gilbert und Pearson als Bedrohung für die zentralen Werte der Kultur des Westens (Gilbert/Pearson 1999, S. 39) angesehen wurde.

Selbst in den 2000 und 2010er Jahren scheint Techno immer noch eine Bedrohung darzustellen. Vor dessen zersetzender Wirkung warnt etwa der Musikwissenschaftler Klaus Miehling (2007), der den Stil in sein Konzept von „Gewaltmusik“ (2006) einreicht. Seiner Auffassung nach setzt Techno die kognitive Leistung herab, verführt zu Drogenkonsum, sexueller Promiskuität sowie Kriminalität. Für den Musikwissenschaftler und Komponisten Claus-Steffen Mahnkopf ist Techno „ein masochistischer Kult, der auf Dauer die Ohren medizinisch zerstört und auch musikalisch“ (Mahnkopf 2016, S. 119). Die verblödende⁶¹ Musik ist „somatische Dauererregung“, die an „tierisches Rammeln“ (ebd., S. 120) erinnert und „die Menschheit sich auch aus nicht-musikalischen Gründen des Bum-Bum entledigen“ (ebd., S. 121) muss.

Die Vergangenheit lehrt, dass solche Urteile persönlichen musikalischen Vorlieben und einer gewissen kulturpessimistischen Haltung entspringen, die allerdings mehr über die Urheber, ihre Haltung und Position im Sozialraum als Techno aussagt. Dies zeigt sich an der These von Mahnkopf, dass mit Techno aufgewachsene Menschen, keine Kunstmusik hören können (ebd., S. 119), als ob dies die einzig erstrebenswerte Art des Musikkonsums wäre. Noch deutlicher tritt dies bei Miehlings musikalischer Kriminalisierung der Mehrheit zutage.

Unabhängig davon erscheint Techno weniger leicht greifbar als andere Formen populärer Musik. Der Stil weicht in zentralen Punkten von den üblichen Gestaltungsformen von Popmusik ab (Kösch 2001). Zunächst wäre da der Status als vorwiegend Instrumentalmusik, die ohne Gesang sowie Worte auskommt. Dabei bildet üblicherweise die Stimme das Zentrum aller musikalischer Aktivitäten (Small 1998, S. 212). Sie dient der Identifikation und ist der maßgebliche Bedeu-

⁶¹ Hierbei werden die umstrittenen Arbeiten des Neurologen und Psychologen Manfred Spitzer herangezogen.

tungsträger in songorientierter Popmusik (Wicke 1997; Eshun 1999, S. 215; Diederichsen 2016a, S. 62f.). Liedtexte fallen als Bedeutungsträger im Techno weg. Dadurch werden keine Bedeutungen vorkonstruiert. Pointiert ausgedrückt: „In der Tat gibt es im Techno keine Tracks, die vergegenwärtigen, wie es ist, verliebt oder verlassen zu sein“ (von Appen 2007, S. 281). Der Stil unterscheidet sich hinsichtlich struktureller Merkmale von Songformaten und in der Bedeutung des Sonischen.

In Bezug auf die Ästhetik von Techno drängen sich zwei Fragen auf. Da wäre erstens die Frage, ob Techno einen Stil oder einen Sammelbegriff für elektronische Tanzmusikstile bezeichnet. Dies ist nicht so einfach zu beantworten, wie es im ersten Moment scheint. In der Berichterstattung über die Musik, der wissenschaftlichen Forschung und Sprechpraxis der Interviewten der Studie finden beide Definitionen Verwendung. Wie in der Kulturgeschichte herausgestellt, führten unterschiedliche Dynamiken und Konvergenzen zur Ausformulierung des Stils und der Technokultur. Zwar wurde in der Anfangszeit noch keine stilistische Unterscheidung auf den Tanzflächen gemacht, jedoch spalteten sich diverse Ausprägungen ab, die sich als eigenständige Stile und Musikkulturen etablierten. Musicking in den Clubs verengte sich auf spezifische Merkmale, die dennoch Dynamiken unterliegen. Bereits zur Anfangszeit der Technokultur wurde diese erforscht und sei es durch die Akteur*innen selber. Dabei versammelt die Publikation „Techno“ (1995) von Philip Anz und Patrick Walder unterschiedliche Aspekte der Technokultur aber auch Stile. Diese unklare Haltung erhielt Einzug in diverse Wissenschaften, die den Begriff Techno entweder uneinheitlich nutzen (vgl. Wicke et al. 2007) oder stilistisch nicht definieren (vgl. Klein 1999; Hitzler/Pfadenhauer 2001; Diaz-Bone 2010). Divergierende Definitionen und zum Teil Wertigkeiten von Techno in den jeweiligen Wissenschaften können zu einer potenzielle „Spaltung der Diskurse“ (Großmann in Mathei 2012) oder schlicht Unklarheit, was eigentlich der behandelte Gegenstand ist, führen. Genres elektronischer Tanzmusik teilen in punkto ihrer Ästhetik und Produktion einige Gemeinsamkeiten, aber auch viele Differenzen. So unterscheidet sich Techno bspw. musikalisch und in punkto der Tanzbewegungen klar von Drum'n'Bass, was andere Konstruktionen kollektiver Identität hervorbringt (vgl. Hall 2018, S. 203). Seine Attraktivität als Sammelbegriff (für die Forschung) scheint Techno eingebüßt zu haben, wie Kim Feser und Matthias Pasdzierny (2016, S. 7) feststellen. Stattdessen bürgert sich vermehrt die Bezeichnung „EDM“ ein, äquivalent zu den Entwicklungen der letzten Jahre in der elektronischen Tanzmusik (vgl. Kapitel Wandel).

Während in der Kulturgeschichte die Bezeichnung Techno zunächst eher als Sammelbegriff verwendet wurde, der sich aufgrund der beschriebenen historischen Dynamiken verengte, wird Techno im Folgenden als Stil definiert. Dieser basiert auf spezifischen agogischen, rhythmischen, formalen und sonischen Charakteristika, die ihn von anderen Genres elektronischer Tanzmusik mit Ausnahme von House unterscheiden (Mathei 2012). Ausschlaggebend für die Wahl dieser Definition sind die DJ-Praxis, resp. das Musicking von Techno und damit die Musik, die vor allem in Techno-Clubs, -Open Airs und -Festivals gespielt wird⁶². Trotz dieser Definition bleibt ein Problem innerhalb der Untersuchung von Techno weiterhin bestehen. Dabei handelt es sich um die ungenaue Trennschärfe gegenüber House, was auch Inhalt der vorliegenden Arbeit ist. Zum einen übernahmen Detroit Techno und europäische Stile elektronischer Musik zentrale Mittel der House Music, die ein Erbe von Disco sind und sich in punkto ihrer agogischen Ausgestaltung ähneln. Zum anderen näherten sich House und Techno seit Mitte der 2000er Jahre einander an und es entstanden Mischstile wie Tech House oder Stile, wie Deep House, wurden mit Mitteln

⁶² Stücke, die anderen Genres elektronischer Tanzmusik entspringen wie bspw. Drum'n'Bass oder von ‚verachteten‘ Produzierenden, wie David Guetta, stammen, sorgen in Windeseile für eine leere Tanzfläche im Technoclub.

des Techno aktualisiert (vgl. Abbildung 11). Die Integration oder der Ausschluss von House aus der Betrachtung hat direkte Konsequenzen, da sich auf diese Weise die Darstellung und Analyse der Feldstruktur verändert. Innerhalb des House-Felds existieren Subgenres, die eine Massenorientierung verfolgen und bei großen kommerziellen Festivals für elektronische Tanzmusik die Basis bilden. Für die Arbeit wird House im Folgenden integriert. Wenn im weiteren Verlauf von Techno die Rede ist, bezieht dies meist House mit ein.

Zweitens muss geklärt werden, worauf sich Ästhetik in punkto Techno beziehen soll. Wie im Werte-Kapitel gezeigt wurde, erscheint die Ästhetik populärer Musik in mehreren Formen: Produktions-, Rezeptions-, Partizipations- und Aufführungsästhetik. Dies gilt auch für Techno, jedoch unterscheidet sich der Stil in einigen Punkten von anderen Genres populärer Musik. Techno erklingt als Track oder Album, als aufgenommenes und als aufgeführtes Set. Ein Set basiert auf der Wiedergabe gespeicherter Tracks. Die Individualität der DJs resultiert aus der Auswahl, dem Mixing und ggf. Manipulationen durch das Mischpult, aber nicht aus einer persönlichen Note aufgrund physiologischer Gegebenheiten, wie beim Gesang. Aufführungen existieren in zwei Arten: als Studio- und Live-Produkt. Techno-Sets werden auf der einen Seite zuhause oder im Studio ohne Publikum aufgenommen und als Tonträger vertrieben. In der Live-Situation kommt es auf der anderen Seite zum Aufeinandertreffen und Interaktion zwischen DJs und Publikum, die sich gegenseitig in ihrer Produktion und Rezeption beeinflussen. Erst in dieser Partizipationsästhetik gelangt Techno zu seiner vollen Entfaltung. Zwar hat das Publikum auch bei anderen Genres einen Einfluss auf die Aufführungsästhetik, Technos Partizipationsästhetik lebt aber gerade von der Interaktion, gemeinsamen Produktion und körperlichen Rezeption.

5.2 Tradition der DJ-Genres

“The first of these [new contexts for recorded performances] to achieve widespread popularity was probably that of discotheques, whose rituals then provoked the creation of recordings designed especially for them. This in turn gave rise to a new musical style, which today, twenty years later, we take for granted, forgetting that it was the ritual that gave rise to the style, not the other way around.”
(Small 1998, S. 213f.)

Small erwähnt in „Musicking“ (1998) die Bedeutung des Musickings mit Tonträgern, das neue Kontexte, Materialien und Stile wie Disco, Rap und Acid House (sic.)⁶³ hervorbrachte (Small 1998, S. 213f.). In der Tat waren bis auf Acid House die erwähnten Stile und auch Techno in ihrer Frühphase eine reine DJ-Praxis, die an bestimmten Orten von DJs vollzogen wurde (vgl. Poschardt 1997; Lawrence 2003). Orte und Musicking determinierten die späteren Stile. Deren Signifikanz ist sowohl bei Garage als auch House ersichtlich, die auf die Clubs Paradise Garage in New York und Warehouse in Chicago zurückgehen. Dabei erfolgte bereits im Warehouse ein Zugriff auf elektronische (Tanz-)Musik aus Europa, wie etwa Giorgio Moroder's *E=MC²* (1979) oder *Sweet dreams* (1983) von Eurythmics (vgl. Lawrence 2003; Walter 2016, S. 145).

Techno war zu Beginn in Frankfurt und in Detroit ebenfalls an DJ-Praxen gebunden, allerdings auf unterschiedliche Art und zum Teil mit anderen Stilen. Es existieren jedoch Schnittmengen zwischen beiden Städten und deren Prä-Techno-Stilistiken, die in beiden Fällen auf (afro-)amerikanischen und europäischen Stilen elektronischer (Tanz-)Musik basieren. Techno ging in Detroit früher in einen Stil über, der in Europa zunächst Bestandteil der DJ-Praxis wurde. In Detroit war die Prä-Historie von Techno im Gegensatz zu anderen Städten von einer Vermischung amerikanischer und europäischer Musik geprägt. Auf den Tanzflächen, den Radiofrequenzen und in den Zimmern der Produzenten trafen auf der einen Seite Musiker*innen als auch Gruppen wie Kraftwerk, Giorgio Moroder, Claudio Simonetti, Visage, Human League, Depeche Mode oder Liaisons Dangereuses, auf der anderen Seite George Clinton, Shannon, B-52's oder Was (Not Was) aufeinander. Die japanische Gruppe Yellow Magic Orchestra wurde ebenfalls in Detroit gespielt. Stile wie Motown Soul, Funk, Electro, aktueller Funk sowie R&B standen neben New Wave, Synth-Pop bzw. New Romantics und Eurodisco, wohinter sich Italo Disco sowie Hi-NRG verbergen (vgl. Sicko 2010, S. 23-27; Eshun 1999, S. 119). In späteren Jahren fanden auch House und Acid House in Detroit Verbreitung. In Frankfurt war das Konzept Techno von Talla 2XLC europäischer geprägt. Es beinhaltete dennoch amerikanische Stile wie Electro, House, Acid und später Detroit Techno.

In der Aufführungsästhetik erschaffen DJs die Sets. Diese stellen keine geschlossenen Kompositionen, sondern eher „provisorische Montagen mit offenen Enden“ (Cox 2003, S. 192) dar. Verbindungen können geknüpft und wieder aufgelöst werden. Verknüpfungen können immer an anderen Stellen erfolgen und andere Materialien miteinander verbinden. DJs sind allerdings nicht nur für die Auswahl von Musikstücken, deren Abspielen und Verbindungen verantwortlich, sondern lassen durch ihre Handlungen in den Aufführungen die situationsgebundene Ästhetik entstehen. Obwohl DJs zu Beginn keine Stars sein sollten, wurde ihnen dieser Status relativ schnell zugesprochen. Matthias Waltz führt dies auf die Fähigkeit der DJs zurück, Präsenz zu erzeugen, indem sie „eine Versammlung von Leuten in einer gemeinsamen Intensität [...] vereinen“ (Waltz 2001, S. 228). In frühen wissenschaftlichen Arbeiten zu Techno wurden in diesem Zusammen-

⁶³ Acid House entstand nicht aus einer DJ-Praxis, sondern ist Folge einer Studio-Praxis.

hang die DJs mit Priestern und das Cluberlebnis mit einer Messe verglichen (Jerrentrup 1992, S. 75; Dumke 2001). Hierbei handelt es sich um die Aktualisierung eines Vergleichs, der schon zu Disco-Zeiten gezogen wurde (Brewster/Broughton 2014). Dieser ist Folge dessen, was DJs in ihrer Aufführungsästhetik machen: eine *Reise* erschaffen. Dabei handelt es sich nicht um eine Heldenreise wie in der Symphonik. Der Wert der Reise entspringt aus einem langen Set, welches über mehrere Spannungsbögen verfügt und verschiedene Atmosphären, Intensitäten sowie affektive Erlebnisse enthält. Die einzelnen Tracks verfügen über unterschiedliche Atmosphären, die die Atmosphäre des Sets prägen. Ein Set soll eine Geschichte aus Intensitäten und Atmosphären erzählen, welches die Tanzenden auf eine Reise mitnehmen möchte. Das Set als Reise ist eine Affordanz an die Anwesenden, in sich selbst zu verschwinden. In dieser nehmen sie ihre eigenen „internal landscapes“ (Bull 1997), ihre Erinnerungen und Empfindungen wahr. Den Gegenentwurf dazu bildet: die *Abfahrt*. Diese zeichnet sich durch hohe Intensität aus, die sukzessive gesteigert werden kann. Atmosphären der gespielten Tracks ähneln einander stärker. Diese Aufführungsästhetik ist aufgrund der hohen Intensität körperlicher als die Reise. Die Affordanz besteht stärker in der Verausgabung. Die Abfahrt findet ihre Realisierung auf der einen Seite am ehesten in Clubs, die sich stark an den Techno-Idiomen orientieren (Abbildung 10) und Härte in den Fokus rücken, auf der anderen Seite auf den Hauptbühnen der großen Festivals für elektronische Tanzmusik (vgl. Kapitel Sonische Transitionen).

So wichtig die DJs für die Ästhetik von House und Techno sind, benötigen sie zwingend ihre Gegenstücke: die Tanzenden. Statt der Musiker-Hörer-Beziehung herrscht mit der DJ-Tänzer-Beziehung ein anderes, „radiales Verhältnis“ vor (Wicke 1997, Abs. 14). DJs und Tanzende sind gleichermaßen für die Kreation der Partizipationsästhetik verantwortlich. Die kollektive Energie zwischen Publikum und DJ, LJ oder VJ ist essentieller Bestandteil der Liveness in Clubs und Festivals der Technokultur (Butler 2016a, S. 219). Der Vergleich mit einer Messe ist auch der Interaktion zwischen DJs und Tanzenden geschuldet. Beide reagieren aufeinander in einer Art Call and Response. In der kollektiven Energie und Kommunikation untereinander spornen sich diese gegenseitig zu Höchstleistungen an. Dadurch erfuhren die Tanzenden der Technokultur eine Aufwertung, auch auf symbolischer Ebene. Diese waren besonders in der Anfangsphase und teilweise noch heutzutage auf gleicher Augenhöhe zueinander und mit den DJs. Dies gilt im wahrsten Sinne des Wortes, da DJ-Pulte oft an Tanzflächen anschließen.

Zur Erzeugung von Intensität und Präsenz greifen DJs auf ein Arsenal an Handlungen zurück, die sie als eingekörpertes Wissen in jahrelanger Arbeit verfeinert haben (vgl. Bourdieu 1999, S. 150). Dabei wurden die zentralen DJ-Techniken, wie Beatmatching, Cutting oder Phasing, bereits in der Disco-Ära entwickelt und im weiteren Verlauf verfeinert (Lawrence 2003). Die grundlegende Handlung aller DJ-Genres stellt das Beatmatching dar, in welchem zwei Stücke per Hand-Ohren-Koordination synchronisiert werden, um sie ineinander zu mixen. In House und Techno erfolgt der Mix meist über die Frequenzfilter. Hierbei werden bspw. von der zu mixenden Platte die Bass- und Mittenfrequenzen herausgefiltert und die hohen Frequenzen der laufenden Platte beigemischt. Sukzessive werden nun Frequenzen aus der laufenden Platte subtrahiert und aus der zu mixenden addiert, bis ein kompletter Austausch erfolgt ist (vgl. Broughton/Brewster 2002; Mathei 2012). Je nach Kunstfertigkeit der DJs wird der Mix lange ‚geritten‘ bzw. in die Länge gezogen, woraufhin in dem Moment „the third record“ (Butler 2012, S. 39) entsteht.

Das Mischpult und dessen Frequenzfilter nehmen für die Partizipationsästhetik von House und Techno noch eine andere wichtige Funktion ein. Innerhalb eines Sets werden bei unterschiedlichen Gelegenheiten gewisse Frequenzen für einen Zeitraum von ein bis 16 Takten herausgenommen. In der Regel handelt es sich dabei um die Bassfrequenzen, sodass der Beat maximal nur

noch über seine Mittenfrequenzen zu hören ist. Mark J. Butler bezeichnet dieses Phänomen als „Withholding the beat“ (Butler 2012, S. 37). Diese Praxis ist ebenfalls ein Erbe von Disco (Lawrence 2003, S. 107). Dieses Vorenthalten soll bei den Tanzenden gewisse Intensitäten erzielen. Die Wegnahme bringt den Tanzfluss, den Groove zum Stocken. Spannung wird aufgebaut, indem die Tanzenden die Rückkehr des Beats antizipieren und durch Schreie oder Pfiffe einfordern. Wenn der Bass wieder hinzugefügt wird und der Beat seine volle Wirkung auf den Körper erzielt, löst dies unter den Tanzenden einen temporären Intensitätsschub aus, was ebenfalls durch Schreie oder Pfiffe enthusiastisch bekundet wird. „Withholding the beat“ hat daher eine Konnotation im Sinne eines ‚Stichelns‘ des Publikums in kontrollierten Abständen (Butler 2012, S. 37). Das Vorenthalten kann sich genauso auf die hohen und mittleren Frequenzen beziehen (Rietveld 2001, S. 285f.). Der passende Einsatz des Beat-Vorenthaltens ist abhängig von der Fähigkeit der DJs, das Publikum lesen zu können (vgl. Vogt 2005, S. 149). DJs müssen die momentane Stimmungslage der Tanzenden einschätzen und ihre Handlungen darauf abstimmen. Dies hat einen direkten Einfluss auf die Dramaturgie eines Sets, auch wenn dies zuvor geplant wurde. Erscheint das Publikum gelangweilt, müssen DJs die Intensität erhöhen. Ist die Tanzfläche leer, mag dies an zu intensiven Stücken liegen, die zu früh in der Nacht gespielt werden. Sollte das Lesen der Tanzenden auf eine Fehlentscheidung hinweisen, werden die Handlungen bzw. die Auswahl der Stücke an die Situation angepasst.

5.3 Produktionsästhetik: Das Material des Stils

„Über das sowohl für House und Techno bestimmende, von Disco entlehnte Grundmuster – Bassdrum auf jede Viertel, Hiatt auf die Achtel dazwischen – hinaus, lassen sich so zahlreiche Patterns schichten, ohne dass die Musik überladen wirkt.“ (Goldmann 2016, S. 158)

Gemäß der Genretheorie (Kalbert 1996; Altman 1999; Froh 2006) befinden sich die Technokultur und der Stil Techno in einem permanenten Zustand des Werdens, der beide sukzessiv verändert. Techno ist Teil des Disco-Kontinuums (vgl. Wicke 1998b, Abs. 5; Mathei 2012; Goldmann 2016), welches selber Teil des Soul-Funk-Kontinuums ist. Während Dan Sisko (2010) Detroit Techno der Funkmusik zuordnet, verorten andere den Stil im Bereich der Soul-Musik. Der Detroiter Tontechniker Ron Murphy verwies bspw. auf Parallelen zwischen R&B und Soul mit Techno (Sisko 2010, S. 110). Der Musikjournalist Stuart Cosgrove und der Musikwissenschaftler Sean Albiez bezeichnen Techno als „Post-Soul“ (Sisko 2010, S. 70; Albiez 2012), der Produzent Derrick May als „High-Tech-Soul“ (Bredow 2006) und Hans Nieswandt deutet House in Bonz Interpretation aufgrund des Changieren zwischen Melancholie und Kontemplation als abstrahierte Form von Soul (Bonz 2008, S. 47). Funk hatte mit dem Verweilen in einem Akkord bereits Disco inspiriert (vgl. Abel 2014, S. 60). An diesem harmonischen Vorgehen werden sich später House und Techno-Produzent*innen orientieren. Das Erbe von Disco zeigt sich bei beiden am rhythmischen Grundmuster, der Wiederholung, dem Schichtungsprinzip sowie der Bedeutung des *Breakdowns*. Schichtung und Breakdowns waren schon in Stücken angelegt, die in der DJ-Praxis Disco Verwendung fanden wie bspw. in *Girl you need a change of mind* (1972) von Eddie Kendricks (Echols 2010, S. 77). Das Grundmuster und dessen Wiederholung sind seit Disco bzw. seitdem der Schlagzeuger Earl Young den Motown-Beat umkehrte feste Bestandteile von Tanzmusik (vgl. Lawrence 2003, S. 119).

Die Integrationskraft von Disco als auch später House und Techno ist Folge der DJ-Praxis und des repetitiven rhythmischen Grundmusters. Sie bilden die Basis einer Musik, die unterschiedlichste Klänge miteinander verbindet. Die Fähigkeit zur Einbettung und vielfältigen Verknüpfung zeigte sich bereits beim Disco-Stil, der Gloria Gaynor, Beethoven (The Walter Murphy Band *A Fifth of Beethoven* [1976]), Kiss (1979), Rod Stewart (1978), Sylvester (1978), transatlantische oder transpazifische Musik in Relation zueinander setzte. Die Integrationskraft ist der Phonographie und dem Mehrspurverfahren geschuldet. Disco und spätere Tanzmusiken sind Produzentenmusik, die im Studio entsteht. Dadurch ist die Musik nicht an herkömmliche Klangkörper, wie Rockbands, gebunden, sondern kann Klänge unterschiedlichster Art und Herkunft enthalten.

Disco wird in Europa elektronisch und sequenziert. Davor findet aber zunächst eine andere Entwicklung statt. Der französische Produzent Jean-Marc Cerrone veröffentlichte unter seinen Nachnamen und mit der Gruppe Kongas eine europäische Variante der Disco-Musik, die in punkto des Sounds noch viele Parallelen zu amerikanischen Disco-Stil aufwies. Allerdings strapazierte seine Single *Love in C Minor* (1976) die Strukturen von Disco. Das 16:08 Minuten lange Stück besteht aus mehreren Formteilen, die meist lange wiederholt werden⁶⁴. In diesen werden musika-

⁶⁴ Dabei ergibt sich folgende Form: A-B-C-B-A-D-A-B-A-B-E-A. Die Formteile werden vorrangig durch die Bass-Motive voneinander abgegrenzt. Der B-Teil erhält durch das Hinzufügen von Frauengesang („Love me“) einen Refraincharakter. Die erste Wiederholung des A-Teils und der anschließende D-Teil erinnern an einen Breakdown. Die folgenden beiden A-Teile werden nur kurz angespielt und präsentieren ein Motiv aus dem ersten A-Teil. Der letzte A-Teil wird ausgeblendet, was den Trackcharakter des Stücks unterstreicht.

lische Elemente sukzessive geschichtet und wieder weggenommen. Dabei findet ein kontinuierlicher Austausch von Rhythmen und Motiven statt. Laut Elorious Cain von ABM Records bildet *Love in C Minor* den Beginn von „Conceptual Disco“, auf der viele der späteren Stile der elektronischen Tanzmusik aufbauen werden (vgl. Sicko 2010, S. 25).

Die Pforten zur „automatischen, sequenzialisierten Zukunft“ (Eshun 1999, S. 119) wurden von Kraftwerk aufgeschlagen. Als „Delta Blues von Techno“ (ebd.) eroberten deren Stücke schon zur Disco-Zeit die Tanzflächen sowie Radiofrequenzen und wurden zu einer teils deutlich hörbaren Inspirationsquelle für die frühen Produktionen Detroits und Produzenten wie Africa Bambaataa. Durch das Musicking von Kraftwerk wurde die Maschine in den Vordergrund gerückt, während die Musiker als Arbeiter dahinter verschwanden. Die Gruppe stellte eine Eigenart der elektronischen Klangerzeuger, nämlich die Wiederholung aus, die „das Leben der Maschinen“ (Holger Czukay in Eshun 1999, S. 227) ist. War die Wiederholung bereits durch den Onbeat von Disco in die Tanzmusik eingeschrieben, so festigten die Maschinen diesen Status in den folgenden Jahren.

Bedeutender für Euro Disco sowie dessen elektronische Entwicklung waren Giorgio Moroder und der Munich Sound. Im Nachgang zu *I feel love* (1977) von Moroder und Donna Summer wurde Italo Disco immer elektronischer. Dieses Lied rückt mit seinen sequenzierten Basslines und Rhythmen den Klang und die Präzision der Maschine in den Fokus (vgl. Diederichsen in Feser 2016, S. 224). Da den meisten Produzent*innen von Italo Disco zunächst nicht dieselben Mittel zur Verfügung standen wie Moroder, der neben teurem Equipment mit einem Team arbeitete, war der Klang der Stücke kantiger und stellte die Eigenarten der Maschinen aus⁶⁵. Italo Disco übernahm das Beatgerüst von Disco und ersetzte es durch elektronische Bassdrums, HiHats und Snares oder Handclaps. Gleichzeitig verlor die elektronische Basslinie ihre Flexibilität und Funkyness, die sie noch in Disco hatte, und präsentiert sich stattdessen in permanenter Wiederholung. Die Basslinien zeichnen sich durch ihren hüpfenden Charakter aus. Für Italo Disco sind einfache aber eingängige Melodien charakteristisch. Die Stimme stellt das Zentrum dar. Zuletzt sind die Texte in der Regel selbstreferentiell gehalten (Martinelli 2014).

“The machine does not have a live of its own, but it does spur a constant negotiation between its affordances and human creation.” (Brøvig-Hanssen/Danielsen 2016, S. 146)

Die Maschinen und ihre Interfaces ermöglichen gewisse Herangehensweisen, die einen experimentellen Modus operandi hervorbrachten, der für Techno konstituierend ist⁶⁶. Dieser beruht allerdings nicht auf einem Missbrauch der Technologien, sondern resultierte aus den *Affordanzen* der Interfaces und schlichtweg der Unkenntnis über die Bedienung der Maschinen. Diese mussten die Musiker*innen sich erst per Trial-and-Error aneignen. Dabei sollten besonders die Einschränkungen der Geräte für die Produktionsästhetik von Techno konstituierend werden.

Merkmale der Drumcomputer TR-808 und TR-909 sind deren „erzwungene Raster“ (Goldmann 2016, S. 155). Diese resultieren aus der Bedienoberfläche der Geräte, die eine spezifische Programmierung ermöglicht. Einschränkungen der preisgünstigen Geräte machten „das erzwungene Auffinden der relevanten Formen im gegebenen Möglichkeitsraum“ (Goldmann 2016, S. 156) durch Experimente notwendig, die u. a. auf House und Techno rückwirkten. Patterns werden bei

⁶⁵ So findet in *Problèmes d’amour* (1983) von Alexander Robotnick alias Maurizio Dami eine TB-303 Verwendung, die das Stück trägt. Dieses kann als Proto-Acid House aufgefasst werden, allerdings unter Verzicht auf das Acidtypische Modulieren (vgl. Sicko 2010, S. 25).

⁶⁶ Dies kann durchaus verallgemeinert werden, da das typische Studio-Setup, welches Techno-Musiker*innen um 1993 herum verwendeten, laut Laurent Garnier aus Synthesizer (DX 100, Juno 160, JD 800, SH 101), Drumcomputer, Sampler (Akai S1000), TB303, Musiksoftware und Computer bestand (Garnier/Brun-Lambert 2005, S. 163).

der 808 über die Tasten des integrierten Sequenzers der Oberfläche programmiert, wofür insgesamt 16 Tasten und elf Klänge zur Verfügung stehen. Sie können nur nacheinander programmiert werden, sodass mehrere Schichten an Rhythmen entstehen. Dieses Schichtungsprinzip, welches an das von Disco anschließt, ist für viele Formen elektronischer Tanzmusik konstituierend, in denen Pattern oder Motive sukzessive addiert und subtrahiert werden. Klänge nehmen voneinander abgegrenzte Frequenzbereiche ein (ebd., S. 158). Diese Aufteilung ist für das Klangbild von Techno idealtypisch, in dem der Bass etwas dominanter ist, die anderen Frequenzbereiche aber auch zur Geltung kommen und sich nicht gegenseitig stören.

Ebenfalls wurde von Roland die TB-303 herausgebracht, bei der es sich um einen Bassline-Synthesizer handelt. Höhe, Länge und Position der Töne müssen vorab in den Sequenzer programmiert werden. Das „phonochemische Geräusch“ (Eshun 1999, S. 111) der 303 konstituierte Acid House. In diesem wird durch das Modulieren der unterschiedlichen Filter „das Rollenverhältnis von Ton- und Spektralverhältnis auf den Kopf“ (Goldmann 2016, S. 159) gestellt. Das Hören wird ebenfalls auf den Kopf gestellt, welches sich von der Form weg und hin zum sonischen Material bewegt (vgl. Bull 1997). Auf diese Weise wurde ein Klangparadigma eingeführt, welches für die weitere Entwicklung von House und Techno signifikant sein wird. Das *Modulieren* per Filter von Pattern und/oder Motiven ist ein Merkmal der Ästhetik beider Genres. Die Nutzung und/oder Erzeugung ungewöhnlicher, harter, nicht beschreibbarer Klänge erhält durch Acid ebenfalls in die elektronische Tanzmusik Einzug. Acid Tracks von Phuture stellt den Emanzipationszeitpunkt dar, bei der die Wiederholung als Rahmen der Prozesse des sonischen Materials ihren Daseinszweck erhielt (Goldmann 2016, S. 159).

Detroit Techno und dessen Vorläufer zeichneten sich durch Vielfalt und Wandlungsfähigkeit, resp. Offenheit aus. Die elektronischen Klänge aus Europa trafen seit Italo Disco den Nerv der DJs und Produzenten in Chicago und Detroit, die neue Inspiration daraus zogen. Bereits *Sharevari* (1981) von A Number of Names und *Alleys of your mind* (1981) von Cybotron teilten auf der einen Seite Gemeinsamkeiten, auf der anderen Seite unterschieden sie sich gestalterisch. So weist *Sharevari* deutlich mehr Parallelen zu Italo Disco auf. *Alleys of your mind* orientiert sich an Electro mit einem deutlichen Kraftwerk-Einschlag. Ähnliches gilt für *Clear* (1983a) von Cybotron, das den Einfluss von Kraftwerk durch die aufsteigenden Synthesizer-Arpeggios noch mehr in den Vordergrund rückt. Eine andere Richtung schlägt das Stück *Enter* (1983b) von Cybotron ein, welches aufgrund der Verwendung einer verzerrten E-Gitarre und Gesang mit „affektierten, Flock-of-Seagulls-mäßigen Akzente[n]“ (Eshun 1999, S. 214) Ähnlichkeiten zu britischem New Wave aufweist.

Früher Detroit Techno ist durch eine Kombination aus 909 und DX100-Synthesizer von Yamaha gekennzeichnet. Dieser FM-Synthesizer ist Teil der DX-Reihe und stellt eine billigere Alternative zum DX7 dar. Dabei handelt es sich um einen digitalen Synthesizer, der aufgrund des vergleichsweise geringen Preises zum meistverkauften Synthesizer der 1980er Jahre wurde. FM ist die Abkürzung für Frequenzmodulation, bei der eine Frequenz durch eine andere moduliert wird (vgl. Goldmann 2016, S. 161). Auf die Kombination von DX100 und 909 griff zum ersten Mal Derrick May als Rhythim is Rhythim auf *Nude Photo* (1987) zurück (Sicko 2010, S. 51). Dabei nutzte er ein spezifisches Preset das zu einer Soundsignatur von House und Techno wurde (vgl. Goldmann 2016, S. 162). Dies steht exemplarisch für eine spezifische Art der Verwendung, da eine Modulation mehrerer Parameter im Verlauf aufgrund des Interface-Designs nicht möglich war. In ihrer Auseinandersetzung mit dem DX100 deckten Robert Hood und Jeff Mills Optionen auf, um den dynamischen Eingriff in Echtzeit zu ermöglichen. Dies setzt voraus, „alle spektralen und dynamischen Veränderungen so zu programmieren, dass sie im Parameterset selbst integriert

sind und lediglich eines Auslösers (Midi-Note-On-Event) bedürfen, um ihren Verlauf auszuführen“ (Goldmann 2016, S. 163). Das Vorgehen erinnert an die Modulationspraxis der 303, da in beiden Fällen auf Basis eines Loops die Auswirkungen von Eingriffen evaluiert wurden. Die Hände mussten nicht die Töne spielen, sodass sich die Musiker auf die Modulation fokussieren konnten. Mills erweiterte dieses Verfahren, indem er Effekte und übergreifende Verläufe integrierte, die die Modulationsmöglichkeiten steigerten. Die Programmierung des DX100 war laut Stefan Goldmann (2016, S. 162) ein ästhetischer Paradigmenwechsel, der Techno von House entfernte und Modulation in dessen Produktionsästhetik verankerte.

Sampler ermöglichten nicht nur den Zugriff auf prä-existentes Material sondern auch den mikroskopischen Eingriff auf dieses. Dadurch konnten sowohl neuartige Klänge, die im Material steckten, als auch der Hintergrund in den Vordergrund gerückt werden, wie bei Clicks, Cuts oder Knacken des Vinyls. Die Affordanzen des Samplers und gesampelten Materials verändern die Kompositionen und das musikalische Denken hinsichtlich der Arbeit mit Klang (Großmann 1995). Auf diese Weise wurde „ein neues hybrides Mensch-Maschinen-Verhältnis“ (Großmann 2013a) hervorgebracht hat, das den Affordanzen der Maschinen entspringt, erlernt und eingekörpert wird. Dies gilt gleichermaßen für Verfahrensweisen als auch das Hören, welches an das Digitale angepasst wird (vgl. Großmann 2013a; Brøvig-Hanssen/Danielsen 2016). Was für die physischen Maschinen gilt, betrifft auch ihre digitalen Nachbauten. Diese ermöglichen bestimmte Verfahrensweisen und beschränken andere (Harenberg 2003, S. 88).

5.3.1 Musikgestalterische Merkmale der Techno-Ästhetik

Die Produktionsästhetik von Techno basiert auf musikalischen Parametern, die im Folgenden entlang des horizontalen Verlaufs und der vertikalen Ebene betrachtet werden⁶⁷. Die Unterteilung orientiert sich dabei an der Produktionspraxis von DAW-Software, dem Standard der Musikproduktion von Techno.

5.3.1.1 Horizontale Ebene

Technotracks zeichnen sich durch ihre Länge im *Verlauf* aus, die ihrer Funktion als Clubmusik geschuldet ist. Ihre Wirkung erzielen sie durch die lange Repetition, die erst ab einem gewissen Zeitpunkt interessant wird (vgl. Hans Nieswandt in Bonz 2008, S. 40). Dies verlangt allerdings nach einer anderen Art des Hörens, welche auf Zeit- und Sound-Hören ausgerichtet ist (Jerrentrup 1992, S. 57; Diederichsen 2016a). Hinsichtlich der Spieldauer existieren sowohl eher kürzere song-orientierte Edits als auch auskomponierte, aufbauende Stücke, die 20 Minuten oder länger dauern können. Die Tempogestaltung ist für das Musicking zentral. Sie entscheidet über Ein- oder Ausschluss von Tracks in ein Set und/oder eine Clubnacht. Dies hat handlungspraktische Gründe, da zu langsame oder schnelle Tracks nicht mixbar sind oder durch Beschleunigung bzw. Verlangsamung in den Tonhöhen verändert werden und in Folge seltsam klingen. Tempo-unterschiede können auf ein anderes Genre hindeuten. Das Tempo unterliegt Schwankungen

⁶⁷ In diesem Zusammenhang hat Barbara Volkwein (2016, S. 178f.) die Ergebnisse der frühen Phase der musikwissenschaftlichen Auseinandersetzung in Deutschland mit Techno zusammengefasst und in folgende musikalische Parameter unterteilt: Aufbau, formale Struktur (horizontaler Verlauf), Sound (vertikale Ebene), Rhythmische Ereignisse (Grooves) und übergreifende Elemente. Diese hat sie nochmals angepasst und präsentiert auf dieser Grundlage folgende Analyseparameter: Grundatmosphäre und Funktionalität, linearer Verlauf, rhythmische Ereignisse, vertikale Ebene sowie übergreifende Elemente.

(Mathei 2012, S. 62), wie einerseits Entwicklungen in den 1990er Jahren (Denk/Von Thülen 2012, S. 236f.), andererseits eine messbare Verlangsamung in den letzten Jahren nahelegen. Tracks weisen derzeit eine Tempogestaltung zwischen 115 und 130 bpm auf, wobei ein Schwerpunkt zwischen 120 und 126 bpm liegt.

In punkto formaler Aspekte verfügt Techno eine Trackstruktur. Diese bildet den Rahmen für die ostinate Basis, die durch sukzessive horizontale Entwicklung – den Aufbau – geprägt ist (Mathei 2012). Veränderung erfolgt durch Zu- und Wegnahme von Motiven und rhythmischen Patterns. Auf Songstrukturen wird meist zugunsten eines Crescendoprinzips verzichtet, in welchem die Wiederholung zentral ist. Je nach Stück ist das Crescendoprinzip mehr oder weniger stark ausgeprägt. Dabei haben manche Stücke, sog. Tools, die monotone Repetition zum Stilprinzip erhoben. Die Wiederholung im Techno ist eine spezifische, die von anderen Formen von populärer Musik abweicht (Kösch 2001, S. 178). Im Pop dient sie der Identifizierung und Generierung von Bedeutung wie im Refrain, der etwa bei Aufführungen kollektiv gesungen wird. Gerade das (weitestgehende) Fehlen des Menschlichen macht die Wiederholung in Techno speziell, da diese keine Signifikate erzeugt (ebd., S. 179). Das Spezifische der Wiederholung tritt im Techno auch in Bezug auf die Klänge in Erscheinung. Diese benötigen die Wiederholung für ihr Erscheinen und Wirken.

„Der gleichmäßig schlagende Puls umgeht den Wunsch des Hörers, Formen, Strukturen bzw. Entwicklungen zu hören und lenkt die Aufmerksamkeit stattdessen auf das augenblickliche Erscheinen und Verschwinden von Klängen, Ereignissen und Intensitäten.“ (Cox 2003, S. 184)

Dadurch hebt die Wiederholung die Differenz der Klänge hervor, die ihrerseits Produkt der Modulationen sein können. Auf diese Weise tauchen die wiederholten Klänge in sich wandelnden Gestalten auf. Minimal House und Minimal Techno sind Beispiele für Subgenres, in denen die Verbindung zwischen Differenz und Wiederholung grundlegendes ästhetisches Prinzip ist (Cox 2003, S. 185). Technos Form basiert nicht auf einem „Anfang – Mitte – Ende“ (Diederichsen 2016a, S. 63). Dies ist der zentrale Unterschied von loop-basierten Musiken zu konventionellen Songs, die in der Regel auf einer Struktur aus A-B-A-B-C-A-B basieren. Dadurch gleichen diese eher einer Erzählung. Dieser Erzählcharakter der Songs entlässt die Rezipierenden eher in Passivität und rückt die symbolische Veränderung der Sänger*innen, bspw. im Rahmen einer tragischen Liebesgeschichte, ins Zentrum der Bedeutungsgenerierung (ebd., S. 62f.). Loop-basierte Musik verzichtet auf diese Erzählungen und fokussiert das Subjekt, dessen eigene Rezeptionsaktivität an Signifikanz gewinnt. Bei Partys erweitert sich die Rezeptionsaktivität um die kollektive, soziale Rezeptionstätigkeit (Diederichsen 2009, S. 37). Loops entziehen sich der traditionellen ästhetischen Vorstellung eines Verlaufs (Sanio 2014, S. 68). Dadurch verweigern sie sich gleichermaßen der Vorstellung einer Entwicklung wie der des Helden im Roman, wie es bei Hanslicks Musikästhetik der Fall ist.

„In loop-basierten und repetitiven Musiken ist es dagegen so, dass die Musik still hält und sich immer wiederholt, und ich mich verändere, und dass ich plötzlich eine Geschichte habe, denn ich bin ja notwendigerweise ein anderer als vor zwei Sekunden. Jemand anderes tritt auf die Bühne, nämlich der Rezipient.“ (Diederichsen 2016a, S. 63)

Diese Geschichte erscheint nicht als ein Weiterkommen (im Leben), sondern als dessen Verweigerung. In der Interpretation Diederichsens wird die Reife verweigert und das Erwachsenwerden abgebrochen. Die Rückkehr wird zum Prinzip (Diederichsen 2009, S. 27). Stattdessen werden die Mikro-Veränderungen der eigenen Subjektivität in der Loop-Erfahrung wahrnehmbar. Dies stellt

eine Erfahrung zweiter Ordnung von Veränderung dar, die sich nicht auf die Linearität von Weg und Wachstum beschränkt“ (Diederichsen 2009, S. 34f.). Da die Umgebung im Loop stabil bleibt, kann vergleichbar mit der Modulation der Klänge eine Veränderung der eigenen Subjektivität beobachtet werden. Dabei können die Erfahrungen im Loop zwischen bedeutungsvoller Regression und Selbstreflexion changieren (ebd., S. 35).

Das Grundgerüst von Techno zeigt sich für dessen Beschaffenheit als Musik mit deterritorialisierender Wirkung verantwortlich. Auf dieser Basis können verschiedene Schichten und Materialien aufgetragen werden, ohne dass der Stil direkt in einen anderen übergeht. Dieses von Disco übernommene Gerüst ist in der Lage, sich unterschiedliche Materialien einzuverleiben, was eine Erklärung für die Integrationsfähigkeit elektronischer Tanzmusik ist. Das Grundgerüst basiert auf einem rhythmischen Fundament, den „konstituierende Beats“ (Mathei 2012), dessen vornehmliches Merkmal das Onbeat-Pattern ist (Abbildung 7). Die Snare bzw. Clap gibt den Back- und die HiHat den Offbeat wieder. Es existieren zu dieser Rhythmusbasis noch einige Varianten. In manchen Fällen wird auf den Backbeat, in anderen auf den Offbeat verzichtet. Der Offbeat kann in Shuffleform⁶⁸ auftreten (vgl. Kapitel Sonisch Städte: Analyse Hot Love).

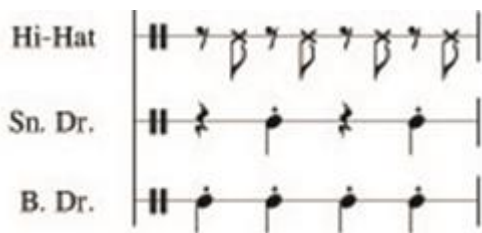


Abbildung 7 Konstituierende Beats des Techno

Ein weiterer Bestandteil des Grundgerüsts ist die Bassline. Diese basiert in der Regel auf ein- bis viertaktigen Motiven. Basslines können aus eintönigen oder mehrtönigen, melodischen Motiven bestehen. Sie erscheinen in Form von Einzelschlägen oder durchgehaltenen Tönen. Daneben kommen in House und Techno verschiedene Arten an *Pattern* zum Einsatz, die geschichtet werden und dadurch eine Polyrhythmik erzeugen. Diese können sich sowohl aus einzelnen oder wenigen Ereignissen als auch rhythmischen Figuren zusammensetzen. Divergierende Arten an *Pattern* werden mit Klängen, Tönen, Pads und Akkorden umgesetzt. Sie erscheinen in Form von Motiven und Melodien.

Konstituierende Beats, Bassline und *Patterns* bilden die erste Dimension des *Grooves*, der sich aus zwei Dimensionen zusammensetzt: Musik und Gefühl (Roholt 2014; vgl. Wicke et al 2007, S. 295f.). *Grooves* sind Ausdruck gelungener Affizierung (vgl. Trost 2014, S. 215f.). In Bezug auf die musikalische Ebene führt Mark Abel (2014)⁶⁹ vier Elemente an, die den *Groove* ausmachen und ebenfalls Bestandteil der Ästhetik von Techno sind:

1. Metronomic Time
2. Syncopation
3. ‚Deep‘ Metricality or Multi-levelled Meter
4. Back-beat

⁶⁸ Anderer Shuffle als in Jazz oder Rock.

⁶⁹ Im Gegensatz zu Tiger Roholt, der den *Groove* eher an traditionelle Instrumente einer Band bindet, gesteht Abels Definition diese Fähigkeit auch elektronischer Musik zu.

Groove-Musik ist synkopierte Musik mit einem regelmäßigen und im Vordergrund stehenden Beat. Groove erscheint als eine Art der Organisation zeitlicher Aspekte, die im Zusammenhang mit Rhythmus und Metrum stehen (Abel 2014, S. 1). Synkopierungen auf der Ebene des Mikrorhythmus lassen sich durch elektronische und digitale Instrumente präzise festlegen. Im Gegensatz zum Menschen können sie sowohl sehr komplizierte Grooves erzeugen als auch fehlerfrei und ununterbrochen wiedergeben.

Das Ziel der Komposition von Technotracks besteht darin, an den richtigen Stellen sowohl musikalische als auch körperliche Spannung zu erzeugen, Bewegungen und Stimmungen zu stimulieren. Die Musik präsentiert sich als „direkte Übertragung der Energie des Werks auf das leibliche Befinden seiner Hörer“ (Seel 2003, S. 248). Erreicht wird dies durch die unterschiedlichen *Formteile* und die darin eingebetteten Klänge und Modulationen. Davon sind einige meist fester Bestandteil, andere werden je nach Bedarf verwendet:

- Mixing-Areas
- Aufbau-Phasen
- Breakdown
- Impulspause
- Build-Up (nach Breakdown)
- Strukturprägende Elemente: Hookline, divergierende Abschnitte
- Abbau-Phase

Wie bereits in Bezug auf die Ästhetik populärer Musik bemerkt wurde, sollte die Form weiterhin Berücksichtigung finden. Sie ist zwar nicht Gegenstand intellektuellen Formhörens, aber dennoch ein Erkennungsmerkmal für Genres. Dies gilt auch für Techno. Genres elektronischer Tanzmusik unterscheiden sich hinsichtlich struktureller Aspekte und dem Einsatz von Formteilen. Während in Stücken aus dem Genre Big Room immer mehrere Breakdowns vorkommen, changiert dies in Techno. Techno lässt sich Zeit. Dadurch wird die Form zu einem Ein- und Ausschlusskriterium.

House- und Technotracks besitzen in der Regel zu Beginn und zum Ende einen Bereich, der durch Reduktion der Elemente charakterisiert ist. Diese Mixing-Areas geben nicht nur den sukzessiven Aufbau vor, sie erleichtern auch das Mixen von Tracks. Auf diese Weise können fließende und vor allem unbemerkte Wechsel vollzogen werden (vgl. Mathei 2012, S. 67).

Im Anschluss an die Mixing-Area und im Verlauf des Tracks erfolgen die Aufbau-Phasen. Veränderungen, wie Zu- oder Wegnahme von Material oder Einsatz von Impulspausen, folgt meist einem 16-taktigen Schema. In der Impulspause setzen Elemente der konstituierenden Beats, meist der Onbeat, für ein bis vier Takte aus (ebd., S. 71). Ein anderer Formteil der oft, aber nicht zwangsläufig in Tracks erscheint, ist der Breakdown (ebd., S. 69f.). Gemäß dem Namen bricht die Musik in sich zusammen und kann komplett zum Schweigen kommen. Im Gegensatz zu Impulspausen fällt das Pausieren der Klänge in einem Breakdown deutlich länger aus. Ein Breakdown erscheint meist im Zusammenspiel mit einem erneuten Aufbau (Build-Up). Breakdown sowie Impulspause sollen, indem sie den Groove unterbrechen, Spannung erzeugen, die sich bei der Wiederaufnahme des Rhythmus entlädt. In Impulspausen kann es noch zur Einführung von neuen Materialien kommen. Breakdowns oder Breaks sind seit Disco wichtige Elemente in Tanzmusik, handelt es sich doch dabei um „the pivot and anticipated peak of the song“ (Vince Aletti in Echols 2010, S. 76).

Tracks können durch strukturprägende Elemente unterteilt sein. Diese besitzen meist eine Hookline, die als Refrain fungiert. Tracks können auch eine Strukturierung zum einen durch divergierende Abschnitte erfahren, die sich motivisch und/oder klangfarblich unterscheiden, zum

anderen durch Motive und Melodien, die strukturell prägend sind (vgl. Kapitel Sonische Städte; Mathei 2012, S. 71f.).

Das Ende eines Tracks leitet die Abbau-Phase ein. Hierbei wird der Track zurückgebaut, allerdings nicht so abrupt wie bei einem Breakdown, aber auch nicht so langwierig wie in den Aufbau-Phasen. Dieser Formteil führt den Track in die abschließende Mixing-Area über.

5.3.1.2 Vertikale Ebene

Technotracks präsentieren eine Ansammlung verschiedener *Klänge* unterschiedlicher Herkunft und Materialität, die in ein gleichwertiges Verhältnis gesetzt werden. Techno ist „Musik-Musik“, welche die „geilen Sounds“ (Diederichsen 2010, S. 133) aus den Maschinen ausstellt. Die Auswahl und Nutzung der Materialien erzeugt in Tracks von Techno divergierende Atmosphären (vgl. Kapitel Sonische Städte). Dies können Atmosphären der Furcht (Goodman 2012), der Ausgelassenheit, der Melancholie, gleichzeitiger Zeitlichkeiten oder ausgestellter Schizophonie⁷⁰ sein. Techno ist ein Genre, welches durch die Hervorhebung des Klangs, die Musik in das Zentrum rückt. Gesang, Lyrics und außermusikalische Elemente, wie etwa Star-Images, beeinflussen die Wahrnehmung und Bedeutungskonstruktion nicht (vgl. Sicko 2010, S. 5).

Die Verführungskraft oder Wirkmächtigkeit von Techno ist auf dessen Materialität zurückzuführen. Dies bezieht sich sowohl auf das Klangmaterial als auch dessen taktil-materieller Einwirkung auf den Körper. Am Sound zeigt sich das deterritorialisierende Moment von Techno, das laut Sicko (2010) durch den Eklektizismus von Detroit-Techno in dessen kulturelle DNA eingeschrieben wurde. Techno öffnete sich im Laufe der Jahre immer wieder für Materialien aus anderen Musikkulturen und integrierte diese. Gleiches gilt für analoge Instrumente und Klangerzeuger. Es kam auch zu Phasen ästhetischer Reterritorialisierung, bei der sich der Stil auf seine ureigenen Materialien besann.

Mit Geräuschen hat sich dabei eine Klangkategorie etabliert, die ein Bestandteil der Ästhetik von Techno seit dessen Entstehung ist (vgl. Volkwein 2016). Für die Emanzipation des Geräusches können mehrere Gründe angeführt werden. Techno ist Teil eines Kontinuums, welches geräuschhafte Klänge in die Musik integriert. Der Stil stand bereits in seiner frühen Phase in einem Austausch mit Industrial und machte exzessiv von Klangbearbeitungseffekten gebrauch. Synthesizer besaßen in der frühen Technokultur im Vergleich zu heute eine mindere Klangqualität und begrenzte Möglichkeiten der Klangsynthese. Der Klang mancher Presets, die ein analoges Instrument imitierten, ähnelte in keiner Weise dem Original. Hinsichtlich der Technologien hatten auch die Qualität der Sampler und der Quellen einen Einfluss auf das Geräuschhafte. Zum einen ließen sich Samples so klein zerschneiden, dass sie ihrer Bedeutung entkleidet und Geräusch wurden. Zum anderen ist die Qualität des extrahierten Klangs abhängig vom Eigenklang des Samplers (vgl. Kösch 2001, S. 182) und der Qualität des zugrundeliegenden Speichermediums. Diese technologischen Einschränkungen hatten, wie erwähnt, ein experimentelles Vorgehen ermöglicht, welches sich ebenso auf andere Komponenten der Audiotechnik anwenden ließ. Geräusche können im Studio, in der Stadt oder Natur mit dem Mikrophon aufgenommen und einer anschließenden Klangbearbeitung unterzogen werden. Heutzutage warten diverse Sound-Libraries und Plug-In-Bundles mit einer Fülle unterschiedlicher Klänge auf.

⁷⁰ Technotracks sind per se schizophon. Allerdings gibt es Stücke, die diesen Zustand durch die Wahl der Materialien hervorheben.

War Techno zu Beginn der 2000er Jahre noch von einer Ästhetik der Maschinen gekennzeichnet, so erweiterte sich diese um eine der Programme. Zunächst wurde die Maschinenästhetik, bspw. der 303 oder 909, durch Software emuliert. Einige Musiker*innen griffen auf spezielle Entwicklungsumgebungen und/oder Programmiersprachen wie Max/Msp oder SuperCollider für ihre Produktionen zurück (vgl. Brech 2016, S. 186). Diese verfügen über digitale Signaturen, die für eine gewisse Zeit in Techno präsent sein können: „Man konnte Reaktor⁷¹ am Anfang immer sehr gut heraushören. Das hat sich als Klangästhetik und eigenständiger Sound entwickelt. Und auch die Art und Weise, wie Rhythmen gesprungen sind, wie bestimmte Sachen passiert sind. Ich habe auch immer absichtlich versucht, das nicht zu kaschieren.“ (Ricardo Villalobos in Uhlig 2014, S. 54)

„Auch bei den Klängen und ihrer Kultur geht es weniger um etwas Semantisches, von seiner Bedeutung her Identifizierbares als um Atmosphäre, Hintergründiges, um Spürbares, Befindlichkeit, direkte Affizierung, also um Prozesse, mit denen sich die Wissenschaft in der Regel schwer tut, weil sie kaum zu fassen sind.“
(Großmann 2015, S. 22)

Wie Tracks als Ganzes erscheinen die darin enthaltenen Klänge als Affordanzen. Sie rufen keine semantischen *Bedeutungen* hervor, aber Bewegungen. Sie lösen in den Sonic Bodies etwas aus, das sich in äußerer und innerer Bewegung niederschlägt. Sie fangen äußerlich an zu tanzen und werden innerlich affiziert oder emotionalisiert. Als Angebote offerieren sie jedoch keine Erzählungen, sondern Klänge (vgl. Cox 2003, S. 182).

Als Bedeutungsträger sind die Klänge in Techno im Vergleich zu song-orientierten Stilen schwieriger zu erfassen. Es existieren keine eindeutigen Zeichen wie etwa das Hauchen oder E-Gitarren-Solo in der Rockballade. Sascha Kösch deutet hierbei die Bass Drum als Mustersignifikant, „der als Zeichen einen schweren Stand hat“ (Kösch 2001, 178f.), da ihr Erklängen beim Hören keine Signifikate erzeugt. Als Zeichen haben Klänge zunächst keine Bedeutung, können aber damit (flüchtig) aufgeladen werden (Bonz 2008, S. 57-88). Sie stellen ein Angebot zu flüchtigen subjektiven Identifikationen dar (Bonz 2016, S. 52). Welchem Klang welche Bedeutung und damit Wert zugeschrieben wird, ist abhängig von den einzelnen Subjekten und ihren Erfahrungen. Es obliegt ihnen, für sich individuelle Bedeutung zu generieren. Ein Klang wird mit Bedeutung aufgeladen, nachdem er als „Affektill“ (Goodman 2012, S. 83) Bewegungen ausgelöst hat. Auf diese Weise nistet er sich als Audiovirus ein, der immer dann erneut ausbricht, wenn die Person auf den Klang trifft. Hierbei handelt es sich nicht um ein bloßes Erkennen, sondern um ein Erinnern: Anamnesis (Augoyard/Torgue 2006, S. 21ff.). Dies ist ein semiotischer Effekt, der durch Klang ausgelöst wird, der an eine vergangene Situation gebunden ist und diese in der Erinnerung der Hörenden hervorbringt. Es ist aber kein rein intellektuelles Erinnern, sondern auch ein affektives oder emotionales Erinnern der Situation und damaligen Empfindungen (vgl. Gobé 2003).

Trotz ihrer Wirkmächtigkeit sind Sonic Bodies den Klängen nicht hilflos ausgeliefert. Zwar können sie sich nicht dem Schall, der in die Ohren eindringt, entziehen, sehr wohl aber dessen affizierender Wirkung. Klänge sind „dem ‚Ach und Oh des Gemüts‘ ausgesetzt, Seelenzuständen und Empfindungen, die im Lichte individueller Erfahrungen oder Eindrücke (Biographien, Lebenswelten, Milieus...) geprägt sind und von den Singularitäten unterschiedlich bewertet und qualitativ anders erlebt werden“ (Maresch 2003, S. 208). Trifft der sonst affizierende Klang auf

⁷¹ Musiksoftware von Native Instruments.

einen ungünstigen affektiven Zustand, kann dieser den Sonic Body entweder umstimmen oder daran scheitern.

Gewisse Klänge besitzen kollektive Bedeutungen. Hierbei handelt es sich um kulturell formierte Klänge, die sich in ihrer bewegungsauslösenden Wirkung als verlässliche Affordanzen erwiesen haben und immer wieder Verwendung fanden. Solche Klänge sind Ergebnis einer sozial konstruierten auditiven Praxis (Wicke 2016, S. 26). Die kulturelle Formierung der Klänge wirkt bereits bei der Produktion. Sie müssen durch die Körper der Produzierenden hindurch, die ihrerseits (sub-)kulturell vorgeprägt sind (Maresch 2003, S. 213). Die Entscheidung für oder wider einen Klang hat daher eine kollektive Dimension. Kulturell formierte Klänge wirken gewissermaßen als kollektive Anamnese. Beispiele hierfür wären bei House etwa das synthetische Piano oder das originale Jack your body-Sample, bei Techno z. B. Rauschen. Kulturell formierte Klänge erscheinen als funktionale Klänge (Schulze 2016), die in bestimmten Gemeinschaften sofort Bewegungen auslösen. Im Gegensatz zu herkömmlichen funktionalen Klängen, wie Wecker oder Feuermelder, basieren die kollektiven auf positiven Affekten. Da kulturell formierte Klänge kollektive Bewegungen hervorrufen, sind sie objektiver, weil sie empirisch beobachtbar sind. In Anlehnung an Diederichsen (2009) weisen diese Aspekte von „Totem-Sounds“ auf, die der sozialen Identifikation von Pop-Genres und ihren Gemeinschaften dienen: „Nicht der Beat entscheidet, sondern mit welchem Sound er geschlagen oder erzeugt wird“ (Diederichsen 2009, S. 243)⁷². Im Falle von Techno wären dies vor allem die 808, 909 und ähnliche Kickdrums. Verzerrte Kickdrums wie in Hardcore Techno erfüllten zwar dieselbe rhythmische Funktion, ihr Klang hat in Techno aber keine Geltung. Sie lösen keine positiven Affekte und kollektive Bewegungen aus. „Signature Sounds“, zu denen Diederichsen die Totem Sounds zählt, verweisen als markante Klänge auf Labels, Musiker*innen oder Stile (ebd., S. 242).

Trotz der weitestgehenden semantischen Leere der Klänge hat die Stimme als Bedeutungsträger in gewissen Bereichen von House und Techno überdauert. Die Art ihrer Nutzung und Bedeutungsgenerierung changieren allerdings. So kann die Wirkung von Tracks mit Gesang assoziativer Natur sein, die, wenn als Sample verwendet, zum Teil ihre ursprüngliche Bedeutung verändern (vgl. Wassermann 1997), während andere Tracks mit dem Gesang eine Geschichte erzählen (vgl. Ada *Maps* [2004], Ry und Frank Wiedemann *Howling* [Âme Remix] [2012]). Allerdings erfahren Stimmen in Techno häufig eine Bearbeitung durch einen Pitchshifter, der die Stimme tiefer macht. Dadurch wird sie ihrer sexuellen Identität beraubt. War die Stimme in House noch einem Geschlecht zuzuordnen, bringt der Pitchshifter Frauen, Männer und Diverse auf dieselbe stimmliche Lage. Auf diese Weise erscheint Techno tendenziell asexuell und offen für unterschiedliche geschlechtliche Bedeutungszuschreibungen.

Die Bedeutung von Klängen als Auslöser äußerer und innerer Bewegungen hat in Techno eine individuelle und kollektive Dimension. Ob Klänge als Affordanzen wahrgenommen werden, ist abhängig von Faktoren sozialer Ungleichheit, der Feldposition, subkulturellem Kapital und Sonic Logos. Die Technokultur ist sonisch segmentiert. Klänge, die in einem Feldabschnitt bewegungsauslösend und positiv affizierend wirken, treffen in einem auf Ablehnung oder werden nicht wahrgenommen, vice versa. Gleiches gilt für Klänge, die in kommerziell orientierten Tracks oder anderen Genres elektronischer Tanzmusik (vgl. Kapitel Sonische Transitionen) Verwendung finden, und auf das Publikum von Underground-Clubs treffen.

⁷² Totem-Sounds fügen sich nicht in die konventionellen musikalischen Umgebungen ein, sondern bleiben außen vor. Weiterhin haben sie keinen Einfluss auf die Organisation des musikalischen Materials.

Klänge sind nicht an einen Abschnitt gebunden, sondern können sich im Feld bewegen oder es verlassen. Einerseits können Produzierende des autonomen und hybriden Abschnitts ihre Klänge kommerzialisieren, sei es durch unbeabsichtigten Erfolg ihrer Tracks bzw. Positionierungen, die daraufhin im Feld wandern und in andere Gemeinschaften überführt werden. Andererseits können sie selbst ihre geheimen Klangrezepturen offenlegen oder an Musiktechnikhersteller verkaufen und damit potenziell dem gesamten Feld der Produzierenden zugänglich machen. Klänge werden im Vergleich zu Musiker*innen weniger distinktiv abgestraft. Positionierungen sind flexibler als die Positionen. Allerdings können Klänge, wenn sie zu eindeutig und sonisch belastet sind, ebenfalls Ablehnung erfahren.

Techno präsentiert sich als ein schizophon gestalteter Raum. Klänge werden per Panning im Stereobild platziert, um einen sonischen Raum zu erschaffen. Die *Bearbeitung der Klänge* durch Effekte erscheint als eine andere Form der Raumgestaltung. Die Modulation von Klängen ist für Techno zentral. Veränderungen der Klangfarbe und Klangintensität können ganze Tracks durchziehen oder gewisse Stellen, wie bspw. Breakdowns, markieren. Digitale Technologien haben zu einer verbesserten Möglichkeit der Klangbearbeitung hervorgebracht, zum anderen sind sie zu einem eigenständigen musikalischen Material geworden, welches Parallelen zu klangfarblicher Gestaltung aufweist (Großmann/Hanáček 2016, S. 61). Raum und Zeit sind mittels digitaler Technologien zu gestaltbarem Material geworden. Die Gestaltung musikalischer Räume ist ein Fall von Atmosphärenproduktion. Die digitale Aufnahmeumgebung erzeugt kein Rauschen. Dank dieser absoluten Stille erschallen Klänge in neuer sonischer Fülle (Brøvig-Hanssen/Danielsen 2016, S. 43). MIDI-Grids von DAW erlauben das präzise Platzieren von Events, sodass neue Klänge in neuen mikro- und ggf. polyrhythmischen Grooves erscheinen.

Die Raumgestaltung eines Tracks erfolgt durch Halleffekte. Dies bezieht sich sowohl auf die Gesamtheit als auch einzelne Elemente. Manche Tracks sind ‚dry‘ – mit wenig Hall ausgestaltet –, andere sind ‚wet‘ und stellen den Hall aus. Digitaler Hall lässt einerseits Räume entstehen, die realistischer als echte physische sind. Andererseits lassen sich hiermit Räume gestalten, die sowohl kleiner oder größer als auch fern der Realität sind (ebd., S. 26). Mit digitalem Hall kann ein Raum entworfen werden, der sich aus mehreren wandelbaren Räumen zusammensetzt, die dessen Atmosphäre ergeben. Hiervon machen viele Technotracks Gebrauch, indem sie etwa den Raum eines Elements im Verlauf vergrößern. Andere Hallräume können auch das Gewebe des Tracks durchschneiden und die Wahrnehmung auf sich lenken (vgl. Kapitel Sonische Städte: Analysen).

Zur Klangbearbeitung wird auch auf Echoeffekte zurückgegriffen. Wie der Hall wurden Echos bereits zu analogen Zeiten verwendet. Die digitalen Technologien haben sie aber mit neuen Möglichkeiten versehen (Brøvig-Hanssen/Danielsen 2016, S. 21ff.). Delays können Klang vervielfachen oder zum Verschwinden bringen, wie bei einem Tap-Delay oder per Kopplung eines Delays an Sidechain Kompression. Panning Delays eröffnen neue Räume in den Räumen. Digitale Delays haben neue, präzise und vor allem gestaltbare Mikrorhythmen und Synkopierungen hervorgebracht. Dadurch entstanden Grooves, die weder von Menschen noch Maschinen umgesetzt werden konnten. Echoeffekte changieren in ihren Möglichkeiten je nach Einstellung der Verzögerungszeit und des Feedbacks zwischen Pulses und Drones. Zwischen diesen Zuständen kann fließend gewechselt werden. Ein Klang verschwindet in Verzögerungszeit sowie Feedback und tritt wieder heraus (vgl. Analyse DJ Koze *Mariposa*). Digitale Delays eröffnen mit der Veränderung der Verzögerungszeit neue Möglichkeiten, Grooves im Verlauf zu manipulieren. Die Verzögerungszeit kann dynamisiert werden, sodass die einzelnen Echos mikrorhythmisch ins Schwanken geraten (vgl. Nathan Fake *The Sky Was Pink [Holden Remix]* (2004), mit dem Resultat des Empfindens sich verschiebender Zeitzustände).

Eine weitere Art der Klangbearbeitung stellen Sampler dar. In Techno erscheinen Samples in „verschiedenen Generationen von Kopien“ (Kösch 2001, S. 181), die oftmals derart modifiziert werden, dass ihre Quellen nicht mehr nachverfolgbar sind. Ein Sample ist in der Regel nicht mit einem Zitat gleichzusetzen, bei dem die Signifikate übernommen werden. Je nach Bearbeitungsgrad kann ein Sample laut Pinky Rose als Geist oder Echo der subjektiven Erfahrung erscheinen (Rose 2001, S. 159). Die Herkunft des Samples kann nicht verortet werden, ruft jedoch Assoziationen vor. Samples tauchen auch als unbearbeitetes Zitat auf, allerdings in deutlich geringerer Form. Dabei wird ihnen eine andere Funktion zuteil:

„Denn je mehr [Samples] Kopie sind, je mehr sie die Möglichkeit behalten, Signifikate relativ unbeschadet von einem Kontext in den anderen zu transportieren, desto seltener sind sie, desto mehr sollen sie sich aber gerade für eine Praxis der De- bzw. Recodierung eignen“ (Kösch 2001, S. 182)

Sollten Samples in unbearbeiteter Weise erscheinen, dann verweisen sie auf die Quelle. Ein Sample erscheint aufgrund dessen stilistischer, historischer und soziokultureller Herkunft als ein fremdes Element in der Musik (Bonz 2008, S. 128). Es erzeugt eine „Zeitanomalie“ (Goodman 2012, S. 150), indem das Sample den Track mit der Quelle, die in der Vergangenheit liegt, verbindet. Es trägt die Rezipierenden für einen Moment in ihre Vergangenheit zum Zeitpunkt der Ansteppung an die Quelle des Samples und erzeugt einen subjektiven synästhetischen Mehrwert. Wie die anderen Klänge erscheint ein Sample als Angebot bzw. Affordanz, an welches identifikatorisch angedockt werden kann, wenn es für das Subjekt zur Gestalt wird (Bonz 2008, S. 128). Es stellt eine Verbindung zwischen zwei kulturellen Referenzsystemen her (ebd., S. 109). Ein Sample kann einem Genre entspringen, das nicht nur fernab von Techno, sondern auch in der älteren oder jüngeren Vergangenheit liegt. Dadurch öffnet sich der Stil für neue Quellen und verweist gleichzeitig in der Materialität der Samples auf unterschiedliche Musikproduktionsepochen, -orte und -weisen. Trotz direkter Übernahmen steht bei der Arbeit mit Samples, wie bereits bei den anderen Klangerzeugern, die Modifizierung des Materials im Vordergrund. Je kürzer das Sample, umso mehr löst es sich von seinem ursprünglichen Kontext sowie Bedeutung und wird zum Signifikanten ohne Signifikate. Mittels Verschiebungen der Tonhöhen oder dem Einsatz von Effekten kann das Sample ebenfalls bearbeitet werden.

5.3.2 Ausprägungen

Dirk: „Techno ist eben in der Lage, vom Stil her sehr underground zu sein, also fast niemand mehr zu erreichen und sehr Mainstream zu sein, viele Leute zu erreichen.“ (DMA 17:31 - 17:43)

Die Ausprägungen von Techno erscheinen als Massen-, Undergroundästhetiken und Lokalkolorite. Vordergründig ist die Technokultur in die Bereiche der autonomen Szene- und heteronomen Massenproduktionsästhetik unterteilt. Die Unterteilung in Szene- und Massenästhetik darf jedoch nicht in Form zwei starrer Blöcke, sondern muss in sukzessiven Abstufungen betrachtet werden (Abbildung 11). Auf die Unterschiede zwischen der Szene- und Massenproduktionsästhetik wird im Kapitel „Sonische Transitionen“ vertiefend eingegangen.

Das öffnende und integrierende Prinzip von Techno hat direkte Auswirkungen auf dessen stilistische Ausprägungen. Der Stil erscheint in unterschiedlichen Ausprägungen wie Subgenres, Stilvarianten oder Kompositionsarten. Kompositorische Ausprägungen im Techno sind in vielen Aspekten von distinktiver Natur. Auf diese Art manifestieren sie auf musikalische Weise die Feld-

struktur mit ihren Homologien, Distinktionen und objektiven Relationen. Techno erscheint als „Stamm“ (LLA 23:24-25), von dem unterschiedliche subtilistische „Äste“ (LLA 23:27) abgehen. Davon fußen einige vorrangig auf Rhythmus, während andere Melodien in den Vordergrund der Komposition stellen. Hinsichtlich ihrer Funktion kann Techno als Clubmusik und reine Rezeptionsmusik in Erscheinung treten. Die Pluralität ist auf die Erwartungshaltung in der Technokultur zurückzuführen. Diese ist im Gegensatz zur Metal-Szene nicht von Stilkontinuität versus Stilentwicklung geprägt (Diaz-Bone 2010). Die „antipuristische Haltung“ (Diaz-Bone 2010, S. 380) räumt den Produzierenden viele Möglichkeiten ein und zeigt sich für die Vielfalt an Timbres mitverantwortlich.

In Folge beeinflusst dies auch Charakter, Atmosphäre und Intensitäten von Techno, der laut den Interviewaussagen sowohl „*überspitzt fröhlich*“ (APA 25:01-02) im Sinne von „*aufgezwungen*“ (APA 25:03), „*kitschig*“ (ÜHA 12:08; KKA5 5:07; APA 18:10) und „*popaffin*“ (GBA4 11:14-15), als auch „*nachdenklich*“ (im Interview „*das Nachdenkliche*“ PHA 2:03:28-29), „*oldschool*“ (RFA2 16:44), „*dark*“ (RFA2 16:47) „*schräg*“ (MSA 33:16.) und „*spacig*“ (im Interview „*das Spacige*“ APA 17:22-23) sein kann. Der Sound mancher Ausprägungen wird einerseits als „*warm*“ und „*soulig*“ (GBA3 2:43-2:46), andererseits als „*trocken*“ (GBA3 3:07-08) beschrieben. Der Charakter von Techno kann „*stumpf*“ (KKA5 4:55; APA 17:40) oder „*progressiv*“ (KKA5 1:50-51.) sein, was auf kompositorische Aspekte verweist. Stumpfe Stücke sind durch ihr Stakkato, Verzicht auf Motivik oder Melodik sowie geringe Variation charakterisiert. Wenn ein Track progressiv ist, beinhaltet dieser eine Betonung des Rhythmus mit zusätzlichen Perkussionsinstrumenten und/oder 8tel- oder 16tel-Basslines (Mathei 2012, S. 139, S. 144). Progressiv kann auch im Sinne von Progression verstanden werden, bei der mehrere Abschnitte eines Tracks sich in punkto ihres Innenlebens unterscheiden (vgl. Evil Hinko *Ratzefummel* 2009). Artificielle oder „*schräge*“ Stücke schlagen musikalisch andere Wege ein, um den Stil neue Nuancen hinzuzufügen (vgl. DJ Koze - Der Wallach 2010).

Das öffnende Moment zeigt sich anhand der Integration von Materialien und/oder Verfahrensweisen anderer Genres. Hierbei ist insbesondere Dub von Bedeutung, da stilistische Merkmale hiervon auf unterschiedlichen Wegen Einzug in Techno hielten. Zum einen integrierten zu Beginn der 90er in Großbritannien Produzent*innen Dub-Elemente in ihre Tracks, zum anderen entstand das Subgenre Dub Techno. Ebenso kann die Ausgestaltung von Deep House als Folge von Dub-Einflüssen gedeutet werden. Daneben wurden Elemente des Jazz (vgl. Sicko 2010, S. 139; Garnier/Brun-Lambert 2005, S. 227) oder Swing (vgl. Der Dritte Raum *Swing Bop* 2008) in Techno eingeführt. Zuletzt finden auch Materialien aus Rock-Genres Verwendung, wie bei Rinôçérôse *Installation Sonore* (1999) oder Gebrüder Teichmann *Dance and More* (2004) (vgl. Garnier/Brun-Lambert 2005, S. 227).

5.3.2.1 Analyse: Chris Liebing und DJ Koze

Zur Exemplifizierung unterschiedlicher stilistischer Ausprägungen und für die weitere Argumentation dieser Studie erfolgt an dieser Stelle eine Analyse von Tracks der Technoproduzenten und DJs Chris Liebing und DJ Koze. Beide besitzen ein hohes subkulturelles Popularitätskapital, sie haben es aber auf unterschiedlichen Wegen und durch andere Mittel erworben. Sie sprechen ein divergierendes Publikum an.

Chris(topher) Liebing (*11. Dezember 1968) zählt zu den bekanntesten DJs der Technokultur und ist seit Anfang der 90er Jahre in dieser aktiv. Er betrieb einen eigenen Club, ist Produzent

und Labelbesitzer von Fine Audio Recordings (ehemals) und CLR. Liebing tritt national sowie international in renommierten Clubs, auf Raves und Festivals auf. 2003 erhielt er die Auszeichnung bester DJ National des German Dance Award. Musikalisch ist er dafür bekannt, keine Zugeständnisse zu machen. Seine Tracks orientieren sich an pumpendem und treibendem Techno, bei dem Bass und Rhythmus dominieren. Harmonien, Motive oder Melodien meidet er weitestgehend. Eine von ihm präferierte harte, rhythmusbetonte Variante von Techno bezeichnete er um die Jahrtausendwende als „Schranz“. Mit seinen EPs *The Real Schranz* (1999a, 1999b, 1999c) etablierte er den Namen für dieses Subgenre. Seine Produktionen sind durch elektronische und digitale Kompositionsmittel sowie Signaturen geprägt. Wie Gunnar Otte (2015, S. 54) hinsichtlich der Publikumsstrukturierung von Festivals feststellt, sprechen die harten Technoausprägungen à la Chris Liebing die sog. „Party Animals“ an. Dies bezeichnet ein junges Publikum „mit eher niedriger Schulbildung, tendenziell rechten politischen Orientierungen“ das sich aus musikalisch homogenen Cliquen zusammensetzt. Für die Party Animals ist Körperkultivierung wichtig. Die Körperlichkeit von Liebings Musik korreliert damit.

D (2007) verweist bereits beim Erklängen von Kick Drum und Bass auf die Massivität des Tracks und dessen drückender Wirkung. Die Kick Drum ist prägnant, verfügt über einen harten Anschlag und leichte Verzerrung. Das Treibende des Tracks ist zum einen dem Tempo von 130 bpm, zum anderen dem Bass und seinen Achteln geschuldet. Ab 0:16 blendet ein Bleep ein, der auf 2+ und 4+ erklingt und im weiteren Verlauf von *D* auf unterschiedliche Weise klangfarblich, mikrorhythmisch und räumlich moduliert wird. Ein dreischlägiges Pattern, welches ebenfalls per Delay und Hall moduliert wird, erscheint gegen 0:42. Mit dem Einsetzen des Backbeats ab 1:38 wird *D* grooviger. Wie die Kick Drum steht auch die Snare im Vordergrund. Der basale Aufbau des Tracks erreicht etwas später seinen vorläufigen Abschluss. Zunächst wird ein zweites Pattern ab 1:53, welches auf Bongo-Klängen basiert, eingeführt. Ab 2:15 setzt der Offbeat durch Becken ein. Zwischendurch werden unterschiedliche Klänge eingestreut, die das Zwingende von *D* etwas auflockern. Bei 2:52 erfolgt ein einminütiger Breakdown, in dem On- und Offbeat pausieren. Die anderen Klänge werden in ihren Frequenzen beschnitten und wiederhergestellt. Gleichzeitig erzeugen mehrere Halleffekte sukzessiv wandelnde sonische Räume. Nach Ende des Breakdowns wird ein drittes Pattern eingeführt. Zwischen 4:27 und 4:34 erscheint eine Impulspause, nach deren Ende das Becken neben den Off- auch den Onbeat schlägt. Das dritte Pattern wird durch ein neues ersetzt. Durch die Verbindung von Impulspause und Verdoppelung der Schlagzahl erhält *D* noch mehr Schub. Den Höhepunkt erreicht der Track nach dem zweiten Breakdown (5:03-5:32). Danach wird er ab 6:17 allmählich zurückgebaut und erneut mit einem Breakdown versehen.

D ist gradliniger Techno ohne Schnörkel, der vom Rhythmus dominiert wird und auf Tonmotive verzichtet (Abbildung 8). Dessen Massivität lässt bereits bei der Heimrezeption seine Körperlichkeit im Club erahnen. Der Klang ist von digitalen Klangsignaturen geprägt. Dabei sticht das Changieren musikalischer Räume und die gleichzeitige Koexistenz solcher Räume hervor.

D

125 $\text{♩} = 130$

This musical score block covers measures 125 to 127. It features a tempo of 130 beats per minute. The score is written for a drum set and includes the following parts: Bleep (treble clef), Bass (bass clef), Bass Drum, Snare Drum, Hi-Hat, Pattern 1, Pattern 2, Pattern 3, and Pattern 4. The time signature is 4/4. The Bleep part consists of a repeating eighth-note pattern. The Bass part is a steady eighth-note line. The Bass Drum, Snare Drum, and Hi-Hat parts provide a consistent rhythmic accompaniment. Pattern 1, 2, and 3 are specific drum patterns that repeat throughout the section, while Pattern 4 is silent.

128

This musical score block covers measures 128 to 130. It continues the drum set arrangement from the previous block. The parts include Bleep, Bass, BD (Bass Drum), Sn. Dr. (Snare Drum), Hi-Hat, Pat. 1, Pat. 2, Pat. 3, and Pat. 4. The tempo remains at 130. The Bleep part introduces a slight variation in the eighth-note pattern. The other parts continue their respective rhythmic roles, with Pattern 4 remaining silent.

131

Bleep

Bass

BD

Sn. Dr.

Hi-Hat

Pat. 1

Pat. 2

Pat. 3

Pat. 4

134

Bleep

Bass

BD

Sn. Dr.

Hi-Hat

Pat. 1

Pat. 2

Pat. 3

Pat. 4

137

Bleep

Bass

BD

Sn. Dr.

Hi-Hat

Pat. 1

Pat. 2

Pat. 3

Pat. 4

144

Bleep

Bass

BD

Sn. Dr.

Hi-Hat

Pat. 1

Pat. 2

Pat. 3

Pat. 4

142

Bleep

Bass

BD

Sn. Dr.

Hi-Hat

Pat. 1

Pat. 2

Pat. 3

Pat. 4

144

Bleep

Bass

BD

Sn. Dr.

Hi-Hat

Pat. 1

Pat. 2

Pat. 3

Pat. 4

147

Bleep

Bass

BD

Sn. Dr.

Hi-Hat

Pat. 1

Pat. 2

Pat. 3

Pat. 4

149

Bleep

Bass

BD

Sn. Dr.

Hi-Hat

Pat. 1

Pat. 2

Pat. 3

Pat. 4

151

Bleep

Bass

BD

Sn. Dr.

Hi-Hat

Pat. 1

Pat. 2

Pat. 3

Pat. 4

154

Bleep

Bass

BD

Sn. Dr.

Hi-Hat

Pat. 1

Pat. 2

Pat. 3

Pat. 4

157

160

Abbildung 8: Analyse Chris Liebinger "D"

Michael: „Und dann ist es halt auch noch DJ Koze. Der kann eh machen, was er will.“ (MSCHA 1:20:43-46)

Stefan Kozalla alias *DJ Koze* (*1972) genießt in der Technokultur eine gewisse ‚Narrenfreiheit‘. Vor seiner Zeit als Technoproduzent war er bereits musikalisch aktiv und erfolgreich⁷³. Wie Liebing hat sich DJ Koze seinen Status durch jahrelanges Musicking erarbeitet. Er wurde mehrfach als DJ des Jahres von Magazinen wie *De:Bug* oder *Spex* ausgezeichnet. Im Vergleich ist Koze eigensinniger und experimenteller vorgegangen, woraus einerseits seine künstlerische Freiheit, andererseits seine Rezeption im Feuilleton resultiert. Die Eigensinnigkeit gilt auch für sein Label *Pampa Records*.

Für die Klangerzeugung greift DJ Koze auf diverse Materialien zurück, die neben Synthesizern und Sampler verschiedene analoge Instrumente, Field Recordings sowie Samples unterschiedlicher Herkunft und Klangqualität umfassen. So basiert etwa der Track *40 Love* (2009) auf einem Damentennis-Sample aus dem Fernsehen, welches ab einem gewissen Zeitpunkt als rhythmisches Pattern fungiert. Hier zeigt sich eine Eigenschaft von DJ Koze: Humor. Dieser schlägt sich in der Wahl von Samples oder Ansagen vor Tracks, aber auch in der Namensgebung von Tracks, der Gestaltung von Covers oder seinem anderen Pseudonym *Monaco Schranze* nieder. Seine Tracks zeichnen sich durch ihren Aufbau aus. DJ Koze nimmt sich Zeit, um das Innenleben eines Tracks zu etablieren und im Verlauf umzugestalten. Dadurch unterwandert er oftmals die Erwartungen an Tracks. Andere Stücke folgen einem gradlinigen Aufbau (vgl. *Der Säger von St. Georg* 2003). In den Tracks finden Harmonien, Melodien und Motive Verwendung. DJ Koze spricht ein anderes Publikum als Chris Liebing an. Dieses wird von Otte (2015, S. 53) als „die vielseitig interessierten Grenzgänger“ bezeichnet. Dabei handelt es sich um ein Publikum, das stark studentisch-akademisch geprägt ist und politische eine Linksorientierung aufweist. Grenzgänger sind auch an Rockstilen und Hochkultur interessiert.

Mariposa (2007) fühlt sich an, als würde der Track auf der Stelle stehen bzw. der namensgebende Schmetterling sich vertikal bewegen (Abbildung 9). Dies ist zum einen die Folge des rhythmischen Aufbaus, der auf den Offbeat verzichtet und den Backbeat gering betont. Im Vordergrund stehen der Onbeat, ein rhythmisches Pattern, das wie eine gedämpfte Triangel klingt, ein hektisches Hi-Hat-Pattern und die Betonung der 2+-Zählzeit durch einen Schlagklang. Der Klang der Kick Drum ist vergleichsweise mittendominiert und weniger prägnant im Vordergrund. Das Tempo liegt bei 124 bpm. Der Bass ist zu Beginn abwesend. Dessen Frequenzbandfilter öffnet sich allmählich ab Minute eins und ab Minute zwei entfaltet er sein volles sonisches Potenzial. Der fließende Aufbau wird ab 1:35 immer wieder durch ein vmtl. granular bearbeitetes Sample unterbrochen, indem es einen Cut setzt. Das Sample unterliegt Veränderungen im Panning, was dem Track an diesen Stellen eine andere Räumlichkeit verleiht. Mit Erscheinen des Samples setzt der Backbeat ein. Der Klang von *Mariposa* ist einerseits leicht, andererseits durchbrechen gewisse Klänge diese Leichtigkeit. Der hoch- und herunterschwebende Charakter ist dem harmonischen und motivischen Material geschuldet. Den Anfang macht ein ab- und aufsteigender oszillierender Klang. Diesem folgen ab 1:04 ein Pad und der Bass, die jeweils auf einer abfallenden kleinen Terz basieren und den mollerner Charakter des Tracks prägen. Ab ca. 2:45 kommt es zu einem Fade-in eines weiteren Motivs, das der abfallenden kleinen Terz folgt. Das Motiv setzt sich aus auf- und absteigenden Bewegungen zusammen. Es unterliegt mikrorhythmischer Verän-

⁷³ Als Hip-Hop-DJ erreichte Kozalla beim DMC 1991 den zweiten Platz. Er war als Rapper und DJ Mitglied der Hamburger Hip-Hop-Gruppe *Fischmob*. Zu dieser Zeit produzierte er auch unter dem Pseudonym *Adolf Noise* experimentelle Musik zwischen Ambient, Electronica, Dub und Hörspiel.

derung durch ein Delay. Im weiteren Verlauf wird die Verzögerungszeit extrem verkleinert sowie die Rückkopplung verlängert, sodass ein Drone entsteht, welcher dem Motiv beigemischt wird. Dieser basiert auf den auf- und absteigenden Bewegungen. Nachdem der Aufbau etwa bei 4:00 seinen Höhepunkt erreicht, ist der Track auch fast schon wieder vorbei. Im Anschluss wird er bis auf den Onbeat rhythmisch zurückgebaut und der Drone schiebt sich in den Vordergrund. Die Folgen davon sind auf der einen Seite annähernd drei Minuten Unfunktionalität, auf der anderen Seite eine Affordanz für DJs, auf dieser Grundlage die dritte Platte zu reiten.

Mariposa

90 $\text{♩} = 124$

The musical score for 'Mariposa' is written in 4/4 time with a tempo of 124 BPM. It consists of eight staves: Synthesizer, Fläche, Bass, Loop, Bass Drum, Hi-Hat, Triangel, and Schlagklang. The key signature has two sharps (F# and C#). The Synthesizer part features a melodic line with eighth and sixteenth notes. The Fläche part consists of a steady eighth-note chordal accompaniment. The Bass part is a simple eighth-note bass line. The Loop part is a rhythmic pattern of eighth notes. The Bass Drum part is a steady eighth-note pattern. The Hi-Hat part features a pattern of eighth notes with occasional accents. The Triangel part is a rhythmic pattern of eighth notes. The Schlagklang part is a simple eighth-note pattern.

92

Synth.

Fläche

Bass

Loop

B. Dr.

Hi-Hat

Trgl.

Skl.

95

Synth.

Fläche

Bass

Loop

B. Dr.

Hi-Hat

Trgl.

Skl.

Abbildung 9: Analyse DJ Koze "Mariposa"

5.3.3 Subgenres

Die stilistischen Ausprägungen können ab einem gewissen Moment der Affirmation durch Produzent*innen, Rezipient*innen und Szenepresse zu Subgenres werden. Bereits in der frühen europäischen Technoszene hatten sich mit Trance und Hardcore Techno zwei Stilvarianten herausgebildet, die sich abspalteten. Etwa zeitgleich etablierte sich der Sheffielder Bleep Sound, der eine lokale Ausprägung war, die sich internationalisierte (vgl. Sicko 2010, S. 86). Infolge dieser Dynamiken haben sich im Laufe der Zeit unterschiedliche Subgenres entwickelt, denen Subszenen anhängig sind, die hinsichtlich ihrer Orientierung hin zur Kultur oder Kommerzialisierung konträr zu einander stehen können (vgl. Schneider 2016, S. 92). Der Subgenrebegriff darf nicht unkritisch verwendet werden, da die Namensgebung eine diskursive Praxis darstellt, die besonders in der elektronischen Tanzmusik ausgeprägt ist. In diesem Zusammenhang stellte Kembrew McLeod (2012) eine Liste mit mehr als 300 Subgenres zusammen, die in Zeitschriften und Compilations für elektronische Tanzmusik genutzt wurden. Er systematisiert folgende Aspekte, die zur Entstehung von Genretermini führen:

- Musikalisch-stilistische Entwicklungen
- Merchandising- bzw. Marketing-Strategien
- Beschleunigung der Consumer Culture
- Kulturelle Aneignung
- Subkulturelle Distinktions- bzw. Exklusionsmechanismen

Der Einfluss von Marketing führte in der Geschichte elektronischer (Tanz-)Musik mindestens zweimal zur Festigung von Genrebezeichnungen. Sowohl die Bezeichnung New Beat als auch Techno wurden durch Compilations verbreitet und dadurch in Konsequenz diskursiv gefestigt. An dieser Stelle zeigt sich der Einfluss der basalen Kultur in Form der Musikindustrie auf Genres, die aufgrund ihres ökonomischen Werts affirmiert werden. Die von McLeod angeführten Kategorien gilt es daher hinsichtlich der erwähnten Ausprägungen und Subgenres zu berücksichtigen. Genannt wurden in der Empirie folgende Subgenres:

- Acid House/Acid Techno
- Bar 25-Sound
- Berghain-Sound
- Dark Techno
- Detroit Techno
- Dub Techno
- Deep House
- Ed Banger-Sound
- Electro
- Electroswing
- Hard Techno
- Hardcore Techno
- House
- Melodic Techno
- Mikro Techno
- Minimal
- Schranz
- Slow House/Slow Techno
- Tech House
- Tool Techno
- Tribal Techno
- Trance

Die Nennung von House ist sowohl der Entstehung von Techno aus diesem Stil heraus als auch deren stilistischer Annäherung geschuldet, die Hybridformen wie Tech House hervorbrachte. Neben Subgenres wurden distinktive Sounds angeführt, die einigen Clubs zugeschrieben werden, die diese ästhetischen Ausprägungen repräsentieren und forcieren. Dies betrifft den sog. Bar 25-

und Berghain-Sound. Bei Melodic Techno handelt es sich ebenfalls um einen distinktiven Begriff, der von einem Musiker der Studie zur Beschreibung seiner Musik genutzt wird.

Das Subgenre Minimal wird im Folgenden etwas genauer vorgestellt, da dieses den Clubsound von Anfang/Mitte der 2000er bis in die frühen 2010er Jahre bestimmte, bevor dieser der Tech House- und Deep House-Entwicklung wich. Dabei kann Minimal nicht eindeutig anhand musikalischer Charakteristika abseits der reduzierten Produktionsweise festgelegt werden. Dies ist zum einen auf die Erfindung von Subgenrebezeichnungen zurückzuführen, die zwischen House, Techno und Minimal changieren (vgl. Nye 2016, S. 124f.), zum anderen verfolgten die Produzent*innen unterschiedliche Ansätze im Umgang mit Minimalismus. So basieren Tracks des Kölner Produzenten Wolfgang Voigt auf Loops, allerdings kommt es in diesen Wiederholungen zu Veränderungen. Richie Hawtin rückt in vielen Produktionen als Plastikman Delay-Mikrorhythmen in den Fokus (vgl. Mathei 2012, S. 81ff.), während Detroit Minimal à la Robert Hood und Daniel Bell „exercise in reverse engineering“ (Sicko 2010, S. 140) ist. Eine Gemeinsamkeit der erwähnten Produzenten stellt die Modulation dar, die in den Vordergrund gerückt wird. Dies ist jedoch ein für Techno charakteristisches Phänomen.

Statt als Genre präsentiert sich Minimal folglich eher als „Maxime“ (Kösch in Nye 2016, S. 126) und daher als eine Produktionsweise bzw. Handlungsvorschrift, die sich auf die „Essenz von Techno“ (Wolfgang Voigt in Cadenbach 2008) konzentriert. Durch die Reduktion auf das Wesentliche soll es zu einer „Fokussierung auf neue Intensitäten“ (Kösch in Nye 2016, S. 126) kommen. Diese werden im Zusammenspiel von Reduktion und Modulation erzeugt, die dem Klang mehr Raum für seine Materialität boten, die sonst überhört wurde (vgl. Magda *48 Hour Crack in Your Bass* 2005). Reduktion des Materials ist eine Praktik, die seit Disco in die elektronische Tanzmusik eingeschrieben ist. Disco und Italo Disco reduzierten zuerst das Material, gefolgt von House Music, Acid House und Techno. Im weiteren Verlauf verringerten diverse Subgenres ihre Mittel, die von Sean Nye (2016, S. 124) dem „minimal continuum“ in Techno zugeordnet werden. Auf die Reduktion folgte aber eine stetige Zunahme des Materials, sodass die Hinwendung zu minimalen und maximalen Prinzipien sich als Wellenbewegung darstellt.

Das Technofeld ist aufgrund der diversen Ausprägungen und unterschiedlichen Subgenres musikalisch sowie sonisch segmentiert. Auf der einen Seite changiert es zwischen House- und Techno-Idiomen⁷⁴, auf der anderen Seite zwischen Crossover- und Massen-Ästhetik. Szeneästhetiken decken vor allem den zentralen Bereich des Feldes ab.

⁷⁴ Den Unterschied von House zu Techno zeigt Peter Wicke am Beispiel von „Move your body“ auf, welches stark der Disco-Musik verhaftet ist (Wicke 1998b, Abs. 5).

- House-Idiome**
- Funktionsharmonik
 - Piano-Chords
 - o In gewisser Spielweise
 - o Klang des Pianos
 - (typische) Vocals
 - o (Queer-)Diva, Prediger, Erzähler
 - On-/ Off-/ Backbeat
 - Claps
 - 808
 - Melodien
 - 8-taktiges Veränderungsschema
 - Disco-Erbe
 - o Funky Bass
 - o Lateinamerikanische, karibische Rhythmen mit entsprechenden Instrumenten umgesetzt
 - o Samples aus Disco-Stücken

- Techno-Idiome**
- nur Rhythmen/ Rhythmus und Bass
 - o Lateinamerikanische, karibische Rhythmen mit Klängen/ Geräuschen umgesetzt
 - o Mikrorhythmen
 - Onbeat
 - Off- oder Backbeat
 - 909
 - Modulation
 - Bassdominanz
 - Geräusch
 - Rauschen
 - DX7/ 100
 - 16-taktiges Veränderungsschema

Abbildung 10: Idiome von House und Techno

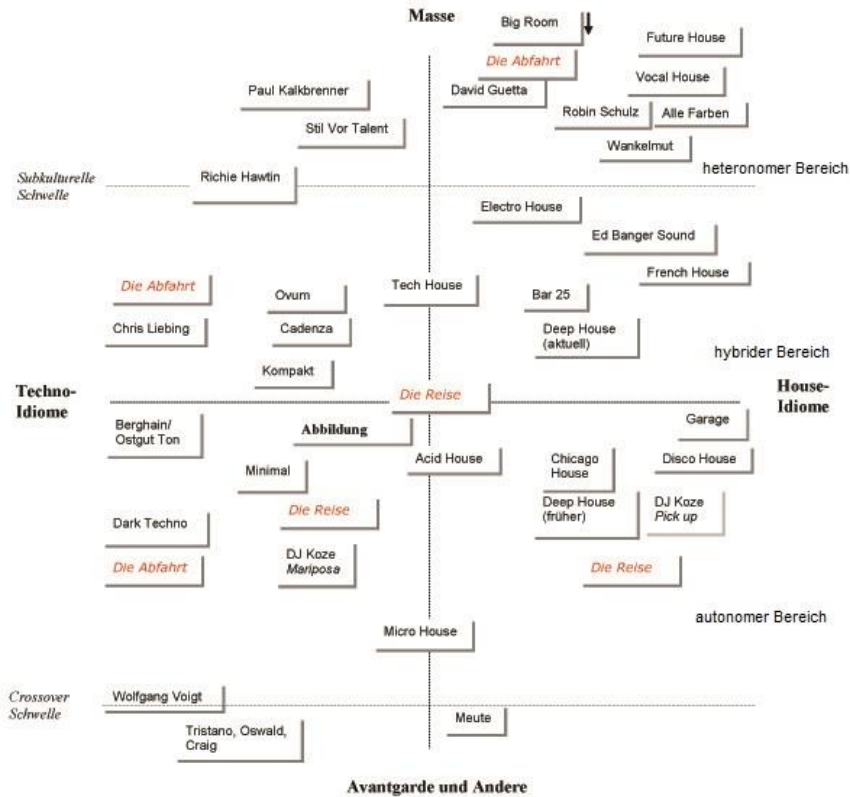


Abbildung 11: Das musikalische Feld von House und Techno

5.4 Jack your body vs. Listen to my groove: Körpermusik und Ohrenmusik

In Rekurs auf Seels Ästhetik ordnet Ralf von Appen alle drei Arten ästhetischen Erscheinens Techno zu. Besonders der Tanz lädt zum imaginierenden Hören ein, da in ihm die Rolle des Körpers in der gegenwärtigen Gesellschaft reflektiert wird. Die Konzentration auf das ästhetische Erscheinen von Techno ermöglicht auch Imaginationen über die Welt (von Appen 2007, S. 281). Die Art des Erscheinens ist jedoch abhängig von den Orten und der Art der Musik. Techno ist nicht gleich Techno. Während viele Ausprägungen für den Dancefloor produziert werden, existieren auch Varianten für das Wohnzimmer. Techno ist nicht an den Dancefloor gebunden. Die Musik wird privat auf unterschiedliche Weisen rezipiert.

Techno ist *Körpermusik*, die unmittelbar durch den Körper geht, von ihm sinnlich wahrgenommen wird und in Bewegung versetzt (Klein 2001, S. 175). Techno wird „somatisch gehört“ (Seel 2003, S. 248). Damit die Musik ihre volle Wirkung auf den Körper entfalten kann, bedarf es eines speziellen Ortes: den Club. Hier erfährt die Produktionsästhetik ihre Übersetzung in die Auführungs- und Partizipationsästhetik. Clubs und andere Veranstaltungsorte sind Umgebungen der Sinnlichkeit. Sich-Befinden in Umgebungen ist ein ökologisches Phänomen. Befinden bezieht sich sowohl auf die Anwesenheit am Ort als auch auf das eigene Befinden, das Fühlen der Menschen in diesem Ort. Für das eigene Befinden sind die Atmosphären der Orte entscheidend. Sie stimmen die Anwesenden auf spezifisch sinnliche Weise (Böhme 2017, S. 15). Nicht der Ort sondern dessen Atmosphären werden sinnlich wahrgenommen. Diese können ihrerseits durch diverse Materialien, Techniken und Technologien gestaltet werden.

Techno ist „taktile Musik“ (Wicke 1998b, Abs. 22; Garcia 2015) und zwar im doppelten Sinne. Zum einen geht der Sound eines Tracks unter die Haut (Eshun 1999, S. 217). Die Taktilität schlägt sich in der Anschlagstärke der Klänge, vor allem der Rhythmen, nieder, die schärferen und stärkeren Luftdruck erzeugen, der körperlich spürbar ist (Garcia 2015) Zum anderen bietet die Lautstärke der Musik im Club ein intensives akustisches wie taktiles Empfinden, welches die Menschen physisch berührt und der Schall die Organe zum Schwingen bringt (vgl. Butler 2012, S. 36; Goodman 2012; Papenburg 2016, S. 195). Da sich Techno dem herkömmlichen „Sinn-Erkennen“ (von Appen 2007, S. 227) verweigert, tritt an dessen Stelle eine Sinnlichkeit (ebd., S. 226f.). Eine Variante des Unter-die-Haut-gehens betrifft den Groove, genauer dessen Empfinden (Roholt 2014; Abel 2014, S. 18). Grooves der Tracks treffen auf Haut und Ohren. Das Gefühl für den Groove benötigt die positive Bezugnahme der Tanzenden zu diesen rhythmischen Affordanzen. Techno hat viele Grooves, die Menschen anders zum Schwingen bringen. Wird der Groove gespürt, ist dies Ausdruck der gefühlsbezogenen Dimension der relevanten „motor-intentional movements“ (Roholt 2014, S. 105).

Ein Set präsentiert sich als Musik im Fluss: Sie ist in Bewegung und setzt in Bewegung. Es basiert auf verschiedenen Grooves, Intensitäten und Atmosphären, die anders auf den Körper wirken und unterschiedliche innere sowie äußere Bewegungen auslösen. Der Fluss wird immer wieder sowohl durch Impulspausen und Breakdowns als auch durch Withholding the Beat oder Cutting unterbrochen. Die Wirkung davon zielt auf den Körper und lässt die Tanzenden diesen unmittelbar wahrnehmen. Zwar wurde der Impuls des Beats gestoppt, aber nicht der der Beine. Innere Anspannung baut sich auf, die sich beim Wiedereinsetzen des Beats äußerlich und innerlich entlädt.

Unter die Haut gehende Berührungen finden noch auf affektiver, emotionaler und sozialer Ebene statt, da das Tanzen ein kommunikativer Akt ist. Während des Tanzens treffen Blicke aufeinander.

der, es wird gelächelt und die Freude des Gegenübers berührt den Menschen affektiv (Bonz 2008). Es besteht ein reziprokes Verhältnis der Beteiligten untereinander, in dem sich diese mit der Äußerung ihrer Freude gegenseitig anstecken. Dieses Körper-Erleben ist signifikant für die Ästhetik von Techno, da die Körper durch die affektiven, geistigen, sinnlich-körperlichen und sozialen Erfahrungen moduliert werden (können).

Das Erleben von Stimmungen und Körperbewegungen erfolgt durch das körperliche Erfassen der Musik, was maßgeblich auf ihre Lautstärke zurückzuführen ist. Die jeweiligen Frequenzbereiche wenden sich an verschiedene Wirkungszonen im Körper, was den Tanz unterschiedlich stimuliert. Techno ist „Sonic Dominance“ (Henriques 2011) und wird in hoher Lautstärke von Lautsprecheranlagen wiedergegeben, welche die Taktilität der Musik mitbedingen. Technologien haben einen signifikanten Anteil an der Wirkung von Techno, die den Körper adressiert. Der Stil steht damit in der Tradition taktiler Musikgenres wie Dub und Disco⁷⁵. In Konsequenz ist Techno mehrheitlich eine Bass Culture (Marshall 2014) und neben anderen Arten à la Jungle, Drum'n'Bass, Hardcore Techno oder Dubstep steht. Gemeinsam ist diesen basszentrierten Stilen, dass sie auf das Spüren von Vibrationen setzen. Dadurch haben sie „a more explicitly material aim, being designed to modulate flesh and space“ (Jasen 2016, S. 152). Die Stellung des Basses seit Disco ist auf drei Technologien zurückzuführen: Lautsprecheranlagen erzeugten spürbare (Sub-)Bässe, mittels Bass-Enhancer wurden die tiefen Frequenzen hervorgehoben und der Schnitt das damals neuen 12''-Formats sorgte für eine höhere Auflösung des Bassbereichs (Papenburg 2016, S. 202). Durch ihre spezifische viereckige Anordnung in den Clubs brachten die Lautsprecher der Discokultur auf auditive Weise eine neue Räumlichkeit hervor (Papenburg 2016, S. 203). Im Gegensatz zu Konzerten erreicht der Klang die Menschen nicht frontal, sondern aus allen Richtungen. Durch die technologischen Innovationen und der Anordnung der Lautsprecher schuf die Disco-Tanzfläche einen immersiven Wahrnehmungsraum (ebd.). Dieser ist multisensorisch und nutzt unterschiedliche Materialien zur Steigerung des sinnlichen Erlebens.

Die Aussage des vorherigen Abschnitts wird an dieser Stelle relativiert. Zwar ist Techno eine Musik, die in hoher Lautstärke gespielt wird und sich an den Körper richtet, aber nicht per se. Sie existiert auch als *Ohrenmusik*, die bei einer reinen Hörperspektive Techno laut Stefan Goldmann als „absolute Musik“ (2016, S. 165) erscheinen lässt. Diese besitzt eine andere Wertigkeit als die Körpermusik Techno. Als absolute Musik betrachtet, resultiert der Wert aus der musikalischen Struktur, der Idee, dem Material und dessen Bearbeitung, wie bei anderen Instrumentalmusiken. Bereits im Techno-Lexikon (Schäfer 1998 et al., S. 18) erscheint der Eintrag „Home-Listening-Techno“ für elektronische Tanzmusik, die zur Rezeption zuhause gedacht ist (vgl. Mathei 2012, S. 86).

Goldmann (2016, S. 164f.) kritisiert in diesem Zusammenhang die vermeintlich funktionale Bindung von Techno an einen Clubkontext. Dabei konzentriert er sich in seiner Kritik auf die Hörkontexte und die dazu genutzten Wiedergabemedien. Techno wird auch außerhalb des Clubs rezipiert und verzichtet auf die Prägnanz des Basses, welcher via Radio oder MP3-Player nicht seine viszerale Wirkung entfalten kann. Folglich ist der Stil im Privatgebrauch eher eine Treble Music (Marshall 2014). Menschen kommen durch MP3 und Social Media ohne den Besuch eines Clubs mit der Musik in Berührung (Goldmann 2016, S. 165). Dies bedeutet allerdings nicht, dass Techno in dieser Form keine Grooves oder Bewegungen auslöst.

⁷⁵ Disco und die jamaikanische Soundsystemkultur (vgl. Henriques 2011) griffen zwar auf ähnliche Materialien zurück, hinsichtlich ihrer Aufführungsorte unterscheiden sie sich aber. Während Disco in Clubs praktiziert wurde, fanden und finden Soundsystem-Clashes in der Regel im Freien statt. Techno steht mehr in der Tradition von Disco, da die Musik mehrheitlich in Clubs gespielt wird.

Neben der Kritik von Goldmann können noch zwei andere Phänomene angeführt werden, die den Status von Techno als reiner Tanzmusik zweifelhaft erscheinen lassen. Obwohl der Stil in den meisten Fällen tanzflächenorientiert produziert und in Singleform veröffentlicht wird, existieren daneben Alben, die eher für den Heimgebrauch gedacht sind. Diese enthalten zwar tanzbare Stücke, präsentieren jedoch abseits davon Stücke ohne Beat, experimentelle Musik oder Ambient-Tracks. Anstelle von Mixing-Areas finden eher atmosphärische Intros Verwendung, da die Stücke von ihrem clubfunktionalen Rahmen befreit wurden. Bei den Techno-Alben wird nicht ein sinnhafter Zusammenhang im Sinne eines Konzeptalbums verfolgt. Stattdessen wird das Prinzip des Erzeugens von Stimmungen und Atmosphären aus dem Club in das Wohnzimmer übertragen (Diaz-Bone 2010, S. 387). Die erzeugten Stimmungen weichen oftmals von der Euphorie oder Energie der Clubtracks ab und präsentieren stattdessen eine ruhige, melancholische und meditative Seite von Techno, wie bspw. das selbstbetitelt Album von Efdemin (2007) oder *Black Noise* (2010) von Pantha du Prince.

Auch testen Musiker, wie u. a. Wolfgang Voigt oder DJ Koze, mit ihren Veröffentlichungen und Labelaktivitäten immer wieder aufs Neue die Grenzen von Techno aus. Besonders bei Voigt tritt dabei der Clubfunktionsrahmen in den Hintergrund und das Material in den Vordergrund. Die Bewegung hin zu einer Hörmusik wird auch durch Remix- oder Crossoverprojekte zwischen Technoproduzent*innen und der Sphäre der Kunstmusik vorangetrieben, wie etwa in den Arbeiten von Carl Craig, Moritz von Oswald (2008) sowie deren Kollaborationen mit Francesco Tristano Schlimé⁷⁶. Die ästhetische Basis des konzertanten bzw. Techno als Ohrenmusik verortet Martha Brech nicht nur in den Maschinen, sondern auch europäischen Kunstmusiken des 20. Jahrhunderts, wie dem Futurismus, *Musique concrète*, elektronischen und elektroakustischen Musik (Brech 2016, S. 184ff.)⁷⁷. Dass die Arbeiten der Pioniere der elektronischen Musik einen Einfluss auf die Ästhetik von Techno und elektronischer (Tanz-)Musik gehabt haben, kann an diversen Beispielen festgestellt werden. Das Ambient-Konzept von Brian Eno überdauerte in unterschiedlichen Stilen, Techno eingeschlossen. Die Arbeit mit Samples kann als Fortführung der *Musique concrète* angesehen werden. Eine Verbindung zwischen diesem Stil und der elektronischen Tanzmusik wurde mit den Remixen (1995) von Pierre Henrys und Michel Colombiers *Psyché Rock* aus *Pour Le Temps Présent Et Musiques Concrètes Pour Maurice Béjart* (1967) hergestellt.

⁷⁶ Craig, Oswald und Tristano traten u. a. bei der Ruhrtriennale 2011 zusammen mit den Duisburger Philharmoniker auf.

⁷⁷ Zwar haben die angeführten Kunstmusikstile einen wichtigen Beitrag für Techno und elektronische Musik im Allgemeinen geleistet, allerdings sollte dabei nicht der Eindruck entstehen, dass die Prä-Historie von (artifiziellem) Techno exklusiv europäisch, männlich und weiß ist.

5.5 Partizipationsästhetik, Ästhetik des Sozialen und der Vibe

Tanz ist zentraler Teil der Partizipationsästhetik von Techno. In der House- und Technokultur ist er zum einen zunächst ein „Tanz um das eigene Selbst“ (Klein 1992, S. 263ff zitiert aus Klein 2001). Zum anderen bezieht sich der Tanz der einzelnen Person immer auf die anderen Tanzenden. Es kommt zur „Synchronizität von Selbst- und Gemeinschaftserfahrung“ (Klein 2001, S. 174). Die synchronisierten Bewegungen der Partizipierenden zu der Musik wirken affizierend (vgl. Trost 2014, S. 215). Mit der Intensität ihres Tanzens und anderen Entäußerungen treiben sich die Tanzenden gegenseitig und die DJs zu Höchstleistungen sowie wiederkehrenden Höhepunkten an. Das gemeinsame Zelebrieren und Produzieren der Party ist zentral für die Wirkung von Techno. Erst in der bewegten Partizipation erhält die Musik ihre Sinnhaftigkeit für die Rezipierenden (Klein 2001, S. 175). Tanz ist eine Form körperlichen Hörens (Schulze 2016), die alle Sinne betrifft. Vibrationen der Luft und des Bodens bringen Ohr, Haut und Organe zum Schwingen. Das zur Musik synchronisierte Licht, Bewegungen und Gesten der Anwesenden stützen den Hörprozess (vgl. Théberge 2016). Tanzbewegungen werden an die Basslines, Motive oder Melodien angepasst (Zeiner-Henriksen 2010; Burger/Toivainen 2020).

Die Ästhetik von Techno kann erst durch die Partizipationsästhetik zu ihrer vollen Entfaltung kommen und eine besondere Atmosphäre entstehen lassen. Partizipationsästhetik als ein In-der-Welt-sein bezeichnet die Wahrnehmung mit dem ganzen Körper während des Handelns und die körperlichen Erfahrungen, die aus sinnlichen sowie somatischen Eindrücken der Umwelt resultieren und die Wahrnehmenden affektiv berühren. Die Partizipationsästhetik waltet im gesamten Technofeld. Ohne sie könnte Techno nicht sein Verführungspotenzial nutzen bzw. seine Wertigkeit erhalten, unabhängig von der jeweiligen substilistischen Ausprägung oder Grad an Kommerzialisierung einer Veranstaltung.

Die besondere Atmosphäre, die aus der Aufführungs- und Partizipationsästhetik entspringt, findet in der Technokultur ihren Ausdruck in der Bezeichnung: Vibe. Nicht die Musiker*innen werden laut Thornton verehrt, sondern der Vibe, den DJs und Tanzende als Aufführende gemeinsam an einem Ort entstehen lassen (vgl. Thornton 1997, S. 29; Bonz 2008, S. 32f.). Der Vibe beinhaltet die gemeinschaftsstiftende, körperliche als auch geistige Wirkung des Moments, in der sich die eigene Perspektive verschieben kann (Schwanhäußer 2010, S. 120). In den Momenten entstehen „immer wieder produktive Irritationen und Verschiebungen, die den eigenen festen Standpunkt ins Wanken bringen und *weich* machen für unerwartete Begegnungen, auch und gerade mit dem sozialen unten“ (ebd., S. 313). Sie enthalten daher das Potenzial zur Erfahrung. Die kollektiven Stimmungen an den Orten der Technokultur erschaffen den Vibe, der die Anwesenden mitreißt. Dieser erscheint als eine Form kollektiver Energie zwischen DJs, Tanzenden und dem gestalteten Ort. Nur in der Interaktion beider Akteursgruppen im Rahmen der Veranstaltung entspringt der Vibe. Die Atmosphäre eines Orts ist mitentscheidend für die individuelle sowie kollektiven Stimmungen und Bewertungen. Sie ist dabei das Resultat aus dem Zusammenspiel von Menschen, Objekten und Umwelt. Der Vibe zeigt sich daher für die Authentifizierung innerhalb von Clubkulturen verantwortlich (Thornton 1997, S. 65).

Der Vibe wird noch durch andere Faktoren in seinem Ergebnis geprägt. Atmosphären als „räumliche Träger von Stimmungen“ (Böhme 2017, S. 29), sind „ein aus Temperaturen, Gerüchen, Geräuschen, Sichtbarkeiten, Gesten und Symbolen bestehendes Erscheinen einer Situation, das die, die sich in der Situation befinden, auf die eine oder andere Weise berührt und betrifft“ (Seel 2003, S. 153). In Konsequenz setzt sich der Vibe aus dem Einbringen, Partizipieren, Entäußern,

dem Set als Atmosphären- bzw. Intensitätsreise sowie der räumlichen Atmosphäre und Atmosphärenproduktion zusammen.

Eine Clubnacht bietet ein polysinnliches ästhetisches Erlebnis. Während der Schall in den Körper eindringt, berühren das Licht und die Visuals der VJs die Netzhaut (vgl. Scheel 2005; Mathei 2010; Klotz 2012). Licht ist ein Mittel der Atmosphärenproduktion, welches sowohl eine zentrale als auch zuarbeitende Rolle einnehmen kann (Böhme 2017, S. 139). In der Clubkultur erscheint sie in beiden Varianten, allerdings häufiger in der zweiten. Dabei setzen manche Clubs seit der Disco-Ära auf außergewöhnliche Lichtanlagen mit vielfältigen Möglichkeiten der Illumination (vgl. Lawrence 2003, S. 186). Eine prominentere Rolle nimmt die Helligkeit bei Outdoor-Veranstaltungen, die tagsüber stattfinden, ein. Ähnliches gilt für Momente, in denen die Rollladen für einen kurzen Zeitraum hochgefahren werden und Tageslicht den Club erhellt, bis er kurz darauf wieder verdunkelt wird.

„Auch das Dunkle ist wie das Helle ein Zustand des Raumes. Dunkelheit wie Helligkeit werde in unserem Befinden gespürt, das heißt in der Weise, wie wir unsere eigene Anwesenheit erfahren. Sie sind keineswegs etwas, das nur den Sinn des Auges betrifft. Vielmehr modifizieren sie unser Empfinden in Bezug auf Enge und Weite im leiblichen Spüren, in Bedrücktheit oder freudigem Sichausleben, also im emotionalen Haushalt.“ (Böhme 2017, S. 137)

Dunkelheit und Helligkeit finden als Mittel der Atmosphärenproduktion im Einsatz der Lichter und insbesondere beim Stroboskop Verwendung. Das Aufhellen der farblichen Lichter kann mit Lücken aus Dunkelheit versehen werden. Diese Wirkung ist beim Stroboskop noch intensiver und lässt die Bewegungen der Tanzenden in Zeitlupe erscheinen.

VJing wurde zu einem weiteren Bestandteil der Materialien der Clubs. VJs tragen mit ihrer eigenen Atmosphärenproduktion zu der des Clubs bei. Dabei unterscheiden sich die zugrundeliegenden Materialien, die andere visuelle Atmosphären erzeugen. VJs können für ihre Bildkompositionen auf selbstgenerierte Videos, Animationen, Found Footage, Grafiken, Samples aus Film und TV, Fotografien, Videofeeds oder Rauschen zurückgreifen (Scheel 2005). Die bewegten Bilder erstrahlen auf Leinwänden, Beton oder den Blättern von Bäumen. Das VJing erweitert das Set um eine visuelle Komponente, die dazu synchron oder kontrapunktisch verlaufen kann. Orte bieten auch ein olfaktorisches Erleben, bei dem sich die Gerüche der räumlichen Umgebung mit dem Geruch von Schweiß, Parfüm, Kunstnebel, Alkohol, Räucherstäbchen, Zigaretten und Marihuana vermischen.

Je nach Feldabschnitt unterscheidet sich der Vibe. Dies ist einerseits den jeweiligen Orten und Veranstaltungen geschuldet, andererseits auf abweichende Partizipationsästhetiken und -grade zurückzuführen. Die besonders intensive Form der Partizipation, die über die Tanzfläche hinausreicht, wird als „Spirit“ bezeichnet. Im Englischen bezeichnet dies unter anderem Seele oder Geist und kann in diesem Zusammenhang als Korpsgeist gedeutet werden, in dem sich die Sonic Bodies durch ihr Einbringen einfügen. Nicht jede Handlung dient dem Spirit oder ist von diesem geleitet. Der Begriff hat daher eine distinktive Dimension. Das Einbringen in diesen präsentiert sich oftmals in Form von DIY-Praktiken. Der Begriff dient, „profane Tätigkeiten zu nobilitieren“ (Schwanhäuber 2010, S. 50), wie etwa Thekenschichten, Kasse oder Garderobe. Spirit herrscht laut Schwanhäuber bei Veranstaltungen vor, „bei denen die Tatsache der Zusammenkunft und das festliche Miteinander im Zentrum stehen“ (ebd., S. 48). Kommerzielle Veranstaltungen, bei denen eine reine Konsumhaltung bestimmend ist, haben keinen Spirit. Der Begriff wirkt inkludierend. Die Trennung zwischen Produzierenden und Rezipierenden wird durch diesen noch deutli-

cher aufgehoben, als es ohnehin bei der Technokultur der Fall ist. Alle Beteiligten sind gleichermaßen Produzent*innen, bringen sich auf ihre Weise in das kollektive Engagement ein und ziehen ihren Teil heraus (vgl. Vogt 2005, S. 141ff.). Das Machen-Wollen als Ausdruck des Spirits ist zentral für die Entstehung des speziellen Vibes in gewissen Bereichen der Technokultur (Schwanhäußer 2010, S. 49).

Der Spirit prägt die Ästhetik des Sozialen vor allem im unteren Abschnitt des Technofelds. Ästhetik des Sozialen bezieht sich auf die Erscheinung der Technokultur, Gemeinschaften oder Kollektive. Verantwortlich zeigt sich hierfür das „Audiosoziale“ (Eshun 1999, S. 220) der Technokultur. Diese ist an eine eigene Wissensordnung gebunden, die nicht nur spezifische Bedeutungen, Materialien und Zeichen hervorbringt, sondern auch handlungsleitend ist. Doch nur wer sich auf die Musik, Menschen, Räume und die Partizipationsästhetik einlässt, erfährt das Audiosoziale, erhält Einzug in die Technokultur, adaptiert die Handlungsweisen, den Habitus und geht in der Gemeinschaftlichkeit von Techno auf.

Dies gilt auch im Kleinen. Die Technokultur setzt sich durch unterschiedliche Gemeinschaften zusammen, die von Freunden über Cliquen, Netzwerke bis hin zu lokalen Szenen einer Stadt reichen. Diese verfügen über eine gemeinsame Basis aufgrund des Audiosozialen, unterscheiden sich aber in ästhetischer, habitueller und handlungspraktischer Sicht, was die Folge divergierender Werthaltungen ist. Während einige Gemeinschaften einen alternativkulturellen, eigensinnigen Lebensstil verfolgen, orientieren sich andere musikalisch an populären Formen des oberen Feldabschnitts und dem dort vorherrschenden Habitus. In beiden Fällen färbt dies auf die jeweiligen Partys ab. Diese und ihr Vibe werden daher durch die Ästhetik des Sozialen gerahmt. Das Zusammensein mit vertrauten Personen und gemeinsame Erleben ist für die Erzeugung der Partizipationsästhetik als auch Kollektivitäten von Techno von Signifikanz.

Spirit als spezifische Form der Partizipation und die Ästhetik(en) des Sozialen haben Einfluss auf den Vibe. Dieser erscheint daher in unterschiedlichen Formen. Diese sind Produkt der Orte und Veranstaltungen, an denen die Sonic Bodies zusammenkommen, ihrer jeweiligen Partizipationsästhetik nach- und in ihrer Ästhetik des Sozialen aufgehen. Orte besitzen unterschiedliche Atmosphären, Arten der Atmosphärenproduktion und Ästhetiken.

5.5.1 Orte, Atmosphären und Ästhetiken

Eine Techno-Party ist ein Ritual, welches aus einer Abfolge zahlreicher Handlungen besteht. Die regelmäßige Reproduktion der Rituale ist konstituierend für die Existenz der Technokultur und ihrer lokalen Szenen. Zur Durchführung benötigen die Sonic Bodies der Technokultur gewisse Orte der Zusammenkunft. Dabei sind diese durch unterschiedliche klangtechnologische als auch gestalterische Aspekte charakterisiert. In ihnen kommen divergierende Sound- und Lichtenlagen, Visuals, oder Nebel anderweitig zum Einsatz. DJs legen andere Tracks auf und kreieren andere Reisen oder Abfahrten.

Orte unterscheiden sich in ihren jeweiligen Qualitäten. Auch tanzen, kleiden und entäußern sich die Sonic Bodies je nach Ort anders. Das Zusammenspiel von Tanz, Musik, Atmosphärenproduktion wirkt sich direkt auf den Körper aus. Einige Orte wurden bewusst mit der Absicht konstruiert, Körper zu erschüttern und sonische Kollektivität in Bewegung zu versetzen (vgl. Jasen 2016, S. 150). Andere, wie bspw. Tunnel, werden wegen ihrer akustischen Eigenschaften zweckentfremdet. Orte werden wegen ihrer atmosphärischen oder praktischen Qualitäten ausgewählt: Sie

können idyllisch gelegen oder gut erreichbar sein. Demgemäß verfügen sie neben sonischen noch über divergierende räumliche, visuelle, olfaktorische Eigenschaften (Abbildung 14).

Die Orte, an denen Partys veranstaltet werden, erscheinen in der Technokultur in verschiedenen Formen. Sie finden innerhalb und außerhalb geschlossener Räume statt. Sie unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Größe, Regelmäßigkeit und Beständigkeit. Als Orte dienen der Technokultur Clubs, Diskotheken, Industrie-, Messe- oder Veranstaltungshallen, der öffentliche Raum, die Natur, Festivalareale, Bars oder Autohäuser. Die jeweiligen Orte divergieren sowohl hinsichtlich ihrer Atmosphären als Atmosphären-Produktion. Den Veranstaltungen liegen andere Motivationen seitens der Betreiber und Organisierenden zugrunde, was Folgen für die Atmosphäre, Musikauswahl und Partizipationsästhetik hat. Während einige Gewinn erwirtschaften wollen und eher bereit sind ihre Veranstaltungen mit Werbung oder Promotionaktionen zu versehen, ist für andere der gemeinsame Spirit aller Anwesenden der Antrieb für die Party.

Die Motivation der Organisator*innen fällt mit den spezifischen Erlebnissrationalitäten der Partizipierenden zusammen, die auf der einen Seite nur Spaß haben, Tanzen oder Ausgehen wollen, auf der anderen Seite nach der Musik und dem Vibe streben, der nach ihrem Spirit verlangt. Die divergierenden Erlebnissrationalitäten treffen auf entsprechende Angebote der Verführung und produzieren in Folge unterschiedliche Arten an Gemeinschaftlichkeit.

Verführung ermöglicht einen „Außenzugriff“, der die Musik und Veranstaltungen nach einem Abwägungsprozess mit der inneren Haltung zu einem Erlebnis aufwerten kann (Kühn 2017, S. 173)⁷⁸. Dies ist abhängig vom Vibe und der Relation der Sonic Bodies dazu. Dabei wird die Verführungskraft auch durch die soziale Segmentierung der Technokultur beeinflusst. Mit Verweis auf Arbeiten zur alltagsästhetischen Segmentierung der Technokultur (vgl. Thornton 1997; Böse 2005; Otte 2007a, 2007b, 2008b, 2015; Hoffmann 2016) kann diese in unterschiedliche Milieus unterteilt werden, die sich teils distinktiv gegenüberstehen (Kühn 2017, S. 217). Dies hat eine segmentierte Produktion und Konsumtion von Erlebnisgütern zur Folge, „die durch die ästhetischen Orientierungen und sozialen Hintergründe der Akteure geprägt sind“ (Kühn 2017, S. 193). Es existieren demnach unterschiedliche Verführungskräfte für Techno und dessen Veranstaltungen. Daher sind die divergierenden Atmosphären bzw. Vibes eine Folge segmentierter Partizipationsästhetiken, die einerseits auf anderen Formen von Körperlichkeit oder Körperinszenierungen andererseits Musikpräferenzen basieren. In Konsequenz erscheinen die verschiedenen Vibes als spezifische Timbres von Veranstaltungen und Milieus.

5.5.1.1 Clubs

Clubs sind über die gesamte Republik verteilt, aber meist in Großstädten verortet, wie etwa Airport in Würzburg, Goethebunker und Hotel Shanghai in Essen, Odonien in Köln oder Kassablanca in Jena. Insbesondere Berlin verfügt mit Berghain, Tresor, Jonny Knüppel, Kater Blau, Watergate, Weekend oder KitKat Club über Clubs, von denen eine hohe Strahlkraft für die Technokultur ausgeht. Auf der anderen Seite sind für die Technokultur auch kurzlebige Clubs und temporäre Veranstaltungsorte typisch. Die kurze Lebensdauer kann auf unterschiedliche Gründe zurückgeführt werden. Einige Clubs müssen aufgrund der finanziellen Situation schließen oder werden von Ämtern geschlossen. Betreiberwechsel ziehen oftmals Umbauten von Clubs und Umbenennungen nach sich. Organisator*innen können sich zerstreiten, den Spaß an der Sache verlieren,

⁷⁸ Jan-Michael Kühn verschränkt hierbei Gerhard Schulzes „Erlebnissrationalität“ mit Ronald Hitzlers Konzept von Verführung (2000).

als auch durch persönliche, familiäre oder berufliche Gründe gezwungen werden, ihr Engagement einzustellen. Ein prominentes Beispiel hierfür stellt die Bar25 dar, die nach ein paar kurzen und ruhmreichen Jahren geschlossen wurde.

Clubs erscheinen in diversen Raumarten und Orten. Oftmals befinden sie sich unter der Erde. Sie können oberirdisch mit Fenstern und einem Außenbereich als auch in Häusern bzw. Hochhäusern mit Fenstern und Aussicht verortet sein. Ihre Ästhetik reicht von „gritty“ bis „hip“ (Zukin 2010). Clubs können psychedelisch gestaltet sein (Abbildung 12). Innengestaltungen der Clubs reichen von Improvisation bis Perfektion. Dabei reproduziert die Technokultur zwei Clubkonzepte der Disco-Ära. Auf der einen Seite existieren Clubs und Partys, die in der Tradition von David Mancusos Loft stehen und auf eine verspielte Raumästhetik setzen. Auf der anderen Seite orientieren sich Clubs an der Noblesse eines Studio 54 mit entsprechender Dekoration, ausgefeilter Lichanlage und rotem Teppich mit Absperrungen. Das Fassungsvermögen schwankt zwischen ca. hundert bis 1.500 Gästen. Gemäß der jeweiligen Erlebnisorientierung bevorzugen Menschen Veranstaltungsorte, die eher Intimität oder ein Spektakel versprechen (Behr et al. 2014, S. 8)⁷⁹.

Clubs unterscheiden sich hinsichtlich des Bildungsgrads ihres Publikums, was Folgen für die Atmosphären hat. Während etwa Clubs mit höher gebildetem Publikum aufgrund der Gäste offener für unbekannte Musik sind, orientieren sich solche mit Publikum niedriger oder mittlerer Bildung stärker an Bekanntem. Wiederum herrschen in den jeweiligen Clubs andere Körperlichkeiten und Inszenierungen der Körper vor (vgl. Otte 2007a). Manche Clubs setzen gezielt Helligkeit ein, damit sich die Tanzenden besser inszenieren können, während andere auf Dunkelheit vertrauen.

Die Atmosphärenproduktion basiert in erster Linie auf den kleineren Räumen, die ein engeres Beisammensein und dadurch eine schnellere, direktere Wirkung des Entäußerns auf andere und den Raum ermöglichen. Das Geschrei wird von den Wänden reflektiert und füllt den Raum schneller. Gleiches gilt für Lichttechnik, Visuals und vor allem Kunstnebel, die ebenfalls die Atmosphäre des Raums prägen und dynamisieren. Gleichzeitig ist die Interaktion zwischen Tanzenden und DJs direkter, intensiver und oft auf Augenhöhe oder leicht erhöht. Zuletzt lebt die Atmosphärenproduktion von der Tatsache, dass alle Anwesenden an einem Strang ziehen und wegen des Tanzens als auch der Musik erscheinen. DJs, Veranstaltende und Tanzende ziehen für sich etwas aus der Situation heraus und gestalten diese durch ihr Auflegen, Entäußern und Reziprozität aktiv mit. In Clubs herrscht dementsprechend eine *Ästhetik des anonymen oder vertrauten Familiären* vor, die sich aus der *Partizipationsästhetik des Allein-Miteinanders* speist. Je nach Helligkeit erscheint diese als ein *Verschwinden in oder Inszenieren für die Familie*. Je heller ein Club ist, umso eher ist dieser kommerzieller orientiert, vice versa.

⁷⁹ Behr et al. (2014) hatten mit der Edinburgh Queen's Hall zwar eine Konzerthalle als Forschungsgegenstand, ihre Resultate können aber für House und Techno angenommen werden, da sich ihre Untersuchung über mehrere Genres spannte.



Abbildung 12: Psychedelische Atmosphäre Club (Rechteinhaber: Janwillem Huda)

5.5.1.2 Diskotheken

Eine Möglichkeit des Zugangs zu Techno sind Großraumdiskotheken, vor allem in der Peripherie von Ballungsgebieten und in ländlichen Regionen. Diese praktizieren im Vergleich zu den szenorientierten Clubs einerseits einen anderen Umgang mit der Technoclubkultur, andererseits sprechen diese eher ein jüngeres Publikum an und/oder eines mit eher mittlerer Bildung. Sie sind Orte für Schüler, Auszubildende und Menschen auf der Partnersuche (Otte 2007b). Besonders der letzt erwähnte Aspekt ist von Bedeutung für die Atmosphäre und Partizipationsästhetik in Diskotheken, in der das Körperkapital und die Inszenierung des Körpers wichtig sind (Otte 2009, S. 228). Es besteht aufgrund der größeren Relevanz von Flirten und Partnersuche mehr die Gefahr von Konkurrenzdenken sowie Konflikten unter den Gästen.

Diskotheken bestehen in der Regel aus mehreren Räumen mit musikalischen Schwerpunkten. Während im großen Raum aktuelle, tanzbare Musik sowie die Hits der letzten Jahrzehnte präsentiert werden, orientieren sich die anderen Räume an Genres wie ETM, Hip-Hop, Rock oder Schlager, die ebenfalls auf Bekanntes vertrauen. Zwischen den Räumen bewegen sich die Gäste zum Teil hin und her, sodass die Menge tendenziell in Bewegung bleibt. Das breite Musikangebot zieht ein Publikum an, das sich aus unterschiedlichen Geschmäckern und Lebensstilen zusammensetzt. Davon stehen sich einige konfrontativ gegenüber wie etwa Rock auf der einen Seite und Pop, ETM oder Schlager auf der anderen. Es herrscht aufgrund des Fassungsvermögens und Größe von Diskotheken eine Atmosphäre der Anonymität vor. Die Atmosphärenproduktion wird durch die Größe der Räume beeinflusst, die nach mehr Lichttechnik und anderen Gestaltungselementen verlangen. Diskos sind in der Regel heller als Clubs und bieten mehr die Möglichkeit zur Selbstpräsentation. Die Größe setzt auch ein stärkeres Entäußern der Tanzenden voraus, um den Raum einnehmen zu können. Es ist somit im großen Raum eher möglich, in der Clique für Resonanz als im Raum zu sorgen. Interaktion zwischen DJs und Publikum ist teilweise schwierig, da sich diese in separaten, nicht zugänglichen Logen oder über den Leuten befinden.

Abseits der Musik präsentieren Diskotheken noch ein Rahmenprogramm. Manche offerieren den Gästen ein kostenloses Buffet oder die Möglichkeit, in einem Restaurant etwas zu essen. Sie können einen Kinosaal enthalten. Viele dieser Veranstaltungsorte setzen auf Mottopartys, die saisonal geprägt sein können, wie Halloween- oder Weihnachtspartys (vgl. Otte 2007a, S. 172).

In Diskotheken herrscht eher eine *Ästhetik der Cliques*. Im Gegensatz zu dem Allein-Miteinander der Clubs tendiert die *Partizipationsästhetik zu einem Alleine-für sich und ggf. Gegen-Andere*. Dies ist einerseits Folge des Erlebnissrationalitäten der Gäste und des Erlebnisangebots, andererseits der Größe der Räume sowie Atmosphärenproduktion geschuldet.

5.5.1.3 Raves und Festivals

Abseits von Orten mit regelmäßigem Programm wird Techno bei den einmal pro Jahr stattfindenden Indoor-Raves und Outdoor-Festivals präsentiert. Davon haben sich einige zu festen Institutionen entwickelt. So zählt etwa die Mayday in den Dortmunder Westfalenhallen zu den größten Tanzveranstaltungen in einem geschlossenen Raum und hat eine mehr als 25jährige Historie. Auf Seiten der Festivals gibt es ebenfalls einige, wie bspw. Fusion, Nature One oder Sonne-MondSterne, die seit mehr als 20 Jahren existieren.

War Rave in der Anfangsphase von Techno die Bezeichnung für nahezu alle Veranstaltungen, bei denen zu elektronischer Musik getanzt wurde, so beschreibt diese in der Gegenwart meist Veranstaltungen in großen Hallen (vgl. Lange 2012). Besonders in den 90er Jahren waren solche Partys im Ruhrgebiet nahezu allgegenwärtig (vgl. Lindner/Seifert 1997; Jerrentrupp 1999). Raves bieten einen Ausflug vom Szenealltag (vgl. Kirschner et al. 2014, S. 102). Damals wie heute setzen sie in ihrer Atmosphärenproduktion auf Superlative. Sonische Dominanz paart sich mit visueller und der Größe der Orte. Die Leistung der Soundanlage lässt die Körper intensiver als im Club vibrieren. Lichteffekte und Visuals tauchen die Hallen in ein Farbenmeer. Daneben können die Räume mit aufwendigen Dekorationen versehen werden.

Festivals haben im Laufe der Zeit in der Technokultur einen festen Platz erhalten und sind für viele Sonic Bodies ein zentrales Ereignis ihres Sommers. House und Techno erschallen auf Festivals sowohl für elektronische Tanzmusik als auch auf Festivals mit gemischtem Programm. Solche Veranstaltungen unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Größe sowie Veranstaltenden. Auf der einen Seite ist der Festivalmarkt stark monopolisiert, sodass viele Festivals von einem der zwei marktbeherrschenden Konglomerate organisiert werden. Auf der anderen Seite existieren Varianten, die von Vereinen oder unabhängigen Veranstalter-Collectives umgesetzt werden.

In Konsequenz changieren die Atmosphären von Festivals zwischen mehreren Extremen: Sie können 10.000 oder 200.000 Gäste umfassen, die natürlichen Gegebenheiten wie Wälder und Seen nutzen oder künstliche Städte errichten, per DIY oder professionell gestaltet sein als auch sozialstrukturell andere Publika ansprechen (Köhler 2014; Otte 2015). Unterschiedlichen Veranstaltenden stehen ebenfalls andere Mittel der Atmosphärenproduktion zur Verfügung (vgl. Kapitel Sonische Transitionen).

Festivals machen die Zeit erlebbarer. Während sich die Tanzenden im Club vor dem Außen wegschließen, erleben sie draußen den Wechsel von Tageszeiten mit ihren unterschiedlichen atmosphärischen Qualitäten (vgl. Salter 2014). Zeitliche Dynamiken und die Natur werden sinnlich wahrgenommen: die Hitze am Mittag, die Kälte in der Nacht, die Luftfeuchtigkeit am Morgen

Bei Raves und Festivals waltet aufgrund ihrer Größe eine *Ästhetik der großen Familie*, die das Familiäre der Clubs in eine andere Größenordnung übersetzt. Trotzdem ist auch hier die *Partizipationsästhetik des Allein-Miteinanders* gegeben, da die Anwesenden wie im Club wegen des Feierns bzw. der Musik und dem Tanz erscheinen.

5.5.1.4 Open Airs und unangemeldete bzw. illegale Partys

Es zählt zu den Praktiken der Technokultur, Orte temporär zu übernehmen. Hiervon haben insbesondere die englischen Raves und die erste Technogeneration Berlins massiv Gebrauch gemacht, indem die Akteur*innen Partys an unterschiedlichsten Orten durchführten, ohne dies überhaupt oder korrekt anzumelden (vgl. Kapitel Sonische Städte). Solche Praktiken waren und sind auch in anderen Städten vorzufinden (vgl. Bonz 2008, S. 41).

Eine Ausprägung temporärer Veranstaltungen, die zwischen Legalität und Illegalität changieren, sind Open Airs (Lange 2012; Busse 2014). Gemeinsam ist beiden Varianten, dass sie sowohl ein saisonales Phänomen als auch wetterabhängig sind. Open Airs können bei den entsprechenden Ämtern der jeweiligen Stadt angemeldet und an verschiedenen öffentlichen Orten inner- oder außerhalb der Stadt für einen gewissen Zeitraum durchgeführt werden (Lange 2012). Einige Städte dulden sog. Spontan Open Airs, die kein langwieriges Anmelden benötigen. Handelt es sich um ein angemeldetes Open Air, dann finden diese meist zwischen mittags bis zum Einbruch der Dunkelheit bzw. 22 Uhr statt. Unangemeldete können durchaus bis zum nächsten Nachmittag dauern, wenn sie nicht vorher entdeckt und beendet werden. Hierbei verschlägt es die Sonic Bodies in Parks, Wälder, Wiesen, Steinbrüche, Tunnel oder Flussauen. Die natürlichen Atmosphären und ihre Veränderung mit der Zeit prägen die Ästhetik von Open Airs und illegalen Partys. Nicht angemeldete Partys werden auch in der Stadt durchgeführt. Diese sind dann entweder gut versteckt, wie in Kellern, oder suchen konfrontativ den öffentlichen Raum, wie etwa Schalterhallen von Banken oder U-Bahn-Verteilertunnel, auf, um bspw. auf den Mangel an Freiraum hinzuweisen.

Einige Organisator*innen solcher Veranstaltungen verfolgen spezifische Ziele, wie Schwanhäüßer (2010) anhand von Berliner Underground-Kollektiven aufzeigt. Diese streben mit ihren Veranstaltungen nach einer Communitas und Ästhetisierung der Umwelt sowie des Alltags. Diese Praktiken sind das Produkt eines speziellen subkulturellen Lebensstils eines Feldabschnitts mit spezifischen Werten. Der Moment als Ort und Ereignis der Party ist mit dem Lebensstil der Akteure verwoben und verleiht diesem seinen Sinn (Schwanhäüßer 2010, S. 235). Das Ziel ist eine alternative Kultur, die nicht auf einer strikten Abgrenzung zwischen Szene und Mehrheitsgesellschaft basiert, sondern den Akteur*innen die Wahl lässt, selbstbestimmt zwischen diesen Bereichen zu changieren. Sie wollen aktive Gestalter*innen ihres Lebens sein und bleiben. Dabei wird die Improvisation „zu einem Gestaltungsprinzip des gesamten Lebensstils“ (ebd., S. 250). Partys erscheinen laut Schwanhäüßer als „temporäre autonome Zonen“ von Hakim Bey (1994). Diese freien Enklaven sind temporär wie ein Aufstand, offen und utopisch. Sie folgen einer Taktik des Verschwindens. In Erweiterung und Anlehnung an Uri Gordon (2009, S. 271) kann argumentiert werden, dass die Sonic Bodies in diesen Zonen eine Gesellschaft beschließen, in der sie zu leben wünschten. Daher reicht die Wertigkeit solcher Partys für manche über den temporären Spaß hinaus.

Die Atmosphäre eines Ortes ist für die Entscheidung zur Besetzung oder Nutzung eines Raumes durch Kollektive von Bedeutung (Schwanhäüßer 2010, S. 135). Orte erscheinen als Affordanzen,

die zum Umwandeln in Plätze animieren können. Die Atmosphärenproduktion wird durch die Verortung im Natur- oder Stadtraum, den zeitlichen Verlauf und Improvisation geprägt. Je nach Lage besitzen die Orte unterschiedliche atmosphärische Eigenschaften, die etwa durch Licht in Szene gesetzt werden. Zur Umsetzung solcher Partys wird auf einfache Mittel zurückgegriffen. Die Technik inklusive Mischer, Plattenspieler und/oder CD-Player wird auf einem (Tapezier-)Tisch aufgebaut, der ggf. unter einem Pavillon steht (Abbildung 13). Die Boxen der Soundanlage sind links und rechts davon platziert. Open Airs beschallen aufgrund dieser Anordnung frontal und erzeugen keinen Klangraum wie in einem Club, bei dem die ganze Tanzfläche als Sweet Spot fungiert. Der Tanzplatz kann ggf. mit Dekorationen verziert sein und eine improvisierte Theke besitzen (Lange 2012). Die Herrichtung der Plätze erfolgt häufig in kollektiver Form genauso wie das anschließende Aufräumen. Der Sound von Open Airs oder illegalen Partys kann je nach Veranstaltenden in seinen Ausprägungen changieren und sich an (Sub-)Genres orientieren. Dennoch tendieren vor allem Veranstaltungen am Tage zu einem entspannten, leichten Sound, der, sobald die Sonne untergeht, an Intensität zulegen kann.

Ähnlich wie bei Clubs herrscht bei Open Airs eine *Ästhetik des Familiären* basierend auf der *Partizipationsästhetik des Allein-Miteinanders* vor. Diese wird durch die natürlichen und zeitlichen Atmosphären sowie Improvisation anders gerahmt. Die Ästhetik neigt bei der unangemeldeten Variante mehr zu einer der geheimen Gesellschaft, die ihre besondere Wirkung bzw. Spannung aus dem Reiz sowie Risiko zieht, erwischt zu werden. Sie ist gleichermaßen eine *Ästhetik des Verschwindens*: Sonic Bodies verschwinden im Natur- oder Stadtraum, die Party hat einen Zeitraum und hinterlässt im Idealfall keine Spuren. Beide Open Air-Varianten ermöglichen zuletzt durch die Modulierung der Alltagsästhetik, einen neuen Blick auf den Raum und dessen Inbesitznahme.



Abbildung 13: Atmosphäre Spontan Open Air (Bochum)

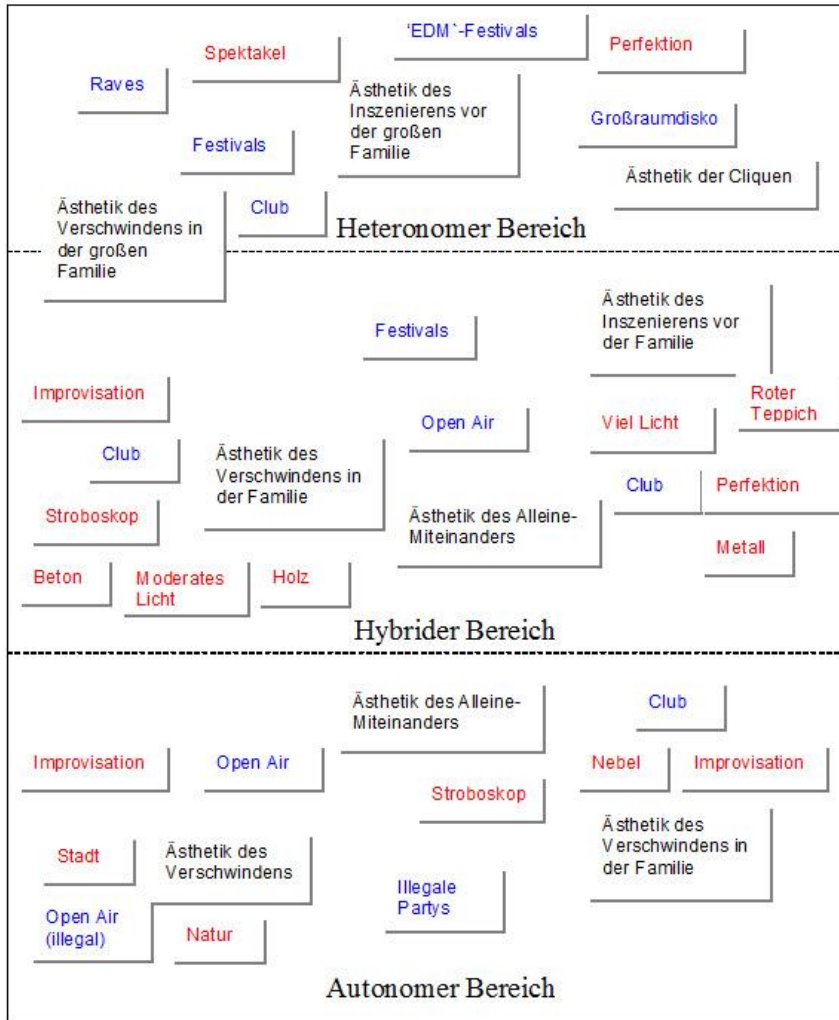


Abbildung 14: Orte und Ästhetiken im Technofeld

6 Werte der Technokultur

In diesem Kapitel werden die Erkenntnisse der beiden vorherigen Kapitel zusammengeführt und mit Ergebnissen der Empirie kontrastiert (vgl. Kapitel Sonische Körper). Das Ziel liegt darin, zentrale Werte der Technokultur aufzuzeigen, die sich gleichermaßen im Denken, Handeln, der Musik und anderen soziokulturellen Praktiken manifestieren.

6.1 Vorbemerkung

Bei der Technokultur kann also zunächst eine Übernahme von Werten der Schwulen- bzw. Discokultur festgestellt werden. Werte des Erlebens des Körpers, des Miteinanders, der Ausgelassenheit, des temporären Lösens von Identität und des Feierns sind direkt in die Technokultur übergegangen. Gleiches gilt für die Anonymisierung der Produzent*innen. In Bezug auf den musikalischen Wert hat Techno ebenfalls viel von Disco übernommen. Neben der Adaption des grundlegenden Rhythmusmusters steht Techno in einer Tradition der Conceptual Disco. Der Wert der Maschinen für die Klangerzeugung von Techno entspringt den europäischen Disco-Varianten, New Wave sowie deren Ahnen, wie etwa Kraftwerk.

Die Discokultur und Detroit Techno haben kulturelle Praktiken hervorgebracht, die innerhalb der späteren Technokultur als wertvoll erachtet wurden. Von besonderer Bedeutung ist hierbei deren Offenheit, die unterschiedliche Elemente integrierte und sich auch anderweitig als flexibel erwies. Andere übernommene Praktiken beziehen sich auf die Veranstaltungen. Dies zeigte sich zum einen an der Wahl der Veranstaltungsorte, die meist abseits etablierter Clubs stattfanden, zum anderen im Weiterziehen von Szenen nach der Schließung von Orten.

Hinsichtlich der ökonomischen Wertigkeit von Techno existierten anfangs große Unterschiede zwischen den USA und Europa. Dem Stil und der Kultur Techno wurde in Europa schneller ein finanzieller Wert durch die basale Kultur zugewiesen, was sich etwa an den großen kommerziellen Raves und dem Aufgriff des Stils durch die Major-Musikindustrie zeigt. Der finanzielle Wert führte alsbald zu Wertekonflikten in der europäischen und besonders deutschen Technoszene. Während eine Fraktion auf den Wert der Technokultur und Ästhetik bestand, bevorzugte die andere den des Geldes und machte Zugeständnisse auf Kosten der Ästhetik und Technokultur. Es kam durch den Einzug der Kommerzialität zu einem Zuwachs an Werten in der Technokultur. Dieser führte aber zu einer wertbezogenen Aufspaltung in der Technokultur, die entlang der Grenze zwischen Geld und Idealismus verläuft. Dabei treten die Vermehrung und Aufspaltung auch in den Akteur*innen zutage. Auf diese Weise sind Konflikte auf individueller sowie sozialer Ebene unvermeidbar.

Andere Wertekonflikte innerhalb der Technokultur waren musikalischer Natur. Während einige immer schnellere und härtere Stücke auf den Tanzflächen hören wollten, präferierten andere langsamere, melodischere Tracks. Folgen dieser Wertekonflikte führten zu der Aufspaltung der Technoszene in den 90er Jahren. Die Vermehrung an Subgenres im weiteren Verlauf ist Ausdruck unterschiedlicher Wertpräferenzen.

Es traten aber noch weitere Wertekonflikte zwischen der basalen Kultur und der Technokultur auf. Techno bot einerseits einen neuen Spielraum, der sich gleichermaßen neue lokale Räume erschloss. Diese wurden besonders im Zusammenhang mit Raves häufig auf illegale Weise zu-

gänglich gemacht, was in England, Frankreich und USA durch Gesetze reguliert bzw. verboten wurden. Die Vermehrung von Spielräumen geht laut Andreas Sommer mit der Zunahme von Einschränkungen einher (Sommer 2016, S. 61f.). Je nach Land und Stadt sah sich die Technokultur allerdings mit mehr oder weniger Regulierungen konfrontiert. In Berlin erfuhr sie eine besondere Duldung und auch Förderung. Dies ist auf den Wert der Technokultur für die basale Kultur Deutschlands zurückzuführen, der in erster Linie in einem Imagewandel bestand. Techno wurde zum ‚Sound der Wende‘ ausgerufen und sollte ein neues Deutschlandbild zeigen (Pasdzierny 2016). Daneben besitzt die Berliner Technoszene sowohl in Bezug auf die Anzahl an Clubs und Besucher*innen als auch die damit zusammenhängenden Tourismuszahlen ebenfalls einen finanziellen Wert für die Stadt. An dieser Stelle stellen sich folgende Fragen:

Was zeichnet Techno als Kultur nun aus? Und was sind die zentralen Werte dieser Kultur?

Techno hat mit Traditionen populärer Musik gebrochen und gewisse Ideologien sowie Wertmaßstäbe anderer populärer Musiken hinter sich gelassen. Das unideologische Gemeinschaftsgefühl der Technofans steht laut Peter Wicke in Kontrast zu dem des Rock (Wicke 1998a, S. 284). Techno zeichnet sich durch ein intensives sinnliches Erleben, einen geschärften Blick und einschließende Werte wie Toleranz, Offenheit, Humor und Wertschätzung aus (ebd., S. 286), die den distinktiven Praktiken im Rock gegenüberstehen.

Innerhalb der Technokultur walten verschiedene Werte, die sie mit anderen Musikkulturen teilt oder zumindest eine Variation davon darstellt. Dazu zählen die Werte der Ästhetik(en), der (habituellen) Gemeinschaftlichkeit, der Erlebnisrationalitäten und des Geldes. Produzierende und Partizipierende schöpfen Wert aus Spaß, Erlebnis oder Erfahrung. Sie konsekrieren die Fetische der Technokultur und die Technokultur selbst. Sie schöpfen Wert aus den divergierenden soziokulturellen Kapitalia. Abseits davon besitzt die Technokultur allerdings spezifische Werte, die sie von anderen Musikkulturen unterscheidet. Diese zeichnen sich dadurch aus, dass sie zum einen im gesamten Feld, zum anderen entlang der Wellenbänder des Soundings wirken:

- Offenheit und Miteinander
- Deterritorialisierung
- Modulieren
- Geben-Nehmen, Einbringen

Die Werte basieren auf Vorstellungen des anderen Lebens. Deterritorialisierung zeigt sich von der Veränderung des bestehenden Lebens gekennzeichnet. Wie das andere Leben aussieht und das bestehende verändert werden soll, ist abhängig von der Feldposition und sozialen Position. Die Vorstellung des anderen Lebens kann sich in sozialer sowie musikalisch-sonischer Gemeinschaftlichkeit oder in der Geldanhäufung realisieren.

6.2 Offenheit und Miteinander

Die Technokultur ist durch Offenheit und Miteinander auf den Wellenbändern des Körpers, des Materials und der Soziokultur charakterisiert. Techno ist postkoloniale Musik, die auf einem Miteinander von Techniken und Technologien unterschiedlicher Herkunft basiert. Die Wiederholung ist gleichermaßen Produkt einer schwarzen kulturellen Praxis (Snead 1990) und der verschiedenen Sequenzen amerikanischer sowie japanischer Hersteller. Das Geräuschhafte der Musik entspringt sowohl den Technologien als auch mehreren Traditionen elektronischer Musik Europas. Aufgrund des laut Christopher Cox „polymorph-perversen Wesens“ von elektronischer Musik kommt es zu einem Miteinander und einer Verbindung von Klängen verschiedenster Herkunft und Referenzsysteme (vgl. Cox 2003, S. 171f.). Hier zeigt sich die Offenheit des Materials, welches immer wieder Klänge von neuen Maschinen und aus anderen Musikkulturen integriert. Öffnung gegenüber der Technologie gehört zu den Grundlagen der Technokultur, deren Ästhetik maßgeblich auf Maschinen basiert. Neue Geräte und Emulationen kommen zu den Klassikern dazu. Gleichzeitig sind Klänge offen. Die Vielfalt an Ausprägungen von Techno ist auf die Offenheit des Stils zurückzuführen. Miteinander und Offenheit treten in den ‚Werken‘ zutage. Diese zeichnen sich dadurch aus, dass sie keine abgeschlossenen, auf Papier fixierten Werke sind. Stattdessen erhalten Tracks ihre Funktion und Vollständigkeit erst im Zusammenspiel mit Anderen im Set. Sie müssen so produziert werden, dass ein Mixen möglich ist, ergo dass sie offen sind. Sets setzen unterschiedliche Substile und Musiker*innen auf individuelle Weise miteinander in Relation. Es obliegt den DJs den Startpunkt für einen Mix individuell festzulegen. Auf diese Weise entsteht als Resultat des Miteinanders zweier Tracks die „dritte Platte“ (Butler 2012, S. 39), die unterschiedlich lang ‚geritten‘ wird. In Konsequenz sind Sets sowie die Partizipationsästhetik durch Miteinander und Offenheit gekennzeichnet.

Auch in der Produktion und Remix-Praxis erscheinen Offenheit und Miteinander. Das Original öffnet sich für Interpretationen und wird durch diese vervollständigt (Diaz-Bone 2010, S. 386). Zwar stellen Remixe wichtige Marketingwerkzeuge dar, sie sind aber auch Ausdruck von Anerkennung (ebd., S. 345). Musiker*innen remixen ihre eigenen Stücke, was die Offenheit der Werke unterstreicht. Ebenso ist das Schaffen der Produzent*innen ein offenes Werk, da sich viele nicht auf eine stilistische Ausprägung festlegen lassen und in mehreren Subgenres gleichzeitig aktiv sind (vgl. ebd., S. 346).

Körper öffnen sich gegenüber Anderen und Anderem. Offenheit und Miteinander der Körper lässt sich seit Disco und der weiteren Entwicklung der Clubkultur aufzeigen. Zuerst nahmen sich europäische Produzenten der schwarzen Discomusik an. Im Anschluss übernahmen schwarze Musiker Elemente dieser weißen Musik und machten etwas Eigenes daraus, das von Weißen aufgegriffen wurde. Die jeweiligen Körper öffneten sich für andere Materialien und erzeugten im Austausch ein transatlantisches musikalisches Miteinander.

Miteinander und Offenheit der Körper zeigen sich am Musicking. Es ist ein Merkmal der Technokultur, dass Produzierende mehrere Tätigkeiten ausüben. Diese Öffnung muss aber nicht gleichbedeutend mit einer Festlegung sein. Eine Ausprägung der Offenheit ist die gegenüber der Wirtschaft und dem Kommerz. In der Vergangenheit zeigte sich bereits, dass Geld eine größere Wertigkeit als der Technokultur zugewiesen werden kann. Infolgedessen wurde das Material unter heteronomen Gesichtspunkten angepasst, es öffnete sich gegenüber herkömmlichen Songstrukturen. Die Integration des Kommerzes durch die Körper und in die Materialien hat in gewissen Bereichen der Technokultur zu einem Wandel geführt.

Offenheit und Miteinander gelten auch für die Soziokultur. Auf der Tanzfläche treffen Partizipierende auf friedliche und respektvolle Weise aufeinander. Menschen öffnen sich gegenüber anderen, berühren diese affektiv und werden durch diese berührt. Gemeinsam erleben und erschaffen sie die Partizipationsästhetik. Dabei kommt es gleichzeitig zu einer Vermischung von Menschen unterschiedlicher sozialer, kultureller und lokaler Herkunft sowie sexueller Identität und Orientierung. Der Wert der Gemeinsamkeit hat in der Technokultur einen spezifischen Habitus hervorgebracht, der von Toleranz und gegenseitigem Respekt gekennzeichnet ist (vgl. Bonz 2008, S. 115). Die Soziokultur zeigt sich zuletzt auch gegenüber anderen Kulturen und Altersstrukturen offen. So ist es bspw. bei undergroundigen Partys oder Festivals keine Seltenheit, dass Menschen anwesend sind, deren Codes anderen Musikkulturen entspringen wie etwa Punk, Hippies oder Reggae. Hinsichtlich der Altersstruktur können die Veranstaltungen auch eine große Spannweite aufweisen.

6.3 Deterritorialisierung

Die Technokultur ist eine deterritorialisierende Kultur, in der die Körper, Materialien und die Soziokultur ihre eigenen Territorien verlassen. Auf Seiten des körperlichen Wellenbands tritt die Deterritorialisierung zuerst in der Affirmation der Körpermusik Techno in Erscheinung. Diese verlangt nach der Fähigkeit des Zeit- und Sound-Hörens. Der Zugang zu der Musik geht mit einer Deterritorialisierung einher, bei dem die Menschen aus ihrem ursprünglichen Musikgeschmacks-territorium heraustreten. Der erste Besuch in einem Club mit entsprechender Soundanlage kommt ebenfalls einer inneren Deterritorialisierung gleich, da die Wirkung des Schalls der Musik auf den Körper eine neue polysinnliche Erfahrung darstellt, die die Menschen vorher nicht erlebt haben.

Techno eroberte sich nach kurzer Zeit neue Räume. Mit dem Sprung über den Atlantik weitete sich die Technokultur räumlich aus. In Europa verließ sie schnell ihre angestammten Orte und wurde sichtbar. Techno erscheint in Reiseführern, Feuilleton oder Magazinen, die bspw. die Berliner Clublandschaft thematisieren. In der Vergangenheit waren Berichterstattungen von der Loveparade Bestandteil des Fernsehprogramms. Techno griff in andere Soziokulturen bzw. Musikkulturen ein. So war die britische Musik Rave das Ergebnis einer Verbindung aus Indie-Rock und Techno. Im weiteren Verlauf haben sich die Kultur und Musik Techno auch in andere Länder und Kontinente deterritorialisiert. Techno hat sein Territorium – die Clubs – in Richtung Felder, Hallen, Diskotheken, Autohäuser, Straßen, Wälder oder Kreuzfahrtschiffe verlassen. Die Musik deterritorialisierte sich von der Nische in die Charts und im Anschluss in andere Genres. Techno hat vielerorts musikalische Spuren hinterlassen. Bereits kurz nach dessen Erscheinen passte sich die massenorientierte Dance-Musik an den Stil an. Ausprägungen des Schlagers nutzen auch Materialien in ihrer Produktion, die der Technoästhetik und -kultur entstammen. Diverse Rockgenres zeigen sich ebenso von Techno beeinflusst. Zuletzt werden House- und Technotracks oftmals Fernsehreportagen unterlegt. Die Musik hat sich, meist in angepasster Form, neue Territorien erobert.

Durch das Eindringen in den öffentlichen Raum und der daraus resultierenden Berichterstattung konnte Techno ein großes Publikum erreichen und zum Teil für sich gewinnen. Die Deterritorialisierung der Soziokultur ist maßgeblich verantwortlich für den Status von Techno als eine Kultur der Unterschiede. Durch die Ausweitung in andere soziokulturelle Räume bezieht sie andere Menschen mit ein, die anderen Wertvorstellungen und Erlebnissrationalitäten folgen. Auf diese Weise erweitert sich die Kultur und bildet spezifische Felder aus, die sich teils diametral gegenüberstehen.

6.4 Modulieren

„Techno könnte eine der modernen Modulationen sein, was ich als ‚postmoderne‘ Modulation des Bataillschen Begriffs der ‚Verausgabung‘ bezeichnen würde. In diesem Sinne reaktiviert sie - im wahrsten Sinne des Wortes - den festlichen Aspekt, diesen Wunsch, sich im Anderen zu verliehen, sogar mit dem Anderen zu verschmelzen und offensichtlich auch diese festliche Kraft, die den individuellen Körper befleckt.“
(Michel Maffesoli in Gaillot 2000, S. 101)⁸⁰

„Das [Club] ist nämlich Grenzerfahrung und Exzess und Selbstüberschätzung; kombiniert mit totem...einfach...ja...ja, mit sich zu viel auf Teller gepackt haben.“
(DJ Koze in VIVA, 3:51-4:16⁸¹)

Modulieren des Materials ist zentral für die Ästhetik von Techno, aber auch ein zentraler Wert der Technokultur, der alle Wellenbänder des Soundings betrifft. Da wäre zunächst die Veränderung des Materials mittels der Maschinen. Stetige Modulation der Klangfarben eines Motivs fand via Acid House Einzug in Techno. Dabei wurde das Prinzip auch auf andere Maschinen angewandt. Modulationen können sowohl kurzfristig als auch langfristig über den gesamten Track erfolgen. Daneben können Samples eine Modulation erfahren. Zum Teil werden diese bis zur Unkenntlichkeit bearbeitet. Stimmen werden in den Tonhöhen verschoben. Delays oder Granularsynthese modulieren Klänge auf ihre Weise. Musikalische Räumlichkeit wird per Hall erzeugt und verändert. Das experimentelle Vorgehen ist aufgrund der Affordanzen der Maschinen in die kulturellen Praktiken der Technokultur eingeschrieben (Eshun 1999; Volkwein 1999; Feser 2016; Goldmann 2016). Das Studio erhält dabei den Status eines Labors, in dem die Produzent*innen die Maschinen und Klänge modulieren, aber auch durch sie moduliert werden. DJs modulieren ebenfalls ihre Materialien. Der experimentelle Ansatz betrifft auch die Plattenspieler, die so moduliert wurden, dass sie Tracks schneller als vorgesehen abspielen konnten. Tracks werden in ihrer Geschwindigkeit durch Beschleunigung oder Verlangsamung angepasst.

Der Technokultur stehen mit den Orten und Städten weitere Materialien zur Modulation zur Verfügung. Anja Schwanhäüßer (2010) sieht Techno durch die „Ästhetisierung von Orten“ charakterisiert. Triste Clubs, öffentlicher Raum, Tunnel, Grünanlagen oder Wälder verwandeln sich für einige Stunden in bunte, licht-, nebel- und ggf. videodurchflutete Orte. Accessoires verschönern die Party. Straßenparaden nehmen den öffentlichen Raum in Besitz und modulieren diesen (Friedrich 2010, S. 156f.).

Auch Techno als Stil befindet sich in einem Zustand permanenter Modulation. Techno und seine Subgenres sind flexibel. Stilistische Moden wechseln einander ab. Dabei ist ein gewisser Teil dieser Veränderungen auf die zugrundeliegenden Technologien der Produktion und Klangaufbereitung (Mastering) zurückzuführen. Gleiches gilt für die Soziokultur, die ebenfalls dynamisch ist und sich im Fluss befindet. Clubs, Partys und Trends erscheinen und verschwinden. Mit dem Wandel der Musikrends ändert sich ein Teil der Publikumsstruktur. Modulationen der Materialien dynamisieren zugleich die Soziokultur. Aufgrund massentauglicherer Substile wie Electro House oder Tech House erhalten Neulinge einen Zugang zur Technokultur. Diese ist aber dennoch keine klassische Jugendkultur, da sowohl auf der Produktions- als auch Rezeptionsseite viele Menschen mittleren Alters aktiv sind. Die Technokultur verfügt über diverse Großevents, die auch für externe Partizipierende als Erlebnisse attraktiv sind. Diese permanente Modulation

⁸⁰ Übersetzung durch Autor.

⁸¹ https://www.youtube.com/watch?v=CDNYbNM_FxM&t=317s; Zugriffen: 20. Februar 2020.

verhindert zum einen eine Festlegung, zum anderen ist diese aber von den Akteur*innen auch nicht gewollt. Die Bedeutungsleere der Materialien, als Signifikanten ohne Signifikate, entspringt einer Soziokultur, die laut Jochen Bonz innerhalb des eigenen Referenzrahmens immer wieder neu mit (flüchtiger) Bedeutung versehen wird (vgl. Bonz 2008).

Die Technokultur hat durch ihre kulturellen Praktiken diverse Städte oder Stadtteile in der Vergangenheit moduliert. Berlin stellt in diesem Zusammenhang das prominenteste Beispiel dar, was sich an der Dichte der Clubs als auch der zugezogenen DJs und Produzent*innen zeigt. Dabei halfen die Clubs, einige Stadtviertel aufzuwerten bzw. zu gentrifizieren.

Am deutlichsten tritt das Modulieren aber im Feierkontext zutage. DJs modulieren die Tanzenden affektiv mit ihren Sets bzw. Reisen und werden durch deren Affekte moduliert. Ein Clubabend oder andere Veranstaltungen bestehen immer aus mehreren Reisen oder Abfahrten mit divergierenden Intensitäten. Die gefühlten Vibrationen des Basses modulieren Fleisch und Räume (vgl. Jasen 2016, S. 152). Sie massieren die Wände von Gebäuden und bringen Kellerluken zum Tanzen. Der Genuss des Körpers in der Technokultur erzeugt eine zweite „Welt der Sinneslust und des Vergnügens, in die sich das Abtauchen lohnt“ (Klein 2001, S. 171). Dieses kann als Immersion gedeutet werden. Dabei ermöglicht Techno mehrere Arten der Immersion. Sie ist auditiver Natur und schafft Klangräume sonischer Dominanz. Sie wirkt auch visuell mittels wechselnder Lichter, Farben und Nebel. Stroboskope verändern die visuelle Wahrnehmung und durchbrechen den Zeitfluss (Salter 2014). Laut Frith (1996, S. 156) wandelt sich der Raum in ein bewegtes sonisches Bild. Gäste tauchen in sich selbst und/oder in die tanzende Menge ein. Sie verschwinden in den Sets und der Anonymität (vgl. Melechi 1993, S. 32f.). Techno moduliert Körper auf unterschiedliche Weise. Modulationen können eine kurz- und/oder langfristige Wirkung entfalten. Sie können wie eine Erfahrung wirken oder ein freudvolles Erlebnis bereiten. Dies kann anhand zweier Zitate von Laurent Garnier veranschaulicht werden:

„Man entflieht der Dunkelheit, findet dort Lichter, menschliche Wärme und Gesellschaft rund um den Rhythmus, man fühlt sich also geborgen. Einer Gesamtenergie zugehörig, löst sich der Tänzer von Furcht, Ängsten und belastenden Gefühlen. Durch den Tanz kann er seine Dämonen austreiben und über sich selbst hinauswachsen.“ (Garnier/Brun-Lambert 2005, S. 208)

„Wenn ich suche, kann ich den Widerhall davon immer noch in meinem Bauch finden. Die Vibrationen solcher Nächte hinterlassen für immer Spuren in deinem Körper. Man will sie sich in Erinnerung rufen, und plötzlich bekommt man Gänsehaut. So ist das. Der Körper ist ein Transistor. Er sendet und empfängt Schwingungen.“ (Garnier/Brun-Lambert 2005, S. 208)

Kurzfristige Modulationen der Körper stellen sich im Cluberlebnis ein. Die Musik kann ein auditives, körperliches und persönliches Erlebnis bieten. Bass dringt in die Körper ein. Atmosphären und Intensitäten der Tracks und Sets färben auf die räumliche und innere Stimmung ab. Klänge oder Samples modulieren die Zeit, indem sie Zeitanomalien und Ohrwurmlöcher (Goodman 2012) erzeugen, Vergangenes in die Gegenwart transportieren. Der Tanz der Körper bringt diese zum Schwitzen. Diese tanzen sich in Ekstase oder Trance und spüren sich ganzheitlich. Die Struktur der Musik bewirkt in ihrer Monotonie eine Partizipation, die von herkömmlichen Zeitverständnissen in der Popmusik abweicht. Zwar hat jede Veranstaltung einen Anfang und ein Ende, die Zeit dazwischen kommt einem aber nicht nur gestreckt vor, sondern wird auch in der Praxis unterschiedlich in die Länge gezogen, etwa durch mehrtätige Veranstaltungen. Die Einnahme von Drogen moduliert die Körper je nach Art ebenfalls kurzfristig. Partys bilden die Mög-

lichkeit für flüchtige Identifikationen mit anderen Anwesenden. Die Technokultur bietet den Körpern die Option, sich innerhalb dieser auf andere Weise zu sehen, zu identifizieren und zu positionieren (Bonz 2008, S. 110). Techno kann eine Flucht aus dem Alltag (vgl. Melechi 1993; Kirchner 2011), vor allgemeinen oder Gendernormen (vgl. Gilbert/Pearson 1999; Vogt 2005; Pini 2012) sein. Im Feiern erfahren sich die Menschen individuell auf andere Weise. Freude, Spaß oder gewünschte Bewusstseinsüberschreitung (vgl. Kirschner et al. 2014, S. 101) sind kurzfristige Modulationen und gleichzeitig zentrale Erlebnisse der Technokultur.

Langfristige Modulationen der Körper sind auf eine Erfahrung zurückzuführen. Die daraus resultierende Veränderung der Perspektive stellt ein einschneidendes Ereignis dar, welches die Körper nachhaltig moduliert. Die Erfahrung kann ästhetischer und/oder sozialer Art sein (vgl. Kapitel Sonic Bodies, Sonische Freunde). Dies hat Folgen für den Lebensstil und die Lebensführung. Frühere musikalische Präferenzen rücken in den Hintergrund oder werden aufgegeben. Menschen fühlen sich zum einen der Technokultur zugehörig, zum anderen können sie in dieser einem bestimmten Milieu angehören. Manche entscheiden sich für ein Leben und Arbeiten in der Technokultur.

Techno brachte in den USA und Europa aufgrund der jeweiligen basalen Kulturen teils unterschiedliche Werte und Wertmaßstäbe hervor. In beiden Fällen berichten die Akteur*innen von der perspektivverschiebenden Wirkung von Techno. Diese manifestierte sich auf unterschiedliche Weise und förderte andere Formen des Modulierens empor. Während dies in Detroit zunächst auf die Musik zurückzuführen ist, wurden die Europäer*innen durch die Musik in Verbindungen mit Tanz und Spektakel moduliert. Dabei wollten Detroiter Musiker*innen den Ruinen ihrer Stadt etwas entgegensetzen. In Berlin wurden Ruinen zweckentfremdet und mit neuem Leben gefüllt. Daher bestand der Wert von Techno in Detroit in der Imagination einer besseren Zukunft. In Europa war zumindest das Versprechen auf diese durch den Fall der Berliner Mauer bereits vermeintlich eingetreten, sodass Techno erneut mit dem Wert der Freiheit aufgeladen wurde. Dies zeigt sich deutlich an den illegalen Partys im Ostteil Berlins.

6.5 Geben-Nehmen, Einbringen

Geben und Nehmen bzw. das Einbringen in der Technokultur wurde bereits zur Disco-Ära in die kulturellen Praxen von Clubkulturen eingeschrieben. David Mancuso beschenkte im Loft seine Gäste mit frischem Obst, gutem Sound und Drogen. Die Gaben der Gäste erschienen im Gegenzug in unterschiedlichen Varianten des Einbringens als ausgelassener Tanz, Entäußerungen oder Hilfe bei der Umsetzung der Partys (vgl. Lawrence 2003, S. 22f.).

Techno ist eine Kultur des Geben-und-Nehmens, die von ihren Partizipierenden verlangt, sich einzubringen. Dabei nehmen und geben die Körper auf allen drei Wellenbändern: Die Detroiter Produzenten wollten zunächst ihrer Stadt etwas zurückgeben. Im Anschluss wollten Berliner Produzent*innen an Detroit zurückgeben. Sowohl die Kulturgeschichte als die Musikgeschichte von Techno zeigt sich durch ein Nehmen und Geben gekennzeichnet. Ein Stil oder Ort wird genommen und bearbeitet, um diesen an die Technokultur oder lokale Szene zurückzugeben.

Es ist der Spirit des Einbringens, der die Technokultur am Laufen hält. DJs bringen sich mit ihrem Musicking, Persönlichkeiten und Gefühlszuständen ein. Die Gäste reagieren darauf, tanzen und entäußern sich mit dem ganzen Körper. Freunde, Cliquen und Netzwerke unterstützen sich gegenseitig, um eine erfolgreiche Veranstaltung auf die Beine zu stellen. Sie übernehmen unterschiedliche Aufgaben, wie DJing, Technikorganisation, Theken- oder Kassendienst, die für die Realisierung vonnöten sind. Im kollektiven Geben erzeugen alle Anwesenden die besondere Stimmung der Partizipationsästhetik: den Vibe. Der Spirit als Einbringen erscheint auch in Formen des Prosumings, in welchem Menschen für sich und andere produzieren. Beispiele hierfür wären (illegale) Partys ohne Eintritt oder die Bereitstellung von kostenlosen Tracks und Sets.

Das Einbringen reicht über die Veranstaltungen hinaus. Die Aktivitäten von Produzierenden und Partizipierenden bringen überhaupt erst die lokalen Szenen hervor, die auch in andere kulturelle oder wirtschaftliche Bereiche reinragen können. Einbringen ist auch in Bezug auf Erwerb der soziokulturellen Kapitalia bedeutsam. Diese werden durch andere zugewiesen. Ohne aktive Beteiligung und Geben können weder Produzierende noch Partizipierende soziokulturelle Kapitalia generieren.

Das Nehmen erscheint in unterschiedlichen Formen, sodass jede Person der Technokultur das für sich Passende entnehmen kann. Grundlegend wäre zunächst der Spaß an den kulturellen Praktiken und der Musik. Die Technokultur dient als Lebensstilressource mit divergierenden Einbindungen in den Alltag. Sie kann zur Grundlage von Freundeskreisen werden.

7 Sonische Körper

Die Kultur des Tracks bringt spezifische Subjekte hervor (Bonz 2008). Diese Sonic Bodies der Technokultur behandelt dieses Kapitel. Hierbei werden ihr Musicking und die damit verbundenen Werte-Schöpfungen in den Fokus gerückt.

Zunächst werden die Zugänge, das In-Verbindung-treten der Sonic Bodies mit den Materialien, Symbolvorräten und Menschen der Technokultur untersucht. Von Interesse sind hierbei die spezifischen Affordanzen. Zugänge erfolgten auf verschiedenen Wegen entlang der Wellenbänder des Soundings und ließen in Folge unterschiedliche Werte sowie Wertpräferenzen entstehen. Zentral sowohl für die jeweiligen Zugänge als auch Wertentstehung und -bindung ist das individuelle Musicking der Sonic Bodies. Bereits hier kommt es zur Werte-Schöpfung, bei der unterschiedliche Werte entlang der Wellenbänder geschöpft werden. Das Musicking ist mit körperlichen, materiellen und soziokulturellen Werten aufgeladen. Es ist von Bedeutung für die Identitätsarbeit der Sonic Bodies. Musicking lässt bei Sonic Bodies einen Sonic Logos der Technokultur entstehen. Dadurch erlernen sie auf theoretische und praktisch eingekörperte Weise den Umgang mit den Materialien. Gleichzeitig entsteht ein Urteilswissen über die Angemessenheit der Handlungen in der Soziokultur.

7.1 Zugänge

Der Zugang zur Technokultur ist ein Prozess der persönlichen Bezugnahme. Über die Affordanzen geraten Menschen mit ihr in Berührung und erhalten Zugang. Dabei erfolgt dieses In-Verbindung-treten über die drei Wellenbänder des Soundings: Körper, Material und Soziokultur. Menschen treten mit der Technokultur, ihren Materialien und Körpern in Verbindung. Affordanzen lösen in der subjektiven Bezugnahme entweder Bewegungen aus oder nicht. Sie wirken relational, da jeder Sonic Body ein anderes Verhältnis zu diesen einnimmt. Die Körper nehmen die Angebote wahr, verarbeiten diese multisensorischen Informationen und reagieren angemessen darauf. Je nach Person schwingen diese in unterschiedlichen Intensitäten und Stimmungen entlang der Wellenbänder. In Musikkulturen existieren verschiedene Rhythmen, Grooves und Arten der Bewegung dazu (Roholt 2014, S. 115). Dies gilt gleichermaßen für eine Kultur wie Techno. Menschen haben andere musikalische Vorlieben und folgen anderen Erlebnissensitivitäten (Schulze 2000). Das hat was Auswirkungen auf den Zugang und das Musicking. Eine Person schätzt stärker die Wirkung des Materials auf den Körper und dessen Inszenierung, während eine andere Person das Erleben anderer Körper und des Materials in einer Soziokultur genießt, was den eigenen Körper mit einbezieht. Eine andere Person präferiert das Teilen eines Lebensstilkonzepts mit anderen Körpern, welches die Materialien und Soziokultur offerieren, während Techno für eine andere lediglich ein Freizeit-Erlebnis unter anderen ist. Daraus resultieren divergierende Wertigkeiten der kulturspezifischen Arten an Musicking und Wertmaßstäbe für die Sonic Bodies.

Zugänge können als unterschiedliche Arten der Infizierung mit Audioviren (vgl. Goodman 2012) der Körper gedeutet werden. Diese nisten sich im Körper ein, übernehmen und verändern diesen allmählich. Ebenso kann das In-Verbindung-treten über die Affordanzen an eine Erfahrung (Gabrielsson 2011) oder musikalische Schlüsselerlebnisse (Gembris 1998) gekoppelt sein, die den Moment der psychologischen Vernähung (Lacan 1975; vgl. Bonz 2008, S. 84) bzw. sozio-ästhetischen Verführung (Hitzler 2000b) mit der Technokultur darstellt, der von den Sonic Bodies als wertvoll erachtet wird. Musikalische Schlüsselerlebnisse zeichnen sich durch ihre Un-

vorhersehbarkeit und starke emotionale Wirkung aus. Sie verändern durch ihre Ungewöhnlichkeit den Blick sowie Geschmack und stellen Wendepunkte im Musicking dar. Auf diese Weise beeinflussen sie die Identitätskonstruktion (Gembris 1998, S. 212f.).

Der Zugang zur Technokultur stellt einen Akt der Enkulturation dar. Menschen wachsen in diese hinein, finden ihren Platz und werden durch das Erlernen der spezifischen Schemata allmählich zu Sonic Bodies. Sie verfeinern durch die Körper- und Sinnlichkeit der musikalischen und sozialen Atmosphären ihre Sinne und Körper. Sie lernen die Grooves und die angemessenen Bewegungen. Sie passen ihre Sinne an und körpern den Habitus der Technokultur oder lokalen Szene ein. Sie erlernen die Instrumente. Sie sind in der Lage, Handlungen und Musik in punkto ihrer Angemessenheit und Wirkung zu bewerten. Sonic Bodies werden durch die Soziokultur geformt, gestalten aber gleichzeitig diese durch ihr Musicking mit.

Die Art und Weise, wie Menschen Zugang zur Technokultur und ihren Affordanzen erhalten, ist aus soziologischer Perspektive abhängig von der Vermittlung zwischen der Makro- und der Mikroebene. Dies beinhaltet sowohl mediale als auch soziale Vermittlung. Organisationen fungieren hierbei als Meso-Links zwischen den Ebenen (Seeliger 2011). Über große Medienorganisationen werden gewisse, oftmals kommerziell erfolgreiche Materialien, Berichte oder normative Ansichten an die Mikroebene gesendet. Medien eröffnen einen Zugang, dieser repräsentiert meist aber nicht die Technokultur, sondern als individuelle Relation nur einen Ausschnitt davon, da die Vermittlung oftmals über Medien der basalen Kultur erfolgt. Diese präsentieren allerdings eine Variante von Techno, die in erster Linie auf eingängigen und kommerziell erfolgreichen Stücken basiert, die im Trend liegen und innerhalb der Technokultur teilweise Ablehnung erfahren. Subkulturelle Medienorganisationen können zwar auch als Zugang in Erscheinung treten, dies setzt jedoch meist eine Suche voraus. Die Vermittlung zwischen der Technokultur und den Menschen kann daneben noch auf sozialem Weg erfolgen. Materialien und Orte sind zu Beginn nicht bekannt und werden nicht wahrgenommen. Hier agieren andere, oftmals einem nahestehende Menschen als Vermittler, über die sich der Zugang realisiert.

„Kriegten wir mehr Taschengeld, dann wäre es Hip-Hop“
Antitainment – Theme Song (2005)

Das In-Verbindung-treten zu einer auditiven Subkultur wird durch Sozialisation, soziale Position und Faktoren sozialer Ungleichheit beeinflusst. Sonic Bodies sind in eine basale Kultur eingebettet. Sie haben eine individuelle Sozialisation und genauer Musiksozialisation durchlaufen (vgl. Gembris 1998, S. 190). Dies hat Konsequenzen für die Zugänge, die Wahrnehmung der Affordanzen, das Musicking, die Identitätsbildung, das Wissen und Bewertung.

Nach Bourdieu (1987) sind Geschmack und die Bewertung von Kulturgütern durch die soziale Position determiniert, aber nicht fixiert. Beide sind zu einem gewissen Grad flexibel und durch Bewegung im Raum veränderbar. Gleiches gilt für den Popgeschmack (vgl. Peterson/Simkus 1992; Bryson 1996). Zwar üben Anlage und Umwelt einen starken Einfluss auf die musikalische Entwicklung aus, dennoch ist es möglich, diese aktiv mitzugestalten (Gembris 1998, S. 204). Eine Verbreiterung des Musikgeschmacks kann an der Mittelschicht festgestellt werden, in der ein dieser als kulturelles Kapital, welches in soziales umgewandelt werden kann, fungiert. In Bezug auf die unteren Milieus scheinen Faktoren sozialer Ungleichheit wirkmächtiger zu sein (Gebesmair 2001). Daher machen diese Faktoren gewisse Präferenzen wahrscheinlicher.

Soziale Position, Sozialisation, Ungleichheit, musikalische Bildung sowie musikalische Biografie und der Zustand der basalen Kultur lassen Menschen anders auf die Umwelt blicken. In Konse-

quenz stehen einerseits den Menschen je nach Konfiguration der Faktoren einerseits andere Affordanzen zur Verfügung, andererseits werden diese anders wahrgenommen. Wie sich noch zeigen wird, nehmen Menschen, die bereits vor ihrem Eintritt als Musiker*innen aktiv waren, die Affordanzen zum Teil anders wahr als Nicht-Musiker*innen. Menschen mit geringem sozioökonomischem Status stehen weniger Affordanzen zur Auswahl als finanziell besser gestellten, resp. müssen sich diese mehr und zum Teil vergeblich anstrengen, um auf dieselben Materialien Zugriff zu erhalten (vgl. Otte 2007b). Eintrittspreise zu Clubs oder Festivals stellen Hürden dar, die teilweise nicht überwindbar sind (Krischke-Ramaswamy 2007, S. 197). Manche Städte offerieren viele Affordanzen in Form von Clubs, andere wenige bis keine.

Der *Zugang der Interviewten* zur Technokultur wird während der Kindheit nicht über ein Club- oder Feiererlebnis realisiert. Stattdessen sind das Material und dessen Vermittlung via Medien für den Zugang vordergründiger. Die Empirie legt die Bedeutung des Sozialen und Medialen in der Jugend nahe. Während Medien die Neugier und das Interesse besonders durch „Moral Panic“ (Thornton 1997, S. 122ff.) wecken, bezieht sich die soziale Dimension auf Aspekte wie das Umfeld, Peer Group-Zugehörigkeit sowie jugendliches Grenzaustesten. Die Interviewten probierten sich in dieser Zeit aus und suchen ihre Rollen innerhalb von Techno und anderen Musikkulturen. Zugänge erfolgten meist in Form eines Reinwachsens in die Technokultur oder Hineingleitens aus anderen Musikkulturen.

Obwohl Techno oftmals als Jugendkultur verhandelt wird, fanden in der Erhebung die meisten Zugänge im Erwachsenenalter statt. Der Anteil an „Allgemein Jugendkulturell Orientierten“ (Schmidt/Neumann-Braun 2003) ist in der Technokultur vergleichsweise hoch. Dies umfasst nicht nur Produzierende der ersten oder zweiten Technogeneration, die immer noch aktiv sind, sondern auch Partizipierende (vgl. Bennett 2011a). Zugänge zu Techno im Erwachsenenalter präsentieren sich nochmals heterogener und mehr durch ein Hineingleiten aus anderen Musikkulturen geprägt. Dabei haben manche Szenen- und Musikvergangenheiten gewisse ideologische Spuren hinterlassen, die den Zugang zunächst erschwerten, da Vorbehalte gegenüber der medialen Vermittlung der Technokultur vorherrschten. Wie in der Jugend sind soziale Faktoren wie das Umfeld für die Zugänge von Bedeutung. Noch wichtiger erscheinen allerdings Cluberlebnisse aufgrund ihrer musikphysiologischen, synästhetischen und sozialen Wirkung. Zuletzt bieten das spielerischen Machenwollen, Erarbeiten und DIY-Praktiken weitere Zugänge im Erwachsenenalter (vgl. Vogt 2005, S. 201; Schwanhäüßer 2010, S. 59).

Hinsichtlich der Musiksozialisation können zwei Schwerpunkte festgestellt werden, die auf der einen Seite entlang rockgeprägter Genres wie Rock (5/3intensiv = 8), Punk/Hardcore (4/5intensiv = 9), Indie (1/4intensiv = 5) sowie Metal (1/3intensiv = 4) und auf der anderen Seite entlang beatgeprägter Stile wie Hip-Hop (4/4intensiv = 8) und Elektronik verlaufen. Abseits davon wurden noch Chanson, Country, Disco (70s), Dub, EBM, Experimental Jazz, Filmmusik, Gothic, Industrial, Jazz, Jazz Rock, Klassik, Krautrock, New Wave, Prog Rock, Singer-Songwriter und Soul erwähnt. Es fällt der Anteil an unabhängigen Genres und vorrangig Punk/Hardcore auf. Damit kommt die Untersuchung zu ähnlichen Ergebnissen wie Sabine Vogt (2005) und Anja Schwanhäüßer (2010), die ebenfalls eine Verbindung von Punk, resp. linker Hausbesetzerszene und Hip-Hop zu Techno aufzeigen. In dem Interviewband von Denk/Von Thülen (2012) wird dies auch erwähnt.

Die ehemaligen und gegenwärtigen Kulturzugehörigkeiten der Interviewten verlaufen äquivalent zu den Stilpräferenzen. Allerdings weisen nicht alle eine Zugehörigkeit oder Vergangenheit zu den entsprechenden Genres auf. Eine Diskrepanz besteht zwischen der Anzahl an acht Hip-Hop-

Hörer*innen und zwei Szenepartizipierenden. Als Grund hierfür wurde die aggressivere und chauvinistischere Haltung und Stimmung innerhalb der Hip-Hop-Kultur genannt. Deckungsgleicher zu den Musikpräferenzen erscheinen die Szenezugehörigkeiten und -vergangenheiten in den Bereichen Punk/Hardcore (4/2aktuell =6), Indie (3/2aktuell =5) und Metal (3/0aktuell = 3). Dabei verfügen sechs Interviewte über eine Bandvergangenheit in den Genres Metal, Rock, Punk/HC und Indie. Aufgrund von Interessen und anderweitiger Musikproduktionen abseits von Techno ordnet sich ein Akteur der Szene der Neuen Musik zu. Die meisten der Interviewten haben einen exklusiven Wechsel hin zu Techno vollzogen, jedoch präsentiert sich diese Zugehörigkeit auf unterschiedliche Weise. Während sich ein großer Teil lebensweltlich in der Technokultur verortet, zweifeln einige ihre Angehörigkeit an, andere deuten sie rein beruflich.

Die Wirkung der subjektiven Bezugnahme des Sonic Bodys mit den Körpern, Materialien und der Soziokultur lässt bei diesem Werte entstehen und bindet ihn an bestehende Werte der Technokultur. Wertentstehung erfolgt auf Basis der Wirkung der Körper, des Materials und/oder der Soziokultur auf den individuellen Sonic Body. Dabei kann die Entstehung von und Bindung an Werte in Form der Selbstbildung und/oder Selbsttranszendenz erscheinen. Findet der Zugang der Technokultur in der Kindheit oder Jugend statt, nimmt die Wertentstehung eher Formen der Selbstbildung an. Unabhängig davon können in jedem Altersabschnitt Erfahrungen eintreten, die den Blick der Menschen wandeln. „Acid House hat mich ziemlich hart getroffen. Also, das war für mich so – da hat sich mein Leben halt geändert“ (Hans Nieswandt in Bonz 2008, S. 39). Solch eine Bezugnahme ruft in den Menschen im ersten Schritt Bedeutung hervor. So hat etwa eine ästhetische Ausprägung eines Tracks Wert im Sinne von Bedeutung, weil sie gefällt, oder das Handeln anderer, weil es interessant ist. Im zweiten Schritt wird aus der Bedeutung eine Vorstellung über das Wünschenswerte. Eine ästhetische Ausprägung eines Tracks soll nicht nur gefallen, auch andere sollen so klingen, oder nach dem interessanten Handeln anderer sollen sich alle richten. Zuletzt wird aus der Vorstellung eine handlungsleitende fiktive Regulation. Eine ästhetische Ausprägung wird zum eigenen Handlungsmaßstab.

7.1.1 Kindheit

Der Zugang im Kindesalter erfolgte bei Martin und Ümit über das materielle Wellenband. Die Vermittlung der Materialien erfolgte auf medialem Weg und aufgrund des Alters nicht sozialem. Die genutzten Medien entsprangen nicht der Technokultur, sondern anderen Musikkulturen und Medienbereichen. Das In-Verbindung-treten mit der Technokultur verlief zwar auf indirektem Wege, allerdings ließen Akte der Selbstbildung durch das individuelle Musicking musikalische Werte entstehen. Diese reflexiv ausgebildeten Werte werden in der weiteren Entwicklung eine Entsprechung in den musikalischen Werten der Technokultur finden.

Martin: „Also wir sind 1988 von Polen nach Deutschland übergesiedelt und ich hatte sehr große Schwierigkeiten zu kommunizieren und überhaupt Freunde zu finden. Und da hat es erstmal damit angefangen, dass mein Vater unzählige Videos in einer Videothek ausgeliehen hat und wir uns die mit meinem Bruder angeschaut haben. Als ich irgendwann mit meinem Vater angefangen habe, habe ich mir CDs speziell nach Covern angeschaut. Da fand ich ein interessantes Cover mit so einer spacigen Roboterfrau im Weltall und das hat mich erstmal optisch angesprochen. Das war meine erste Begegnung mit elektronischer Musik. Das waren so Synthesizersounds, die schon sehr technoid waren. Das ging schon in die Cybotron-Richtung und so Juan Atkins-

Geschichten und das hat mich eigentlich schon sehr früh dazu bewegt, elektronische Musik zu hören, weil ich zuvor nie so was gehört habe.“ (MMA1 0:43 - 1:51)

Ümit: „Man hat natürlich so eine Vorgeschichte, wie man zu Techno gekommen ist. Ich habe eine Vorliebe für Science Fiction-Soundtracks gehabt. Ich fand Sciene Fiction-Filme sehr toll und die Musik fand ich auch richtig toll. Aber auch so Western, Ennio Morricone-Sound; Vangelis, Blade Runner, auch Jean-Michel Jarre-Sounds.“ (ÜHA 0:13 - 0:35)

Da Ümit und Martin beide 1979 geboren sind, wuchsen sie mit derselben basalen Kultur auf. Die audiovisuelle Kultur der basalen Kultur war in den 1980er Jahren u. a. von einer Sci-Fi-Ästhetik gekennzeichnet, die in unterschiedlichen Medienbereichen in Erscheinung trat. Sie stellt daher eine Affordanz der basalen Kultur dar. Radio und Fernsehen boten gleichermaßen elektronischen und synthetischen Klängen einen Raum. Filme und Serien, wie etwa Blade Runner, Captain Future, Kampfstern Galactica, Star Wars oder Star Trek, hatten Raumfahrt und Weltall zum Thema. Diese Zukunftsästhetik trat als visuelle Kultur an Orten wie Videotheken, Kinos oder auch Jahrmärkten auf.

Martin und Ümit standen in ihrer Kindheit ähnliche Affordanzen zur Verfügung, aus denen auch Techno einen Teil seines Materials und die Produzent*innen ihre Inspirationen bezogen. Sie bildeten schon in der Kindheit ‚andere Ohren‘ aus, denen elektronische Klänge und Strukturen vertraut sind. Bei beiden prägte die Sci-Fi-Ästhetik ihre Wertvorstellungen. Dies ist jedoch an unterschiedliche Prozesse gekoppelt. Während bei Ümit die Auseinandersetzung einem Akt der Selbstbildung gleicht, hebt Martin das Unerhörte bzw. Andere der Musik hervor, was eine Erfahrung darstellt. Beide wurden durch das Material schon früh moduliert. Diese Modulation ließ nicht nur Bedeutung, sondern auch Vorstellungen über das Wünschenswerte entstehen, wie sich in der Jugend beider zeigen wird. Daneben wird ein weiterer Aspekt ersichtlich, der mit Eshuns (1999) These des Alien-Werdens korreliert. Beide waren/sind gewissermaßen Aliens in Deutschland: Martin als Einwanderungskind und Ümit als Kind der türkischen Gastarbeitergeneration.

7.1.2 Jugend

In der Jugend erweitern sich die Zugangsmöglichkeiten und Wege der Vermittlung. Das Individuum hat sich verändert und so auch dessen Wertpräferenzen. Neue Werte entstehen durch neue Situationen und anschließende reflexive Prozesse der Selbstbildung. Dies gilt auch für diejenigen, die bereits vom Techno-Audiovirus infiziert sind.

Martin: Dann gab es natürlich so Einschnitte. Mit 16, 17 Jahren habe ich angefangen ein bisschen zu rebellieren, habe sehr viel sehr schlechten Punk gehört. Das hat aber auch nach zwei Jahren wieder nachgelassen und dann habe ich aus dem Punk heraus wieder diese Progressive Rock- und Krautrock-Geschichten wieder verstärkt gehört, aber die Strukturen des Techno waren immer irgendwie begleitend. Ich glaube, das hat sich dann irgendwie herauskristallisiert.“ (MMA1 2:40 - 3:16)

In seiner Jugend hat bei Martin zunächst eine Wertverschiebung stattgefunden, die sich im Wechsel zu Punk und dann Progressive Rock und Krautrock äußert. Dies fällt zusammen mit der Selbstfindung in der Jugend, der Rebellion gegen Normen des Elternhauses und der basalen Kultur. Die frühe Prägung durch die „Strukturen des Techno“, die sich als Audioviren eingenistet haben, hat bei Martin eine ästhetische Wertvorstellung entstehen lassen. Diese lässt sich anhand

der Genres Progressive Rock und Krautrock identifizieren, da beide mit herkömmlichen Liedstrukturen brechen, wie es im Techno der Fall ist.

Ümit: *„Aber ich stand nicht auf diesen Hi-NRG-Sound, darauf stand ich überhaupt nicht. Ich fand es halt komisch, zu synthetisch halt, so ‚Pump up the volume, pump up the volume‘ [singt Hookline von M|A|A|R|S Pump up the volume (1987)] das war nichts für mich. Auch mit Acid House konnte ich nichts anfangen.“ (ÜHA 0:37 - 0:49)*

Ümit lehnte die Affordancen des Hi-NRG und Acid House ab, was auf seine Vorstellung über das Ideale zurückgeführt werden kann. Sein Zugang zu Techno erfolgte über Soundtracks unterschiedlicher Filmgenres und avancierter elektronischer Popmusik wie Jean-Michel Jarre. Diese weichen von der Ästhetik der elektronischen Tanzmusiken der 1980er und frühen 1990er Jahre ab.

Für Martin findet in seiner Jugend in den 1990er Jahren eine Wertfestigung, für Ümit eine Wertekopplung und für Gabriel eine Wertentstehung statt, die im Zusammenhang mit Ausprägungen des Fernsehens der damaligen basalen Kultur stehen: Musikvideos und Dokumentationen. Durch MTV und VIVA erreichte Techno die Menschen in den 1990er Jahren über das Fernsehen in Form von Musikvideos. Dabei wurde der Wert der Musik durch die Inszenierungen der Videos und Dokus aufgewertet oder die Inszenierungen an den Wert der jugendlichen Rebellion gebunden.

Martin: *„Als ich das Video von Aphex Twin ‚Windowlicker‘ (1999) gesehen habe, das hat, glaube ich, die elektronische Musik endgültig für mich interessant gemacht.“ (MMA1 2:23 - 2:39)*

Die Erwähnung des Videos „Windowlicker“ verweist auf eine Erfahrung, die Martin gemacht hat. Diese ist der Kopplung zwischen der Musik und dem visuellen Material geschuldet. Das von Chris Cunningham produzierte Video präsentiert großteils eine Tanzchoreographie zwischen einem Mann und mehreren afroamerikanischen Frauen. Dabei tragen alle Beteiligten die Fratze von Aphex Twin, die der Musiker zu seinem visuellen Markenzeichen gemacht hatte, als Maske. Die perspektivverändernde Wirkung des Materials führte dabei in einer neuen Erfahrung zu einer Festigung des musikalischen Werts von Techno.

Ümit: *„Und irgendwann kam das Video von The Prodigy ‚Out of Space‘ (1992) auf MTV. Das war meine erste Berührung und das fand ich cool. Du hast so Typen gesehen, die sehr lässig und revolutionär angezogen waren, als ob sie eine Revolution machen wollen. Die sahen auch so aus wie: Jetzt geht es los! Und das hat mich sehr stark angesprochen.“ (ÜHA 0:50 - 1:16)*

Gabriel: *„Das Allererste was ich von Techno mitbekommen habe, waren Dokus im Fernsehen 19-weiß-ich-nicht, 92 von irgendwelchen englischen Ravepartys oder so. Das fand ich faszinierend irgendwie, abgefahren, gefährlich, düster, spannend. Ich weiß es nicht, irgendwie hat mich das angezogen.“ (GAA 44:14 - 44:38)*

In beiden Fällen lösten die Fernsehinhalte einen Prozess aus, der Bedeutung hervorbrachte. Attribute, mit denen Ümit und Gabriel das Video und die Dokumentationen versehen, zählen zum festen Wortschatz jugendlicher Sinnsuche und Rebellion. In Anlehnung an Lawrence Grossberg (1984) und Diederich Diederichsen (2010) besteht der Vorzug von Popmusik gegenüber dem normalen, unglamourösen Leben darin, „lässig“, „revolutionär“, „abgefahren“, „gefährlich“, „düster“, „spannend“ zu sein. Der distinktive Wert des Auflehns gegenüber der Erwachse-

nenwelt vergrößert die bisherige materielle Wertigkeit von Techno um die soziale Dimension. Nicht allein die Musik auch dessen visuelle (Re-)Präsentation hat Bedeutung, da sie mit der jugendlichen Identitätsarbeit zusammenfällt. Die visuelle Kultur ist in diesem Zeitabschnitt aufgrund der Sprachlosigkeit von Techno sogar bedeutsamer für die Identitätsarbeit. Insbesondere die von Gabriel erwähnten Dokumentationen repräsentieren neben der Musik die Technokultur und ihre Körper. Das ästhetische Erscheinen des Videos und der Dokumentationen können nach Martin Seel (2003) als Korrespondenz und Imagination gedeutet werden. Der Wert der Gemeinschaft bzw. Zugehörigkeit zu einer Peer Group, der über das Fernsehen an Gabriel und Ümit vermittelt wurde, steht in Verbindung zu der sozialen Korrespondenz, als auch der Imagination des Soziokulturellen der Technokultur. Im Zuge dessen erweiterte sich das Musicking beider um das Feiern.

Ümit: *„Dann war ich quasi auf meinem ersten Diskobesuch, wo auch in Anführungsstrichen Technomusik lief. Da war natürlich sehr viel Kommerzielles drunter gemischt, da lief zum Beispiel auch Charly Lownoise & Mental Theo „Wonderfull days“ (sic.) (1994). Die Leute im ganzen Laden liefen in Dreistreifenklamotten rum, hatten Kangol-Mützen und weiße Handschuhe. Im ganzen Laden. Die liefen alle einheitlich rum wie bei der Armee und das fand ich aber cool. Ich habe mir die Klamotten auch besorgt, nur in blau. [lacht] Meine Adidasjacke, die war nicht von Adidas, aber die hatte drei Streifen, die war von XLarge, da war so ein Typ mit einer Knarre drauf als Abbildung so.“ (ÜHA 3:35-4:14)*

Die Gemeinschaft als Armee deckt sich mit dem Attribut revolutionär, welches Ümit dem Video von The Prodigy zugeschrieben hat. Dessen Imagination oder Vorstellung über das Wünschenswerte fand in der Realität ihren Ausdruck in der Einheitlichkeit der Kleidung, die als erstrebenswert und wertvoll empfunden wurde. Ümit ging in der Armee auf und erfuhr sich anders. Der Verweis auf die kommerzielle Musik stellt dabei ein nachträgliches Wissen über deren Unangemessenheit in der Technokultur dar.

Gabriel: *„Und dann habe ich versucht, halt auch mal auf so Partys zu gehen. War dann auch mal auf ein paar Raves und fand das aber immer so ‚ja?‘ [ungläubig, zweifelnd]. Hat mich nicht so richtig gekickt. Ich dachte immer, da muss doch mehr sein.“ (GAA 44:40 - 44:56)*

Gabriel konnte seine ersten Erfahrungen mit dem Feiern nicht mit seiner durch die Imaginationen der Dokumentationen ausgelösten Vorstellungen in Einklang bringen, ergo keinen Wert schöpfen. Seine persönliche Wertvorstellung der Musik und Sozialität von Techno wich von der realen Erfahrung zunächst ab. Es kam nicht zu der erhofften Korrespondenz zwischen ihm, den anderen Körpern und dem Material.

Gabriel: *„Dann war ich 1995 auf der Loveparade in Berlin und da habe ich Sven Väth zwölf Stunden auf so einer Open-Air-Party spielen gehört und das war eben richtig geil. Das war vor allem nicht nur ein musikalisches Erlebnis, das wird mir erst jetzt so langsam klar, das war halt vor allem auch ein soziales Erlebnis, in einer Gruppe zu sein. Ich habe mich immer als Randperson gefühlt. [...] Na ja, und dann ist man halt eben auf dieser Party mit diesen Leuten, die ganz offensichtlich genauso drauf sind wie du und dir auch Sympathie entgegenbringen, sowohl die Leute untereinander wie auch vom DJ, also Sven Väth. Den fand ich halt gut, ich kannte schon Musik von dem, von seinen Arbeiten, die ich toll fand. Der hat dann die Leute auch angelächelt und das war so eine Kommunikation und ich habe mich einfach so angenommen gefühlt. Ich habe mich als Mensch einfach angenommen gefühlt und aufgefangen und in dieser Szene einfach wohl gefühlt. Die Musik war dann vielleicht auch einfach so ein Soundtrack, den ich damit zusammen assoziiert habe.“ (GAA 44:58 - 46:31)*

Die Erlebnisse der Loveparade deckten sich dieses Mal mit Gabriels Wertvorstellungen. Er fand sich unter freundlichen Gleichgesinnten und fühlte sich zugehörig. Sein Körper war eingebettet in das Soziokulturelle und das angemessene Material. Auf diese Weise durchlebte er eine Selbsttranszendenz, die für ihn das Soziokulturelle und damit Techno als Ganzes aufwertete. Seine Modulierung erfolgte dabei anhand des Miteinanders sowie des Geben-und-Nehmens, was ihn an diese zentralen Werte der Technokultur band. Ebenfalls wurde die Ästhetik an die soziale Ästhetik gebunden, die als Soundtrack dieses Moments fungiert und auf diesen Moment verweist.

Einen anderen Zugang zu der Technokultur über das soziokulturelle Wellenband durchlebte Michael in seiner Jugend. Dieser hatte durch sein soziales Umfeld eine direkte Verbindung in diese. Daher fand bei Michael der Zugang über die soziale Vermittlung statt.

Michael: „Das war eigentlich so: ich komme aus Bad Nauheim, das ist eine kleine Stadt in der Nähe von Frankfurt und ein Freund von mir, Pascal F.E.O.S., war da halt einfach schon direkt früh im Omen drin. Auch bei mir in der Nähe in einem Club, der hieß La Boom, da hat er immer donnerstags aufgelegt. Das war eigentlich ein Dorf, aber der Club war immer voll und das ging auch nur bis ein Uhr. Das heißt, für einen Sechzehn-, Siebzehnjährigen war das total okay. Und danach sind wir aber oft noch in so einen Autobahntunnel rein und haben mit Autoheckklappe auf und Warnblinker an dann einfach Disko weiter gemacht. Das war schon eine lustige Zeit.“ (MSCHA 0:06 - 0:47)

Michael kannte Pascal F.E.O.S. aus der griechischen Gemeinde seiner Heimatstadt. Zwischen ihnen bestand eine Freundschaft. Daher wurde der Wert des Feierns bei Michael an den Wert der Freundschaft gekoppelt. Das Feiern wurde auch durch das jugendliche Rebellieren in seiner Wertigkeit erhöht. Die illegalen, spontanen (Mini-)Raves im Autobahntunnel sind einerseits Ausdruck des Ausbrechens aus Normen, andererseits wichtige kulturelle Praktiken der Technokultur. Die spontane Tanzeinlage erscheint als eine „temporäre autonome Zone“ (Bey 1994). Das spielerische und anarchische Handeln findet Gestalt in den Werten der Deterritorialisierung und Modulation der Technokultur. Wertentstehung und -bindung verlief bei ihm zunächst über das soziokulturelle Wellenband und erscheint als Selbstbildung. Im weiteren Verlauf wird für ihn das materielle Band bedeutsam sein. Hierbei spielt wieder Pascal F.E.O.S. eine wichtige Rolle, der als Förderer von Michael auftrat, indem er ihm die Studioproduktion nahebrachte und einen alten Sampler schenkte.

Der Zugang von Annika und Marco erfolgte in einer Zeit des Ausprobierens, der jugendlichen Identitätsarbeit und Suche nach Peer-Zugehörigkeit. Beide hörten zuvor andere Musikstile, wurden aber von Techno verführt. Allerdings unterschied sich die Art des Musickings, über das sie Zugang zu der Technokultur erhielten.

Annika: „Das hat sich dann relativ schnell wieder geändert, indem ich ein Mädchen kennen gelernt habe, eine Freundin von mir damals, die dann mehr in dem Rock- und Independent-Bereich war. Das ging dann auch nahtlos über und mit der bin ich dann auch damals, das war so das einschneidende Erlebnis, zum T.A.I.B.⁸² in Bochum neben der Rotunde⁸³ gegangen. Da war so die erste Begegnung mit dieser Kultur und mit dieser Musik. Und für mich war das dann was

⁸² Abkürzung für „Temporäre Architektonische Intervention auf einer Brachfläche“. T.A.I.B. war ein Projekt im öffentlichen Raum der Kreativ.Quartiere RUHR im Rahmen der Kulturhauptstadt 2010.

⁸³ Bei der Rotunde handelt es sich um den ehemaligen Katholikentagsbahnhof, der seit den 2010er Jahren ein Veranstaltungsort ist.

ganz anderes. Mit dem auch verbunden, waren wir das erste Mal im Ratskeller⁸⁴ und da war dann eine Drum'n'Bass-Party und das war für mich dann, ja, was ganz, ganz Neues. Das war viel, viel schneller und ich konnte damit am Anfang auch gar nichts anfangen. Ich habe dann den [Person] auf der Bauernhof-Party kennen gelernt und da fing das dann auch mit Techno an. Und vorher auch immer viel, viel Drum'n'Bass und Dubstep; da habe ich mich dann irgendwie selber rein gefunden, das hat mich interessiert. Und dann ging das auch so gleitend in den Techno über. Also da gab es jetzt kein anderes einschneidendes Erlebnis. Es waren dann immer irgendwelche Partys und dann fand ich die Musik gut, ich fand auch das Miteinander sehr gut. Und dann hat sich diese Freundin auch irgendwann abgeschnitten und dann stand ich dann auf einmal ganz alleine da. Also ich kannte halt niemanden wirklich lange aus dieser Szene, sage ich mal, und dann habe ich mich da irgendwie rein gelebt. Und seitdem lebe ich mich da immer weiter rein.“ (APA 1:19 - 3:00)

Bei ihrem Besuch erlebte Annika eine Erfahrung, da ihr die Technokultur und andere Kulturen elektronischer Tanzmusik bisher unbekannt waren. Durch diese neuen Erfahrungen entstand bei ihr eine musikalische und soziale Wertbindung. Dabei war Annikas Zugang von einer Phase des Ausprobierens gekennzeichnet, was sich an den unterschiedlichen Stilen elektronischer Tanzmusik zeigt, die während dieser Zeit Teil ihres Musickings waren. Techno hat sich für sie aber letztlich als wertvoller erwiesen. Der Wert der Technokultur war für sie bedeutender. Wertentstehung erscheint bei Annika nach der anfänglichen Erfahrung als ein Prozess der Selbstbildung, in dem eine allmähliche Wertfestigung durch das Musicking vonstattengeht. Für Marco war zunächst das materielle Wellenband ausschlaggebend und wertbestimmend.

Marco: „Also Auflegen tue ich schon relativ lange. So mit 15, 16 habe ich die ersten Mixtapes von meiner Schwester bekommen, die ist sieben Jahre älter und die war damals mit einem DJ zusammen, und da fand ich das immer ziemlich faszinierend, wie die Musik da ineinandergelau- fen ist und du quasi nichts gehört hast. Und da habe ich halt so mit Pop, Hip-Hop angefangen und dann auch nach und nach immer bessere Plattenspieler gekauft, bis es dann die 1210er wa- ren. Und Techno war dann ungefähr zwei Jahre später, kurz bevor ich 18 wurde. Also so 92, 93 wurde dann in Würzburg im Airport, den es jetzt immer noch gibt, schon Techno gespielt und da wurde dann auch Sven Väth immer gebucht. Und als wir dann einen Führerschein hatten mit 18, sind wir dann immer nach Frankfurt gefahren ins Omen oder nach Nürnberg. Und Würzburg war damals wirklich ziemlich hot. Und so war es dann klar, weg vom Hip-Hop hin zur neuen Musik. Das war ja damals ziemlich neu für uns auf dem Lande. Das war 92, 93 und seitdem lege ich Techno auf. Das sind ja schon 20 Jahre [lacht].“ (MSA 4:04 - 5:45)

Marco trat über das DJing, welches seine Schwester an ihn herangetragen hat, mit der Technokultur in Verbindung. Das Musicking war bereits eine wertvolle Tätigkeit, jedoch konnte der Wert der „neuen Musik“ Techno den des Hip-Hops entwerfen. Techno fügte sich angemessener in Marcos Idealvorstellung ein, was sich während des Interviews in seiner Ablehnung gegenüber Hip-Hop-Musikern wie Sido zeigte („die Schwachsinnskacke von Sido“ [MSA 35:03 - 35:07]). Der Ausdruck „neue Musik“ verweist auf die Erfahrung mit den neuen Klängen, die diese bei ihm ausgelöst hatte. Andere Autor*innen und Interviewte äußern sich vergleichbar (vgl. Bonz 2008, S. 39; Gutmair 2013; Diederichsen 2016a). Verstärkt wurde die Wirkung von Techno durch den Umstand, dass Marco vom Land kommt, während Techno Anfang der 1990er Jahre ein Phänomen von Großstädten war. Deshalb waren gewisse legendäre Clubs und DJs wie Sven

⁸⁴ Der Ratskeller ist ein Restaurant am Bochumer Rathaus, das über einen Keller verfügt, der für Partys genutzt wurde.

Väth, der schon von Gabriel erwähnt wurde, für die Wertentstehung bei ihm von Bedeutung. Diese zeichnen sich in beiden Fällen durch eine hohes subkulturelles (Popularitäts-)Kapital aus, welches auf die Partizipierenden abfährt: Sie waren in den wertvollen Clubs mit den wertvollen DJs.

7.1.3 Erwachsene

Zugang zur Technokultur im Erwachsenenalter findet meist unter anderen Voraussetzungen als in der Jugend statt. Dies ist einerseits auf die eigene Entscheidungsgewalt, andererseits auf die persönlichen Erfahrungen zurückzuführen. Im Gegensatz zur Jugend ist ein großer Teil der Identitätsarbeit abgeschlossen. Die Interviewten besitzen in Bezug auf ihr Musicking eine Vergangenheit, worüber meist der Zugang zur Technokultur realisiert wurde. Ihr Musicking hat sie bereits an die Werte anderer Musikkulturen gebunden, die diese verinnerlicht haben. Sie haben gewisse Vorstellungen über das Wünschenswerte, die durch die Verinnerlichung und habituelle Verkörperlichung handlungsleitend wirken.

Der Körper-Wert wird im Erwachsenenalter bedeutender. Die Wertschätzung des Erlebens des Körpers ist dessen Domestikation im Berufs- oder Hochschulleben geschuldet, von der sich die Tanzenden temporär befreien (Witkin 2003, S. 179-180). Zwar steht er als Instrument den Erwachsenen zur vollen, autonomen Nutzung zur Verfügung, im Alltag kommt dieser aber nicht dazu. Einige Zugänge im Erwachsenenalter erscheinen stärker von einem Akt der Selbsttranszendenz gekennzeichnet. Dies steht im Zusammenhang mit der Bindung an Werte anderer Musikkulturen, die durch eine Erfahrung infrage gestellt wurden.

Gunnar: „Die Bass Drum hat mich irgendwann gehabt. Ganz klar; wenn sie dich hat, hat sie dich.“ (GLA 4:18 - 4:22)

Vor seinem Zugang in die Technokultur war Gunnar musikalisch in der Punk- und Hardcore-Szene aktiv. Im Laufe der Zeit versuchte er sich zunächst am Auflegen. Zwar konnte er eine Zeit Techno widerstehen, aber dann wurde er von diesem Audiovirus infiziert. Ähnlich wie Martin, in dessen Körper sich die Strukturen des Techno ausgebreitet hatten, hat die Bass Drum den Körper von Gunnar befallen. Zugang und Wertentstehung sind bei ihm daher an das Material und dessen Wirkung auf den Körper gebunden. Die Bass Drum erscheint als Affordanz, welche umgehend motorische Bewegungen auslöst.

Für die Infizierung bzw. Verführung der Körper können weitere Materialien hinzugezogen werden, die sowohl eine musikphysiologische Wirkung als auch immersive synästhetische Sinneserfahrung ermöglichen.

Peta: „Zu Techno bin ich 1992 gekommen, da habe ich gerade meinen Zivildienst in Köln angefangen. Ich bin irgendwann aus Neugierde zu so einer Cosmic Orgasm Party gegangen. Die war irgendwo in einem Keller, es war voll Nebel, es waren, glaube ich, nur fünf Leute da, vielleicht aber auch 50 - man hat es nicht gesehen wegen des Nebels. Und das hat total geflasht. Ab dem Zeitpunkt war ich eigentlich oft auf Drum'n'Bass-Partys und später dann natürlich auch auf Techno-Partys. Das war so ein Schlüsselerlebnis auch. [...] Das war die Heftigkeit der Musik, die Schnelligkeit. Das Extreme auch im Visuellen, dass das Ding mit Nebel vollgepumpt wird, du das Stroboskop hast und ab und zu siehst mal jemanden an dir vorbeihuschen [amüsiert]. Also diese Kombination aus Musik und dem quasi Nicht-Visuellen, weil man ja kaum was gesehen hat, das war schon sehr, sehr krass.“ (PHA 0:16 - 0:53, 1:25 - 1:55)

Das Material der Partys hat Petas Körper umfassend berührt, indem es synästhetisch auf Psyche, Organe und Sinne wirkte. Im Zuge einer Erfahrung während der Veranstaltungen kam es bei ihm

zur Wertschöpfung entlang des Körper- und Materialwellenbands. Sie ist Folge der Präsenz des Materials und der sinnlichen Situation, die als eine Immersion im Realen und Nicht-Visuellen erscheint. Gleichzeitig stand die Wertentstehung und -bindung bei ihm im Zusammenhang mit der Cosmic Orgasm Party, die über ein hohes subkulturelles Kapital verfügte und ein wichtiger Ort der Kölner Technokultur war.

Kathleen: „Also ich bin eigentlich eher ein Musikkonsument und für mich war fast immer das Ausschlaggebende der Moment, in dem man dazu Tanzen gegangen ist. Wenn man da wirklich Spaß dran hatte. Dieses in-Ekstase-tanzen oder dieses stundenlange Tanzen bis man einfach nicht mehr kann und am ganzen Körper Muskelkater hat, das war für mich eigentlich eher das einschneidende Erlebnis.“ (KHA 1:36 - 2:06)

Kathleen kam via Hip-Hop zu House und Techno. Im Gegensatz zu Hip-Hop bot ihr Techno ein intensiveres Körper-Erleben. Daher ist bei Kathleen die Wertentstehung stark an den Körper gebunden. Wertschöpfung erfolgt für sie in dem Moment, der sie tanzen, Freude haben und den Körper spüren lässt. Im Einklang von Körper und Psyche in der richtigen Situation erfährt sie Präsenz. Dies ist für Kathleen umso bedeutsamer, je länger die Präsenz im Körper nachwirkt. Das Reale erscheint hierbei als der Muskelkater, der affektive, körperliche sowie sinnliche Nachhall der Präsenz der Nacht.

Ging von den Werten der musikalischen Vergangenheit bisher kein Konfliktpotenzial aus, so erweisen sie sich bei Kevin und Guido zunächst als Zugangshürde.

Kevin: „Ich war damals mit zwei Freunden unterwegs. Ich war zu der Zeit nicht so oft in Diskotheken oder Clubs, aber wenn dann eher so Standard-Disko mit ein bisschen alternativem Einschlag, also so Indie Rockzeug oder Hip-Hop. Dann wollte aber ein Freund, der schon regelmäßig auf elektronische Musikveranstaltung ging, zu einem Auftritt von den Disco Boys im Elysium in Essen. Und ich stand da vor der Tür mit meinem Bundeswehrparka und hab schon geflucht, als ich gehört habe, dass das zwölf Euro Eintritt kosten soll. Auf jeden Fall habe ich gesagt: ‚Nee, da gehe ich nicht rein, wenn das so teuer ist‘. Dann hat mich der Kumpel eingeladen und gesagt: ‚Doch, Du kommst da jetzt mit rein, wir gehen da jetzt hin‘. Und dann war ich sehr, sehr angenehm überrascht von der Atmosphäre, von den Leuten, das war ein sehr, sehr offenes, sehr freundliches, kommunikatives Miteinander im Gegensatz zu den Hip-Hop-Veranstaltungen, die ich so kannte, wo die Leute mit verschränkten Armen in der Gegend herumstehen. Und dann habe ich auf einmal nach einer Stunde gedanced und mich auf Dancefloor wiedergefunden. Ich hatte dann einen unglaublich guten Abend und von da an war ich regelmäßig mit auf irgendwelchen House- oder Technoveranstaltungen. Ja, das war das einschneidende Erlebnis. Also mich hat die Community, die Szene, dieses Offene sehr, sehr beeindruckt.“ (KKA1 1:42 - 3:17)

Aufgrund seines vormaligen Musickings war es Kevin gewöhnt, keinen hohen Eintritt für eine Veranstaltung zu bezahlen. Seine Bindung an Werte anderer Musikkulturen findet Ausdruck in dem Bundeswehrparka, der dem Referenzsystem der Rockmusiken zugeordnet werden kann. Die anfängliche Ablehnung und seine Kleidung erscheinen hierbei als Regulationen eines anderen Wertesystems. Diese hätten Kevin beinahe von der Erfahrung abgehalten. Die Verführungskraft der Technokultur zeigte sich für ihn vorrangig in ihrer sozialen Dimension, die eine Differenzierung im Sinne einer neuen Sichtweise darstellte. Entgegen seiner bisherigen Cluberlebnisse, die stärker durch distinktives Cliquesverhalten geprägt waren, boten ihm die Offenheit und das kommunikative Miteinander eine Erfahrung, die ihn transzendierte. Wertentstehung und -bindung erfolgte bei Kevin über das soziokulturelle Wellenband. Dabei band er sich an die Werte des Miteinanders und Nehmen-Gebens.

Verführung kann auch alleine vom Material ausgehen, wie es an Guido ersichtlich wird, der vergleichsweise spät und hierüber seinen Zugang zur Technokultur fand. Hinsichtlich seines späten Eintritts legte er vor allem ideologisch-distinktive Gründe nahe, die aus seiner Vergangenheit mit Musikkulturen wie Punk, New Wave, Hardcore oder diversen Indie-Ausprägungen herrühren. Er hatte deren Werte über Jahre verinnerlicht, die seine Vorstellungen prägten und ihn regulierten.

Guido: „*Techno ist bei mir erst angekommen, als er plötzlich Mainstream wurde. Das, was im Mainstream gelaufen ist, hat mich überhaupt nicht gekickt. Ich bin dann auch hin und wieder mal in irgendwelche Diskos gegangen wie damals in Krefeld die Königsburg oder so was, wo da irgendwelche Technodinger gelaufen sind mit schönen Lasershows und viel Trockeneis und so weiter. Okay, für Partypeople völlig okay, aber überhaupt nicht mein Paar Schuhe. Für mich wurde es dann als guter Einsteiger wirklich interessant als über diese Artificial Intelligence auf WARP so viel geredet wurde. Das war auch so ein Ding, wo ich dann mal gesagt habe: Hey, klingt wohl doch ganz interessant. Die können doch noch was anderes als – Möp - große Hupe und Alarm.*“ (GBA1 4:50-5:29)

Wertentstehung steht bei Guido in Beziehung zu seinem Musicking. Er ist ein leidenschaftlicher Plattensammler und weniger ein Clubgänger. Zwar waren Clubs in gewissen Maß für seinen Zugang von Bedeutung, Wert weist er aber dem Hören und Sammeln von Vinyl zu. Deshalb fand bei ihm die Wertentstehung und Wertschöpfung über das materielle Wellenband stand. Dies verlief bei Guido in Form einer Selbstbildung, bei der er sein wertvolles Musicking sukzessive mit einem wertvolleren Gegenstand versah.

Wertentstehung über das materielle Wellenband kann noch auf andere Weise vonstattengehen. Vor allem bei den Produzenten dieser Studie resultiert der Wert der Technokultur aus dem musikalischen Material. Hierbei handelt es sich um eine andere Material-Körper-Wirkung als etwa bei den Tänzer*innen. Material löst im Körper den Wunsch aus, sich einzubringen und selber zu produzieren. Der Zugang zur Technokultur erfolgte sowohl nur über das Material als auch durch die Verbindung aus Soziokultur und Material.

Thomas: „*Ich bin über Hip-Hop zu Techno gekommen. Irgendwie fand ich die Musik total geil und wollte das selber machen. [...] So bin ich eigentlich zu Techno gekommen, über die Maschinen.*“ (TSA2 10:25 - 10:37, 11:11 - 11:13)

Die Musik war für Thomas bereits wertvoll, das Produzieren mit den Maschinen allerdings noch wertvoller. Wertbindung erfolgte beim ihm über die unterschiedlichen Materialien. Gleichzeitig ist sie an die Selbstbildung im Umgang mit den Materialien gekoppelt. Für die beiden Schlagzeuger dieser Studie – Massimo und Romain – erfolgte der Zugang über mehrere Wellenbänder.

Massimo: „*Das war 96, da bin ich ins Sauerland gezogen. Da gab es drei starke Clubs, die Grube, das Kult und noch das Stammheim in Kassel, glaube ich, wo Techno-Trance-Partys veranstaltet wurden, so ähnlich wie Raves. Damals gab es ja nicht die Unterscheidung zwischen Goa und Blablabla, sondern das hieß Techno-Trance-Partys. Viele Leute, die man aus der Technobewegung kannte, waren auch da. Das war die Zeit, wo die HR3-Clubnight lief. Zu dieser Zeit sagte irgendjemand: ‚Ich schleppe dich mit zur Grube‘, und die ganzen Leute, den Chill-Out fand ich cool. Da habe ich so einen Typ gesehen, der machte einen Liveact mit Acid-Basslines [ahmt Klänge der 303 nach]. Das fand ich alles gut und dann bin ich wieder dahin gegangen. Und dann habe ich angefangen so Synthies zu kaufen und das war es dann, dann war ich dabei.*“ (MASA 1:04:48-1:05:59)

Romain: „Ich habe erstmal in einer Band Schlagzeug gespielt. Und 2005 bin ich nach Berlin gekommen für diesen Universitätsaustausch Erasmus. Da habe ich Techno so richtig im Club erlebt. Und ich habe einfach Bock gehabt, selber Techno zu produzieren, weil ich vorher auch produziert habe.“ (RFA1 0:30 - 1:04)

Das Material alleine war für Massimo und Romain nicht ausschlaggebend, sondern dessen Einbettung in eine Soziokultur. Beide erfuhren auf bestimmte Weise eine Erfahrung, die sie an die Technokultur und Musikproduktion band. Bei beiden führte das eine Musicking (Feiern) zum anderen Musicking (Produzieren). Massimos Zugang erscheint als ein ganzheitlicher, der alle Wellenbänder umfasst, und ihn infizierte. Material, Menschen und die Technokultur haben ihn beeindruckt und einen Wert entstehen lassen, der Massimo nicht nur wiederkehren, sondern auch mit der Produktion beginnen ließ. Besonders der Live-Act erscheint als Affordanz, die ihm als Musiker eine Handlungsoption bot. Das Stammheim, vormals Aufschwung Ost (Lyschik 2009) war ein Club mit hohem subkulturellen Popularitätskapital, der auch von Dirk als wichtiger Ort des Eintritts zu Techno erwähnt wurde. Bei Romain ermöglichte erst das richtige Erleben der Musik im Club eine wertentstehende Erfahrung. Im Zusammenspiel von Ort, Anlage und Partizipationsästhetik erzielte sie ihre Wirkung. Die Erfahrung löste bei ihm aufgrund seiner Vorkenntnisse im Produzieren das Interesse aus, sein Musicking zu erweitern.

7.2 Musicking

Die Technokultur offeriert unterschiedliche Arten an Musicking und Erlebnissen, denen die Potenzialität einer Erfahrung innewohnen kann. Zentral erscheint hier das Auflegen, welches auf mehreren Wegen erfolgen kann. Ein weiteres wichtiges Musicking ist die Organisation von Veranstaltungen bzw. das Betreiben von Clubs. Dabei agieren die Veranstaltenden im legalen und/oder illegalen Bereich. Das Veranstalten kann ein Hobby oder Beruf sein. Daran sind weitere Arten des Musicking gekoppelt, wie LjIng, VjIng, Technikaufbau, Herstellung und Anbringen von Dekorationen, Barbetrieb, Kasse, Tür und Garderobe. Die wichtigste Art des Musickings und das zentrale Erlebnis, die das Veranstalten hervorbringt, ist das Feiern. Dieses setzt sich aus einer Vielzahl an Handlungen und Erlebnissen zusammen. Das bislang erwähnte Musicking benötigt die Musik, die dem Musicking der Musikproduktion entstammt. Dieses unterscheidet sich in Abhängigkeit der jeweiligen Musiker*innen, ihrer individuellen Vorgehensweise, des verwendeten Materials und Feldposition. Musik muss ihren Weg zu den DJs und Konsument*innen finden, was das Musicking des Labelbetreibens erforderlich macht. Musik und Tonträger werden zur Grundlage des Musickings des Sammelns. Die divergierenden Ausprägungen des jeweiligen Musickings entspringen den Affordanzen der Technokultur. Diese bieten verschiedene Handlungsoptionen für Musicking, Bedeutungszuschreibung und Identitätskonstruktion. Die Affordanzen forcieren die nachträglichen Wertzuweisungen der Sonic Bodies.

Die Technokultur bietet diverse Möglichkeiten der individuellen Involvierung und Sinnkonstituierung gemäß den Eigeninteressen der Akteur*innen. Das interessengetriebene Einbringen in unterschiedlichen Rollen und Handlungen forcieren den Spirit der Technokultur. Dabei erscheinen die Handlungen oftmals als Prosuming, in denen die Sonic Bodies für sich und andere produzieren.

7.2.1 Musicking und Werte

Die Freude an ihrem Musicking und der Musik motiviert Sonic Bodies zu neuem Musicking. Das Interesse und die Auseinandersetzung mit Techno reichen oftmals über die ursprünglichen Produktionsbereiche hinaus. Die Erweiterung kann durch ökonomische Werte, wie bspw. Sicherung des Lebensunterhalts, motiviert sein. Viele Sonic Bodies gehen mehreren Tätigkeiten nach, wie etwa ein Label betreiben, produzieren und auflegen. Manche waren noch als Promoter und Veranstalter tätig. Einige gestalten Plattencover eigenhändig oder produzieren Videos. Bei Angestellten*innen von Musikorganisationen endet die Auseinandersetzung mit Musik ebenfalls nicht mit dem Feierabend: Einige sind als DJ aktiv, betreiben selber Labels oder veranstalten Partys. Produzierende, DJs, Labelbetreibende, etc. sind meist selber Szenegänger und Fans der Musik (vgl. Krischke-Ramaswamy 2007, S. 204).

Sonic Bodies haben Vorstellungen über das Ideale und verfolgen deren Umsetzungen in einem kollektiven Wertraumen. Die maßgeblichen Werte des Musickings basieren zum einen auf dem anderen freudvollen, sinnhaften Leben und Arbeiten abseits der basalen Kultur, zum anderen auf dem anderen freudvollen, sinnhaften Erleben abseits der basalen Kultur. Die Idealvorstellungen changieren in ihren individuellen Auslegungen. Alle Arten des Musickings stellen wertvolle Handlungen dar, aus denen die Sonic Bodies für sich individuellen Sinn ziehen, der spezifischen Vorstellungen entspringt. Teilweise sind diese an besondere Ereignisse gebunden, in denen sie eine Selbsttranszendenz erfahren und mit der Technokultur sowie ihrer symbolischen Ordnung

vernäht wurden (vgl. Bonz 2008, S. 84). Diese Momente sind von hohem Wert und motivieren das Musicking.

Gleichzeitig kommt es zur Generierung ökonomischer und sozialer Werte durch das Musicking. Die Sonic Bodies erzeugen Werte durch die Körper, die Materialien und die Soziokultur. Musicking kann als Mittel oder Endzweck der Wertgenerierung fungieren (Dewey 1967, S. 40f.). Bei der Werte-Schöpfung kommt es zu unterschiedlichen Konfigurationen. Bspw. erhält die materiell-monetäre Wertschöpfung eine größere Bedeutung, wenn der Zwang besteht, Geld verdienen zu müssen. Konfigurationen der Werte-Schöpfung sind daher abhängig vom Grad der Professionalität der Sonic Bodies.

7.2.2 Auftreten: Auflegen/Konzerte

Das Auftreten verfügt über eine Bandbreite an Werte-Schöpfungskonfigurationen. Dies ist auf die unterschiedlichen Ökonomisierungs- oder Professionalisierungsgrade, sozialstrukturelle und individuelle Eigenschaften der Sonic Bodies zurückzuführen.

Auflegen und Auftreten sind Tätigkeiten, die den Sonic Bodies unabhängig von der jeweiligen Feldposition vor allem Freude bereiten und sich mit der Vorstellung des freudvollen anderen Lebens abseits der basalen Kultur decken. Die Dispositive des Auflegens und Auftretens ermöglichen verschiedene Handlungsoptionen. Daher unterscheidet sich die Art der individuellen Umsetzung. Während das Auflegen und Auftreten bei einigen Sonic Bodies einer Regelmäßigkeit folgt, da diese davon ihren Lebensunterhalt bestreiten, findet es bei anderen unregelmäßig statt. So ist Marco nach mehr als 20 Jahren des kontinuierlichen DJings noch davon immer fasziniert, während Thomas sporadisch bei Partys, Veranstaltungen von Freund*innen und eigenen Labelnights auflegt, bei denen er das Warm-Up übernimmt oder zu später Stunde einige Stücke spielt. Trotz der divergierenden Voraussetzungen ist für beide der Spaß von Bedeutung. Ähnlich äußern sich Georg, Michael und Ümit, die auch Konzerte als Techno-Musiker geben. Das Auftreten bereitet ein „gutes Gefühl“ (MSCHA 12:10-11). Die Valenz des Auflegens kann auf eine Erfahrung zurückgeführt werden:

Gunnar: „Und als dieser Raum eröffnet wurde, war ich der Erste, der dort je eine Platte aufgelegt hat, das war eine Fumakilla von Woody. Das neue Soundsystem mit Plattenspieler stand da. Und als ich die Nadel aufgesetzt hatte, wusste ich, jetzt geht es los, das ist es! Und das ist auch so gewesen.“ (GLA 24:06 - 24:28)

Als musikalischer Wert eines Sets wurde mehrfach „die Reise“ erwähnt, auf die DJs ihre Zuhörer*innen schicken wollen (vgl. Kapitel Sonische Produktion). Ümit verglich dies mit einer Sinfonie, in der unterschiedliche Dynamiken realisiert werden. Die Reise verlangt nach Vorbereitung. Je nach DJ kann diese als Ritual erscheinen, das auf einer Idealvorstellung beruht und für sie individuell Sinn ergibt. Die Vorbereitung wurde als ein langwieriger Prozess beschrieben, der mehrere Selektionen durchläuft und im Zuge dessen Platten wieder in den Schrank gestellt werden. Platten können nach Atmosphären, Intensitäten oder Funktionalität sortiert werden. Die Länge des Rituals des Vorbereitens changiert daher zwischen einigen Stunden, Tagen oder Wochen. Hinsichtlich der Vorbereitung existiert ein Unterschied zwischen Vinyl- und Digital-DJs. Letztgenannte investieren weniger Zeit in die Vorbereitung auf ein Set, was den zugrundeliegenden Materialien geschuldet ist. Ein Plattenarchiv weist entweder eine Sortierung oder Unsortierung auf. DJs müssen sich an den Covers der Platten orientieren, um die jeweiligen darauf befind-

lichen Tracks ausfindig zu machen, die gespielt werden sollen. Danach erfolgt ggf. eine Vorsortierung. Digital-DJs greifen auf eine Index- und/oder Ordner-Struktur zurück, durch die sich diese durchscrollen und -klicken. Statt Tracks von Platten auswählen zu müssen, haben sie diese einzeln vorliegen.

In Kontrast zu der Reise steht bspw. die Spontaneität von Thomas, in der er „*ein paar geile Platten [...] bolzt*“ (TSA2 18:49 - 18:51) oder an einem Abend Lust hat, „*brutalen Relief*“⁸⁵-Techno aufzulegen“ (TSA2 14:57 - 14:59). Seine Wertpriorisierungen hängen von seiner Tageslaune ab. Sinn und Spaß ergeben sich aus der spontanen Reaktion auf die Anwesenden. Die Spontaneität wird durch Thomas sozio-ökonomischen Status ermöglicht, da er mit dem Auflegen nicht seinen Lebensunterhalt finanzieren muss.

Thomas: „*Das Zufallsmoment soll schon noch dabei sein, sonst fehlt was. Also ich habe Kumpels, die machen das wirklich: ‚So, jetzt habe ich mir ein Set zusammengestellt‘ und mixen die dann so nach, wie sie es sich überlegt haben, aber das finde ich langweilig. Das ist risikolos.*“ (TSA2 14:29 - 14:48)

Der Wert des Auflegens kann sich aus der ästhetischen Differenz gegenüber den eigenen Musikproduktionen speisen. Während Gunnar in seinen Technotracks auf Melodien zurückgreift, verzichtet er als DJ weitestgehend auf diese. Auf diese Weise bietet ihm das Auflegen andere Möglichkeiten des Ausdrucks. Die Freude am Auflegen kann in ihrem Ergebnis gemindert werden. Für Annika war es zum Teil frustrierend, da sie am Anfang den Laptop ihres Mitbewohners nutzte und sich in dessen unstrukturierter Musiksammlung nicht orientieren konnte.

Das Auflegen und Auftreten ist an den Wert des *Geben-Nehmens* der Technokultur gebunden. Im gegenseitigen Geben realisiert sich der Spirit der Technokultur, der von allen Beteiligten das Einbringen erfordert. Im Gegenzug erhalten diese vielfältigen Optionen der Kommunikation und individuellen Werte-Schöpfung.

Michael: „*Also ich trag praktisch einen Teil zur Kultur bei, aber bekomme halt noch viel mehr zurück [...].*“ (MSCHA 12:22 - 12:26)

Das Geben in Form des DJings oder Konzertespielens ist eine Form der Kommunikation, bei der die DJs und Musiker*innen ihre Musik und musikalischen Wertvorstellungen übermitteln. Das Auftreten wird als eine Form des persönlichen Ausdrucks gewertet, bei dem sich die Akteur*innen entweder durch die Musik mitteilen oder den Leuten die eigene Musik und den persönlichen Geschmack näher bringen. Das Näherbringen der eigenen Musik ist ein kommunikativer Akt. In diesem teilen sich die DJs auf musikalische sowie körperlich-nonverbale Weise mit und lassen das Publikum an ihrem Geschmack sowie Befinden teilhaben. Das Geben der DJs beinhaltet als wichtigen Aspekt die Kommunikation der eigenen Freude an der Tätigkeit. Diese überträgt sich affektiv bei angemessener Musikselektion auf die Tanzenden, sodass individuelle Wertschöpfung sowohl die musikalische als auch sozio-kulturelle bedingt. Das Näherbringen kann als Einflussnahme oder Filtern ausgelegt werden, wie es bei Dirk der Fall ist. Ihm geht es nicht nur darum, seine Musik und seinen Geschmack zu kommunizieren, sondern um die Aufwertung dieser im Zuge eines Filterprozesses, in der gut von schlecht unterschieden wird.

Das Geben des Publikums konstituiert das Nehmen der DJs und Musiker*innen. Die Aufführenden und das Publikum stehen in einem Verhältnis, in der sich beide Seiten affektiv öffnen, unmittelbar aufeinander reagieren und sich mit ihren Affekten anstecken. Das „*Feedback*“ (GCA

⁸⁵ Techno-Label aus Chicago

10:57-58; MMA2 6:48) zeigt sich „durch Tanzen, durch Ekstase, durch Anteilnahme, durch Fließen der „Emotionen“ (MMA2 6:49-59; im Interview: die Emotionen fließen) oder durch den Applaus nach Sets oder Konzerten. Im Moment des Auftritts spornt dies die Aufführenden an und berührt diese auf emotionale Weise. Das Feedback der Tanzenden motiviert die DJs und Musiker*innen sowohl im Moment als auch später in ihrer Produktion. Besondere Vibes einer Nacht und Anerkennung des Publikums werten das Musicking ideell und sozial auf. Das Feedback hallt bei DJs und Musiker*innen auf lange Sicht nach, was sie motiviert, ihr Musicking weiter zu verfolgen.

Georg: „Also wir waren jetzt in letzter Zeit relativ viel unterwegs, da kommt man in so 'nen gewissen Trott und es klickt einen nicht mehr so. Aber es ist schon super, so direktes Feedback zu kriegen, das pusht einen natürlich auch noch, weiter da zu produzieren.“ (GCA 1:57:40 - 1:58:01)

Zu Kommunikationen kommt es bei Veranstaltungen auch abseits des Auftritts. DJs und Musiker*innen treten auf oder neben der Tanzfläche mit den Anwesenden in Kontakt. Diese zollen ihnen wahlweise Wertschätzung für ihr Musicking oder unterhalten sich mit ihnen über Alltägliches. Der Kontakt zu den Gästen oder Fans wird als wertvoll sowohl für das Selbst als auch das Musicking erachtet. Ausbleibende Wertschätzung des Publikums für das DJing beeinträchtigt die Werte-Schöpfung. Martin beklagte in diesem Zusammenhang ein tendenzielles Missverständnis der Tanzenden gegenüber seiner Art des DJings und Selektion. Zwar ergab die Selektion für ihn Sinn, aber nicht die Anwesenden. Die geringere Wertigkeit des öffentlichen Auflegens ist auf einen Realitätsabgleich der eigenen Vorstellungen über das Wünschenswerte mit der Szene zurückzuführen.

Die meisten DJs der Untersuchung legen mit Vinyl auf und sind im Besitz eines großen Schallarchivs. Vinyl wird von diesen mit hohem Wert versehen, den die digitalen Pendanten nicht erhalten. Sie bilden für manche DJs sogar den „Counter-ideal Value“ (van Quaquebeke et al. 2010). Die Ästhetik der Schallplatte besitzt für einige DJs eine eigene Wertigkeit. Das Auflegen mit Vinyl kriegt Wert zugewiesen. Martin schätzt beim DJing die Kontrolle über die Schallplatte und deren Haptik, was seiner Idealvorstellung vom DJing entspricht. Ümit besteht darauf, ein Vinyl-DJ zu sein, da dies seiner Vorstellung der angemessenen Art der Darbietung in der Technokultur entspricht und außerdem rar geworden ist. Die Arbeit mit Vinyl zeugt für ihn und andere Sonic Bodies von längerer Auseinandersetzung mit der Musik und der Technokultur. Das Auflegen mit Vinyl kann subkulturelles Kapital für die DJs generieren.

Abseits davon legen einige DJs der Studie mit CDs oder mit digitalen DJ-Interfaces. Dies bedeutet nicht zwangsläufig, dass diese dem Vinyl keinen Wert zuschreiben. Für Michael ist die Schallplatte ein wertvolles Gut, welches er mit seinen Labels vertreibt. Er hat sich jedoch aufgrund der Handlichkeit für das digitale Auflegen entschieden. Annika weist dem Vinyl keinen Wert zu. Gründe für diese Diskrepanzen sind die Altersunterschiede. Annika war die jüngste Probandin und ist ein „Digital Native“ (Prensky 2001). Die unterschiedliche Valenz des Vinyls ist ebenso auf den Zustand der Technokultur zurückzuführen, zu dem die Interviewten in diese eingetreten sind. Für die meisten Interviewten war Vinyl das zentrale kulturelle Objekt der Darbietung und Wertschöpfung. Annika ist zu einem Zeitpunkt in die Technokultur gekommen, als viele DJs bereits digital auflegten. Dadurch fand bei ihr keine Wertbindung an das Vinyl statt.

Ein anderer Wert, der zwar alle DJs und Musiker*innen der Studie betrifft, jedoch in unterschiedlichem Maße geschöpft wird, ist der ökonomische Wert in Form von *Geld*. DJs erhalten für ihre Tätigkeit eine Gage oder bei informellen/illegalen Partys ggf. eine Spende. Auftreten ist für viele

Sonic Bodies eine ökonomische Notwendigkeit, da sie hiermit ihren Lebensunterhalt bestreiten müssen. Da mit dem Tonträgerverkauf in der Technokultur nur noch wenig Geld zu verdienen ist, verlagerten sich die Geldwertschöpfenden Aktivitäten auf das Auflegen und Auftreten. Dem ökonomisch geprägten Wert stehen auch Counter-ideal Values entgegen, die aus dem ökonomischen Zwang entspringen, dem professionelle DJs unterliegen. Die Arbeit von national und international auflegenden DJs ist anstrengend und erschöpfend. Michael erwähnte in diesem Zusammenhang das Warten an Flughäfen sowie lange und zum Teil gefährliche Autofahrten. Daher provoziert das Geld bei den DJs innere Wertkonflikte. Diese sind auf ein Ungleichgewicht in der Life-Work-Balance zurückzuführen. Es besteht die Gefahr, dass die Produktion darunter leidet, da DJs das Publikum nicht mit ihren positiven Affekten anstecken. So steht das Geldverdienen in Konflikt mit der Erholung sowie Qualität des Musickings und vice versa.

Gabriel: *„Aber es ist vor allem halt einfach leider essentiell, damit man seine Miete bezahlen kann. Und ich würde gerne weniger spielen so, ich spiele im Moment wieder zu viel. Aber manchmal muss es halt sein, ich habe mir gerade ein Häuschen gekauft und jetzt muss halt die Kohle rein. Es ist dann auch schön, es ist nicht so, dass ich da mit so 'ner Fresse da stehe, das muss man immer noch dazu sagen. Es zehrt.“ (GAA 28:42 – 29:06)*

Eine andere Form der Wertschöpfung, die aus dem internationalen Auftreten entsteht, umfasst das Reisen. Einige der DJs und Musiker dieser Studie haben im Zuge ihrer Tätigkeit zahlreiche Länder weltweit bereist. Dies wird als ein Privileg angesehen, das sie innerhalb einer regulären Erwerbstätigkeit in der basalen Kultur nicht hätten. Zwar besteht oftmals ein enger Zeitplan zwischen Ankunft und Abreise, Michael nimmt sich, wenn es möglich ist, noch ein paar Tage mehr Zeit, um die jeweilige Stadt oder das Land zu besichtigen.

7.2.3 Musikproduktion

Der Musikproduktion liegen verschiedene Idealvorstellungen zugrunde. Die Affordanzen der Musikproduktion bedingen dabei andere Handlungsoptionen. Musikproduktion soll Spaß bereiten, nach individuellen Vorstellungen ablaufen und unterschiedliche Werte generieren. Die handlungsmotivierende Wirkung von Werten erscheint im Machenwollen der Sonic Bodies. Der Wunsch zu musizieren, wird als innerer Drang oder Leidenschaft beschrieben. In einigen Fällen waren die Interviewten vor ihrer Zeit in der Technokultur musikalisch aktiv. Das Musizieren war schon eine wertvolle Tätigkeit.

Georg: *„Der Drang, sich musikalisch zu betätigen, war schon immer da. Also ich habe jetzt, wenn man mal zurück in die Kindheit geht, habe ich jetzt auch nicht aufgeschrieben, so frühmusikalische Erziehung genossen. Was die Band angeht, ja wir kommen vom Niederrhein, da ist es sterbenslangweilig, wenn man nicht irgendwie ein Hobby hat oder Sonstiges und ja, wenn wir die Band nicht gehabt hätten, wären wir auch wahrscheinlich...den Drogen verfallen [lacht], keine Ahnung, wären zu oft in den [Coffee] Shop rübergefahren.“ (GCA 12:03 - 12:41)*

Die Leidenschaft für das Musizieren war bei Georg schon vorhanden. In seiner Jugend wurde es zu einem wertvollen Hobby, das als Vorstellung und Handlung ein Ausbrechen aus der Langleweiligkeit der basalen Kultur ermöglichte, die ihn umgab. Der Wert des Musickings verlagerte sich bei Georg und seinem Projektpartner während ihrer gemeinsamen Zeit in der Band, indem sie elektronische Elemente in den Sound der Gruppe einbauten. Nachdem die Band aufgelöst wurde und beide nach Köln zogen, fokussierten sie sich auf die Produktion von Techno, dem mehr Wert

zugesprochen wurde. Die digitale Produktion besitzt für Georg eine besondere Wertigkeit, da innerhalb einer Session etwas „Vorzeigbares“ entsteht, im Sinne von: „das haben wir heute geschafft und das ist quasi physisch vorhanden“ (GCA 11:19 - 11:34). Bei Romain verlagerte sich der Wert des Musickings auch auf Techno:

Romain: „Dann war ich total neugierig auf das Ding. Da habe ich schon, als ich noch in Paris war, angefangen so ein bisschen in die elektronische Richtung zu produzieren, aber ohne richtig die Technomusik zum Beispiel zu kennen oder die Drum'n'Bass-Musik. Und wenn ich hier [in Berlin] war, dann habe ich erstmal nur viel Drum'n'Bass gecheckt. Dann war ich bei Techno und Techno hat für mich echt richtig Sinn gemacht wegen des Beats und weil es irgendwie darker ist und der Bass und so. Das hat mir eigentlich gut gefallen und dann bin ich auch einfach eingestiegen, aber als Produzent.“ (RFA1 1:46 - 2:33)

Die Infizierung durch die Viren der elektronischen Tanzmusik hat bei dem Schlagzeuger Romain die Neugierde geweckt, sich mit dieser Musik auseinanderzusetzen. Dabei lösten Onbeat, Bass und Atmosphäre von Techno mehr Korrespondenz und Bewegungen in ihm aus („hat für mich echt richtig Sinn gemacht“), sodass er seine Aktivität hierauf konzentrierte, da sie ein höheres Maß an Wertschöpfung versprach.

Der Wert der Musikproduktion und anderen Musickings ist bei Gabriel mit dem Moment verbunden, der ihn mit der Technokultur vernährte.

Gabriel: „Ich habe gemerkt, das kann mich total glücklich machen, das ist wirklich mit das Geilste, was ich in diesem Leben erlebt habe, so, da stellt sich eher die Frage: Warum sollte ich das jetzt nicht machen?“ (GAA 47:18 - 47:35)

Gabriel: „Meine Motivation war eigentlich auf der Bühne zu stehen und mit Leuten dieses Gefühl zu wiederholen sozusagen. Dieses Gefühl wiederhaben zu können. Auch davon leben zu können irgendwie.“ (GAA 48:05 - 48:18)

An dieses Gefühl, das Gabriel in dem Moment empfand, versucht mit seiner Musikproduktion und seinem DJing anzuknüpfen. Er möchte gewissermaßen ein Zeitportal öffnen, welches das Gefühl zum einen in ihm wiederholen, zum anderen mit den Leuten teilen soll. Der Moment hallt als Echo nach Jahren immer noch nach und hält auf diese Weise für Gabriel den Wert der Musikproduktion aufrecht. Daneben speist sich dieser aus der Möglichkeit des Gelderwerbs abseits der basalen Kultur.

Lars: „Irgendwann reicht einem das einfache Mitfeiern oder Tanzen dann irgendwie nicht mehr. So ging es mir halt irgendwann. Ich dachte: Wie funktioniert das eigentlich? Wie machen die das? Wie kriegt man so einen Sound hin? Oder was muss man da mit den Reglern machen? Das war für mich einfach so faszinierend, dass ich mir irgendwann dachte: Das musst du jetzt irgendwie auch mal selber versuchen. Ich habe mir dann so erste Instrumente zugelegt. So ein kleines Effektpedal dann kombiniert mit einem kleinen Casio-Keyboard vom Trödelmarkt und so hat man angefangen, zu experimentieren.“ (LLA 1:06 - 1:40)

Lars Interesse an der Musikproduktion ließ einen neuen Wert bei ihm entstehen. Dies erfolgte in einem Akt der autodidaktischen Bildung, die aus dem Experimentieren mit den Maschinen entsprang, wie es typisch für die Ästhetik von Techno ist. Musikproduktion ist für Lars dann wertschöpfend, wenn sie unstrukturiert verläuft und nicht an Ziele gebunden ist.

Lars: „Ich weiß, wo ich ein C auf der Tastatur finde, aber intensiv beschäftigt mit dem Thema habe ich mich nie. Ich kann nicht mal ein vernünftiges Mastering abliefern, ganz ehrlich gesagt,

weil ich die Phasen, die Frequenzen, diesen ganzen wissenschaftlichen Kram immer für mich verdrängt habe, weil er mich in meinem kreativen Prozess total hemmt. Also ich habe mal ein paar Stunden Musikunterricht genommen, wo das Ganze mir dann irgendwann einfach auch zu theoretisch wurde. Ich möchte mich einfach hinsetzen und direkt intuitiv Musik aus dem Bauch heraus machen, ohne meinen Kopf einschalten zu müssen, weil mir das Ganze dann schon wieder zu wissenschaftlich wird.“ (LLA 6:27 - 7:10)

Die Affordanzen der Musikproduktionstechnologien ermöglichen verschiedene Handlungsoptionen, Bedeutungszuschreibungen und Werte-Schöpfungen. Für Lars steht das spielerische und intuitive Produzieren im Vordergrund. Er möchte in direkte Verbindung mit den Maschinen treten und mit ihnen experimentieren. Die Musikproduktion ist dann wertschöpfend, wenn es zur Immersion in die Produktion kommt, was in seiner Beschreibung meditative Züge annimmt. Ein theoretischer oder intellektueller Zugang steht dem Flow und der Immersion entgegen. Das spielerische Vorgehen wird dadurch begünstigt, dass Lars einen Beruf außerhalb der Technokultur ausübt und kein Zwang der Finanzierung des Lebensunterhalts mit Techno gegeben ist. Das freie Spiel stellt einen Gegenentwurf zu seinem Beruf dar, der nach gewissen Prinzipien verläuft und weder Flow noch Immersion ermöglicht. Es ist eine andere und ggf. bessere Form der Arbeit. Die Musikproduktion kann ebenfalls in ritualisierten Abläufen erscheinen. Diese stehen in Zusammenhang mit der anvisierten meditativen oder immersiven Wirkung der Produktion. Um dies zu ermöglichen, müssen gewisse Voraussetzungen erfüllt sein, um dem Alltag zu entkommen und in der Produktion aufzugehen.

Ümit: *„Wie ein Track entsteht? Ich muss ausgeglichen sein, ich muss glücklich sein, mir darf es an nichts fehlen und ich muss abends Fahrrad fahren, viel Fahrrad im Wald am besten, weit weg und so.“ (ÜHA 2:26:52 - 2:27:04)*

Es existieren aber auch gegenteilige Fälle, bei denen sich Produzierende eigene Zielvorgabe auferlegen und die Musikproduktion einer regulären Arbeit gleicht.

Michael: *„Aber eigentlich ist mein Ziel, pro Jahr 50 Tracks fertig zu kriegen, ob die dann rauskommen oder nicht. Ja, das ist so als Arbeitsmotivation, dass ich weiß, wenn es Freitag ist und ich habe noch nichts gemacht, dann muss ich dann einfach reinhauen.“ (MSCHA 7:02 - 7:14)*

Michael finanziert seinen Lebensunterhalt allein durch die Technokultur. Daher ist er auf regelmäßige Veröffentlichungen angewiesen, um weiter im Gespräch zu bleiben und Auftritte zu erhalten. Die Produktion ist bei ihm keine Flucht aus dem Alltag, aber die bessere Form des Alltags.

Die anvisierte *Produktionsästhetik* ist eine Vorstellung über das musikalische Ideale. Hinsichtlich der musikalischen Werte der Musikproduktion bestehen einerseits deutliche Unterschiede, andererseits auch Gemeinsamkeiten. Neben individuell geprägten Wertvorstellungen, wie bspw. „*Farben machen*“ (GLA 15:21-22), existieren zwei Schwerpunkte, in welche die musikalischen Werte gruppiert werden können: Auf der einen Seite stehen die „*Dancefloor-Soundtracks*“ (ÜHA 41:55-57), deren Funktion sich vornehmlich im Club erfüllt, auf der anderen Seite die stärker auskomponierten Stücke. Solche zielen nicht nur auf den Dancefloor ab, sondern sollen auch in der Heimrezeption funktionieren. Die Musik wurde mit Attributen wie etwa „*von Ruhe gekennzeichnet*“ (MSA 31:16-17), „*melancholisch*“, resp. „*die Monotonie-Melancholie-Kombination*“ (ÜHA 40:40-44) oder „*sphärisch*“ (GCA 14:35) und „*kosmisch*“ (GCA 14:36-37) versehen. Die unterschiedlichen musikalischen Werte und die daraus resultierenden divergierenden Kompositionen stehen sinnbildlich für die materielle Aufspaltung der Technokultur. Komponieren in beiden Schwerpunkten bietet mehr Möglichkeiten zur musikalischen, monetären und sozialen Werte-

Schöpfung. Produzierende können sich unterschiedlich musikalisch ausdrücken. Die Dancefloor-Produktionen dienen der Generierung von Aufmerksamkeit, um mehr Auftritte und Geld zu erhalten.

Das kompositorische Vorgehen ist bei den Produzenten situiert orientiert und von Zufall, Spontaneität, Intuition oder Experimenten geprägt. Besonders sticht hierbei die Erwähnung der Intuition heraus, da das Produzieren oftmals als unbewusster, auf Erfahrung basierender Prozess wahrgenommen wird, der kaum verbalisiert werden kann. Einige Schritte der Produktion erfolgen zwar teilweise einem formalen Ablauf, wie das Bauen der Beats (vgl. Kühn 2009). Danach beginnen aber die Experimente. Der Akt des Schraubens mit den Produktionstechnologien ohne direkte Kompositionsabsicht bereitet Freude, vor allem wenn etwas Unerwartetes passiert oder eine Vorstellung umgesetzt wird. Dies schließt Experimente mit Pop-Elementen oder songorientiertes Vorgehen ein. Das Studio fungiert als Labor, in dem mit den Maschinen die Klangexperimente durchgeführt werden (vgl. Feser 2016; Goldmann 2016). Aus solch spielerischen Handlungen entspringen Ideen oder Kompositionsansätze, auch indem „*Neuland*“ (GCA 1:26:01) ausgetestet wird. Auf diese Weise wird das freudvolle Spiel zu einer produktiven Tätigkeit.

Abseits davon eint die Vorstellung der *Zeitlosigkeit* des eigenen Werks einige Produzent*innen. Die Stücke sollen aus der Masse herausstechen und überdauern. Zeitlose Stücke werden als besonders wertvoll empfunden, da sie den Test der Zeit bestanden haben. Eine weitere Gemeinsamkeit unter den Produzenten der Studie, die allerdings unterschiedliche ästhetische Resultate hervorbringt, ist der Wert des „*eigenen Sounds*“ (GCA 1:13:07-08; LLA 35:39-40). Für viele war es wichtig zuerst eine eigene Produktionshandschrift zu entwickeln, bevor sie sich an das Veröffentlichlichen wagten. Der eigene Sound ist daher Ausdruck der Persönlichkeit der Produzierenden und deren Auseinandersetzung mit den Affordanzen der Technologien.

Lars: „Das hat sich, würde ich sagen, entwickelt. So entwickelt wahrscheinlich jeder Artist irgendwann seine, so wie Fotografen eine Vorliebe für spezielle Filter entwickeln, so entwickelt, glaube ich, auch jeder Artist seine Vorliebe für spezielle Sounds oder Rhythmik und so weiter und an der halte ich für mich fest.“ (LLA 36:15 - 36:36)

Im eigenen Sound spiegelt sich der individuelle Geschmack der Produzent*innen wider. Ümit besaß als „*Köln-*“ (ÜHA 3:01:28-29) und im Speziellen „*Traum-Fan*“ (ÜHA 3:01:22) bereits eine musikalische Idealvorstellung, die für ihn handlungsleitend wurde, da er einen äquivalenten Sound mit persönlichem Einschlag anstrebte. Er wollte sich an den kollektiven musikalischen Wert des Labels binden. Die Entwicklung eines eigenen Sounds kann auch distinktiv motiviert sein. Dies resultiert aus einer Unzufriedenheit gegenüber den Ästhetiken anderer Veröffentlichungen und Partys der Szene. Der musikalische Wert entspringt der Abgrenzung von anderen kollektiven musikalischen Werten.

Zuletzt besteht eine Gemeinsamkeit bei einigen Produzenten der Arbeit in Bezug auf die narrative Aufwertung ihrer Musik und Person. Sie schaffen nicht nur Tracks, sondern Gesamtkunstwerke oder Sinfonien. Hinter Begriffen wie *Zeitlosigkeit*, *eigener Sound* oder *Sinfonie* verbergen sich Singularisierungsstrategien (vgl. Reckwitz 2017), um aus der Masse an Veröffentlichungen im Technomarkt herauszustechen und sich davon abzugrenzen. Dies beinhaltet ebenso die Vorstellung der eigenen musikalischen Individualität. Um den Status der *Zeitlosigkeit* zu erhalten, bedarf es der kollektiven Wertzuweisung der Technokultur und ihrer Szenen.

Die Ausbildung eines eigenen Sounds oder künstlerischen Identität bedeuten nicht zwangsläufig dessen Beibehaltung. Es herrscht eine „*antipuristische Haltung*“ (Diaz-Bone 2010, S. 380) unter den Produzierenden vor. Diese können einen eigenen Sound entwickeln, diesen ruhen lassen und

sich einem anderen widmen. Sie können sich an den Sound eines Labels anpassen. Eine kontinuierliche Stilentwicklung ist für die Technokultur kein besonderer Wert. Stilistische Wechsel ergibt für die Produzierende in der Technokultur mehr Sinn als bspw. im Heavy Metal (ebd.). Da keine Erwartungen an Stilkontinuität und -entwicklung gestellt werden, besteht für diese die Möglichkeit, sich teilweise in mehreren Projekten auf andere musikalische Weise auszudrücken.

Georg: „Bei dem Solo-Act genieße ich quasi Narrenfreiheit, kann da machen, was ich will. Musikalisch, würde ich sagen, ist es schon ein bisschen mehr, bisschen tanzlastiger, bisschen straighter, ja nicht ganz so emotional wie die [Duoname]-Sachen.“ (GCA 14:11 - 14:33)

Ein Nebenprojekt ergibt Sinn, da die Sonic Bodies anderen musikalischen Werten den Vorrang geben können. Davon zeugen die vielen Projekte von Techno-Produzent*innen, die unter einem anderen Pseudonym unterschiedliche stilistische Schwerpunkte verfolgen. Ob unter einem Pseudonym oder dem Klarnamen können die Produzent*innen in mehreren Subgenres gleichzeitig aktiv sein. Dies steigert die Potenzialität der Generierung ökonomischer Werte und sozialer Kapitalia.

Die *Maschinen* sind für die Produzenten der Studie Träger besonderer sonischer, sinnlicher und handlungspraktischer Werte. Synthesizer und anderes Equipment werden wegen spezifischer Klänge oder Bedienmöglichkeiten angeschafft, um etwa einen wertvollen Sound zu erreichen. Die Maschinen bzw. der Maschinenpark besitzen einen materiellen Wert. Hinsichtlich der verwendeten Synthesizer werden die attribuierten klanglichen Eigenschaften als wertvoll angesehen. Die Klanggeneratoren besitzen ein „*analoges Gefühl*“ (LLA 2:42-43), das „*warm*“ (LLA 2:43, ÜHA 19:23), „*organisch*“ (ÜHA 19:24) und „*druckvoll*“ (LLA 2:45) ist. Daneben wurde der typische „*80er-Jahre-Klang*“ (ÜHA 20:54-55) eines FM-Synthesizers hervorgehoben. Ein Grund für Michael, seinem „*Outboardequipment*“ (MSCHA 5:35-42) trotz zunehmender Digitalisierung und Konzentrierung auf DAW die Treue zu halten, besteht in dem für ihn subjektiv besseren Klang. Bei den Synthesizern gibt es keinen gemeinsamen Favoriten, aber eine Tendenz zu ‚Klassikern‘:

- Korg Polysix, Korg MS20, microKORG, Korg Electribes
- Nord Lead, Nord Rack (zweite Generation)
- Roland SH 101, Roland JP8000
- Midi Serious, X200 von Yamaha, Yamaha FM-Synthesizer
- MOOG SE-IX
- Prophet 5
- Döpfer Modularsynth
- Dave Smith Mopho
- Virus TI2

Als Erklärung für die Orientierung an analogen Synthesizern einiger Interviewten mag im Zusammenhang mit ihrer Assoziierung zum sog. Kölner Techno oder Kölner Sound stehen. Diesem werden oft Attribute wie Wärme des Klangs oder Soul, Monotonie und Melancholie zugeschrieben (vgl. Kapitel Städte). Da einige der genutzten Synthesizer in der Anschaffung relativ kostenintensiv sind, wird ihr Klang aufgewertet, während günstige abgewertet werden: „*billiges Zeug klingt auch billig*“ (GAA 4:39-41). Dies bedeutet aber auch, dass Geld die musikalische Wertschöpfung bedingt.

Fast alle Interviewten nutzen in ihrer Arbeit externe Synthesizer, Sequencer oder andere Peripherie, wie Vocoder, Kompressoren, Effektgeräte, etc. Grundsätzlich greifen alle ab einem bestimmten Zeitpunkt in der Produktion auf DAW-Software zurück. Dabei kommen die Programme Ableton, Audio Logic und Cubase zum Einsatz, während der Studiostandard Pro-Tools keine Verwendung findet. Ableton ist zwar die jüngste Software, sie konnte sich in kurzer Zeit etablieren, was deren „*intuitive[n] Arbeitsweise*“ (GCA 4:13-14) geschuldet ist. Diese resultiert dabei einerseits aus der Übertragung der intuitiven Interface-Logik (vgl. Feser 2016) auf Software, andererseits aus dem eingekörperten Wissen der Sonic Bodies im Umgang mit Maschinen und Software, sodass das Wissen in Form einer eingekörperten Ahnung erscheint. Ableton fungiert auch als Software für Konzerte, eine Funktion, die andere Programme nicht bieten. Die Produzenten nutzten außerdem 303-Modulationen unterschiedlicher Hersteller, Groove Machines und Sequencer. Dabei finden oft die Geräte der MPC-Reihe von Akai Verwendung. iPads werden auch innerhalb der Produktion und Aufführung eingesetzt. Ein Interviewpartner, der am längsten in anderen musikalischen Bereichen aktiv war, verwendet für seine Kompositionen auch E-Gitarre oder E-Bass.

Die Ausgaben für die Anschaffung von Synthesizern, Peripherie und DAW-Software fallen bei den Interviewpartnern unterschiedlich aus. Jedoch lässt sich eine Systematik feststellen, die entlang der jeweiligen Feldposition der Akteur*innen verläuft. Produzenten mit dem größten Bekanntheitsgrad und längsten Karrieredauer bezifferten ihre Ausgaben für Anschaffungen über die Jahre auf 100.000 €. Da diese ihre Musikerlaufbahn vor der Digitalisierung der Musikproduktion begannen, sahen sie sich auch am stärksten gezwungen, ihr Aufnahmeinstrumentarium zu wechseln. Die Akteure mit etwas weniger Bekanntheit und Karrieredauer gaben bereits deutlich weniger für ihr Equipment aus, dessen Anschaffungskosten zwischen 10.000 € und 25.000 € changierten. Zuletzt liegen die Ausgaben für die Musikproduktion bei den Akteuren mit der niedrigsten Feldposition bei 5.000 €. Musikalischer Erfolg schlägt sich in höheren Investitionen in das Instrumentarium und den Klang nieder.

Den *Orten* der Musikproduktion werden ebenfalls Werte zugewiesen und sie dienen der Wertschöpfung der produzierenden Sonic Bodies. Obwohl Techno den Ruf besitzt, eine Musik zu sein, die durch Bedroom Producer realisiert wird, konnten in der Studie mehrere Studiotypen identifiziert werden. Neben der Produktion im Schlafzimmer oder Wohnung nutzt die Hälfte der Interviewten ein externes Studio. In den meisten Fällen waren diese die Besitzer dieser Produktionsräume oder teilten sie mit anderen Produzenten. In einigen Fällen ist ein Studio einem Label angegliedert. Ein Interviewpartner produziert seine Tracks auf dem Laptop Zuhause oder auf Reisen vor und beendet diese in einem professionellen Studio unter Mithilfe anderer Produzenten. Hinsichtlich der Art der Studios können Muster festgestellt, die Interviewten mit höherer Feldposition verfügen meist über ein externes Studio, während die anderen Probanden Zuhause komponieren.

Das Heimstudio bietet dabei für die Produzierenden gewisse Vorteile. Da keine Miete für ein Studio anfällt, besteht nicht der Zwang, dieses effektiv zu nutzen. Die Studiomiete muss nicht durch die Produktionen finanziert werden. Es besteht nicht der Druck, effizient zu sein. Produzent*innen entscheiden gemäß ihren Vorstellungen und Stimmungen, wann und wie lange sie produzieren. Ihnen stehen nicht einige Arbeitsstunden am Stück wie bei einem externen Studio zur Verfügung, sondern sind zeitlich ungebunden (vgl. Diaz-Bone 2010, S. 354). Das Studio ist „Teil des Alltagsraums“ (ebd., S. 351). Dies bringen einerseits eine gewisse Normalität und Annehmlichkeiten mit sich, wie etwa die Möglichkeit, zwischendurch etwas zu kochen. Die „Einholung der Privatsphäre in das Berufliche“ (ebd., S. 352) sowie das Eindringen von Techno in das Private (vgl. Schwanhäußer 2010) sind typisch für die Technokultur. Zu einer Integration von

Arbeit und Privatem kommt es auch bei externen Studios. Sie sind Orte des beruflichen und alltäglichen Austauschs, wie etwa bei Studios von Labels oder bei Studiogemeinschaften. Sie dienen der Generierung musikalischer, ökonomischer und sozialer Werte. Die Produzierenden erhalten dort Feedback zu ihren Stücken oder unterhalten sich über neue musikalische Entdeckungen. Kosten werden eingespart, da die Miete entweder unter mehreren Beteiligten aufgeteilt oder vom Label bezahlt wird.

Daneben motivieren auch monetär geprägte Werte die Musikproduktion. Für Gabriel und Ümit war die Vorstellung, von der Musikproduktion den Lebensunterhalt zu bestreiten, eine wichtige Motivation für deren Beginn. In allen Fällen der Produzenten, die hiervon einen Teil des Lebensunterhalts finanzieren, rückte im Lauf der Entwicklung der Wert des Gelds neben den musikalischen Wert. Dieser verdrängte den musikalischen Wert aber nicht. Der Wert des Gelds tritt noch auf Umwegen in Erscheinung. Veröffentlichungen dienen als einerseits der Generierung von Aufmerksamkeit, um dadurch an Auftrittsmöglichkeiten zu gelangen. Andererseits erzeugen sie subkulturelles Kapital und ggf. auch subkulturelles Popularitätskapital, was in Geld und mehr Auftritte umgewertet werden kann.

7.2.4 Veröffentlichen

Die Affordanzen der Musikproduktion ermöglichen Handlungsoptionen für das Veröffentlichen. Obwohl ein Label eine betriebswirtschaftliche Organisation ist, haben ökonomische Werte des Veröffentlichens oft geringere Bedeutung. Vor allem musikalische und soziale Werte motivieren die Sonic Bodies dazu, ein Label zu betreiben. Diese basieren auf Vorstellungen, in denen die *Freude* und *Leidenschaft* an der Arbeit zentrale Größen sind. Labelaktivitäten sind eine „*Herzensangelegenheit*“ (GLA 6:06-07) und werden als Hobby mit Vorzügen angesehen.

Ein wichtiger Wertträger des Veröffentlichens ist die Musik. Diese kann in ihrer Wertigkeit gesteigert werden, wenn sie den Status der *Zeitlosigkeit* zugesprochen bekommt. Das Ziel vieler Labelbesitzer*innen ist es, „*zeitlose Platten*“ (DMA 11:24-25) zu veröffentlichen und ebenfalls einen „*eigenen Sound*“ (DMA 1:37:43-44) zu haben. Hierbei handelt es sich auch um eine Singularisierungstechnik. Dies impliziert die Existenz von zeitgebundenen Veröffentlichungen, die nicht überdauern und schnell in Vergessenheit geraten oder gar nicht erst wahrgenommen werden. Gelingt es einer Veröffentlichung aus der Masse herauszustechen und zu überdauern, wird ihr ein dauerhafter kultureller Wert zugesprochen. Aus der Affirmation der Kund*innen schöpfen die Betreibenden Wert, da ihre Vorstellungen bestätigt wurde. Die Stücke sollen sich von kurzzeitigen Trends abgrenzen. Zwar können Hypes für einen gewissen Zeitraum bestimmend sein, sie verlieren aber schnell an Wertigkeit, sobald das Interesse nachlässt (Boltanski/Esquerre 2018, S. 423ff.).

Musikalischer Wert entsteht in der Vorstellung und Etablierung einer musikalischen *Marke*, die sich auf die jeweiligen Sound- und Kompositionsvorstellungen der Firmen bezieht. Michael betreibt ein „*spezielles Label*“ (MSCHA 1:45:24-25) das „*unique*“ (MSCHA 59:35-36) ist. Dirks Label veröffentlicht „*Deep Techno für den Club*“ (DMA 1:48:32-33), während Gunnar „*keinen festen Fahrplan*“ (GLA 43:04-07) verfolgt, „*Offenheit*“ (GLA 43:19) walten lässt und Sinn aus dem Ausdruck temporärer Vorlieben zieht. Marken lenken die Aufmerksamkeit, erhöhen das Potenzial für Auftritte und das subkulturelle Popularitätskapital. Riley bezeichnete eine seiner Firmen als „*Label für den Tag*“ (RRA3 1:52:20-21), während die anderen Labels für die Nacht,

resp. Clubs veröffentlichen. Der Betrieb mehrerer Labels bietet mehr Ausdrucks- und Einnahmemöglichkeiten.

Eine Wertausprägung des Veröffentlichens besteht in der *Einflussnahme*.

Dirk: „*Ich habe mich schon immer, ich sag mal, redaktionell mit Musik auseinandergesetzt. Also mir war es immer wichtig, Musik zu filtern. Ich habe Musikjournalismus in den 90er gemacht, ich habe Platten aufgelegt, ich habe auch viel CDs und damals auch Kassetten gemacht. Letzten Endes war das Label eigentlich die Weiterentwicklung von dieser Idee oder von dem Willen, den Riesenberg von Musik, den es da draußen gibt, irgendwie zu ordnen, zu filtern und in einer Art noch stärker zu steuern.*“ (DMA 2:30 - 3:12)

Dirk hat mit seinem Label sein Musicking erweitert und um eine zusätzliche Arena der Wertschöpfung bereichert. Das Ideal der Einflussnahme, in Form des Filterns, wurde an eine weitere kulturelle Praktik der Technokultur gebunden. In Verbindung dazu stehen Wertausprägungen des Veröffentlichens, die durch die Ideale *Kontrolle* und *DIY* dominiert sind. Deren Entstehung kann auf unterschiedliche Weise vonstattengehen. Einerseits kann Angst den Antrieb zum Start eines Labels geben. Für Michael und seine damaligen Partner war die Vorstellung „*horrorhaft*“ (MSCHA 1:52-53), von anderen Labels abgelehnt zu werden. Eine Ablehnung der individuellen musikalischen Werte kommt einer Ablehnung der Persönlichkeit gleich, da Werte in enger Verbindung dazu stehen. Diese Angst und der Wunsch zu veröffentlichen, motivierte sie, selber ein Label zu betreiben. Andererseits kann Unzufriedenheit die individuelle Wertausprägung der Kontrolle entstehen lassen. Gabriel war von der Veröffentlichungspolitik einiger Labels besonders hinsichtlich der Gestaltung der Covers enttäuscht. Dies bewog ihn dazu, ein eigenes Label zu gründen, um auf diese Weise seine Vorstellungen von einem künstlerisch „*stimmige[n] Gesamtkonzept*“ (GAA 56:31-32) einer Technoveröffentlichung zu realisieren. Der Wert der Kontrolle erscheint in der Idealvorstellung nach Unabhängigkeit, resp. Selbstständigkeit im wirtschaftlichen Arbeiten. Unabhängigkeit und DIY dienen der Absicherung des musikalischen Werts vor Eingriffen von außen, aber auch des eigenen Profits. Es ist eine Flucht aus dem Alltag. Statt sich im Beruf den Gegebenheiten unterzuordnen, haben Sonic Bodies die Kontrolle darüber, wie und mit wem sie arbeiten. Zu den Werten des Veröffentlichens zählt ebenfalls der Wert des *Gebens-Nehmens* der Technokultur. Dirk hatte bspw. zuvor als Tänzer und DJ von der Technokultur genommen. Irgendwann hatte er die Vorstellung und das „*Bedürfnis*“ (DMA 12:00-01), etwas an diese zurückzugeben, was der Auslöser für seine Labelaktivitäten war.

Von Bedeutung für das Veröffentlichen ist auch der ökonomische Wert, allerdings nicht bei allen Interviewten im gleichen Maße. Bei Riley dient der Betrieb mehrerer Labels der Sicherung des Lebensunterhalts. Gleiches gilt für die Firma, bei der Peta beschäftigt ist. Für Dirk besteht die Idealvorstellung darin, eines Tages von dem Label leben zu können. Als Ausprägung konnten diverse Selbstvermarkter identifiziert werden. Kontrolle über das eigene Werk ist ebenso von Bedeutung wie der Anteil am Profit einer Veröffentlichung, welcher bei Selbstvermarktung höher ausfällt. Abseits der Sicherung des Lebensunterhalts dient Geld als Mittel in vielen Fällen dem Endzweck der Aufrechterhaltung des Veröffentlichens. Der Gewinn einer Veröffentlichung wird im Anschluss für die Herstellung einer neuen genutzt.

Besonders in Bezug auf die Labels zeigt sich der Wert, den das *Vinyl* durch einige Sonic Bodies und Feldabschnitte zugewiesen bekommt. Obwohl diese Tonträger wirtschaftlich unsinnig sind, halten ihnen Musiker*innen und Labelbetreibende die Treue. Zum einen besitzen sie für diese einen ideellen Wert, zum anderen erzeugen sie Aufmerksamkeit und subkulturelles Kapital. Digitale Formate werden eher zur monetären Wertschöpfung herangezogen.

7.2.5 Veranstalten

Hinsichtlich der Werte-Schöpfung des Veranstaltens zeigen sich Parallelen zu der des Auftretens. Hier walten auch aufgrund der Bedeutung des Veranstaltens für den Lebensunterhalt der Veranstaltenden und DJs unterschiedliche Werte-Schöpfungskonfigurationen.

Die Organisation und Durchführung von Partys basieren auf ideellen, musikalischen und sozialen Wertvorstellungen. Kevin wollte sich etwa zunächst seinen Spaß bewahren, nachdem eine Partyreihe beendet wurde und er diese Lücke mit seinen Veranstaltungen schloss. Dadurch sicherte er den Spaß für die lokale Szene. Es entstand eine Vorstellung von Berufstätigkeit in der Technoszene. Kevin und noch deutlicher Martin waren mit dem gegebenen Angebot an Partys unzufrieden, da dieses von ihren *musikalischen und sozialen Vorstellungen* abwich. Dies war für beide der Beweggrund, selber Veranstaltungen zu organisieren. Auf diese Weise konnten sie ihre Vorstellungen über das Wünschenswerte in die Tat umsetzen. Dabei war das Einbringen von Kevin und Martin vom Wert des *Geben-Nehmens* der Technokultur motiviert. Beide gaben, damit sich andere und sie selbst etwas herausnehmen konnten.

Kevin: „Also generell auch bei den Tanzveranstaltungen, ich würde das jetzt gar nicht so inhaltlich trennen, weil ich bei all den verschiedenen Formaten, die ich gemacht habe, eigentlich immer den Anspruch hatte, Menschen zusammenzubringen, eine Basis zu schaffen, einen Ort zu schaffen, an dem sie sich selbst aber auch anderen begegnen können und das war auch für mich immer eine gewisse spirituelle Geschichte, weil ich selber bei meinen ersten Partyerfahrungen auch im weitesten Sinne eine besondere Selbsterfahrung gemacht habe, was das Tanzen anging, was das Erleben und Erfühlen anging. Das zu teilen, war halt eigentlich immer der Anspruch bei allen Veranstaltungen. Also auch bei dem kulturellen ging es mir darum, [überlegt kurz], was Gutes zu tun, den Menschen zu helfen, einen Schritt weiter zu gehen, zu sich zu gehen.“ (KKA2 4:19 - 5:25)

Bei Kevin resultiert sein Geben aus der Erfahrung, die ihn mit der Technokultur verknüpft hat. Ihr Echo motivierte ihn zur Organisation von Partys. Die besondere Selbsterfahrung, die Kevin widerfahren ist, ließ einen Wert entstehen. Solch eine Erfahrung möchte er anderen ermöglichen, indem er an die Technokultur etwas zurückgibt. Er versucht auch, ein Zeitportal zu öffnen, welches die Anwesenden an einen Akt der Vernähung erfahren lässt.

Zuletzt prägt das *Miteinander* die Vorstellungen über das Wünschenswerte des Veranstaltens. Veranstaltungen werden nicht für eine Person, sondern eine Gemeinschaft realisiert. Allerdings bestehen Vorstellungen über diese Gemeinschaft, die von einem Homologiedenken durchzogen sind (vgl. Kapitel Freunde). Dadurch erscheint das Veranstalten als ein Ideal einer Flucht aus dem Alltag und als Aufgehen in einer besseren Gemeinschaft von Gleichgesinnten.

Im Zusammenhang mit dem Veranstalten stehen die Werte des *Ortes*: der *atmosphärische Wert* und die *Kapitalia*. Orte sind in der Technokultur von zentraler Bedeutung, da in ihnen die Körper moduliert werden und sie den Rahmen für die bessere Gemeinschaft bilden. Hier finden die Zusammenkunft und Begegnung der Körper statt, die gemeinsam die soziale Ästhetik erschaffen. Die Gestaltung der Orte ist Ausdruck der ästhetischen und sozialen Vorstellungen der Veranstalter*innen, die die Kontrolle über die Gestaltung und Publikumszusammensetzung haben. Kevin verzierte bspw. seine Partys mit „*kindlicher, lustiger, leichter Deko*“ (KKA3 3:10-15), da er distinktiv beabsichtigte, „*dieses coole Clubgehabe so ein bisschen außen vor zu lassen*“ (KKA3 3:02-05). Damit steht er in einer Tradition, die ihren Anfang bei David Mancusos Loft nahm. Orte können einen besonderen atmosphärischen Charme besitzen, den die Veranstaltenden als

wertvoll erachten. Dies kann sich sowohl auf ungenutzte Gebäude als auch Orte in der Natur beziehen. Orte kriegen subkulturelles (Popularitäts-)Kapital und kulturindustrielles Popularitätskapital zugewiesen, das auf die Party, die Veranstaltenden, DJs und Partizipierenden übergehen kann. Das Veranstalten und Auflegen in einem renommierten Club unabhängig von der Feldposition führt bei angemessenem Handeln zu einer Aufwertung. Die Kapitalia sind das Resultat vorheriger Veranstaltungen an den Orten, die ihrerseits den Ort aufgewertet und mit Kapitalia versehen haben.

Veranstaltungen dienen der Kommunikation von Werten. Partys sind Orte der Interaktion und der nachträglichen Mythenbildung. Veranstaltende kommunizieren in der Musik- sowie Publikumsauswahl und Gestaltung der Räume ihre eigenen ästhetischen Wertvorstellungen und damit ihren Geschmack sowie Persönlichkeit. Dies kann zur Kommunikation von Weltanschauung genutzt werden, um die bessere Gemeinschaft und deren Werte nach außen zu tragen, wie das Beispiel von Kevin zeigt. Dieser wollte mit seinen Veranstaltungen eine Form von Spiritualität übermitteln, die ihm widerfahren ist und geprägt hat. Daneben kommunizierte er durch seine Veranstaltungen Themen wie Umweltschutz, Nachhaltigkeit, Solidarität und Unterstützung von Kleinunternehmertum, die ihm wichtige Anliegen sind. Kommunikation in Form von Werbung dient der *Generierung von Aufmerksamkeit*. Release- und Label-Partys präsentieren neue Veröffentlichungen von Musiker*innen und das Musiker-Portfolio von Labels.

Wert des Veranstaltens umfassen ökonomische Werte. In der Regel wird für Partys ein Eintrittsgeld verlangt, um die Kosten zu decken oder Gewinn zu erwirtschaften. Veranstalten ist die Art des Musicking, die am deutlichsten von multiplen Werten, Priorisierungen und Wertkonflikten durchzogen ist. Partys dienen sowohl für Veranstalter*innen als auch Musiker*innen oder Labelbetreiber*innen der Sicherung des Lebensunterhalts. Das Veranstalten ist für gewisse Sonic Bodies eine ökonomische Notwendigkeit. Daneben werden Partys auch zur Querfinanzierung von Labelaktivitäten genutzt. Dies kann den regelmäßigen Ausstoß neuer Veröffentlichungen sichern. Teils in enger Verbindung zum ökonomischen Wert stehen die Counter-ideal Values des Veranstaltens. Die Organisation und Durchführung regelmäßiger oder pro Monat mehrmaliger Veranstaltungen kann physisch sowie psychisch verausgabend sein. Unregelmäßige Schlafenszeiten, Belastung der Veranstaltung und ggf. auch Drogenkonsum können den Körpern der Veranstaltenden zusetzen und gesundheitliche Schäden provozieren. Da das Veranstalten allerdings für viele Produzierende der Technokultur eine Notwendigkeit ist, kommt es an dieser Stelle zu einem Wertkonflikt zwischen dem Ideal des Lebensunterhalts in der Technokultur und der Gesundheit.

7.2.6 Feiern

*„Zu feiern heißt sich zu verschwenden, freigiebig mit sich und seiner Zeit umzugehen.“
(Gutmair 2013, S. 20)*

Feiern ist ein zentrales Musicking der Technokultur und bietet eine große Anzahl an Wertschöpfungsoptionen. Feiern stellt nicht eine einzelne Aktivität, sondern eine Reihe von Praktiken und Erlebnissen dar. Diese sind zum Teil sozialstrukturell determiniert. Die Kombination aus Zusammenkunft, Hören, Tanz, Kommunikation, Körper- und Sinneserlebnissen sowie potenziellen Erfahrungen wird als besonders wertvolle kulturelle Praktik erachtet. Im Feiern realisiert sich für viele die Vorstellung des idealen anderen Erlebens abseits der basalen Kultur, ihrer Langeweile und Restriktionen. Diese kann Menschen verführen, in den Bann ziehen, aber auch zur Gefahr werden, wie die Dokumentation „Feiern – Don't forget to go home“ (Claasen 2006) aufzeigt.

Der Wert des Feierns ist maßgeblich von Vorstellungen geprägt, für die der Spaß signifikant ist (Hitzler 2000b; Schwarzbeck 2008). Das Erleben von Spaß abseits der Angebote der basalen Kultur steht daher im Zentrum der Erlebnissrationalität (Schulze 2000) der Sonic Bodies. Das Erleben des eigenen Körpers, die Wirkung der Vibrationen, Ästhetik und Partizipationsästhetik auf diesen, und die Modulation durch Tanz und Affizierungen lässt Werte entstehen oder bindet Menschen an bestehende Werte der Technokultur. Der Spaß findet auch seinen Ausdruck im Soziokulturellen. Konstituierend erscheint dabei das Miteinander unter den Anwesenden, was in Form von Freunden, die gemeinsam feiern, dem Miteinander unterschiedlicher Menschen im Club, der Kommunikation mit anderen und dem Einbringen erscheint.

Kathleen: „*Ich gehe gerne Tanzen, weil ich gerne unter Menschen bin, weil ich gerne Spaß habe, mich mit Leuten unterhalte, am liebsten mit Freunden unterhalte, und es eine gemeinsame Leidenschaft ist, die man hoffentlich miteinander teilt. Also ich gehe nicht weg, wenn ich schlecht gelaunt bin. Das bringt mir nichts und meinem Miteinander auch nicht. Ich will Spaß haben und ein Lächeln im Gesicht haben, wenn ich Tanzen gehe.*“ (KHA 4:29 - 4:55)

Wertschöpfung wird durch das individuelle Befinden, die innere Ökologie beeinflusst. Eine schlechte Laune verspricht keine Wertschöpfung. Bei guter Laune können bereits die ersten sinnlichen Eindrücke noch vor dem eigentlichen Clubraum als Affordanzen bei Kathleen einen Euphorieschub und den Wunsch, „*rein in diesen Spaß*“ (KHA 37:15-16) zu wollen, auslösen. Die Entscheidung für oder wider das Feiern erfolgt im Sinne der Erlebnissrationalität als Abwägung unter Rekurs auf das eigene Befinden. Das Befinden ist ausschlaggebend, ob von dem Feiern eine Wertschöpfung zu erwarten ist, die sich mit den Idealvorstellungen deckt. Neben der inneren ist auch die soziale Ökologie, als der Ort und dessen Publikumszusammensetzung, für die individuelle und kollektive Wertschöpfung des Feierns von Bedeutung.

Der Wert des Tanzens und des Feierns in der Technokultur erklärt sich in Bezug auf die basale Kultur. Tanz und Ekstase ermöglichen die *Flucht aus dem Alltag*. Die befreiende Wirkung des Tanzens wird bspw. als Befreiung von gesellschaftlichen Zwängen interpretiert (vgl. Vogt 2005). Während der Körper in den Arbeitsprozessen immer mehr an Bedeutung verliert, bildet das Erleben der körperlichen Präsenz im Tanz das wesentliche Erlebnis in der Technokultur. Dabei können diese als Erfahrungen auftreten. Die Selbstkontrolle wird aufgegeben, das Selbst erfährt sich anders. Dieser Spaß kann als plaisir oder jouissance erscheinen. Der Tanz mit anderen kann eine *Flucht aus Identitäten, Identifikationen* (Waltz 2001; Bonz 2008) und *Gendernormen* (Gilbert/Pearson 1999). Feiern zeichnet sich durch ein Dazwischensein aus das als Kräftefluss zwischen Identität und Identifikation erscheint (Malbon 2012, S. 491). Das Sich-Verlieren innerhalb des Tanzens erlaubt die temporäre Flucht vor dem eigenen Selbst und der basalen sozialen Identität. Partizipierende verschwinden im Nebel, im eigenen Körper oder der tanzenden Gruppe (Melechi 1993, S. 32f.). Flüchtige Kontakte werden durch Blicke geknüpft und in der Interaktion mit anderen bspw. die Körper von Heteronormativität (temporär) befreit. Die Blicke in Technoclubs unterscheiden sich dabei von den Blicken traditioneller popmusikalischer Tanzveranstaltungen. Die neuen Formen des Schauens sind von sexueller Begierde befreit, was Frauen ein anderes Erleben im Technoclub ermöglicht (Pini 2012, S. 353). Diese Differenzerfahrung ermöglicht die (temporäre) Loslösung und das Spiel mit sexueller Identität (vgl. Vogt 2005, S. 88; Pini 2012). Das andere Erleben des Körpers umfasst das Gefühl von Juvenilität, welches mit dem Feiern assoziiert wird. Es steht für die temporäre Loslösung vom Alter. Statt Zeit mit Gleichaltrigen zu verbringen, verspricht Techno „mit seinen Konnotationen von Vitalität und Erlebnisorientierung“ (Kirschner et al. 2014, S. 99) ein Gefühl von Jugendlichkeit.

Werte des Tanzens sind vom polysinnlichen *Erleben des Körpers*, dessen Immersion im multi-medialen Clubraum und unterschiedlichen Affizierungen geprägt. Der Tanz und die sonische Dominanz der Musik lässt die Sonic Bodies ihre Körper spüren. Dies unterstreicht die Wertigkeit des Sonischen in der Technokultur, der durch immer bessere Soundanlagen gesteigert und dezidiert beworben wird. Die Wahrnehmung verändert sich im Tanz. Es kommt zum Verlust des Raum- und Zeitgefühls im Tanz und der Repetition der Musik. Feiern stellt eine Schwellenerfahrung dar, in der die Grenze von Nacht zu Tag, von gesellschaftlicher zu eigener Ordnung überschritten wird (vgl. Henriques 2011, S. 20; Kirchner 2011). Der gemeinsame Tanz orientiert sich am Grundbeat, wird aber mit verschiedenen individuellen Bewegungen versehen (Klein 1999, S. 173-183). Die individuellen Bewegungen folgen dabei den Tönen (Zeiner-Henriksen 2010; Burger/Toiviainen 2020). Es zeigen sich Parallelen zwischen dem Tanz und der Komposition von Techno. Zwar ist die Basis weitestgehend standardisiert, die vertikale Ausgestaltung bzw. Bewegung aber individualisiert. Der gemeinsame Tanz kann affizieren. Die synchronisierten Bewegungen der Tanzenden lassen diese einander ähnlich erscheinen. Es entsteht Mitgefühl und Zugehörigkeit. Die Grooves der Musik erhöhen dabei das empathische Gefühl des Tanzens, da sie die Partizipierenden affizieren, die sich gegenseitig affizieren (Trost 2014, S. 215f.). Sie geraten und tanzen sich in Ekstase. Techno erscheint als Rauschen, in welchem die Ich-Kontrolle aufgegeben wird und das Individuum sich im Werk verliert (Seel 2003, S. 247). Im Tanz, der paradigmatisch für das Rauschen ist, und der Verausgabung steigert sich der „Sinn der Präsenz“ (ebd., S. 218). Techno ist eine Kultur, die den Genuss am Körper und am Realen in ihr Zentrum stellt (Bonz 2008, S. 125). Der Tanz erscheint als „die Lust am Erleben der körperlichen Physis“ (Klein 2001, S. 173). Sie ist oft an Überschreitung der Ich-Kontrollen im Feiern gekoppelt, auch mit Drogen (Schwanhäußer 2010, S. 238; Vitos 2015). Die Lust an der Grenzüberschreitung durch völlige Erschöpfung oder gar Erbrechen (Goetz 2001) ist zentral für die Körpererfahrungen im Techno.

Sonic Bodies ziehen aus dem Feiern einen anderen sozialen Wert. Clubs und Partys sind Orte der Zusammenkunft. Sie dienen der Pflege des sozialen Kapitals (Otte 2007a). Dies steht bei DJs und Produzent*innen im Zusammenhang mit der ökonomischen Wertschöpfung. Anwesenheit auf Partys produziert subkulturelles Kapital, welches in einen Geldwert umgewandelt werden kann. Das gemeinsame Feiern dient sowohl dem Aufbau von Netzwerkkontakten als auch der Anbahnung zukünftiger Engagements. Produzierende müssen sich zeigen, um im Gespräch zu bleiben und Auftritte zu erhalten. Orte unterstützen die identitätsstiftende soziale Integration. Hier fühlen sich die Partizipierenden als Teil der lokalen Szene und der Technokultur (Otte 2009). Die Zusammenkunft kann allerdings noch zwei andere Weisen realisiert werden: als Anbahnung von Partnerschaften oder Sex (vgl. Otte 2007b).

7.2.6.1 „Wird das noch schneller heute?“ - Feiern und soziale Ungleichheit

Die Frage „Wird das noch schneller heute?“, wird DJs im Ruhrgebiet des Öfteren gestellt. Dabei handelt es sich auf den ersten Blick um ein Geschmacksurteil, auf den zweiten aber um einen Ausdruck sozialer Ungleichheit, da die Frage meist in bestimmten Clubs gestellt wird, die sozialstrukturell ein Publikum mit niedriger Bildung anziehen.

Der jeweilige Technogesmack wird durch die soziale Position geprägt. Während Menschen mit mittleren Bildungsabschlüssen eher zu Bekanntem tendieren, sind für Studierende oder Menschen mit Hochschulabschluss unbekannte Tracks verlockender. Dies kann um eine Trennung zwischen einerseits hart, rhythmisch dominiert und konform, andererseits verspielt, melodisch und nonkon-

form erweitert werden, wie etwa bei Chris Liebing und DJ Koze (vgl. Kapitel Sonische Produktion). Vorlieben für musikalische Eigensinnigkeit und Crossover sind eher bei Hochschulabsolvierenden anzutreffen. Auf diese Weise reproduzieren und aktualisieren die jeweiligen Sonic Bodies klassenspezifische Traditionen (Otte 2007a, 2007b, 2008b, 2015).

Für die Wahl von Clubs oder Discos ist entscheidend, ob diese den Körper oder die Musik in den Mittelpunkt stellen. Veranstaltungsorte unterscheiden sich hinsichtlich ihrer thematischen Fokussierung, die entweder mehr körper- oder musikbezogenes Kapital (Otte 2009) versprechen. Clubs mit Musikfokus eignen sich weniger zur Partnersuche und präsentieren unbekannte Musik. Ihre Pendanten stellen die Möglichkeit zur Inszenierung und Präsentation des Körpers in den Vordergrund. Sie werden eher als Orte der Partnersuche frequentiert (Otte 2007b). Die Musikauswahl orientiert sich an Bekanntem. Die Kultivierung des Körpers zur Steigerung des Körperkapitals steht in der Traditionslinie der Arbeiterklassenästhetik (Otte 2007a).

Faktoren sozialer Ungleichheit walten auch bei den größeren Veranstaltungsformen wie Festivals. Auf der einen Seite stellt Julia Köhler (2014) in Bezug auf das Festival Melt! (Gräfenhainichen/Sachsen-Anhalt) ein ausgeglichenes Geschlechterverhältnis, hohes Bildungsniveau sowie geringes Einkommen fest. Das Publikum stammt vor allem aus NRW, Bayern und Sachsen, aber kaum aus Sachsen-Anhalt, Thüringen und Brandenburg. Mit dem Festival SonneMondSterne (SMS) in Thüringen verhält es sich auf der anderen Seite anders. Dies zeigt sich zunächst an der geringen Anzahl an SMS-Publikum auf dem Melt!-Festival, welches 19% beträgt. Das Publikum ist mehr in der Region verankert und setzt sich mehrheitlich aus Männern (70%) zusammen. Es wird von einem adoleszenten Publikum zwischen 18 und 25 Jahren dominiert (80%). Der Anteil an Bildungsabschlüssen im mittleren Bereich liegt bei 38% (Otte 2015). Der Schwerpunkt liegt bei SMS auf elektronischer Tanzmusik. Im Gegensatz dazu präsentiert das Melt! einen Genre-Mix, der neben elektronischer Tanzmusik auch Indie, Hip-Hop, Electronica, Post Rock und andere Genres beinhaltet. Die breite musikalische sowie sonische Ausrichtung erklärt den geringen Anteil von SMS-Publikum beim Melt!, da ein breiter Musikgeschmack ein Akademiker- und Mittelschichtphänomen ist (Otte 2007a; Gebesmair 2001; Bernhard 2014). Dennoch ist SMS von Segmentierung gekennzeichnet, die Otte in Musik- & Szenekenner, vielseitig interessierte Grenzgänger, modeorientierte Randständige, Party-Animals und Normalbesucher aufteilt (Otte 2015, S. 53ff.). Diesen liegen divergierende musikalische, politische und soziale Wertvorstellungen zugrunde.

Trotz der Faktoren sozialer Ungleichheit erfolgt teilweise deren Umkehrung, durch die Akkumulation subkulturellen Kapitals und Ausbildung eines Sonic Logos. Es kommt auch zur Vermischung auf den Tanzflächen.

Kathleen: „Ich meine, klar, hast du die, die sich verkleiden, die gerne ganz anders aussehen, als sie in ihrem eigentlichen Leben sind, indem sie sich irgendwelche Kostüme überwerfen und Perücken aufsetzen und absurd schminken. Andererseits hast du die, die man aber auch in einer Großraumdisko finden würde, mit Bomberjacken oder Daunenjacken an und gegelten Haaren mit Kokoswachs drin. Das Schöne daran ist, dass das durchaus vermischt wird und vermischt werden kann und man trotzdem auf einen Nenner kommt und der Nenner ist dann halt die Musik, die man gemeinsam teilt. Deswegen finde ich, das gar nicht so ausgrenzend, muss ich sagen.“ (KHA 33:13 - 34:04)

Dies ist dem Wert des Miteinanders geschuldet, den dieser in der Technokultur innehat. Dennoch existieren sozialstrukturelle Unterschiede. Zum einen kann die Publikumszusammensetzung einer Party über deren Wert entscheiden. Sind etwa zu viele ‚falsche‘ Leute anwesend, schöpfen

Stammgäste keinen Wert für sich, weil es von ihren Idealvorstellungen abweicht. Zum anderen sind Faktoren sozialer Ungleichheit in den Distinktionen der Technokultur wirksam (vgl. Kapitel Freunde).

7.2.6.2 Feldberichte

Zur Veranschaulichung der Wertschöpfung des Feierns folgen zwei Feldberichte, die innerhalb der Datenerhebung der Arbeit erstellt wurden. Die Berichte unterscheiden sich einerseits in punkto der Städte, andererseits in der Wertigkeit des dort Erlebten. Während der Besuch in einem Berliner Club kein Erlebnis produzierte und kein Wert geschöpft wurde, verhielt es sich bei einer illegalen Party in Bochum umgekehrt. Die Diskrepanz zwischen der Wertschöpfung beider Abende ist auf Unterschiede im Einklang mit meiner inneren Ökologie und der jeweiligen sozialen Ökologie zurückzuführen.

Eine Nacht in Berlin

Wir brechen in Richtung Boxhagener Kiez in Friedrichshain auf. Wir sind uns nicht schlüssig, in welche Lokalität wir gehen sollen und begutachten erst einmal einige Bars. Nach einer Weile stellen wir uns beim Süß.War gestern an und sind nach fünf Minuten Wartezeit im Club. Dieser besteht aus zwei Räumen mit Tanzflächen, in denen jeweils House aufgelegt wird. Der Club wirkt wahlweise wie eine umgebaute Bar oder ein ehemaliges Strip-Etablissement. Der erste Raum kommt ohne besondere Dekoration abseits von Moving Lights aus. Das DJ-Pult ist nicht abgeschirmt und befindet sich auf einer Erhöhung, auf der sich auch die Theke befindet. Zwischen Sitzbereich und Tanzfläche gibt es keine Trennung. Der zweite Raum im Süß.War gestern mutet da schon deutlich mehr wie ein Club an. Die Decke ist mit zahlreichen LEDs bestückt, die ihre Farbe wechseln, und erinnert etwas an die Gestaltung vom Watergate. Im Vergleich zum anderen Raum ist er dunkler. Auf der einen Seite wirkt die Atmosphäre aufgrund der roten Wände an einer Seite warm, auf der anderen Seite aufgrund der vielen Spiegel aber auch kalt. Dieser Raum verfügt über eine DJ-Kanzel.

Obwohl wir bereits gegen 24 Uhr im Süß.War gestern sind, ist diese Loungebar relativ voll und füllt sich immer mehr. Von der Tanzfläche aus, kann ich durch die großen Glasfronten auf beiden Seiten die Warteschlange sehen, die mittlerweile um die Straßenecke herum reicht. Der DJ spielt sowohl mit Traktor als auch Schallplatte. An das Mischpult ist noch ein CD-Player angeschlossen. Wir tanzen eine Weile im ersten Raum, was sich teilweise schwierig gestaltet, da sich die Gäste, um zu der Theke zu gelangen, an den Tanzenden vorbei schlängeln müssen. Folglich wird mein Tanz permanent durch vorbeigehende Gäste unterbrochen, von denen einige Gefallen an meinen Füßen gefunden zu haben scheinen und auf sie drauftreten. Die Anzahl an Entschuldigungen darauf ist überschaubar. Die Musik plätschert vor sich hin.

Wir gehen in den zweiten Raum, der aus allen Nähten zu platzen scheint. An der linken Wand befinden sich Hocker mit sitzenden Gästen. Daran anschließend beginnt die Tanzfläche, die nur durch den kontinuierlichen Strom an Gästen, die sich auf dem Weg zu den Toiletten befinden, unterbrochen wird und sich durch die Anwesenden quetschen müssen. Auf der Tanzfläche angekommen, bleibt kaum Platz zum Tanzen. Nach einer Weile leert es sich etwas und wir haben ein bisschen mehr Raum zur Entfaltung. Allerdings finde ich die gespielten Stücke langweilig und verliere die Lust, dazu zu tanzen. Unsere Begleiter*innen haben sich zur Bar im ersten Raum

begeben. Wir folgen nach ein paar Minuten. Dort verabschieden sie sich von uns, um einen anderen Club aufzusuchen. Wir tanzen eine Weile im ersten Raum. Ich blicke auf die Warteschlange, deren Ende ich nicht mehr einsehen kann, da diese mittlerweile an den Fenstern vorbeireicht. Ich komme aufgrund der Gäste, die sich an mir vorbeidrücken, wieder nicht in einen Tanzfluss. Irgendwie fühle ich mich von einigen der Anwesenden gemustert. Wir gehen abermals in den zweiten Raum, der noch voller ist als zuvor. Beengt tanzen wir eine Weile, bis wir uns gegen 2.30 Uhr entscheiden, das Süß.War gestern zu verlassen.

Eine Nacht in einem Tunnel

T. und ich sind am Busbahnhof Bochum verabredet. Mein Rucksack wiegt aufgrund wegen der Getränke sowie des Regencape schwer. Heute findet seit Langem wieder eine Party im Tunnel statt und das heißt: Selbstversorgung. Ich freue mich noch aus einem zweiten Grund auf die Party, denn die Clubsituation hat sich für uns Anfang des Jahres schlagartig zum Negativen gewandelt mit der Schließung einiger Locations. Ich treffe T. und wir nehmen den Bus. Nach ein paar Stationen steigen zufällig Annika und F., die DJs sind und Partys veranstalten, ein.

Nach ca. 25 Minuten Fahrt erreichen wir die Endhaltestelle. Annika und F. warten noch auf andere Freund*innen, sodass T. und ich schon mal losgehen. Im Bus und an der Haltestelle warten noch ein paar andere Personen, die sich ebenfalls auf den Weg machen. Wir öffnen jeder ein Bier. Es sind jetzt ungefähr noch 20 Minuten zu Fuß. Nach etwa 2/3 der Strecke hören wir allmählich die Schläge der Kick Drum, die in die Nacht tönt. Einige Augenblicke später kommt uns ein Polizeiauto auf dem Weg entgegen, biegt aber wieder in Richtung der Straße ab. Von Meter zu Meter wird die Musik lauter und allmählich werden die anderen Frequenzbereiche abseits des Basses hörbar. Wir erreichen den Tunnel und vor dem Eingang sammelt es sich. Wir begrüßen einige Bekannte. Manche Frauen haben Glitzer im Gesicht. Es überwiegt ein unpräventiöser, alternativer Kleidungsstil.

Im Anschluss gehen wir in den Tunnel. Der Raum zuckt in unterschiedlichen Farben, die von den Visuals und Lichtprojektoren unter der Decke stammen. Es riecht modrig, weil es die letzten Wochen viel geregnet hat. Wir steuern das DJ-Pult an, um Tasman zu begrüßen und unsere Rucksäcke zu deponieren. Dahinter dient am Tunneleingang ein aufgespanntes Bettlaken als Projektionsfläche für den Beamer, der vorgefertigte Visuals wiedergibt.

Nachdem wir unsere Sachen verstaut haben, geht es in die Mitte des Tunnels zum Tanzen. Dies ist allerdings nur von kurzer Dauer, da das DJ-Duo, welches das Warm-Up macht, bereits um 24 Uhr schnell und hart spielt. Nur wenige Leute tanzen und diejenigen, die es tun, scheinen Freunde des Duos zu sein, da jede Mixhandlung frenetisch gefeiert wird. Wir gehen zurück zum Pult. Außer den paar Leuten direkt vor dem Pult tanzt ansonsten so gut wie niemand im Tunnel. Wir verschwinden hinter die Projektionsfläche und setzen uns auf Bierkästen. Zwischendurch unterhalten wir uns kurz mit Tasman und einigen anderen DJs wie Ed Dust oder Robin O'Really.

Nach einer Weile übernehmen Nutella, der andere Veranstalter, und sein DJ-Partner das Pult. Der Tunnel füllt sich allmählich mit tanzenden Menschen und es kommt Stimmung auf. T. und ich schlagen uns unter die Tanzenden. Ich erblicke viele bekannte Gesichter, die ich schon länger nicht mehr auf Partys gesehen habe, und junges Publikum. Nutella und sein Kollege liefern ein gutes Set ab, was den Gästen und mir sehr viel Spaß bereitet. Der Tunnel wird wärmer und der modrige Geruch mischt sich mit diversen Düften. Im Laufe der Party treten mir mehrere Leute aus Versehen auf die Füße oder rempeln mich aufgrund des unebenen Bodens an. Allerdings entschuldigen sich alle sofort.

Tasman übernimmt das DJ-Pult. Im unteren Bereich des Tunnels herrscht ein reger Publikumsverkehr. Einige tanzen neben uns, während andere entweder den Weg Richtung Bus oder Busch antreten. Dem Anschein nach stoßen immer noch neue Gäste hinzu. Zwischendurch branden Euphorieschübe im Tunnel auf, die sich vom DJ-Pult ausgehend in unsere Richtung ausbreiten und von den Steinwänden reflektiert werden. Es ist wie immer. Irgendwer fängt an zu schreien oder zu pfeifen und der Rest steigt mit ein. Verglichen mit einem Witz verfügt Techno prinzipiell immer über dieselbe Pointe, aber eine sehr gute. Ich steige in das Pfeifkonzert ein, das aufgrund des Raums intensiver wirkt.

Irgendwann stellt sich die Frage, wann wir den Nachtexpress nehmen. Eigentlich sind wir schon etwas erledigt, aber die Party ist noch gut gefüllt und der Sound macht Spaß. Wir erbetteln bei Tasman zwei Bier und bleiben noch eine Stunde. Es ist etwas weniger gefüllt als vor einer Stunde, aber trotzdem kommen noch neue Gäste hinzu, darunter einige bekannte Gesichter. Dann schmerzen die Füße doch schneller als erwartet. Wir holen unsere Rucksäcke und verabschieden uns. Wir verlassen den Tunnel und gehen in Richtung Bahnhof an der Ruhr entlang. Frische, kalte Luft. Die Beats werden leiser; nur noch das Rauschen der Ruhr und unserer Ohren.

7.2.7 Hören

Wertschöpfung durch Musik realisiert sich durch die Vorstellung einer idealen Musik und in der Tätigkeit, im Akt des Hörens. Techno ist eine Musik, die mit den üblichen Elementen populärer Musik gebrochen hat. Dies hat Konsequenzen für ihre Bewertung, da die Bedeutungsträger Stimme und Text wegfallen. Stattdessen erscheinen Klänge als Bedeutungsträger in Techno. Diese sind jedoch Signifikanten ohne Signifikate. Welche Bedeutung Klang hat, ist von den Individuen abhängig.

„Darüber hinaus produziert der Track nicht die eine Gestalt, sondern indem er die Verschiedenheit der Elemente, aus denen er besteht, in der gemeinsamen Bewegung seines Grooves ausstellt, stellt er eine Situation her.“ (Bonz 2008, S. 127)

Anders ausgedrückt enthält ein Track verschiedene potenzielle musikalische und sonische Affordanzen, die von den Sonic Bodies unmittelbar angenommen und mit Bedeutung belegt werden können. Klänge haben zunächst keine Bedeutung, bieten aber die Möglichkeit zur flüchtigen Identifikation und Evozieren von Weltenanfängen (Bonz 2016, S. 51). Sie können als Echo oder Geist der Vergangenheit fungieren, die bei ihrem Erscheinen die Sonic Bodies in die Vergangenheit trägt. Die Bezugnahme ist aber abhängig von Feldposition, subkulturellem Kapital und Sonic Logos. Auditive Subkulturen sind durch unterschiedliche Teilbereiche mit divergierenden Fraktionen strukturiert. Sie werden von unterschiedlichen Sonic Bodies und Partizipierenden bevölkert, die andere soziale Positionen innehaben und den Wert von Techno unterschiedlich auslegen. Einige orientieren sich an Szene und Nischen, andere an Hypes und kommerziellen Ausprägungen (vgl. Hoffmann 2016, S. 235-254). Die Orientierung an der Musik der Szene und von Nischen prägt für alle Interviewten gleichermaßen deren Wert. Eine Tendenz hinsichtlich der Bevorzugung kommerzieller Varianten bei den Probanden mit niedriger oder mittlerer Bildung konnte nicht festgestellt werden.

Musik ist wertvoll, wenn sie sich mit subjektiven und kollektiven Geschmacksvorstellungen deckt und Bewegungen auslöst. Für die positive Bewertung waren Innovation, Art der Produktion sowie Komposition und Originalität relevante Faktoren. Die Kategorie der Innovation ist irreführend, da weniger Neuheit im Vordergrund steht als Unbekanntheit oder Andersartigkeit. Der Kulturphilosoph Boris Groys (1992) unterteilt Kultur in die zwei Pole des Profanen und Valorisier-

ten. Um eine Valorisierung zu erfahren, muss eine Ware als neu aufgefasst werden. Neuheit präsentiert sich unter dieser Prämisse als Andersartigkeit oder Originalität. Diese resultiert aus der Bewegung von Objekten, Symbolen und Zeichen vom Bereich des Profanen in den des Valorierten. Objekte und Zeichen sind nicht objektiv neu, sondern lediglich subjektiv neu. Das Andere muss erst mit individuellem Wert aufgeladen werden, um zum „wertvollen Anderen“ (Groys 1992, S. 42) zu werden. Neuheit ist in Konsequenz immer subjektiv. Ähnlich äußert sich der Soziologe Andreas Reckwitz zum Neuen. Dieser lässt das Neue als „objektives Faktum“ (Reckwitz 2012, S. 41) ebenfalls nicht gelten, sondern deutet dies als Folge von Bewertung. Neuheit als Attribut wird nachträglich durch einzelne Personen oder ein Publikum zugewiesen. Neuartiges zeichnet sich durch Überraschung aus, die es in den Personen auslösen vermag. Was Menschen überrascht, ist allerdings subjektiv und abhängig von ihren Lebenserfahrungen.

Im Rahmen der Interviews beschrieb bspw. Kathleen Situationen als innovativ, wenn sie ihr „*altes Steckenpferd verlässt und sich aufmacht zu neuen Bereichen der Musik*“ (KHA 18:37 - 18:45). An dieser Stelle bedeuten neue Bereiche allerdings nicht Neue Musik oder Musik anderer Genres, sondern House Music mit einem Sänger. Sie hat sich im Feld bewegt. Dennoch handelt es sich hierbei um Andersartigkeit, die die Wertigkeit der Musik kennzeichnet. Small (1998, S. 134) erwähnt in diesem Zusammenhang die Potenzialität des Musickings, die soziale Konstruktion der Wirklichkeit (Berger/Luckmann 2007) durch das musikalische Handeln infrage zu stellen. Gerade eine Veränderung des eigenen Musickings und damit des Geschmacks kann als Erfahrung fungieren, welche die Sonic Bodies anders auf sich und die Welt blicken lässt.

Neuheit kann sich auch auf Veröffentlichungen eines Labels beziehen. Für Guido sind besonders neue Labels oder die ersten Veröffentlichungen von Labels relevant.

Guido: „Also wie gesagt, bei mir findest du eher die Hausnummer 1 bis 10 irgendwelcher Labels, als dass du die Hausnummer 135 findest.“ (GBA4 32:47 - 32:55)

In diesem Fall wird die Innovation ebenso im Sinne von Andersartigkeit definiert. Gleichzeitig erhält sie eine zeitliche Ebene. Der Wert von Techno kann sich aus musikalischer Unverbrauchtsein sowie noch nicht erfolgten Standardisierungsprozessen speisen. Innovation erscheint als etwas zuvor noch nicht Gehörtes. Deshalb werden neue bzw. unverbrauchte Klänge als relevant erachtet, denen eine gewisse Originalität anheim ist. Dasselbe gilt für musikalische Atmosphären in den Tracks. Sie ermöglichen neue Intensitäten im Sinne affektiver Erfahrungen, aus denen neue Signifikate hervorgehen können, die Werte entstehen lassen.

Ähnliches gilt für Hypes in der Technokultur, die zwar oftmals Ablehnung erfahren, jedoch auch wertvoll sein können, wenn sie „*Substanz*“ (GBA4 0:14) haben. Dies umschreibt ebenfalls die Originalität, in diesem Fall die eines Hypes, die aber letztlich das Ergebnis einer Bewertung ist und den Hype als authentisch erscheinen lässt (vgl. Groys 1992, S. 34).

Wert kann einerseits in Form der Spannung und dem Aufbau eines Tracks, andererseits der Abwechslung der Musikauswahl eines DJ-Sets zugewiesen. Der Wert von Techno realisiert sich in der „*Energie*“ (PHA 2:03:25) und ist durch die „*emotionale Kraft der Musik*“ (MMA1 22:19-23) geprägt, die (im Club) sensorisch sowie körperlich überwältigt und zum Tanz zwingt. Dies kann die Taktilität der Musik sein, die auf den Körper drängt, oder deren Grooves, die körperlich gefühlt werden und in Bewegung setzen. Einhergehend mit dieser körperlichen Überwältigung ist eine affektive von Bedeutung, die sich im „*Emotionen ausschütten*“ (APA 11:51-52), manifestiert und zu Zuständen der Transzendenz führen kann. Dies ist das Resultat der Klänge und ihrer Modulationen, der Harmonien, Melodien oder Motive.

Klang ist ein „Affektil“ (Goodman 2012, S. 83), ein Kofferwort aus Affekt und Projektil. Dieses dringt in die Menschen ein und löst unterschiedliche Affekte aus. Der Wert von Techno resultiert sowohl in der Emotionalität als auch Fähigkeit, Affekte, Bewegungen und Emotionen auszulösen, was andere Stile nicht zu leisten vermögen. Gewisse Klänge können als Bezugsrahmen für Produzierenden oder Labels dienen, die sie relevant machen. Klänge sind dann besonders wertvoll, wenn sie Bedeutung hervorrufen und Identifikationen ermöglichen. Zum einen kann sich dies auf den Personalstil oder den Label-Sound, zum anderen auf einzelne Klänge beziehen.

Kathleen: „Ich weiß nicht genau, wie man das beschreibt, ich würde sagen, es ist eine Schraube in der Musik, die dann immer wieder anläutet und so von hinten hochkommt, so dieses: Wwwooww. Aber das ist dann so: ‚Ah, der Klassiker, zieht immer wieder‘, weil wenn man auf der Tanzfläche steht, ist es einfach immer wieder gut. Und dann merkt man, dass so diese Kleinigkeiten, die man eigentlich in vielen Tracks hört, wo man sagt: ‚Ah ja, das lässt einen doch immer wieder alles geben‘, da, finde ich, ist die Schraube ein sehr gutes Beispiel für.“ (KHA 11:43 - 12:30)

Musik oder gewisse Klänge stellen als „Audioviren“ (Goodman 2012) im Moment des Hörens eine individuelle emotionale Verbindung zur Vergangenheit her. Dieses déjà entendu begnügt sich aber nicht mit der Wiedererkennung, sondern kann im Bruchteil einer Sekunde die Hörenden in eine andere Zeit versetzen, Erinnerungen wecken und das damalige affektive Empfinden erneut erleben lassen (Gobé 2003). Wie die Motivation zu unterschiedlichem Musicking ist bei Techno die „individuelle Rezeption durch Erinnerungen [...] mit den Events verknüpft“ (Krischke-Ramaswamy 2007, S. 199). Die „Schraube“ hat für Kathleen Bedeutung, da dieser Klang sie affektiv und physiologisch aktiviert. Die Bezeichnung „Klassiker“ verweist auf ihre Zugehörigkeit zum Referenzsystem der Technokultur und Vertrautheit damit. Die Schraube lässt sofort Erinnerungen vergangener Situationen wach werden, in denen sie eine Erfahrung in Verbindung mit diesem Klang erlebte. Die Wertigkeit der Schraube besteht in der Anamnese, die dieser Klang in ihr auslöst. Jean-Francois Augoyard und Henri Torgue (2006, S. 21) definieren „Anamnese“ als einen Effekt der Erinnerung, der durch bestimmte Klänge oder Kontexte hervorgerufen wird. In dieser Erinnerung werden vergangene Situationen und Atmosphären aus den Tiefen des Gedächtnisses hervorgeholt⁸⁶. Aufgrund ihrer unmittelbaren bewegungsauslösenden Wirkung erscheint die Schraube für Kathleen als ein Klang, der sich als Audiovirus eingenistet hat und eine Idealvorstellung entstehen, die in der Umsetzung wertschöpfend wirkt.

„[Audio viruses] seem to possess the ability to implant themselves through an achronological looping in which distinctions between past, present, and future compress and come into contact.“ (Goodman 2012, S. 149)

Eine andere Möglichkeit, wie Affordanzen Bewegungen auslösen und Musik wertvoll erscheinen lassen, zeigt sich im Wunsch, den Track auflegen zu wollen, sobald dieser im Plattenladen oder Online gehört wird. Dabei wird Bewertung als sehr schneller Prozess beschrieben, welcher sich in Sekundenbruchteilen abspielt:

Romain: „Ich weiß nicht, das ist so die Textur von einem Track. Wenn ich zum Beispiel einen Track höre, nach fünf Sekunden weiß ich, ob das für mich stimmt oder nicht. Da muss man nicht so viel hören, das ist meist so ‚Tsch‘.“ (RFA2 16:18 - 16:29)

⁸⁶ Eine andere Form mit der sonischen Vergangenheit in Kontakt zu treten, beschreibt die „Phonomnesis“ (Augoyard/Torgue 2006, S. 85f.), in der ein Klang imaginiert, aber nicht gehört wird. In diesem Moment wirkt das Phänomen, welches Steve Goodman als „earwormhole“ (2012, S. 149) bezeichnet. In beiden Fällen haben sich die Klänge als Audioviren im Körper eingenistet.

In diesem Zusammenhang ist die Funktionalität eines Tracks von Belang. Dieser sollte sich als mixbar erweisen und entsprechende Funktionen erfüllen, wie Klimaxe oder Längen innerhalb eines Sets erzeugen. Die Art der Komposition nimmt eine wichtige Stellung in der musikalisch-ideellen Wertschöpfung ein. Hierbei wurden vorrangig der innere Aufbau und die Elemente eines Tracks genannt. Der Wert von Techno ist durch „Einfachheit“ (KHA 14:50-51) mit so „wenig wie möglich Variationen“ (GCA 1:24:31-33) charakterisiert. Techno besitzt stilistische „Grundbausteine“ (KHA 14:59-15:00), ist „rhythmusbasiert“ (ÜHA 1:11:56) und muss grooven. Die Gestaltung des Bassbereichs ist sowohl in Bezug auf die Grooves als auch dessen Frequenzbearbeitung von großer Bedeutung. Je nach Feldabschnitt existieren andere Grooves und Bassvorlieben.

Hinsichtlich der Kompositionsweise sind Tracks wertvoll, denen eine Entwicklung zugrunde liegt. Diese steht gewissermaßen für die Reise im Track. Der Wert von Techno ist gegeben, wenn die Musik „mit Liebe produziert“ (LLA 27:47-48) wurde und sich darin die Persönlichkeit sowie Individualität der Produzierenden widerspiegelt. Solche Tracks weisen eine Detailverliebtheit auf, die sich anhand der Ausgestaltung der einzelnen Klänge offenbart. Für manche Sonic Bodies entspringt der Wert von Techno aus der „Idee“ (MSCHA 33:02; GAA 39:41; KKA5 8:09; RRA1 6:34-35), die „die Seele des Tracks“ (KKA5 8:10-11) ist. Dieser muss etwas Originelles besitzen, das ihn hervorstechen lässt. Originalität besticht vor allem durch *neue Sounds*, was deren Wertigkeit in der Technokultur unterstreicht. Wie die Entwicklung verweist die Betonung der Idee und neuen Sounds auf ein romantisches Fortschrittsdenken in gewandelter Form.

7.2.8 Sammeln

„Und in seinem Sinn ist das wichtigste Schicksal jedes Exemplars der Zusammenstoß mit ihm selber, mit seiner eigenen Sammlung. Ich sage nicht zuviel: für den wahren Sammler ist die Erwerbung eines alten Buches dessen Wiedergeburt.“
(Benjamin 1991, S. 389)

Das Sammeln von Tonträgern umfasst zwei Werte-Schöpfungsdimensionen: die *Werte des Sammelns* und die *Werte der Sammlung*. Werte des Sammelns basieren auf der Vorstellung des interessanten Lebens mit Musik, der Beschäftigung mit Musik, Kennerschaft und daraus resultierender sozialer Anerkennung. Es sind sinnvolle, erfüllende Tätigkeiten gegenüber den alltäglichen Tätigkeiten. Die Werte des Sammelns stehen in Verbindung zu Ritualen. Sie bieten die Möglichkeit, dem Alltag zu entfliehen und in einer besseren Welt, der Vinylwelt, aufzugehen. Werte des Sammelns sind von der Vorstellung der Vervollständigung der Sammlung getrieben, die aber niemals eintritt. Die Rituale entspringen dem Vinyl, welches ein Träger unterschiedlicher Bedeutungen ist (Bartmanski/Woodward 2015, S. 22). Ein Ritual ist das *Crate Digging* im Plattenladen oder bei Plattenbörsen, bei dem nach wertvollen Vinylschätzen gesucht wird. Nach dem Kauf folgen weitere Rituale, die den Wert des Sammelns ausmachen.

Guido: *„In erster Linie fühle ich mich erstmal beladen, weil es relativ viel ist. [lacht] Ansonsten ist inzwischen die erste Aktion, erstmal den ganzen Kram zu listen. Also einfach mal festzuhalten, was hast du gekauft, damit ich den Überblick habe und das irgendwie auch wiederfinde. Wegsortiert wird es erstmal nicht, dann stehen erstmal zwei Kartons voll Vinyl vor der Anlage. Die werden im Laufe der nächsten zwei, drei Tage intensiv in Ruhe angehört. Wenn ich das durchhabe, verschwindet meistens schon die erste Hälfte in Richtung Regal, sprich, wird dann wahrscheinlich nicht mehr angepackt. Die andere Hälfte höre ich wiederum häufiger von dem gekauften*

Zeug. Ein paar Sachen schaffen es auch in Anführungszeichen in die High Rotation, die laufen dann relativ häufig, die finde ich dann richtig gut. In erster Linie macht es einfach Spaß, mit zwei vollen Kartons nach Hause zu kommen, sich vor die Anlage zu hauen und schöne neue Musik zu hören.“ (GBA4 6:58 - 7:51)

Das Archivieren nach dem Kauf folgt bei Guido einem ritualisierten Muster. Das archivarische Vorgehen zeigt sich besonders an der Listung der Einkäufe⁸⁷. Ein weiteres Ritual ist das Rezipieren der Musik. Das Hören von Musik macht „Spaß“ (GBA4 7:42-43), vor allem wenn es „schöne neue Musik“ (GBA4 7:49-50) ist. Die Schönheit der Dinge ist eine Eigenschaft, die individuell in der Bezugnahme zugewiesen wird. Gleiches gilt für das Attribut der Neuheit. Die Rezeption der Musik, vor allem wenn sie bei Guido in der „High Rotation“ landet, erscheint als intensiver Akt, der sitzend und bewusst durchgeführt wird. Dieses Hörritual ist eine Folge des Vinyls, welches, insbesondere in LP-Form, den Akt des Hörens zelebriert und zur tieferen sowie detaillierten Auseinandersetzung einlädt (Bartmanski/Woodward 2015, S. 8).

Martin sieht das Schallplattensammeln im Urinstinkt des Menschen angesiedelt. Folglich handelt es sich bei dieser Tätigkeit für ihn um einen quasi natürlichen Vorgang. Für ihn beinhaltet das Sammeln auch digitale Formate wie DJ-Sets. Besondere Sets erhalten eine Wertigkeit, da diese aber oft nur online und teilweise zeitlich begrenzt verfügbar sind. Daher stellt sich ein digitales Objekt ebenfalls als sammelwürdig heraus, da es neben dem Selbstzweck einen Zuwachs an subkulturellem Kapital verspricht, welches in diesem Fall sogar mit anderen geteilt werden kann.

Guido und Martin verbringen einen Teil ihrer Freizeit mit der Sondierung von Internetseiten, wie Discogs oder YouTube, von Labels sowie Musikvertrieben, von Musikzeitschriften oder Büchern nach Neuheiten, Raritäten oder Empfehlungen, um ihre Sammlung zu erweitern oder zu vervollständigen. Sammeln erscheint als way of living. Der Recherche geht der Wunsch des Entdeckens voraus, was sich in der Suche nach Neuheit oder Andersartigkeit manifestiert. Das Entdecken kann Formen ausschweifender und zeitintensiver Recherchetätigkeiten annehmen.

Im Rahmen der Studie wurde eine Zweiteilung in Vinyl- und Digitalkäufer festgestellt, was sich in unterschiedlichen Handlungsarten manifestiert. Vinylkäufer traten als Sammler in Erscheinung, während Digitalkäufer dieses Hobby nicht pflegen. Vinylkäufer lehnen teilweise den Digitalkauf sowohl in Bezug auf Veröffentlichungen als auch auf Music Stores komplett ab. Digitale Tonträger und Musikanbieter sind für sie nicht nur wertlos, sondern Träger der Counter-ideal Values (Van Quaquebeke et al. 2010). Diese Wertkluft innerhalb der Technokultur kann auf interne Dynamiken und den Wandel der basalen Kultur zurückgeführt werden, da die Digitalisierung auch die Technokultur beeinflusst hat (vgl. Kapitel Sonische Transitionen).

Der des Sammelns speist sich für Guido noch aus einem anderen Aspekt. Seine Sammelleidenschaft kann als eine Art der *Kulturerhaltung* betrachtet werden.

Guido: „Das ist halt einfach eine Kultur, in der ich groß geworden bin, und die ich natürlich auch nicht verlieren möchte. Deswegen habe ich natürlich ein persönliches Interesse daran, eher mein Geld in einen Plattenladen zu tragen, wo ich die Leute kenne, zu denen ich eine Vertrauensbasis habe, die mir auch so das Eine oder Andere einfach so empfehlen können, was ich sonst vielleicht nicht auf dem Schirm habe, als jetzt irgendwie stundenlang im Internet rumzsurfen und alles zusammenzusuchen, was ich auch tue.“ (GBA4 1:02 - 1:22)

Zur Veranschaulichung brachte er zum Interviewtermin seine akkurat geführten und teils komplett vollgeschriebenen DIN A5-Schreibhefte mit seinem Bestand an Schallplatten und zukünftigen Anschaffungen mit.

Guido will durch seine Käufe die Vinylkultur und sein Hobby bewahren, die sich seit dem Erscheinen digitaler Musikdistribution der Gefahr der Marginalisierung ausgesetzt sehen. Er ist in der alten Popkultur (Bonz 2008) aufgewachsen, in der in seinem Fall das Vinyl das vorherrschende Format war. Demnach bindet Guido den Wert des Sammelns an den Wert der Vinylkultur, resp. kulturellen Praktiken der alten Popkultur.

Vinyl ist nicht gleich Vinyl. Zum einen können Schallplatten in punkto ihres Gewichts voneinander abweichen, zum anderen durch Sonderfertigungen und/oder -ausstattungen, wie etwa farbiges Vinyl oder Download Voucher (vgl. Bartmanski/Woodward 2015, S. 9). Im Vergleich zu regulären Veröffentlichungen versprechen limitierte Editionen den Sammler*innen eine materielle und symbolische Wertsteigerung.

Martin: „Oftmals habe ich einen kleinen Bonus durch die Qualität des Covers, manchmal sind es auch 180g-Vinyl, oftmals habe ich einen Track mehr und ich denke, ich werde es in Zukunft nicht bereuen, irgendwas zu haben, weil die Special Editions sind meistens limitierter. Und das ist dann wieder so eine Sammlersache, glaube ich, irgendwann in zehn Jahren sagen zu können: Ich habe aber die Limited Edition hier!“ (MMA1 52:10-52:45)

Limitierte Editionen verfügen über einen materiellen Wert, der sich mit der Zeit erhöht und eine mögliche Kapitalanlage in der Zukunft darstellt. Limitierte oder rare Veröffentlichung erfahren, teils gewaltige Preissteigerungen, sobald sie nicht mehr offiziell erhältlich sind und Reputation unter Sammler*innen erhalten (vgl. Boltanski/Esquerre 2018, S. 345ff.). Dadurch ähneln sie Kunstwerken, von denen sich die Käufer*innen auch eine Werte-Steigerung versprechen. Allerdings wird der potenzielle Verkauf bei Martin im darauffolgenden Moment oft infrage gestellt, sodass die Wertsteigerung vor allem symbolischer Natur ist und sich im subkulturellen Kapital auszahlt. Er zweifelt den späteren Verkauf deswegen an, weil er dadurch eine geschlossene Leerstelle in der Sammlung wieder aufreißen würde. Für ihn sind limitierte Veröffentlichungen und die Musik der Endzweck.

„Insofern kann man sagen, dass das Sammeldispositiv als solches eine Wertschöpfung vornimmt, die sich nicht den Dingen selbst verdankt, sondern sozusagen *ex nihilo* erfolgt. [...] Sie ergibt sich aus den Leerstellen, die das Sammeldispositiv zum Vorschein bringt.“ (Boltanski/Esquerre 2018, S. 346)

Die Werte des Vinyls und des Sammelns gehen im *Wert der Sammlung* auf. Die Sammler haben im Laufe der Jahre ein großes Schallarchiv angelegt, das gleichermaßen einen persönlichen, kulturellen und ökonomischen Wert besitzt. Die Sammlung ist der Ort, an dem diese Werte aufeinandertreffen und gehortet werden (vgl. Fiske 1992, S. 43). Der Geldwert der Sammlung ist abhängig von deren Umfang und Anteil an raren oder besonderen Platten. Bei Guido fällt der monetäre Wert der Sammlung relativ hoch aus, da er pro Monat ca. 600 € für Tonträger ausgibt. In der Spitze lag die Summe auch schon bei 1.500 €⁸⁸. Martin wartet ebenfalls mit einer großen Sammlung auf. Gleiches gilt für die DJs dieser Arbeit, die zum Teil auch beeindruckende Plattenschränke voll mit Techno und anderer Musik haben oder davon berichteten.

⁸⁸ Damit stellt er in Bezug auf die Studie und womöglich auch auf die Technokultur einen Extremfall dar. Die Dokumentation „Vinylmania“ (Campana 2011) rückt in diesem Zusammenhang die Sammelleidenschaft in einen pathologischen Rahmen, zeigt allerdings auch auf, dass dies ein generelles Musikphänomen ist und es noch deutlich extremere Fälle als Guido gibt.

7.3 Techno und Identität

„Es liegt daran, ich bin 'n Crazy Freak. Du nicht. Du bist 'n Cool Freak. Das ist der Unterschied zwischen uns... [viel Gelächter, überhaupt immer wieder] ... aber Freaks sind wir natürlich beide.“ (Hans Nieswandt in Bonz 2008, S. 104)

Sonic Bodies besitzen eine personale Identität, die sie individuell macht. Gleichzeitig übernehmen sie Aspekte der kollektiven Identität der Technokultur. In den Worten Nieswandts sind diese Freaks (kollektiv), sie unterschieden sich aber in der Art ihrer Freakigkeit (personal). Kollektive Identität der Technokultur tritt in der Musik und deren Bewertung, dem Tanz, den zentralen Werten und dem Habitus in Erscheinung. Die Konstruktion kollektiver Identität in ETM-Genres erfolgt laut Jo Hall (2018, S. 209) auf den Tanzflächen durch die performativen Körperartikulationen der Anwesenden. Hierbei handelt es sich um eingekörperte Handlungen, die gleichermaßen der Assoziierung sowie Dissoziierung dienen. Für Hall (2018, S. 205) sind identitätsbasierte Zugehörigkeiten und Distinktionen Teil der „generic structure“ der ETM-Clubkultur. Die Wir-Identität verbindet die Sonic Bodies miteinander und lässt dadurch erst das Kollektiv entstehen. Sie erscheint in den einheitlichen Handlungen und Selbstbeschreibungen (Straub 2011, S. 300). Allerdings setzt sich die Technokultur als Kollektiv aus zahlreichen Kollektiven zusammen, die sich voneinander, z. B. in punkto ihrer musikalischen Vorlieben, unterscheiden. Deshalb existieren neben der kollektiven Technoidentität noch andere kollektive Subidentitäten.

Ihre personale Identität entwickeln die Sonic Bodies zunächst auf Basis ihrer basalen Identität und ihrem Musicking. Für viele Interviewte war das Interesse an der Musik und ihr Musicking schon vor ihrem Eintritt in die Technokultur identitätsstiftend. Durch ihr Musicking in der Technokultur erhielten die Identitäten eine umweltspezifische Modulation, die den Materialien und der Soziokultur geschuldet ist. Die Technokultur offeriert eine Auswahl an Rollen, die als Material der personalen Identitätsarbeit dienen und Grundlage der Werte-Schöpfung sind. Diese setzt sich aus musikbezogenen, unternehmerischen sowie soziale Rollen zusammen, wie z. B. DJ, Produzent*in, Liebhaber*in, Sammler*in, Labelbetreiber*in, Booker*in, Clubbetreiber*in, Veranstalter*in, Vereinsmitglieder, Promoter*in, Dekorateur*in usw.

Auch wird die basale Identität in der Technokultur produktiv gemacht. Dies kann zum einen in Form einer temporären Flucht, zum anderen als Empowerment erscheinen. Mit Identitäten kann gespielt werden. Manche Sonic Bodies der Technokultur zeichnen sich durch schizophrene Identitäten aus. Diese bestehen aus einer Mehrzahl an Identitätsentwürfen oder Teilaspekten der Persönlichkeit, zwischen denen gewechselt wird. Personale Identität lässt sich bereits als „paradoxe Ambition der ‚Einheit ihrer Differenzen‘ konzeptualisieren“ (Straub 2011, S. 281). In der Technokultur werden diese Differenzen aber nicht in eine Einheitlichkeit gezwängt, sondern gelebt und ausgestellt, da die Sonic Bodies dadurch ihre Individualität zeigen.

Guido: „[Ich bin] Musikliebhaber, seitdem ich denken kann, seit Kleinkind, als der Papa mich vor das Tonband gehauen hat. Und seitdem bin ich eigentlich immer am Ball geblieben. Ein anderes Beispiel: schon zwei Jahre bevor wir einen eigenen Plattenspieler hatten, habe ich Platten gekauft. Also im Grunde sagt das alles, die Liebe war von Anfang an da.“ (GBA1 0:23 - 0:45)

Für Simon Frith (1996, S. 109) produziert das Musicking die Identität von Menschen. Es dient den Sonic Bodies vor ihrem Zugang oder auch abseits der Technokultur der Identitätskonstruktion. Dabei eint viele ihre Liebe zur Musik oder Leidenschaft für ihr Musicking. Der Umgang mit der Musik wurde als „*Passion*“ (RFA2 8:42-43) bezeichnet. Interviewte beschreiben sich als „*absoluter Musikfan*“ (PHA 12:30-31) oder „*Musik-Nazi*“ (MMA1 29:38-39), die die Musik

leben. Einer sieht sich als „*leidenschaftlicher, emotionaler Musiker*“ (GAA 1:27:17-21), ein anderer erweckt „*Emotionen*“ (ÜHA 14:08) durch seine Musik. Einerseits ist die Musik als Hobby ein wichtiger Teil des Lebens, andererseits ist sie für manche eine „*Lebenskultur*“ (MMA1 1:05:32), die sich im „*permanente[n] Interesse an Musik*“ (GBA4 9:21-23) äußert. Die unterschiedlichen Arten der Auseinandersetzung mit Musik sind das persönliche „*Steckenpferd*“ (GBA4 6:43) oder die „*Berufung*“ (MMA1 1:05:24). Ein Interviewpartner prognostizierte: „*ich werde mein Leben lang Musik machen*“ (GLA 14:25-27). Der Wert der Musik ist von großer Bedeutung für die personale Identität der Interviewten. Die implizite Werthaltung zeigt sich in den angemessenen Handlungen, die diese motiviert. Das Musicking ist ein „*Steckenpferd*“ oder eine „*Berufung*“. Der Wert der eigenen Musik für die personale Identität kann so ausgeprägt sein, dass andere Formen nicht toleriert werden. Deshalb äußert sich die Werthaltung auch in der Lebensführung und dem Lebensstilkonzept, welches die Interviewten verfolgen. Ein Leben ohne Musik und Musicking ist nicht vorstellbar. Dies bedeutet aber nicht, dass sich dieses Leben nicht verändert. Mit dem Wandel des Musickings wandelt sich die Identitätsarbeit (vgl. Hargreaves/MacDonald/Miel 2017).

Die Technokultur hat spezifische Identitätskonstrukte hervorgebracht, die sie von anderen Musikkulturen unterscheidet. Innerhalb der Studie waren dies u. a. der „*Technohead*“ (MMA1 1:05:38-39) und der „*Raver*“ (ÜHA 4:19-20).

Ümit: „*Ich habe quasi von einem auf den anderen Tag dann gesagt: ‚Yo, jetzt bin ich Raver. Und ich will DJ werden‘, das war halt direkt mein Gedanke, weil ich schon sowieso irgendwie Musik machen wollte, aber ich wusste, dass ich nicht singen konnte. Ich wusste es schon damals so und das war für mich eine Möglichkeit, in die Musik einzusteigen. Und es war etwas womit ich mich identifizieren konnte.*“ (ÜHA 4:16 - 4:35)

In der Technokultur herrscht ein „*individuenbezogenes Schema von Musikschaaffenden*“ (Diaz-Bone 2010, S. 333) vor, was sich einerseits auf den Individualismus der Musiker*innen, andererseits auf den Umstand bezieht, dass Musikgruppen abseits von Duos seltener anzutreffen sind. Dabei ist das Wissenskonzept „*Musiker*“ in der Technokultur nicht eng abgesteckt (Diaz-Bone 2010, S. 333). Es bietet Freiräume zur Identitätskonstruktion auf Grundlage des Musickings und des daraus entspringenden Selbstverständnisses. Es kann unabhängig von dem Musiker-Selbstbild, welches die Interviewten entwerfen, als Empowerment wirken. Ümit konnte sich nicht nur mit Techno und dem DJing identifizieren, es ermöglichte ihm auch, selber musikalisch aktiv zu werden. Nicht-Musiker können sich ebenfalls der Musikproduktion bemächtigen. Durch die duale Musikerkonzeption werden potenziell mehr Akteur*innen motiviert, produzierend in Erscheinung zu treten.

Da das Musicking in der Technokultur an Maschinen und Software gebunden ist, haben diese einen Einfluss auf die Identitätskonstruktion der Sonic Bodies. Das Arbeiten mit Software lässt ihnen unterschiedliche Rollen wie Komponist, Dirigent und Arrangeur zukommen, während etwa in Rockgenres die Rolle an ein Instrument gebunden ist. Die Technokultur bringt Programmierer hervor (Bunz 2001, S. 282). Eine andere Variante wären die Schrauber*innen.

Lars: „*Also ich ziehe meinen Hut vor Musikern und ich finde, wer den Titel erlernt und studiert hat, der trägt ihn zu recht. [...] Und ich würde mich eher so als Schrauber, Soundschrauber oder wie auch immer bezeichnen. Also Musiker, das überlasse ich anderen.*“ (LLA 6:03 - 6:12, 7:12 - 7:19)

Entsprechend seiner Verweigerung gegenüber Musiktheorie sieht Lars sich selbst als „*Soundschrauber*“ (LLA 7:14-15). Die Identität des Schraubers zählt zum kulturellen Wissensbestand

der Technokultur. Dies steht in Verbindung zu den Experimenten mit den Maschinen in der Musikproduktion. Die Oberflächen oder Interfaces der Geräte bringen das Schrauben hervor, „womit der Spielraum für das spielerische Basteln, das An-den-Knöpfen-drehen bei der Programmierung von Stücken gemeint ist“ (Diaz-Bone 2010, S. 374). In diesem Zusammenhang stellte Rainer Diaz-Bone die Bedeutung des Schraubens bei der Beschreibung von neuen Maschinen in Szenemagazinen heraus und verortet den Begriff in dem Technikdiskurs der Technokultur (ebd.). Deshalb müsste der „passion of the knob“, die Mark J. Butler (2016a) in Bezug auf die Aufführung von Techno mittels Laptops identifiziert, auch eine „pleasure of the knob“ gegenübergestellt werden, die sich auf die Produktion bezieht.

Demgegenüber stehen allerdings Sonic Bodies wie Gabriel, Georg und Ümit, die die Rolle des Musikers ein- und die entsprechende Identität annehmen.

Gabriel: „Aber, ich meine, ich wäre ja blöd, wenn ich mich einschränken würde, weißt du. Wenn ich mich einschränken will, dann kann ich ja auch Buchhalter werden. Ich bin Musiker, ich mache, worauf ich Bock habe.“ (GAA 1:51:46 - 1:51:52)

Kreative Freiheit ist für die Musiker-Identität von Gabriel von Bedeutung. Die Möglichkeit, sich nicht einschränken zu müssen, stellt für ihn einen Wert. Der „Buchhalter“ (GAA 1:51:49-50) stellt demgegenüber den Repräsentanten des Counter-ideal Values dar, der sinnbildlich für den Regelzwang der basalen Kultur und ihrer Identitätsangebote steht. Die Konstruktion einer Musiker-Identität hängt von der musikalischen Vergangenheit und dem Grad an formeller Lehre ab. Zum einen waren Gabriel und noch mehr Georg vor ihrer Zeit in der Technokultur musikalisch aktiv. Zum anderen haben beide eine Ausbildung als Audio Engineer absolviert. Die Identität zeigt sich noch auf anderem Wege, wenn das musikalische Selbstbild verteidigt wird. Dies tritt auf, wenn das eigene Schaffen mit Genrebezeichnungen versehen wird, die der eigenen Identität widersprechen. Michael und Gabriel beklagten, zur Hochphase von Minimal als „Minimal-Artist“ (MSCHA 1:28:18; GAA 1:09:11-12) bezeichnet und zum Zeitpunkt des Interviews auf Beatport unter Deep House kategorisiert worden zu sein. Beiden sehen sich als Techno-Produzenten, die sich von Minimal abgrenzen wollten. Die DJs der Studie nahmen die entsprechende Identität ebenfalls an. Allerdings hat hierbei Dirk auch eine Identität eines Nicht-Musikers für sich konstruiert.

Dirk: „Aber als Musiker oder als Künstler habe ich mich nie gesehen, sondern immer eher so als Filter, als Redakteur, auch als DJ.“ (DMA 3:26 - 3:35)

Zwar deutet er sich als „Filter“, was im Zusammenhang mit seinem anderen Musicking steht, er lehnt aber nicht die Identität des DJs ab.

In Zeiten, in denen digitale Auflegdispositive an Bedeutung in der Clubkultur gewannen, erhielten das Auflegen mit Vinyl und das Auftreten mit Hardware eine neue identitätsbildende Funktion. Mehrere stellten heraus, reine Vinyl-DJs zu sein, was z. T. auch so dezidiert beworben wird. So erhalten manche Sets auf SoundCloud die Bezeichnung „Vinyl-Set“. Vinyl ist Identitätsstifter und Mittel subkultureller Distinktion (Vogt 2005, S. 124ff.).

Hinsichtlich der Labelbetreiber der Studie zeigt sich die Identitätskonstruktion anhand von Variationen, die sich um Aspekte der Bewertung, der Einflussnahme und des Schutzes drehen. Wie bereits in Bezug auf Dirks DJ-Tätigkeit bemerkt wurde, ist für ihn die Identität des „Filters“ signifikant. Dieses Selbstbild überträgt er auch auf seine Arbeit als Labelbetreiber. Ihm geht es darum, das Gute vom Schlechten zu trennen und herauszustellen, sei es als DJ oder Labelbesitzer. Ähnlich sieht sich Riley, der sich als „Wächter“ (RRA3 23:49) oder „lebendige Firewall“ (RRA3

23:39-40), der das Label und dessen Musiker*innen gegen „Penetrierung“ (RRA1 5:02-07; im Text: *penetriert*) von außen schützen muss, definiert. Gleichzeitig bezeichnet er sich als „Förderer von talentierten Menschen“ (RRA1 5:02-07). Die Parallelen zur Filter-Identität sind offensichtlich. Dies steht im Zusammenhang mit der hohen Anzahl an Veröffentlichungen und Produzierenden der Technokultur.

Die Technokultur ermöglicht mit ihren kulturellen Praktiken, vor allem dem Feiern, einen Urlaub vom Alltag. Diese zeitlich beschränkte Modulation der Identität während Veranstaltungen erscheint bspw. in der Loslösung von traditionellen Geschlechterrollen. In dieser Identitätsauflösung wird die *basale Identität* temporär durch eine andere ersetzt. Feiern hat laut Maria Pini eine spezifische Form der *jouissance* hervorgebracht, der mehr an einer Erreichung physischer und mentaler Veränderung gelegen ist. Diese Form des Vergnügens bezeichnet sie als non-phallisch, da sie konträr zu der traditionellen Assoziierung von Tanz und sexueller Aufforderung steht (Pini 2012, S. 354). Für Frauen besteht der besondere Reiz des Feierns in neuen Modi des Sehens. Dies beinhaltet sowohl das erotische Gesehen-werden durch andere aber ohne sexuellen Aufforderungscharakter als auch das Anschauen der anderen (Pini 2012, S. 353). Frauen können im Feiern ihre Vorstellung ihrer Sexualität oder Erotik realisieren oder andere Genderkonstruktionen ausprobieren (vgl. Vogt 2005). Das Vergnügen wird als ein sexuelles charakterisiert. Dieses kann nicht klar definiert werden, steht aber im Widerspruch zu herkömmlichen patriarchalen Vorstellungen von Sex. Dadurch ermöglicht die Technokultur den Frauen (aber auch Männern), ein neues Verständnis des Selbst zu erhalten (Pini 2012, S. 353). Den Orten entspringen auf diese Weise neue Modi von Femininität und physischem Vergnügen (ebd., S. 355), die eine andere Identitätskonstruktion abseits der basalen Identität konstituieren.

Auch wenn die basale Identität der Sonic Bodies in der Technokultur in gewissem Maße und in Abhängigkeit des subkulturellen Kapitals ausgehebelt wird, ist deren Einfluss weiter wirkmächtig (Thornton 1997). Faktoren sozialer Ungleichheit formen eine Identität. Zwar kann diese bis zu einem gewissen Grad abgestreift werden, sie beeinflusst aber dennoch die Techno-Identität der Sonic Bodies. Thomas bezeichnete sich als „*Söhnchen aus reichem Hause*“ (TSA1 15:28-30), dem aufgrund seiner basalen Position mehr wirtschaftliche Möglichkeiten in der Technokultur offenstehen. Dieser findet im gemeinsamen Musicking mit sympathischen Menschen in der Technokultur einen Ausgleich zu seiner Geschäftsführertätigkeit. Hier kann er das tun, was ihm wichtig ist.

Hoffmann (2016) zeigt hierbei auf das Faktoren wie Alter, Bildung und Herkunft zu Unterschieden in der Sinngeneese führen. Dies hat Konsequenzen für den Habitus und die Identitätskonstruktion. Die Unterschiede führt sie vorrangig auf die Faktoren Bildung und Herkunft zurück. Während Typ 1 die höchste Bildung vorweist und eine städtische Herkunft hat, verlagert sich dies sukzessive bei den anderen Typen. Dementsprechend verfügt Typ 3 über die geringste Bildung und eine ländliche Herkunft. Bei Typ 1, den zentralen Szene-Figuren, stehen die Orientierung am Szenekern und die Identifikation mit diesem hervor. Die Identifikation hat aber Grenzen. Sobald Trends oder Musiker*innen zu populär werden, erfolgt eine Ablehnung dieser Identifikationsmöglichkeit (Hoffmann 2016, S. 234f.). Stattdessen sind sie auf der Suche nach neuen musikalischen Inhalten sowie der eigensinnigen Selbstsuche. Der Wert der Musik ist bei Typ 1 am bedeutsamsten. Das Feiern zeichnet sich in diesem Fall durch Eigensinn und dem Spiel mit Stereotypen sowie Normen aus, die direkt oder durch Persiflage kritisiert werden (ebd., S. 238). Der Habitus von Typ 1 besticht durch Zurückgenommenheit und Expressivität (ebd., S. 237). Die Befriedigung eigener hedonistischer Bedürfnisse und die persönliche Selbstverwirklichung sind signifikant (ebd., S. 243). Für Typ 2 sind Popularität und kommerzieller Erfolg bedeutsam für

deren Sinnengese und Identitätsarbeit. Musik gerät dadurch zu einem Mittel zum Zweck des Erreichens von Popularität und kommerziellem Erfolg in der Technokultur. Das Feiern stellt einen Job dar, der entweder nonkonformistisch oder konformistisch durchgeführt wird. Akteure des Typs 2 streben nach intendierter Authentizität. Sie wollen ‚real sein‘ und als zentrale Szene-Figuren wahrgenommen werden (ebd., S. 247). Zwar besitzt Typ 2 ebenfalls eine höhere Bildung, allerdings eine ländliche Herkunft. Typ 3 ist am weitesten von einer ‚Techno-Identität‘ entfernt, da die Akteur*innen dieser Gruppe nur unregelmäßig an ausgewählten Veranstaltungen partizipieren. Kulturelle Praktiken, wie Drogenkonsum und Enthemmung, die für Typ 1 wichtig sind, werden von Typ 3 abgelehnt. Stattdessen ist die Selbstdisziplin während des Feierns signifikant. Die Sinnengese von Typ 3 orientiert sich am Mainstream. Ein Genre wie Electro House ergibt Sinn für die Akteurinnen, da dieses im Mainstream eine Berücksichtigung findet (ebd., S. 254). Für die Identitätsarbeit von Typ 3 hat die Technokultur wenig Relevanz. Neoliberale Werte der basalen Kultur, wie Konsum und Selbstdisziplin, sind für die Sinnengese und Identitätskonstruktion bedeutsamer.

Die Interviewten der Studie können mehrheitlich eher Typ 1 zugerechnet werden, da sie zum einen zentrale lokale und internationale Szene-Figuren sind, zum anderen eher eine höhere Bildung besitzen. Besonders das Merkmal der Zurückgenommenheit konnte bei diesen identifiziert werden. Die mit mittlerer Bildung konnten dies durch ihr subkulturelles Kapital ausgleichen, da sie schon lange in der Technokultur sind. Zurückgenommenheit wurde als Zurückhaltung und Understatement charakterisiert. Eine gewisse Form der Tiefstapelei wird in gewissen Bereichen der Technokultur geschätzt und gegenteiliges Verhalten besonders bei Erfolg abgelehnt. Daher charakterisierten sich einige der Interviewten als „*nicht so die Oberrampensau*“ (MSA 22:34-36), „*Hintergrundmensch*“ (GBA4 29:21-22), „*auf dem Boden geblieben*“ (DMA 35:26-27) oder „*kein Ellenbogentyp*“ (MSA 22:30-32). Zurückgenommenheit oder Understatement der zentralen Szene-Figuren kann u. a. als Folge der (frühen) Techno-Ideologie gedeutet werden, die keine Stars und kein Starsystem hervorbringen wollte.

Eine weitere Überschneidung mit Typ 1 zeigt sich bei den Interviewten in ihrer Ablehnung gegenüber dem Mainstream und einer Kommerzialisierung ihrer Musik. Ümit verwies auf seine Unkäuflichkeit mit dem Ausspruch: „*I am not a Waschpulver or Milchschnitte! [lacht]*“ (ÜHA 3:35:48-50). Michael findet, dass es „*in der Mitte ein bisschen angenehmer*“ (MSCHA 32:05 - 37:07) ist und gut, dass seine Stücke „*nicht in den Charts sind*“ (MSCHA 20:06-20:08). In diesem Zusammenhang stach Lars heraus, der bereits ein Angebot von einer Plattenfirma bekommen hatte, die kommerzielle Eingeständnisse von ihm forderte. Er lehnte dies mit der Begründung ab, sich „*untreu*“ (LLA 1:10:41) zu werden, durch solch einen Schritt. Die Kommerzialisierung des eigenen Schaffens steht sowohl im Widerspruch zu Lars Identität als auch seiner Wertvorstellung. Er würde sich hierdurch „*untreu*“ werden und gegen seine Identität handeln, da kommerzielle Musik für ihn und andere als Counter-ideal Value erscheint. Dies erinnert an die Deutung von Hans Joas, dass Werte eng mit der Persönlichkeit verbunden sind und ein Handeln wider dieser zur Folge hat, sich nicht mehr im Spiegel betrachten zu können (Joas 2006).

Ein anderer Faktor sozialer Ungleichheit ist die ethnisch-kulturelle Herkunft. Im Falle dieser Studie ergab es sich, dass mehrere Interviewte ausländische Wurzeln hatten oder aus einem anderen Land stammen. Besonders deutlich trat dies bei Ümit zutage, der im Vorgespräch erwähnte, in der Technokultur „*nicht als der Türke*“ (k. A.) wahrgenommen worden zu sein.

Ümit: „*Da ich natürlich Sohn von Gastarbeitern bin, die hier emigriert sind, wurde ich trotz meiner guten Integration hin und wieder im Laufe meines Lebens darauf aufmerksam gemacht, dass*

ich ein Fremder sei. Und in der Technoszene war das nicht mehr der Fall, da war man international. Die Musik im Großen und Ganzen war instrumental, sie war gesichtslos.“ (ÜHA 4:43 - 5:07)

Im Gegensatz zu seinen Erfahrungen mit der Hip-Hop- und in geringem Maße auch der Rockkultur wurde Ümits Herkunft weder thematisiert noch wurde er auf Grundlage dieser diskriminiert. Dies verweist auf andere Wertvorstellungen innerhalb der Technokultur im Gegensatz zu bspw. Hip-Hop. Während für Techno das Miteinander und die Öffnung zentrale Werte bilden, stellt im Hip-Hop der Wettkampf einen wichtigen Wert dar, der sich etwa in den kulturellen Praktiken des Dissens oder Battles offenbart (Toop 1992). Zwar spielte laut Ümits Beschreibung seine ethnisch-kulturelle Herkunft in der Technokultur keine Rolle, stattdessen haben er und andere aus der türkischen Gemeinschaft innerhalb dieser Abgrenzung oder Diskriminierung erfahren. Hieraus konstruierte Ümit für sich die Identität des Exoten, die ihre Entsprechung in der kollektiven Exoten-Identität der Technokultur fand.

Ümit: „Ich war immer ein Exot. Und damals wo ich angefangen habe, Techno zu hören, gab es nicht viele, das war schon eine Überraschung. Hier gab es den Erdogan, den Eddy, der hat sich die Haare als erster blondiert. Man haben die über den gelästert, weil er sich die Haare blondiert hat [mit Nachdruck]: ‚Guck mal, wie so ein Deutscher hat der sich die Haare blondiert‘[abfällig intoniert]. Es gibt auch die Seite, die ausländische Seite. Die waren damals so cool Hip-Hop und ‚die Technoleute sind voll die Schwuchteln, voll die Hegels, die lassen sich abziehen und so‘. So wurden die Techno-Leute auch wahrgenommen. Technotypen waren natürlich ganz andere Leute gewesen, die hatten nicht diese Ideologie, die haben die Welt nicht so gesehen. Und da waren manche erstaunt, dass ein Türke auch Techno hören kann. Ich war schon ein Exot gewesen. Aber die Raver an sich waren schon Exoten, weil man damals mit dem Finger auf die gezeigt hat.“ (ÜHA 3:28:14 - 3:29:11)

Für Ümits Identitätsarbeit mittels Techno ist seine basale Identität von Bedeutung, weil sie in der Technokultur gerade keine Bedeutung hatte. Seine türkische Identität und Identifizierung mit der Türkei wurde von ihm mehrfach unter Bezug auf Familie, Netzwerke, Urlaub und Rentenpläne erwähnt. Da er in der Technokultur keine Diskriminierung aufgrund seiner Herkunft erfuhr, konnte er seine basale Identität für seine Identitätsarbeit und sein Musicking in der Technokultur nutzen. Seine türkische Identität machte er im Sinne eines Empowerments für sich produktiv. Dies zeigte sich einerseits an der Situation, in der er sich „aus Spaß“ (ÜHA 3:28:11) selbst als „Technotürke“ (ÜHA 3:28:12-3:28:13) titulierte, was zu seinem Spitznamen durch einen anderen DJ wurde. Andererseits tritt das Empowerment in seinem Musicking zutage. Er stellt mit seinem Pseudonym als auch Tracktiteln einen Bezug zur türkischen Kultur und Kunst her.

„[House Music] umgibt das Subjekt mit einem Wohlwollen, in dem es sich auflösen und irgendetwas sein kann, ohne bei diesem Spiel mit Identifikationen verloren zu gehen. Es kann diese oder jene Gestalt annehmen; ohne sich an sie binden zu müssen, besitzt es eine Gewissheit seiner selbst.“ (Bonz 2008, S. 50)

Einige Sonic Bodies der Technokultur zeichnen sich durch *schizophrene Identitäten* aus. Der Begriff „Schizophrenie“ wird nicht pathologisch, sondern positiv im Sinne von Gilles Deleuze und Felix Guattari (1972) gedeutet. An dieser Stelle erfolgt aber lediglich ein Rückgriff auf das Konzept und keine Schizoanalyse. Die Spaltung wird als etwas Positives verstanden, da sie unterschiedliches Begehren ermöglicht. Nach Lawrence Grossberg (1997) stellt Rock einen Apparat dar, der Begehren erzeugt. Im Gegensatz zu dem Begehren von etwas Bestimmten im Rock, seh-

nen die Sonic Bodies der Technokultur ein „Begehren ‚nach‘ einem Begehren“ (Bonz 2006, S. 337) herbei. Für Matthias Waltz besteht die Funktion des Sich-Verlierens während einer Techno-Party in der Möglichkeit der Identifikationsauflösung. Dieser Wunsch entspringt der basalen Kultur. Die Lösung dazu hält die Technokultur bereit (vgl. Bonz 2008, S. 125). Diese erzeugt einerseits keine Signifikate und ist damit offen für unterschiedliche Identifikationen. Andererseits geht besonders von den aktuellen Subgenres oder Trends eine „Attraktivität als Lebensstilressource“ (Diaz-Bone 2010, S. 385) aus, mit denen sich die Sonic Bodies identifizieren können. Sonic Bodies der Technokultur sind am „Nullpunkt der Identifikation“ (Bonz 2016, S. 55) angelangt und manche führen ein Leben im Übergang (Schwanhäuber 2010), das nirgendwo ankommt.

In Bezug auf Produzierende kann dies zu multiplen künstlerischen Identitäten führen, die als Teilaspekte die Summe der Identität bilden (Hofer 2006). Produzenten wie Uwe Schmidt oder Wolfgang Voigt erschaffen für ihre unterschiedlichen Veröffentlichungen verschiedenen Aliase und zum Teil künstlerische Identitäten. Die Einnahme unterschiedlicher Rollen zeigt sich in der Multidisziplinarität des Musickings der Produzierenden und dem hybriden Status der Musiker*innen, die mehrere, teils unterschiedliche Projekte gleichzeitig verfolgen und Beruf sowie Privates entdifferenzieren (Diaz-Bone 2010, S. 333). Unterschiedliche Rollen, die aus den divergierenden Arten des Musickings resultieren, führen zu mehreren Identitäten.

Die schizophrene Identität der Sonic Bodies des Techno zeigt sich auch anschaulich bei Kevin. Durch sein Musicking musste er verschiedene Rollen einnehmen, was bei ihm auch zu unterschiedlichen und widersprüchlichen Identitäten führte. Als Leiter einer Eventagentur sah er sich auf der einen Seite als „Kommunikator“ (KKA3 45:17-18), „Netzwerkknotenpunkt“ (KKA3 45:18-20) oder „Mädchen für alles“ (KKA3 12:19-20), auf der anderen Seite als „unangefochtenen Souverän“ (KKA3 1:01:52-56). Dieser vermeintliche Widerspruch entpuppt sich jedoch als strukturelle Ausprägung der Feldposition, die vom Changieren zwischen Askese- und Gewinnorientierung geprägt ist.

Eine andere schizophrene Identität zeigt sich bei Ümit. Wie bereits erwähnt, deutete er sich aufgrund seiner basalen Identität in der Technokultur zunächst als Nicht-der-Türke. Dieser Identität stellte er später aber die des Techno-Türken und Exoten gegenüber. Sein Musicking steigerte die Schizophrenie seiner Identität. Er sieht sich sowohl als DJ als auch als eine vermittelnde Person.

Ümit: „Ich sehe mich eigentlich nur zwischen Gott und den Menschen als Vermittler, als Medium. Ich vermittele diese Musik quasi und nur diese Aufgabe habe ich. Ich bin nur ein Sklave, sag ich mal, des Schöpfers, sage ich mal so.“ (ÜHA 13:44-13:55)

Die Äußerung verweist auf die religiöse Identität von Ümit. Diese fand in der Identität des Mediums zwischen Gott und den Menschen eine Entsprechung in seinem Musicking. Die Technokultur ermöglichte ihm, seine unterschiedlichen Identitäten in seiner schizophrenen Identität in Einklang zu bringen. Dies gilt auch für die Partizipierenden. Laut Jochen Bonz ist die Kultur des Tracks eine Kultur des Twists. Dieser ermöglicht dem Subjekt, ein anderes Verhältnis zum Habitus einzunehmen (Bonz 2008, S. 104). Der Wechsel erfolgt zunächst über die Wahrnehmung des Habitus als Konvention. „Die Welt des Twists entsteht im Subjekt durch seine Bezugnahme sowohl auf eine Konvention als auch auf deren Überschreitung“ (Bonz 2008, S. 106). Das Spiel mit den Konventionen kann von kurz- und langfristiger Natur sein, da die Welt des Twists auch zu einer eigenständigen Ordnung werden kann, die sich aber immer auf eine andere Ordnung bezieht. Das Drehen von Konventionen kann als eigensinnig charakterisiert werden, wie es Hoffmann (2016) den zentralen Szene-Figuren mit hoher Bildung attestiert. Ob der Twist oder Eigen-

sinnigkeit gleichermaßen für andere Partizipierende mit bspw. niedriger Bildung gilt, erscheint nach den Ergebnissen von Otte und Hoffmann eher unwahrscheinlich.

7.4 Sonic Logos: Techno

Die Technokultur verfügt über eigene Wissensvorräte, die bspw. das musikalische und ökonomische Handeln betreffen. An das Wissen sind unterschiedliche Werte gekoppelt, wie etwa die Reputation der Sonic Bodies. Diese und das Wissen um das musikalische Handwerk sind für die Generierung ökonomischer Werte von Belang. Das Wissen kann je nach Fall auch außerhalb der Technokultur zum Einsatz kommen. Auf diese Weise wird es Teil des Wissensbestands und zu einem Wert der basalen Kultur. Zur Erklärung der Wissensaneignung und -nutzung bietet sich Henriques „Sonic Logos“ an, der *episteme*, *techné* und *phronēsis* miteinander trianguliert.

Der Erwerb der spezifischen Wissensbestände ist für das Musicking der Sonic Bodies konstituierend. Dies umfasst das Wissen um die Bedienung, Auswahl und Bewertung der Materialien. Daneben existieren soziale Wissensbestände, was sich im richtigen musikalischen und sozialen Verhalten der Sonic Bodies offenbart. Zuletzt gibt es noch die kulturellen, die sich im Wissen um die Technokultur, ihrer Materialien, Körper und Mythen artikulieren. Die Aneignung dieses Spezialwissens findet in Form einer „stillen Pädagogik“ (Bourdieu 1999, S. 128) oder eines „Extra-Curriculums“ (Thornton 1997, S. 13) in der Freizeit statt. Durch aktive Teilnahme der Körper am Musicking der Technokultur und der Auseinandersetzung mit den anderen Körpern und Materialien akkumulieren diese das feldspezifische Wissen und kulturelle Kapital. Es stellt „ein Lernen in Gestalt eines praktischen körperlich-sinnlichen Tuns in Interaktion mit anderen“ (Meuser 2006, S. 108) dar. In einer praxistheoretischen Betrachtung und als zentraler Bestandteil von Julian Henriques Wellenband des Soundings nehmen die Materialien eine wichtige Rolle ein. Diese sind nicht nur Affordanzen, Artefakte und Werkzeuge, sondern auch die „materiellen Formen der Sozialität“ (Reitsamer 2016, S. 34). Sonic Bodies ziehen ihr Wissen aus dem Verhältnis zwischen sich und dem Material als auch der Art, wie die Stimuli des Materials durch sie verarbeitet werden (vgl. Small 1998, S. 55). Durch das Musicking wird der spezifische Habitus der Technokultur angeeignet. Dieser fungiert als *modus operandi* im Umgang mit den Materialien, der symbolischen Ordnung sowie den anderen Körpern. Über den Habitus wird sowohl die angemessene Art des Handelns dargestellt als auch das angemessene Handeln, die Regelwerke, per *Mimesis* erlernt. Die Aneignung des Wissens und des Habitus sind zum Teil abhängig von der sozialen Position.

In Bezug auf DJs führt Rosa Reitsamer deren Musikgeschmack als auditiv inkorporierten Wissensbestand, das Technikwissen als eingekörpertes Wissen und das Szene-Wissen, welches über den Habitus verinnerlicht wird, an (Reitsamer 2016, S. 33). Dies kann auch auf die anderen Sonic Bodies angewandt werden. Diese unterscheiden sich lediglich in der Art der Instrumente, die sie bespielen. Sonic Bodies rufen verkörperlichte Wissensbestände ab, die der entsprechenden Situation angemessen sind. „Was der Leib gelernt hat, besitzt man nicht wie ein wiederbetrachtbares Wissen, sondern das ist man (Bourdieu 1999, S. 135)“. Dieses verinnerlichte Wissen erscheint in der „performativen Praxis“ (ebd., S. 168), in „sinnhaft gekonnte[n] Körperbewegungen“ (Reitsamer 2016, S. 33). Die Bewegungen werden als „Logik der Praxis“ (Bourdieu 1999, S. 147ff.) unbewusst in der Situation bzw. Handlung abgerufen und nicht rational abgewogen. Ihr Einsetzen erfolgt unmittelbar, „‘auf der Stelle’, augenblicklich in der Hitze des Gefechts, d. h. unter Bedingungen, unter denen Distanzgewinnen, Zurücklehnen, Überschauen, Abwarten, Gelassenheit ausgeschlossen sind“ (Bourdieu 1990, S. 150). Die Logik der Praxis steht der Logik der Theorie gegenüber. Während die Logik der Praxis im Körper verortet ist, sitzt die Logik der Theorie im Kopf. Dabei ist es das „ureigenste Merkmal“ der Logik der Praxis, „dass sie ‚logisch‘ ist, eine Logik hat . . . ohne ihren Ursprung in der Logik zu haben“ (Bourdieu/Wacquant 1996, S. 153).

Obwohl Bourdieu die Logik der Praxis als Kritik am rational abwägenden, auf den eigenen Nutzen bedachten Akteur formuliert, wird das Handeln der Sonic Bodies von einem „praktischen Sinn“, dem „Gefühl für das Spiel“ (Bourdieu 2004) bedingt. Die Felder besitzen eigene Logiken, die in den divergierenden Praktiken zu Tage treten. Entsprechend der feldspezifischen Logik und der individuellen Position im Feld häufen die Sonic Bodies unterschiedliche Kapitalsorten an, um ihre anvisierte Position im Feld zu erreichen (Bourdieu 2001). In Bezug auf die Technokultur handelt sich hier um die soziokulturellen subkulturellen Kapitalia und das kulturindustrielle Popularitätskapital.

Neben dem verkörperten Lernen der Logik der Praxis ist die Logik der Theorie für die Wissensaneignung in Musikkulturen relevant, sodass andere Formen der Aneignung neben die stille Pädagogik treten, wie etwa formelle Ausbildung als Tontechniker*in, Wirtschaftswissenschaftler*in oder Medienkaufmann/frau. Neben den eingekörperten, unbewusst abgerufenen Wissensbeständen erscheinen bewusst rational getroffene Entscheidungen. Darunter fällt etwa die Festlegung von zu pressenden Vinyleinheiten oder von Getränkemengen bei selbstorganisierten Veranstaltungen. Solche Entscheidungen verlangen nach Abwägung: Wie bekannt sind die Musiker*innen? Wie viele Leute ‚ziehen‘ sie?

Innerhalb diverser Handlungen kommt es zu einer Vermischung unterschiedlicher Wissensformen. So basieren die Trackauswahl eines DJ-Sets oder die Festlegung von Liedern in einer Set-List bei einem Konzert einerseits auf verkörperten Erfahrungswissen als „erworbene Meisterschaft“ (Bourdieu 1999, S. 191), welches am Gespür, der Antizipation für die richtigen Stücke (im richtigen Moment) zutage tritt, andererseits auf rationalen Entscheidungen, welches sich am Wissen, was gespielt werden muss, etwa aufgrund neuer Veröffentlichungen oder Erwartungen von Veranstaltenden und Clubs, zeigt.

„The other sense of sound is the way in which sound ‚makes sense‘, as it is said, or ‚getting a sense of‘ something, that is, ‚knowing‘ about it. This concerns sociocultural values and understanding, where measure describes non-metric qualities, as with a ‚just measure‘, or indeed, a ‚sound judgement‘.” (Henriques 2011, S. 242)

Die dritte Wissensart des Sonic Logos, die phronēsis stellt ein Bewertungswissen dar, das in Urteilen zutage tritt. Klänge, Klangeinstellungen oder soziokulturelle Wirkungen werden daraufhin bewertet, ob sie Sinn ergeben oder ggf. angepasst werden müssen. Sonic Bodies bekommen ein Gefühl für dafür, ob etwas angemessen ist. Dies setzt ebenfalls erworbene Meisterschaft voraus, da Entscheidungen und eventuelle Anpassungen unmittelbar getroffen werden. Phronēsis basiert auch auf einem soziokulturellen Wissen und Verständnis dafür, was in der Soziokultur angemessen ist.

Martin: „Und das kollektive Verständnis für diese Musik und diese Sprache der Musik, die fasziniert, reizt mich sehr und das macht das so faszinierend für mich.“ (MMA1 23:16-23:29)

Riley: „Man kann das einfach, weil man das Gefühl hat. Man weiß, was so ein Track braucht, ohne dass man jetzt besonders geschult ist, welche Plug-Ins man da nimmt und wie man das macht. Ich bin halt wirklich so ein hundertprozentiger Autodidakt und bei mir geht alles sehr viel über die Ohren, also über die Sinne. Also ich höre das direkt, ob das gut ist oder nicht oder ob das klingt.“ (RRA1 11:53 - 12:19)

Für die Ausbildung eines Sonic Logos in der Technokultur ist kein formelles Musikwissen zwingend erforderlich. Dies zeigt sich an Formen des Autodidaktentums. Sonic Bodies haben das Handwerk und das Wissen bspw. des Auflegens und der Musikproduktion selber erlernt. Ein

formell erworbenes Wissen, etwa durch ein Studium, kann sich positiv auf den Sonic Logos auswirken, es stellt aber keine Zugangsbedingung dar.

Ein Sonic Logos entwickelt sich im Musicking der Sonic Bodies. Die Arten des Musickings unterscheiden sich und demgemäß wird ein jeweils spezifischer Sonic Logos erworben. Dieser basiert aber unabhängig von der Art des Musickings auf den drei Säulen: episteme, techné und phronēsis. Er zeichnet sich durch die Triangulation aus Wissen, Handwerk und geschärften Sinnen aus. Im Musicking werden diese Fähigkeiten sukzessive verfeinert und bis zur Perfektion geführt. Das Konzept des Sonic Logos wird neben dem DJing auf Musikproduktion, Veranstalten, Veröffentlichen und Feiern angewandt.

Der Sonic Logos der *Musikproduktion* kann, muss aber nicht durch formelle Lehre erworben werden. Die Komposition erfordert kein musiktheoretisches Wissen, aber (selbst)geschulte Ohren. Dies umfasst auch das Wissen um das Mastering.

Die Ausbildung seines Sonic Logos erfolgte bei Ümit bereits in seiner Jugend in Form der theoria. Bevor er mit der poiesis des Auflegens und Produzierens begann, informierte er sich über Jugend- und Szenepresse über die kulturellen Praktiken der Technokultur. Etwas später erlernte Ümit die Musikproduktion, wobei der Wissenserwerb durch die theoria und poiesis erfolgte. Durch die theoria und poiesis der Musikproduktion bildeten sich bei ihm allmählich die episteme und techné aus. Die Entfaltung der episteme erfolgte in seinem anschließenden Studium als Audio Engineer.

Ümit: „*Und da gab es drei Ausgaben [Raveline] hintereinander, glaube ich, wie man produziert. Das man dafür nur eine 303 braucht, TB 303 von Roland, die 101 von Roland, die 909, 808, genau, die Sachen, ein Alesis Quadroverb [lacht], ein Mischpult; und bei der ersten Ausgabe davon wurde erklärt, wie man eine TB 303 bedient.*“ (ÜHA 16:44 - 17:12)

Ümit: „*Und 2001 bin ich in Duisburg einem Studiokomplex zugestoßen. Und da habe ich angefangen wirklich Produktion zu lernen mit einem richtig schönen Studio, mit einem schönen digitalen Mackie-Pult, alles an Synthesizern da, Aufnahmeräume für Drums, alles, alles was du dir vorstellen kannst.*“ (ÜHA 33:44 - 34:02)

Ümit: „*Aber mein Studium, das hat mir den Kick gegeben, weil es mir alle Fragen beantwortet hat, die ich offen hatte. Also es gibt keine Fragen, weder produktionstechnisch, weder künstlerisch, ich habe mir auch für mich selbst die Harmonielehre geknackt. Ich habe das alles geknackt, ich kenne auch die Bezeichnungen.*“ (ÜHA 2:24:26 - 2:24:42)

Episteme der Musiktheorie und techné der Musikproduktion verband Ümit mit seiner phronēsis, die er als DJ, Promoter und Veranstalter in der Technokultur erworben hat. Auf diese Weise konnte er einen technospezifischen Sonic Logos etablieren, der das handwerklich, verkörperte Wissen und theoretische Wissen mit dem Urteils-Wissen in Verbindung setzt. Dies beinhaltet das Wissen um das Richtige oder Angemessene in einer Produktion, welches dann zutage tritt, wenn es eine Bewegung, einen Groove auslöst.

Ümit: „*Das Fundament muss stimmen: Die Drums und der Bass. Wenn das nicht funktioniert zusammen, wenn das nicht zusammen geil klingt, dann brauchst du auch gar nicht weiterbauen.*“ (ÜHA 2:28:09 - 2:28:21)

Georg: „*Vieles ist frequenzabhängig, dass man so ein gewisses Frequenzspektrum hat und Sachen, die sich zu sehr überlappen, wo man weiß, okay, da muss auf jeden Fall gemischt, EQt werden. Aber das ist ja eher so ne Soundtechnikfrage. Im ästhetischen Bereich, ja; wenn ein*

Sound nicht kickt, dann muss man ihn auch rausschmeißen, so einfach ist das.“ (GCA 1:40:55 - 1:41:29)

Marco: *„Das Gesamtding muss Sinn machen. Und da gibt es jetzt nichts, was jetzt verboten ist oder was man nicht machen würde oder so was. Wenn es zusammen Sinn ergibt, dann machen! Auf jeden Fall.“ (MSA 42:07 - 42:19)*

Ob etwas funktioniert, „Sinn ergibt“ oder ob ein Sound „kickt“, wird durch die Handlungserfahrung – die phronēsis – ermittelt, die die Produzent*innen in der Interaktion mit der Umwelt gesammelt haben. Das beinhaltet bei Techno das Wissen um die Wirkung auf den Körper. Sounds und Grooves müssen als Affordanzen sofortige Bewegungen auslösen. Wenn ein Sound „kickt“, dann tut er dies unmittelbar.

Je länger sich die Sonic Bodies in der Umwelt aufhalten, umso größer ist ihr Sonic Logos und umso leichter abrufbar. Dies zeigt sich auf der einen Seite an Ümit, der seit seiner Jugend Musicking in der Technokultur betreibt, und auf der anderen Seite an Georg und Gabriel, die zuvor in anderen Genres musikalisch tätig waren.

Gabriel: *„Ich habe am Anfang, als ich angefangen habe zu produzieren, versucht Techno zu machen, aber da kamen nur irgendwelche Beats mit Songstrukturen raus. Da war dann wirklich so ein Intro, eine Strophe, ein Refrain und so weiter und Strophe und so weiter und eine Bridge und von mir aus sogar auch mal eine Coda hintendran. Ich habe immer so in Songstrukturen gedacht, bis ich dann irgendwann mal kapiert habe, das ist nicht so im Club.“ (GAA 52:37 - 53:03)*

Gabriel musste seine phronēsis an die Technokultur anpassen. Das Wissen der anderen Umwelt, in die sich die Sonic Bodies vorher bewegten, geht aber nicht verloren, sondern bleibt erhalten und abrufbar. Sonic Bodies bilden einen Sonic Logos der Musikproduktion auf der einen Seite per Selbststudium und Praxis in der Umwelt aus. Es existiert ein Markt für Lehrangebote und -materialien, wie Workshops, Bücher, Videos oder Online-Tutorials für Musikproduktion. Die Erklärung des Innenlebens der Maschinen oder Software tritt in der Wissensvermittlung allerdings hinter deren Bedienbarkeit zurück. Von Interesse sind die Handlungspotenziale und Möglichkeiten, die Maschinen und Software offerieren (vgl. Diaz-Bone 2010, S. 372). Auf der anderen Seite gehen die Sonic Bodies bei Freund*innen und anderen in die Lehre.

Thomas: *„Ein Freund von uns hat damals also ohne Ende beim Music Store immer Sachen auf mündlicher Ratenbasis finanziert. Da habe ich dann immer bei dem zu Hause abgehangen, die Dinger da erforscht und angefangen Musik zu machen; das Faszinosum irgendwie: Ach, MIDI? Wie funktioniert denn das alles und so? Bei dem [Name] sind wir halt da in die Lehre gegangen.“ (TSA2 10:39 - 11:09)*

Die Handhabung der Geräte oder Programme wird erklärt, abguckt und per Learning by Doing theoretisch und eingekörpert verinnerlicht. Dabei sind das Adaptieren und das Learning by Doing akzeptierte Strategien des Wissenserwerbs in der Technokultur, die auch medial vermittelt werden können (Diaz-Bone 2010, S. 375). Das Feedback anderer Menschen beeinflusst auch die Produktion. Es tritt in Form von Kritik oder Ratschlägen von Musiker*innen, Labelbetreibende und anderen professionellen wie nicht-professionellen Akteur*innen zu Tracks auf.

Das Lernen von anderen ist zentral für den Wissenserwerb und eine kulturelle Praxis der Technokultur, die bereits früh in den Netzwerken Detroit's ausgebildet wurde. Die erste Technogeneration Detroit's lernte voneinander. In Bezug auf das Mastering der Detroit'ser Technotracks musste der Tontechniker Ron Murphy seinen Sonic Logos an die Bedürfnisse des Genres und dessen Umwelt anpassen. Auf diese Weise bildeten er und die Produzenten der ersten Generation einen

technospezifischen Sonic Logos aus. Im Nachhinein gingen spätere Produzenten bei Murphy in die Lehre (Sicko 2010, S. 110f.). Das Lernen von anderen umfasst auch Partizipierende, die ihr Wissen für befreundete Produzierende produktiv machen.

Guido: „[Name] hat von mir halt den entscheidenden Tipp gekriegt, dass er einfach mal ins Internet gehen soll in Anführungszeichen und einfach mal gezielt nach Labels zugreifen soll auf der Kompaktseite. Die hatten ja damals Links zu irgendwelchen Labels, wo man dann auch in die Musik reinhören konnte und wo der so der Meinung war, „Hey, das könnte was für mich sein vom Label her, so wie die arbeiten“, den Leuten einfach mal was zu schicken. Und so ist der [Name] zum Beispiel an [Label] damals geraten über diese Empfehlung, dass einfach mal zu machen, weil die hat er selber so gar nicht gesehen.“ (GBA4 21:44 - 22:12)

Guido hat Lars nicht einfach einen Ratschlag, sondern den richtigen Ratschlag gegeben, der das Resultat einer Bewertung war. Statt auf sämtliche Distributoren der Technokultur zu verweisen, wählte Guido auf Basis seines Wissens den Vertrieb aus, dessen Labels angemessen für die Produktionen von Lars waren.

Das Zusammenspiel von episteme, techné und phronēsis im Sonic Logos zeigt sich beim *Auflegen* noch deutlicher als bei der Musikproduktion. Der Sonic Logos des DJings umfasst das Handwerk, das Wissen um Stimmungen, sichere Tracks und deren Wirkung. Das DJing kann in zwei Phasen eingeteilt werden: die Vorbereitungs- und die Durchführungsphase. In der jeweiligen Phase wirkt die phronēsis auf unterschiedliche Weise. Während sie in der Vorbereitung – der theorie – als Imagination erscheint, wie die Stimmung im Club sein könnte, orientiert sich die phronēsis in der Durchführung am Ist-Zustand des Clubs. Dessen Atmosphäre prägt die des Sets.

Dirk: „Ich hab dann immer so im Prinzip so zwei Stimmungen in meiner Kiste, die ich dann halt mir so, also ich überleg auch nicht „dann spiel ich die Platte, dann spiel ich die, dann spiel ich die“, sondern überleg: ja, okay, das ist der Club, die sind da so und so drauf, das ist die Uhrzeit, wo ich spiele, das ist das, was ich selber gerade will. Ja, und dann habe ich dann halt die Kiste zusammen und dann setz ich mich dann so meistens ne halbe Stunde bevor ich spiele, also ich bin ganz gerne so zwei Stunden vorher im Club, guck ich mich einfach um und guck mir das an, lass das irgendwie auf mich wirken und dann such ich die Platten raus.“ (DMA 5:57 - 6:28)

Eine gewisse Vorbereitung ist für die DJs, die mit Vinyl auflegen, essentiell. Hierbei greift zunächst die episteme. DJs besitzen ein Wissen über den Charakter und die besonderen musikalischen Merkmale von Tracks. Sie kennen die speziellen Sounds der Stücke durch langjährige Lernprozesse. Sie sind gewissermaßen ‚eingekopft‘.

Thomas: „Ich habe die ja im Kopf die Sounds aus den Stücken und denke mir, welches Stück zu welchem wohl zusammenpasst und dann sortiere ich so die Platten.“ (TSA2 14:16 - 14:23)

Die Vorbereitung auf ein Set ist im ersten Schritt zunächst eine theoretische Aktivität. Auf der Basis des Wissens um die Stücke und des Erfahrungswissen um ihre Wirkung wird zuerst im Kopf eine Vorselektion getroffen, die danach aus dem Plattenregal genommen wird. Die Tiefe der Auseinandersetzung und in Folge die Vorbereitungszeit changieren unter den Interviewten. Regelmäßig auflegende DJs verfügen meist über ein bis zwei Plattentaschen, bei denen kontinuierlich Vinyl herausgenommen und hinzugefügt wird. Bei den unregelmäßig auflegenden DJs kann die Vorbereitung auf der einen Seite mehrere Tage oder Wochen dauern, auf der anderen Seite relativ schnell durchgeführt werden.

Trotz dieser Differenzen ist den Interviewten in der Durchführung wichtig, spontan auf die jeweilige Situation reagieren zu können. Sie lesen das Publikum, reagieren auf die Atmosphäre und

versuchen diese in Bahnen zu lenken. Selektionsentscheidungen werden bewertet und mit der nächsten Platte aufgegriffen oder korrigiert. Das Wissen um die richtigen Tracks zur richtigen Zeit wird in jahrelanger Praxis erworben. Wenn DJs bereits um Mitternacht die Tracks der Peak Time spielen (vgl. Feldbericht Tunnel), dann zeugt das entweder von einem Mangel an genereller oder abschnittsspezifischer phronēsis. Das Handwerk kann zwar Zuhause erlernt werden, jedoch nicht das Urteil über dessen Wirkung. Dies benötigt die Interaktion mit einer Umwelt.

Peta: „Zu dem Zeitpunkt hatte auch das Liquid Sky geöffnet und da hatte ich einen ganz guten Draht zu dem Besitzer, zum Ingmar Koch, und konnte da dann den Donnerstag gestalten. Das habe ich auch jahrelang gemacht und da hatte man auch eine Spielwiese, man hatte die Möglichkeit die Platten mal zu testen, ein bisschen üben und da habe ich dann die ersten Jahre Trip Hop tatsächlich aufgelegt, auch auf einigen Tanzveranstaltungen, was ja dann nicht ganz so einfach ist, mit Trip Hop die Leute zum Tanzen zu kriegen.“ (PHA 4:23 - 4:59)

Peta entwickelte seinen Sonic Logos durch das wöchentliche Auflegen und Ausprobieren. In diesem Rahmen lernte er durch die poiesis das Handwerk und die techné des Auflegens. Er konnte die Platten als Praxis in einer Umwelt testen, was in der phronēsis mündete. Durch seine Erfahrungen in den unterschiedlichen und teils schwierigen Locations konnte Peta ein breiten Wissensbestand als episteme anhäufen. Dies hilft ihm, in unterschiedlichen Situationen als phronēsis die richtigen Urteile zu fällen und das eingekörperte Handlungswissen abzurufen.

Im *Feiern* entwickeln die Sonic Bodies ebenfalls einen Sonic Logos. Ähnlich wie bspw. beim DJing erlernen die Körper ein theoretisches Wissen, ein eingekörpertes Handwerkswissen das sich auf den Körper bezieht, und ein auf Erfahrung basierendes Urteilswissen. Die episteme des Feierns deckt sich mit körper- sowie musikbezogenem subkulturellem Kapital und umfasst das Wissen um Veranstaltungen, deren Stimmung, Türpolitik und Gästezusammensetzung. Dies gilt auch für die unterschiedlichen formellen und informellen Arten der Bewerbung von Veranstaltung. Daran anknüpfend kann sich die episteme bei illegalen Veranstaltungen als Kenntnis über die richtigen Wege präsentieren, über die die Sonic Bodies zu illegalen Partys kommen. Es ist auch ein Wissen um das Erlebnispotenzial einer Veranstaltung. Zur theoria des Feierns zählt die Kenntnis über DJs sowohl in Bezug auf ihre Musik als auch ihres Popularitätskapitals. Wissen über die Musik, ihre Subgenres und Trends ist für diese Form der episteme ebenfalls von Bedeutung.

Das Instrument des Körpers wird in der poiesis erlernt und eine körperbezogene Fertigkeit, die techné, erlangt. Sonic Bodies tanzen, kommunizieren und entäußern sich nicht nur, sondern machen dies auf angemessene Weise, was ein Erproben voraussetzt. Durch das Feiern körpert sich der Habitus der Technokultur in die Sonic Bodies ein. Feiern als techné ist daher die habituell korrekte Ausführung des Körperinstruments. Die phronēsis des Feierns manifestiert sich als Bewertung der Situation, des Musicking der DJs und der anderen Gäste. Die Bewertung führt zu Handlungen, in denen das Körperinstrument durch Entäußern oder Verlassen der Tanzfläche angemessen auf die Situation reagiert. Dies muss aber als Selbstreflexion verstanden werden, in der die Sonic Bodies prüfen, ob die Situation für sie Sinn ergibt und ob ihr Handeln angemessen ist. Durch Änderungen der ‚Körpereinstellungen‘, etwa durch Tanz, Alkohol oder Drogen, kann die Situation wieder oder mehr Sinn ergeben.

Der Sonic Logos des Feierns hat sich auf den Tanzflächen der Technokultur entwickelt und wird dort durch Mimesis erlernt (vgl. Bourdieu 1999, S. 135). Tanz ist eine „spezifische, dem Habitus und dem kulturellen Raum entsprechende Ausdrucksform“ (Klein 2001, S. 163). Tanz beinhaltet nicht nur die Beherrschung des Körpers und das Abrufen von Bewegungsabläufen. Der Sonic

Logos des Feierns umfasst gleichermaßen als phronēsis das Wissen um die angemessenen Tanzbewegungen in der Technokultur. Ben Malbon deutet Tanz als eine Sprache mit intrinsischen und extrinsischen Bedeutungen. Diese Sprache basiert auf Regeln, Auffassungen von Techniken und Kompetenzen (Malbon 2012, S. 503). Sie wird durch Nachahmung erlernt (ebd., S. 516).

Die Art des Wissenserwerbs ist von unterschiedlichen Faktoren abhängig. Dazu zählen etwa das jeweilige Genre elektronischer Tanzmusik, Alter, Geschlecht, eigene Erfahrungen und das spezifische individuelle In-Verbindung-treten der Tanzenden zum Publikum (ebd.). Daneben enthält der Sonic Logos des Feierns das Wissen über die richtige Musik am richtigen Ort. Dies bezieht sich auf den totemischen Aspekt der Musik, die in ihrer jeweiligen Ausprägung zum Grund der Versammlung an einem speziellen Ort wird (ebd., S. 496). Die Versammlung unter einem falschen Totem wird dem Subjekt keine Freude bereiten und die anderen evtl. in ihrer Werte-Schöpfung stören.

Im Sonic Logos des Feierns tritt das Wissen um die Territorialisierungen und Regionalisierungen der Clubs zutage. Die Veranstaltungsorte verfügen über unterschiedliche Territorien. Die Tanzfläche sowie der daran anschließende Raum sind divergierende Regionen, die es den Sonic Bodies ermöglichen, auf spezifische Weise den Raum einzunehmen (Spacings). Sei es durch zurückhaltendes oder ekstatisches Tanzen, an der Bar stehen und trinken oder Gespräche in der Sitzgruppe. Allerdings besteht eine Abgrenzung zwischen den Territorien und Regionen, in denen gewissen Handlungen oder Arten des Spacings angemessen sind und andere nicht (ebd., S. 512). Verstöße zeugen von Inkompetenz oder einem Mangel an phronēsis. Angemessenes Handeln lässt subkulturelles Kapital entstehen, unangemessenes nicht.

Im Sonic Logos des *Veranstaltens* greifen andere Aktivitäten, Handlungen und Bewertungen, die ihm seine Spezifik verleihen. Veranstalter*innen sehen sich mit unterschiedlichen Wissensbeständen und Materialien in ihrer Arbeit konfrontiert. Die episteme des Veranstaltens erscheint als das Wissen um Locations, DJs, Gäste, Musik, Trends oder andere Veranstalter*innen. Hierzu zählt die Kenntnis über die lokalen Gegebenheiten in punkto Getränke- und Techniklieferanten als auch der städtischen Verwaltung. Die techné des Veranstaltens umfasst Tätigkeiten wie Locationscouting, Netzwerken, Promotion, Organisation der Party, Booking der DJs, Organisation der Technik, Durchführung der Party, Kommunikation mit den Gästen sowie DJs und abschließend die Durchführung der Buchhaltung. Phronēsis zeigt sich beim Veranstalten an unterschiedlichen bewertenden und anpassenden Handlungen, die eine Folge der unterschiedlichen Materialien sind, die Veranstalter*innen in ihrer Arbeit nutzen. Zu den Handlungen, die die phronēsis betreffen, gehören vorab die Auswahl an richtigen Gästen durch die Promotion sowie Türpolitik. Die Auswahl an Helfer*innen zählt auch hierzu, da diese mit ihren Stimmungen zum Ge- oder Misslingen beitragen. Die Festlegung der DJs basiert auf der phronēsis, da hierbei bewertet wird, welche Reihenfolge am meisten Sinn für alle ergibt. Eine andere wichtige Fähigkeit steht im Zusammenhang mit dem Locationscouting: der Veranstalterblick.

Kevin: „*Egal was man betritt, wo man wohin kommt, guckt man sich alles mit den Augen eines Veranstalters an und überlegt: Kann man hier eine Technoparty feiern?*“ (KKA3 29:53 - 30:02)

Der Veranstalterblick ist ein bewertender Blick, der einen Ort hinsichtlich seiner Tauglichkeit prüft (vgl. Schwanhäuser 2010, S. 117). Die Tauglichkeit beinhaltet Fragen der Erreichbarkeit, Bekanntheit, Atmosphäre oder Reputation eines Orts. Clubs können ein hohes Renommee besitzen oder das komplette Gegenteil darstellen. Von einem vorbelasteten Club geht bspw. eine große Gefahr aus, dass eine Party floppt, da die anvisierten Gäste diesen meiden.

Während der Veranstaltung dient die phronēsis, um auf unangemessene Entwicklungen zu reagieren. Sei es durch das Besorgen von fehlenden Gegenständen, wie etwa Toilettenpapier oder Diesel für den Generator. Phronēsis wirkt, wenn Gäste aus der Party entfernt werden müssen, weil sie aggressiv, sexuell übergriffig, zu stark alkoholisiert oder unter zu starkem Drogeneinfluss stehen. Die Intervention beim DJ zählt auch dazu. Zuletzt erscheint die phronēsis des Veranstaltens in der abschließenden Überprüfung der Party. Dies zeigt sich bspw. an der Entscheidung, DJs wieder oder nicht mehr zu buchen. Gleiches gilt für die Helfer*innen. Die Beurteilung der Werbung und der Türpolitik gehören auch hierzu.

Die Ausbildung eines spezifischen Sonic Logos des *Veröffentlichens* basiert ebenfalls auf teils anderen Wissensbeständen und Materialien. Wie beim Veranstalten müssen Betreiber*innen von Labels in diversen Bereichen gewisse Fertigkeiten entwickeln, um erfolgreich bestehen zu können. Die episteme des Veröffentlichens umfasst das Wissen um Musiker*innen, Trends und Wege, neue Talente zu entdecken. Ein Wissen um andere Labels, Masteringstudios, Vertriebe und Presswerke muss gegeben sein. Neben diesen Tätigkeiten ist für die episteme des Veröffentlichens auch betriebswirtschaftliches und rechtliches Wissen von Bedeutung. Es muss eine Kenntnis über die Kanäle der Promotion vorhanden sein. In die techné des Veröffentlichens fällt zuvorderst die Organisation einer Produktion, daran anknüpfend die Organisation einer PR-Kampagne mittels Presse, Social Media und/oder Release-Party. Daher zählt die Kommunikation mit allen Beteiligten zur techné. Sie umfasst die Buchhaltung. Die phronēsis des Veröffentlichens beinhaltet die Bewertung und Überprüfung der einzelnen Handlungen sowie Entscheidungen. Hier wird kontrolliert, welche Werbekanäle angemessen sind und ob die Wahl richtig war. Daneben findet eine Bewertung der Werte-Schöpfung einer Veröffentlichung statt. Hierbei wird geprüft, ob die Produktion erfolgreich und/oder angenehm war (vgl. Kapitel Sonische Freunde).

8 Sonische Freunde, Gemeinschaften und Szenen

“Music’s primary meanings are not individual at all but social.” (Small 1998, S. 8)

Dieses Kapitel behandelt die sozialen Relationen der Technokultur, genauer die Freundschaften, Gemeinschaften, Szenen und Organisationen im Feld. Dies ist die Ebene, auf der das subkulturelle Kapital und Popularitätskapital erst ihre Geltung erhalten. Soziale Relationen sind für das Musicking und die Werte-Schöpfung der Sonic Bodies konstituierend. Ein großer Teil dessen erfolgt in gemeinschaftlicher Weise. Dabei variiert die Größe der jeweiligen Gemeinschaft, die von Freundschaften über kollektivistische Formen bis hin zu sonischen Organisationen reichen. Daneben zeigen sich diese für die unterschiedlichen materiellen und sozialen Ausprägungen in der Technokultur verantwortlich, da diese die Folgen von Handlungen und symbolischen Praktiken von Vergemeinschaftungen sind.

In diesem Kapitel wird der Frage nach den Arten und der Bedeutung des gemeinschaftlichen Musickings nachgegangen. Dies umfasst auch die Frage nach der gemeinschaftlichen Produktion, der Entwicklung von Werten sowie dem Wert von Gemeinschaften. Hierbei ist von Interesse, wie Gemeinschaft innerhalb der Technokultur hergestellt wird. Dabei darf jedoch nicht das Gegeneinander unberücksichtigt bleiben. Zum einen wirken in der Technokultur trotz des zentralen Werts des Miteinanders unterschiedliche Distinktionen, die auch eine Form sozialer Relation sind. Das Miteinander entpuppt sich in Teilen als *Illusio* (vgl. Bourdieu 1993). Zum anderen werden Distinktionen für das Musicking und die Werte-Schöpfung durch die Sonic Bodies produktiv gemacht. Distinktionen sind gleichermaßen Folge der Feldstruktur und der daraus resultierenden Diskurse der Technokultur. Dabei sind Werte für die Diskurse von zentraler Bedeutung.

8.1 Sonische Freunde

Nach Abraham Maslow (2005) bilden die sozialen Bedürfnisse die dritte Stufe in der Bedürfnispyramide und folgen damit den physiologischen und Sicherheitsbedürfnissen. Dazu gehören soziale Beziehungen und Freundschaften, Gemeinschaften, Liebes- oder Sexualbeziehungen. Daneben haben Menschen ein Bedürfnis nach Gruppenzugehörigkeit, Kommunikation, Solidarität oder sozialem Austausch, etwa in Form von Ritualen. Dies sind Bedürfnisse, die Sonic Bodies innerhalb der Technokultur befriedigen können. Maslow identifiziert als weitere Stufen die Individualbedürfnisse, wie Anerkennung und Wertschätzung, ästhetische Bedürfnisse und Selbstverwirklichung. Diese können ebenfalls alleine oder mit Freunden, in Musikkulturen gestillt werden. Von Bedeutung sind hierbei Sympathie und Freundschaft. Beide stellen wichtige Bedingungen für das Musicking in der Technokultur dar. Diese Beziehungen sind von besonderer Art, da sie auf starken identifikatorischen sowie affektiven Prozessen basieren. Sympathien und Freundschaften sind für das Musicking der Sonic Bodies oftmals konstituierend. Sie sind Grundbedingungen auch des wirtschaftlichen Handelns in der Technokultur. Musicking unter Freund*innen oder mit sympathischen Menschen wirkt wertschöpfend. Solch ein Musicking kann nicht durch eine andere Person einfach substituiert werden. Insbesondere Freund*innen nehmen wichtige Funktionen als Initiatoren, Lehrer*innen, Unterstützer*innen, Rat- oder Impulsgeber*innen für die Sonic Bodies ein.

8.1.1 Sympathie

Als zentrale Bedingung des gemeinsamen Musickings und der damit verbundenen Werte-Schöpfung präsentiert sich die Sympathie. Dies gilt für sämtliche Formen kultureller Produktion innerhalb der Technokultur. In Bezug auf die Sympathie erhält das Miteinander aber eine spezifische Charakteristik.

Der Begriff „Sympathie“ hat seinen Ursprung im altgriechischen *sympátheia*, dem Mitgefühl. Max Scheler (1974, S. 23) identifizierte in diesem Zusammenhang vier Varianten des Mitgefühls:

1. das unmittelbare Mitfühlen z. B. eines und desselben Leides ‚mit jemand‘
2. das Mitgefühl ‚an etwas‘: Mitfreude ‚an‘ seiner Freude und Mitleid ‚mit‘ seinem Leid
3. die bloße Gefühlsansteckung
4. die echte Einfühlung

Gemeinsam ist den vier Varianten, dass sie im Gegensatz zur Liebe reaktiv sind (ebd., S. 19). Echte Einfühlung stellt einen Grenzfall der Ansteckung dar, der über die bloße Gefühlsansteckung hinausreicht. Die „echte Einfühlung (resp. Einssetzung) des eigenen mit einem fremden individuellen Ich“ ist ein Akt der Identifikation bei der „nicht nur ein fremder, abgegrenzter Gefühlsprozess für einen eigenen unbewusst gehalten wird, sondern das fremde Ich geradezu (in allen seinen Grundhaltungen) mit dem eigenen Ich identifiziert wird“ (ebd., S. 29). Identifikation erfolgt gleichermaßen unwillkürlich sowie unbewusst. Ihr Zustandekommen ist stets „automatisch“ (ebd., S. 46). Sympathie als echte Einfühlung ist weder essentiell noch exklusiv sozial. Vielmehr verortet sie sich in dem „Zwischenreich“ der menschlichen Wesenskonstitution, welches „die seelische Region und Atmosphäre des Lebens- und Todestriebes, der Leidenschaften, der Affekte, der Dränge und Triebe“ (ebd., S. 45) umfasst. Weder Vernunft noch Instinkt zeigen sich für die Einfühlung verantwortlich.

Sonic Bodies identifizieren sich im Sinne einer echten Einfühlung miteinander auf affektive, ästhetische und soziale Weise. Dies umfasst auch die Einfühlung in punkto der Werthaltungen. Sonic Bodies empfinden Sympathie für Menschen, die von ähnlichen Affektiven (Goodman 2012, S. 83) penetriert wurden und eine gemeinsame Vorliebe für gewisse Materialien besitzen. Sie identifizieren gegenseitig auf Grundlage der Musik. Das Zwischenreich umfasst auch die Atmosphäre. Wie Schwanhäüßer (2010) zeigt, ist diese für die von ihr untersuchten Kollektive von großer Bedeutung. Dabei bezieht sich die Atmosphäre sowohl auf den Club als auch die Kollektive an sich. Sonic Bodies fühlen sich gleichermaßen ästhetisch sowie sozial eins.

Zu den zentralen Auswahlkriterien von Musiker*innen für Veranstaltungen, Veröffentlichungen oder Labelzugehörigkeit zählt die Sympathie. Einige Sonic Bodies überprüfen vorher, ob ihnen Musiker*innen sympathisch sind und das Miteinander gewährleistet ist. Sollte dies trotz angemessenen Musickings nicht gegeben sein, kommt es nicht zu gemeinsamer Produktion. Sympathie ist die Grundlage von Projekten, Kooperationen, gemeinsamen Feiern oder des Teilens von Arbeitsräumen. Gemeinsames Musicking auf der Grundlage von Sympathie hat aber noch weitere Werte-Schöpfung zur Folge. Sonic Bodies legen oder treten ohne Abstimmung mit der jeweiligen Bookingagentur auf, weil ihnen die anderen Sonic Bodies sympathisch sind. Die fehlende Rücksprache mit der Agentur hat bessere Konditionen etwa für die Veranstaltenden zur Folge, die eine geringere Gage entrichten müssen. Dadurch verdienen die Sonic Bodies evtl. weniger als sonst, wenn nicht nur die Booking Fee abgezogen wird, dafür haben sie aber eine gute Zeit im und/oder außerhalb des Clubs, etwa durch ein gemeinsam verbrachtes Wochenende.

Die Bedeutung der Sympathie für das Musicking und die Werte-Schöpfung in der Technokultur tritt noch in anderen Formen in Erscheinung. So würden es die Sonic Bodies nicht bevorzugen, ihr Musicking mit einer ausgebildeten und professionell arbeitenden Person zu führen, wenn keine Sympathie zwischen ihnen besteht:

Thomas: „Nee, da hätte ich keinen Bock drauf gehabt. Nee, so was mache ich tagsüber. [lacht]“ (TSA2 41:54 - 42:01)

Musicking und Arbeit in der Technokultur sind für diverse Sonic Bodies eine Alternative oder ein Ausgleich zur regulären Erwerbstätigkeit. Sie bietet die Möglichkeit des anderen, besseren Lebens abseits der basalen Kultur. Dies umfasst auch das Wirtschaften in der Technokultur. Die Flucht aus dem Alltag erscheint als Flucht vor der regulären Erwerbstätigkeit. Sonic Bodies möchten temporär oder Vollzeit einer gemeinsamen Tätigkeit nachgehen, in der sie sich untereinander und mit der Arbeit eins fühlen. Musicking oder Wirtschaften ohne Sympathie macht genauso wenig Spaß wie die Arbeit in der regulären Arbeitswelt.

Ähnlich bedeutsam wie bei der Auswahl der Musiker*innen, wenn nicht sogar bedeutsamer ist die Sympathie bei der Beendigung einer Musicking-Beziehung. In diesem stellte sich entweder während der Produktion einer Veröffentlichung die Antipathie oder das Gegenüber im Nachgang als „ganz schlimme Person“ (MSCHA 1:53:48-50) heraus. Wenn der Wert des gemeinsamen Musickings nicht geschöpft werden kann, leidet oder scheitert anderweitige Werte-Schöpfung.

Dirk: „Einmal waren es persönliche Gründe, dass ich mich wirklich geärgert habe, mit so jemanden zusammen zu arbeiten, weil einfach die Produktion keinen Spaß gemacht hat [echauffiert]. Da war viel Misstrauen. Ich weiß gar nicht wieso; so ‚die böse Industrie will irgendwas‘, das habe ich nicht verstanden.“ (DMA 1:26:28 - 1:26:45)

Michael: „[D]as ist auch schon alles passiert, dass ich Leute auf dem Label hatte, die halt total ätzend sind, die man auch einfach nicht mehr da haben will. Weil das bringt ja nichts. Man spielt dann zusammen auf Labelpartys und versteht sich nicht und das überträgt sich ja auch auf die Leute.“ (MSCHA 58:33 - 58:45)

8.1.2 Freundschaft

Die Steigerung der sozialen Relation des Sympathieverhältnisses stellt die Freundschaft dar. Sie setzt Sympathie voraus, ist aber noch auf ein weiteres Merkmal angewiesen. Freundschaft unterscheidet sich aufgrund des zugrundeliegenden symmetrischen Verhältnisses zwischen den Befreundeten von der Liebe. Liebe kann die Form eines asymmetrischen Verhältnisses annehmen, in der eine Person liebt, aber nicht (im gleichen Maß) zurückgeliebt wird. Die weltliche Freundschaft der *philia* und *amicitia* sind in der antiken Philosophie zentrale Phänomene und galten als anstrebenswert (Eichler 1999, S. 215)⁸⁹.

Zwar spielte die Freundschaft in der modernen Philosophie eine untergeordnete Rolle, allerdings haben sich die Pädagogik, Psychologie und Soziologie dieses Gegenstands angenommen (ebd., S. 217), was auf den Bedeutungszuwachs von Freundschaften zurückzuführen ist. Dabei hat sich mit der Freundschaftssoziologie eine neue Bindestrich-Soziologie herausgebildet. Die sozialen

⁸⁹ Diese Bedeutung wandelt sich mit dem Erstarren des Christentums und unter dem Einfluss von Augustinus. Fortan mussten Freunde „in Gott geliebt werden, die *philia* wird zur *christiana caritas*, zur Gottesliebe, welche nach stoischem Vorbild alle Menschen verbindet“ (Eichler 1999, S. 216).

Umbrüche, die postmoderne Gesellschaften durchlebt haben, brachen nicht nur mit alten Verge-meinschaftungsformen und brachten neue, wie Subkulturen oder Szenen, hervor, sondern etab- lierten auch neue Bindungsformen und relativierten die alten wie Ehe und Familie (ebd.). Georg Simmel (1992, S. 401) sieht als Folge der Ausdifferenzierung der Gesellschaft das Erscheinen von „differenzierten Freundschaften“, in die sich die Beteiligten zwar nicht mit ihrer ganzen Per- sönlichkeit einbringen, dafür aber Aspekte wie Intimität und Privatheit umso bedeutungsvoller werden. Das Wort Freundschaft erscheint daher sowohl in der Vergangenheit als auch der Ge- genwart in unterschiedlichen phänomenologischen Gestalten (Eichler 1999, S. 218). Trotz der unterschiedlichen Schwerpunkte verweisen Erkenntnisse aus Philosophie und Soziologie aufei- nander (Eichler 1999; Müller-Jentsch 2017).

Freundschaft erscheint als „die unumstrittenste, beständigste und befriedigendste aller engen per- sönlichen Bindungen“ (Friedman 1997, S. 235). Diese Gemeinschaftsform durchzieht alle Ge- sellschaften, variiert aber sowohl von Kultur zu Kultur als auch im historischen Verlauf. In west- lichen Gesellschaften ist die Freundschaft eine dyadische soziale Beziehung (Eichler 1999; Müll- er-Jentsch 2017). Sie ist für die Menschen von sehr hohem Wert dabei aber kaum normiert (Eichler 1999, S. 223). Dies ist umso erstaunlicher, da Werte in der Regel Normen bedingen. Eine Normierung würde aber gerade den Wert der jeweiligen Freundschaft um ihre Spezifik be- rauben. Dabei zeichnet sich der unverwechselbare Charakter einer Freundschaft dadurch aus, den Befreundeten kaum Vorgaben zu machen. Dennoch sind solche Beziehungen durch ihre Fragilität gekennzeichnet (ebd.). Gleichzeitig liegen ihnen individuelle Kommunikationsregeln zugrunde.

Sympathie präsentiert sich innerhalb der Freundschaft als eine von zwei moralischen Einstellun- gen. Freundschaft basiert gleichermaßen auf Zuneigung und Achtung dem anderen gegenüber (ebd., S. 220). Sympathie und moralischer Respekt gehen eine Verbindung ein. Die Beteiligten stehen in einem Verhältnis zueinander, das durch das Prinzip der Verantwortung gekennzeichnet ist. Diese Ebene ist trotz der Reziprozität des Freundschaftsverhältnisses durch Asymmetrie ge- prägt (ebd.).

„Innerhalb der Freundschaftsbeziehung existiert der andere in einer Doppelperspektive, aus der er einerseits auf der affektiven Ebene von Sympathie und Zuneigung an asymmetrischen Verpflichtungen appellieren kann, andererseits aber zugleich als eine moralische Person wie jede andere respektiert und geachtet werden will.“ (Eichler 1999, S. 221)

Freundschaft basiert auf einer Doppelstruktur, in der Gemeinschaftlichkeit sowie Einzigartigkeit gleichzeitig wirken. Da gerade die Einzigartigkeit der jeweiligen Freunde die Qualität der Ge- meinschaftlichkeit ausmacht, können diese nicht einfach ersetzt werden (ebd., S. 221). Trotzdem müssen beide die Distanz wahren, damit sie weiterhin sie selbst, resp. zwei bleiben. Eine Freund- schaft zeichnet sich daher aus einem Spannungsverhältnis von Distanz und Nähe aus. Sie ist ge- lebte Praxis, da sie nur durch das Engagement der Befreundeten zeitlich überdauern kann. Die Menschen müssen einander sowohl Vertrauen schenken als auch Respekt voreinander haben. Vertrauen setzt Zeit und den Austausch von Geheimnissen voraus (Simmel 1992, S. 395-404). Eine Freundschaft ist daher zwingend darauf angewiesen, damit das Band der Freundschaft über- haupt geknüpft und verbindlich werden kann (Eichler 1999, S. 221). Im gegenseitigen Mitteilen offenbaren die Befreundeten sich einander selbst.

Freundschaft zeichnet sich durch ein besonderes Verhältnis von Fürsorge aus (Schmid 1998). Dies umfasst neben der Sorge um die andere Person auch die Sorge um sich selbst. In dieser Be- ziehung der Für- und Selbstsorge bildet sich „ein Verständnis von Intimität heraus, das sich in moralischen Werten wie Vertrauen, Verlässlichkeit, Wahrhaftigkeit, Offenheit und Solidarität

auszeichnet“ (Eichler 1999, S. 221). Die Erfahrung der Gegenseitigkeit basiert maßgeblich auf dem reziproken Austausch von Intimem sowie der reziproken Fürsorge. Die Befreundeten müssen sich gegenseitig in die Beziehung einbringen und für diese Arbeiten, um Bestand zu haben. Erfahrung von Gegenseitigkeit basiert aber auch, in Anlehnung an Alfred Schütz (1951) auf einem gegenseitigen Einstimmen in Abhängigkeit der jeweiligen Gefühlslage der Beteiligten. Davon zeugt etwa das Schweigen unter den Befreundeten, die sich auch ohne Worte mitteilen. Freunde besitzen Empathie füreinander. Die Fürsorge kann gleichermaßen in Form emotionaler, kognitiver und materieller Unterstützungsleistungen erscheinen. Freund*innen helfen einander etwa durch Beistand, Informationen oder praktischer Hilfe. Die intimen Geheimnisse machen die Freunde jedoch grundsätzlich verletzlich (Müller-Jentsch 2017).

Zwar stellen Freundschaften selbst gewählte Beziehungen dar, allerdings können diese nicht infolge eines Entschlusses begonnen werden. Zweckbeziehungen stellen keine Freundschaft dar. Sie beruhen auf der Freiwilligkeit beider Beteiligten (Müller-Jentsch 2017). Im Gegensatz zur Einfühlung oder echten Identifizierung in der Sympathie, wird in einer Freundschaft Gleichheit und Gegenseitigkeit erfahren (Eichler 2018). Das freundschaftliche Band kann nicht zwischen Menschen geknüpft werden, die einander unverbunden sind (Eichler 1999, S. 240). Die Verknüpfung verlangt nach Nähe sowohl in räumlicher sowie sozialer Hinsicht, damit es zu regelmäßigen Kommunikationen und Interaktionen kommen kann (Müller-Jentsch 2017). Die Beteiligten müssen erreichbar und einander sozial in punkto Alter, Bildung und Herkunft ähnlich sein. Das freundschaftliche Band erscheint als der Dritte der Freundschaft. Dieses macht das „Wir“ einer Freundschaft aus, die nicht als Ich-Du-Beziehung charakterisiert werden kann, da solch eine Beziehung auf Tauschverhältnissen basiert, die in einer Freundschaft nicht exklusiv operieren (Eichler 1999, S. 240). Freundschaft basiert zwar nicht auf Gleichheit der Beteiligten, aber auf deren Ähnlichkeit etwa in Bezug auf das Handeln oder die Charakterzüge. Gleichheit bezieht sich aber auch auf soziale Faktoren wie Alter, Bildung und Geschlecht. Dadurch bietet eine Freundschaft die Möglichkeit, sich selbst im anderen zu erkennen. In einer Freundschaft setzen sich die Beteiligten an die jeweils andere Stelle, allerdings im Sinne von Versetzen (ebd., S. 240f.).

8.1.2.1 Musicking unter Freunden

Thomas: „Also die künstlerische Entwicklung war eigentlich immer davon geprägt, dass man was mit anderen zusammen irgendwie Mucke macht. Ja, ist schon so ein Jugendding: zusammen abhängen und Musik machen.“ (TSA2 17:10 - 17:26)

Freundschaften erfüllen konstituierende Funktionen, da sie oft die Basis von Gemeinschaften bilden. Dabei ist bei der Wahrnehmung möglicher Freunde von Jugendlichen der Musikgeschmack signifikant (Knobloch et al. 2015). Freundschaft ist ausschlaggebend für den Beginn und teilweise auch die Beendigung einer Organisation oder eines Projekts. Wie die Sympathie sind Freundschaften in der Technokultur eine zentrale Bedingung für Produktionen und Wertschöpfungen. Die Aktivitäten sind häufig eine Überführung freundschaftlicher Handlungen, wie das gemeinsame Feiern oder Musikhören, in eine Kommerzialisierung (Hitzler 2001). Das jeweilige Musicking stellt eine Fortführung von Freundschaftsaktivitäten dar, denen die Sonic Bodies zuvor nachgegangen sind. Freundschaft ist daher mit Arten des Musickings verbunden.

Dies zeigt sich an dem Wunsch, gemeinsam produzieren zu wollen oder die Musikproduktion als gemeinsames Hobby zu betreiben. Komposition wird als sozialer Akt aufgefasst, auch wenn die Rollenverteilungen in diesem Prozess komplementär sein können. So oblagen etwa einem Sonic

Body in seinem ehemaligen Projekt die maßgeblichen Produktionstätigkeiten, während sein Partner beratend fungierte. Trotz dieses Ungleichgewichts bestand ein Gefühl von Gleichheit und Gegenseitigkeit, da jede Person ihre individuellen Stärken einbrachte.

In mehreren Fällen waren die Freundschaft und der daraus resultierende Wunsch, gemeinsam aktiv zu sein, Motivationen für den Start ihrer Kompositionsarbeit.

Michael: „[W]ir haben uns halt einfach immer gut verstanden und gut unterhalten. Wir haben uns auch immer getroffen und dann hatten wir halt die Idee mit dem Studio. Und [Name] kam halt dazu, weil der schon aus Passauer Zeiten mit [Name] befreundet war und dann haben wir das halt zu dritt gemacht.“ (MSCHA 45:28 - 45:44)

Hierbei brachten die gemeinsame Leidenschaft und das Interesse an Musiktechnologien die Sonic Bodies zusammen. Aus der gegenseitigen Sympathie aufgrund ihrer Interessen entwickelten sich sowohl Freundschaften als auch Geschäftspartnerschaften. Die drei taten sich am Anfang zusammen, um gemeinsam kostengünstiger ein Studio mieten zu können. Aus dieser Studiogemeinschaft entstand ein Label, über das die Beteiligten veröffentlichten und damit weiter an ihren Existenzen bastelten (Hitzler 2001).

Dirk: „Er ist nicht nur mein Geschäftspartner, sondern auch mein bester Freund.“ (DMA 1:16:14 - 1:16:16)

Das Betreiben eines Labels ist in vielen Fällen eine Freundschaftsaktivität, der oftmals bereits andere wie etwa gemeinsames Produzieren oder Feiern vorausgegangen sind. Was vormals eine reine Freizeitaktivität unter Freund*innen war, hat sich ins Büro verlagert und wurde mit Einflussnahme sowie größeren Ausgaben versehen. Dies ist ein Phänomen, welches auch in anderen mehrheitlich von Indie-Labels geprägten Musikkulturen vorzufinden ist (Hesmondhalgh 1999, S. 42). Freundschaften sind auch für die Konstituierung von Netzwerken von Bedeutung.

Dirk: „Also die komplette Labelmaschinerie wird eigentlich nur von Freunden gemacht. Bei den Partys sieht das ganz genauso aus. Unsere Residents sind halt unsere engsten Freunde. Die anderen Partyveranstalter, mit denen wir zusammenhängen, sind unsere engsten Freunde.“ (DMA 46:08 - 46:20)

Kevin: „Die meisten waren tatsächlich Freunde, die ich schon vor dem Feiern kannte, oder die ich beim Feiern kennen gelernt habe. Also schon Leute, die aus dem Umfeld waren.“ (KKA3 13:26 - 13:40)

Die Arbeit mit Freund*innen wird der Arbeit mit professionellen aber unbekanntem und unsympathischen Personen vorgezogen. Es herrscht ein gegenseitiges Vertrauen und Wissen über die Gemeinsamkeiten aber auch individuellen Unterschiede vor. Die Arbeit ist bereits wertvoll. Dies wird dadurch noch gesteigert, dass die Arbeit mit den befreundeten Sonic Bodies als angenehmer empfunden wird. Freunde fungieren als Türöffner, über die die Menschen mit der Technokultur, ihren Praktiken, Gütern und Werten vertraut gemacht werden. Auf diese Weise werden neue Partizipierende eingeführt. Freunde traten in der Entwicklung der Sonic Bodies auch initiiierend und unterstützend in Erscheinung. Über diese erhielten sie Zugang zu der Technokultur und den unterschiedlichen Arten des Musickings.

Annika: „Und dann fing das irgendwann an, dass [Name] hier eingezogen ist, dann stand das Equipment da und dann habe ich auch mit dem Auflegen angefangen; also mich reingeschnuppert; also ich gucke mir das jetzt noch mal intensiver an.“ (APA 4:28 - 4:40)

Romain: „Ich habe so einen Kollegen, der in meiner Band war, der hat 2003 oder so angefangen elektronisch mit VST und Drum Machines, Blablabla zu produzieren. Der hat Psytrance gemacht und den habe ich noch mal 2003 getroffen. Der hat mir gezeigt, wie das geht mit den Synthies und Blablabla.“ (RFA1 1:24 - 1:47)

Zur Unterstützung verschenkte ein Sonic Body sein abgelegtes Instrumentarium an einen anderen, damit dieser selber mit dem Produzieren beginnen konnte. Sie kann auch in Form von Informationsvermittlung erscheinen. Freund*innen dienen als Anbahner von Auftrittsmöglichkeiten und Veröffentlichungen, oftmals in Form von Empfehlungen an andere zentrale Szene-Figuren, mit denen sie ein Netzwerk teilen. Durch diese und deren Kontakte innerhalb der Technokultur werden die Musiker*innen in die Netzwerke eingeführt. Dies bildet den Ausgangspunkt regelmäßiger Produktionen und Erweiterung des Musickings sowie Werte-Schöpfung.

Thomas: „[Name] hatte eine Freundin, die war mit dem Michael Mayer zusammen und dann hat die das DAT abgegeben und der fand das total geil, wollte es rausbringen.“ (TSA2 19:05 - 19:12)

In Bezug auf die DJ-Gigs sind Freund*innen mit hohem subkulturellem Popularitätskapital noch anderweitig von Relevanz, da sie Newcomer-DJs auf dem Netzwerk als Toursupport auf nationale sowie internationale Tourneen mitnehmen. Auf diese Weise werden diese einer größeren Öffentlichkeit bekannt gemacht und erhalten mehr Möglichkeiten zur Werte-Schöpfung.

8.2 Sonische Gemeinschaften

“When we take part, whether as performers or listeners or in any other capacity, in a musical performance that we find beautiful, it must be because the inner relationships of the performance accord, or fit, in some way with those relationships which we imagine to be ideal.” (Small 1998, S. 219)

Es existieren noch andere Gemeinschaftsformen in der Technokultur. Diese werden im Folgenden als sonische Gemeinschaften bezeichnet. Sonische Gemeinschaften unterscheiden sich zwar in ihrer Größe, Zusammensetzung und Handlungsorientierung, dennoch gibt es gewisse Charakteristika, die die verschiedenen Gemeinschaften teilen. Erstens sind sie Affinitäts- bzw. Geschmacksgemeinschaften, die sich um spezifische musikalisch-sonische Technostilistiken gruppieren. Sie stellen zweitens affektive oder emotionale Gemeinschaften dar. Zuletzt zählt die Verflüssigung zu ihren Charakteristika.

Die Charakteristik der affektiven oder emotionalen Gemeinschaft trat bislang an mehreren Stellen in Erscheinung. Sympathie oder Freundschaft stellen Grundbedingungen des gemeinsamen Musickings und auch Wirtschaftens dar (vgl. Lange 2007, S. 279f.). Die Affektivität und Emotionalität der Gemeinschaften ist eine Folge geteilten Geschmacks. Die Konstituierung der Gemeinschaften basiert auf den Gemeinsamkeiten der jeweiligen Sonic Bodies. Sie besitzen ähnliche ästhetische und habituelle Wertvorstellungen hinsichtlich der jeweiligen (Sub-)Stilistik von Techno und des angemessenen Handelns sowie Auftretens (vgl. Hoffmann 2016). Während bspw. einige Gemeinschaften harte, monotone Varianten bevorzugen, schätzen andere dynamischere, organische Ausprägungen. Der Habitus variiert zwischen diesen. Gemeinsames Erleben und Zelebrieren des eigenen Geschmacks wirkt gruppenbildend als auch personal und kollektiv identitätsstiftend. Gegenseitiger Austausch über die Musik und anderer Kulturgüter dient auch dem Abgleich und der Vergewisserung der Werthaltung und des subkulturellen Kapitals der Sonic Bodies unter einander. Dadurch erfahren sie Bestätigung und geben diese zurück.

Die ästhetische Dimension der Vergemeinschaftung erscheint in Form von Lautmarken, Label- und Party-Sounds. Diese resultieren aus ähnlichen musikalischen Wertvorstellungen der Betreibenden, der Musiker*innen und Konsumierenden bzw. Partizipierenden. So kann der Sound eines Techno-Labels oder -Clubs eine sonische Marke bilden, die auch eine betriebswirtschaftliche Marke darstellt (vgl. Meffert et al. 2012, S. 361ff.). Diese ist Folge kollektiver Produktion, die maßgeblich von den Labels gesteuert wird. Im Vergleich zu anderen Genres, in denen der Personalstil bestimmend ist (vgl. Diaz-Bone 2010), müssen sich im Techno die Musiker*innen an den Sound eines Labels anpassen. Zwar wird auch im Techno ein Personalstil geschätzt, dieser muss aber in Einklang mit den musikalischen und sonischen Koordinaten des Labels gebracht werden.

Dirk: „Für uns muss ein Künstler die Bereitschaft mitbringen, eine [Label]-Platte zu machen. [...] Wir möchten, dass du dich hinsetzt und dich mit uns auseinandersetzt, wer wir sind und was für Musik rausbringen und dann guck mal, was du aus diesem Sound machen kannst für uns.“ (DMA 50:50 - 50:55, 51:20 - 51:32)

In Konsequenz ist die Lautmarke eines Labels eine Aushandlung zwischen der kollektiven Produktion vorheriger Veröffentlichungen und den individuellen Anteilen zukünftiger Veröffentlichungen im Rahmen dieser. Oftmals muss allerdings gar keine besondere Bereitschaft zur Anpassung an einen Sound gegeben sein, da sich DJs und Produzierende zu einer musikalischen Praxis einer Organisation hingezogen fühlen und eine geistige Nähe zwischen sich und den Betreibern

den empfinden. Sie identifizieren sich mit einem Sound und deren Macher*innen. Dementsprechend versuchen sie, dem wertvollen Sound nahe zu kommen oder nachzueifern.

Ümit: „Bei Traum wollte ich schon immer rein, ich bin ein Traum-Fan. Ich bin ein Traum-Fan, ich war Kompakt-Fan, die alten Sachen und so und ich bin auch immer noch ein Köln-Fan, alles was mit Kölner Musik, Kölner Techno, Kölner elektronische Musik zu tun hat, bin ich eigentlich großer Fan von. Und Traum war für mich; ich bin da schon vor sechs Jahren mal angelaufen, hatte aber nicht geklappt.“ (ÜHA 3:01:20 - 3:01:39)

Gemeinschaften der Technokultur zeichnen sich durch divergierende Grade an Verflüssigung aus. Während einige äußerst labil sind, bestechen andere durch Stabilität bei gleichzeitiger Dynamik und Offenheit. Folgen der Verflüssigung sind Netzwerke und Vernetzungslogiken. Netzwerkbildung und Kollaborationen sind ebenfalls von Sympathie und geteilten Wertvorstellungen zu Ästhetik, Habitus und Ideologie abhängig (vgl. Kühn 2017, S. 201). Vernetzung stellt eine Grundbedingung für das erfolgreiche Wirtschaften von Musiker*innen dar (vgl. Coulson 2012). Für die Konstituierung der Netzwerke sind Aspekte wie Sympathie, Vertrauen, Freundschaft und ähnliche ästhetische sowie habituelle Vorstellungen signifikant (vgl. Engelmann et al. 2012, S. 38; Kühn 2017, S. 202). Kooperationen in den Netzwerken können sowohl projektbasiert als auch beständig sein. Netzwerke umfassen neben DJs, Produzierenden, Veranstaltenden und Clubbesitzern noch Dekorateur, Techniker, Freunde als helfende Hände, Buchhalter, VJs sowie externe Akteure und Organisationen, die nicht direkter Teil der Technokultur sind. Dazu zählen etwa Getränkelieferanten, Anbieter von Veranstaltungsorten, Technikverleiher. Die Art der Vernetzungspartner wird durch die Feldposition determiniert (Abbildung 15).

8.2.1 Das Neo-Tribalistische der sonischen Gemeinschaften

Charakteristika der Gemeinschaften der Technokultur korrelieren in zentralen Punkten mit dem Konzept des Neo-Tribalismus von Michel Maffesoli. Im Gegensatz zu dessen makrosoziologischer Betrachtungsweise werden die Aspekte des Neo-Tribalismus auf die Mikroebene bezogen. Die Theorie erscheint in mehreren Punkten geeignet, um die Gemeinschaften der Technokultur zu beschreiben und sie in das Theoriegebäude dieser Untersuchung einzufügen.

Maffesoli identifiziert in „Le temps des tribus“ (1988) eine postmoderne Gesellschaftsform, die von traditionellen Vergemeinschaftungsformen abweicht und auf affektiver Verflüssigung der Gesellschaftsstrukturen basiert. Folge der Verflüssigung der Strukturen und der Massen sind die postmodernen Stämme, die gleichermaßen fluide sind. Diese haben keine feste Struktur und existieren temporär, wie etwa die Feierygemeinschaft im Techno. Neo-Stämme stehen konträr zu einer rein dem Zweck dienenden Gruppenbildung (Keller 2006, S. 106). Diese können zwar auf ein Ziel hinarbeiten, jedoch bleiben die Gruppe an sich und die Energie, die die Stammesmitglieder in sie investieren, bedeutsamer (Maffesoli 1996, S. 96). Gleiches gilt für die Solidarität unter diesen. Wachstum der Gruppe ist daher von zweitrangiger Natur. Erfolg wird nicht zwangsläufig begehrt, da dadurch Zusammensein und Solidarität in Gefahr geraten könnten (Maffesoli 1996, S. 98).

Ein Neo-Stamm verfügt über ein „komplexes, ‚archaisches‘ Gefüge von Ritualen, Zwängen und Verpflichtungen für die Mitglieder, denen diese sich für die Zeit ihrer Teilnahme unterwerfen müssen“ (Keller 2006, S. 106f.). Ihm unterliegt ein Gesetz des Milieus, das es zu achten gilt (Maffesoli 1996, S. 15). In Folge sind die Stämme meist an Lebensstile gebunden, die als Summe

eine Art Multikulturalismus bilden, in dem sich die Lebensstile harmonisch oder konfliktreich begegnen (ebd., S. 89).

Neo-Tribalismus führte zu einem Aufstieg der „villages within the city“, die eine Folge von Solidarierungen, dem alltäglichen Leben, religiösen Praktiken oder kleinen professionellen Organisationen sein können (ebd., S. 96f.). Dies erinnert frappierend u. a. an die Kölner Technoszene oder die Bar 25 in Berlin (vgl. Kapitel Städte). Zum anderen stellen die tribalischen Massenriten (Maffesoli 1996, S. 98) sinnbildlich vor allem für die Großveranstaltungen der Technokultur, die meist von einem Tribe oder Zusammenschlüssen aus Tribes organisiert werden. Verstreuung und gelegentliche Zusammenkünfte sind ebenfalls Merkmale des Neo-Tribalismus (ebd., S. 76).

Maffesolis Theorie liest sich in vielen Punkten wie eine Beschreibung des Audio-Sozialen der Technokultur und ihrer Gemeinschaften. Insbesondere drei Aspekte sind dabei von Relevanz: *Gemeinsame Erfahrungen, Erlebnisse und Gefühle* sind der Kitt, der die unterschiedlichen Gemeinschaften miteinander verbindet. Der affizierende Vibe bildet die Basis des Feierns, aber auch der Gemeinschaften. Menschen erfahren Affizierung durch Musik, Klänge, Atmosphären und andere Menschen. Es kommt zu flüchtigen Identifikationen und Ansteckungen durch Affekte. Sonic Bodies erscheinen einander sympathisch, was in neuen Formen des gemeinschaftlichen Musicking münden kann. Das gegenseitige affektive Einstimmen bildet die Basis für das Musicking unterschiedlicher Gemeinschaftsformen. Es zeigt sich in der Synchronisierung im Club, in der Akzeptanz der Philosophie einer Gemeinschaft, im Gelingen des Vibes auf den Tanzflächen.

Im Gegensatz zu klassischem Tribalismus, der auf Stabilität beruhte, ist das Konzept des Neo-Tribalismus wie die Gesellschaftsstrukturen⁹⁰ von Verflüssigung gekennzeichnet. Sozialität zeichnet sich heutzutage durch das *Nomadentum* der „wandering mass-tribes“ und dem Wechsel zwischen unterschiedlichen Gruppen aus (ebd.). Jede Gruppe stellt dabei ihren eigenen Absolut/Souverän dar (ebd., S. 89). Stammeszugehörigkeit von Individuen ist daher von flüchtiger Natur und beruht auf „Wahlentscheidungen und Affinitäten“ (Keller 2006, S. 107). Der Idealtypus eines solchen Individuums ist der Nomade. Dieser Wanderer ist mehreren Tribes angehörig und wandelt zwischen diesen. Damit der Wechsel zwischen den jeweiligen Zugehörigkeiten gelingt, greifen die Individuen auf das Prinzip der Persona zurück und tragen die zum jeweiligen Stamm passende Maske (ebd., S. 120)⁹¹. In Bezug auf die Technokultur kann die Maske das spezifische Musicking und der Habitus eines Clubs, der Produktionsstil eines Labels oder einer Party sein.

„Die Zirkulation der Individuen zwischen den Stämmen folgt einer zentripetalen und zentrifugalen Logik, einer Mischung aus beständiger Anbindung und Frei-Lassung.“ (Keller 2006, S. 119)

Auf die Technokultur angewandt bedeutet dies u. a., dass die Sonic Bodies bei mehreren Labels veröffentlichen, bei Partys unterschiedlicher Veranstaltenden spielen oder wechselnde Kooperationen eingehen. Es beschreibt die wechselnde Konstellation von Feiercliquen, das Wandern zwischen Clubs und Partys gleichermaßen wie lockere Beschäftigungsverhältnisse, Anbindungen an Stämme oder die Aufgabe von Clubs und das anschließende Weiterziehen (Schwanhäußer 2010).

⁹⁰ Damit reiht sich die Theorie des Neo-Tribalismus in die soziologischen Modernisierungstheorien ein.

⁹¹ Maffesoli führt an dieser Stelle exemplarisch die Inszenierung des Körpers durch Frisur, Kleidung oder Tätowierungen als Masken an (Maffesoli 1996, S. 91).

Ein weiteres Merkmal des Neo-Tribalismus ist das Konzept des *Totemismus*. Mitglieder der postmodernen Stämme versammeln sich um ein Totem: „eine Ikone des Starsystems, einen mystischen Ort, eine orgiastische Erfahrung, ein Kult-Objekt“ (Keller 2006, S. 107). Die zentralen Totems der Technokultur sind der Technostil und die Orte des Feierns. Daneben existieren noch diverse andere Totems, um die sich die jeweiligen Stämme versammeln oder zwischen denen die Nomaden wandeln. Dies können Clubs, Partys, Festivals, Personalstile, Label- und Partysounds sein. In Gegenwart des Totems „baden“ die Individuen in einer ästhetischen „Aura“ (Benjamin 2010), in ‚Gemeinschafts-Stimmungen‘, in denen die herkömmliche Subjekt-Objekt-Trennung aufgehoben ist“ (Keller 2006, S. 108). Im Vibe der Party oder im Ritual des Plattensammelns lösen sich Raum und Zeit auf. Individuen werden eins mit dem Moment und der Gemeinschaft. In der Versammlung bzw. dem Musicking unter dem Totem bestätigen sich die Stammesmitglieder ihrer selbst. Die jeweilige Wahl und Ausgestaltung des Totems ist von den Wertvorstellungen der Tribes abhängig.

Die Theorie der postmodernen Stämme hat aber Aspekte, die einer Kritik bedürfen, um für die Konstituierung der Gemeinschaften der Technokultur herangezogen werden zu können. Der erste Punkt bezieht sich auf die Flüchtigkeit des Neo-Tribalismus und seiner Stämme. Trotz der Fluidität existieren Formen der Rigidität, Beständigkeit und Regelmäßigkeit. Brady Robards und Andy Bennett (2011) kritisieren in diesem Zusammenhang den Mangel an Dauerhaftigkeit, die auf der Affektivität des gegenseitigen Verständnisses basiert. Anders ausgedrückt: Die Individuen suchen nach Stämmen, in denen sie sich zuhause fühlen. Die zweite Kritik gilt dem Fehlen von Stammesoberhäuptern. Es existieren Individuen, die das Musicking in den Gemeinschaften und lokalen Szenen am Laufen halten. Zwar können flüchtige Stämme ggf. ohne ein Stammesoberhaupt auskommen, beständige Stämme sind allein aus rechtlicher Sicht darauf angewiesen. Ein Label, eine Eventagentur, ein Partykollektiv oder eine Party mit regelmäßigen Gästen haben immer eine oder mehrere Personen, die einen Großteil oder die Hauptverantwortung bspw. als Geschäftsführende übernehmen. Der dritte Aspekt bezieht sich auf die Wahl der angemessenen Tribes, was allerdings abhängig von Faktoren sozialer Ungleichheit ist. Es existieren Faktoren, die Individuen in ihren Wahlmöglichkeiten einschränken. Darunter fallen bspw. Armut, Sucht, ungleicher Zugang zu Bildung, etc. (Hesmondhalgh 2005, S. 25). Faktoren sozialer Ungleichheit schränken einerseits die Wahlmöglichkeiten bzw. den Zugang und die Auswahl von Affordanzen ein. Andererseits determinieren sie, von welchen Materialien, Individuen und deren Stämmen ein größeres Affizierungs- bzw. affektives Ansteckungspotenzial ausgeht.

8.2.2 Arten von Gemeinschaften und Verortung im Feld

„Die strukturelle Offenheit der Technoszene bedingt, wie gezeigt, Toleranz. Es ist eine Vergemeinschaftung unter Anerkennung von Individualität, die hier entsteht. Die Instabilität und Oberflächlichkeit dieser Gemeinschaft erlaubt es den Individuen, sich hier mit verschiedensten Menschen verbunden zu fühlen. Durch die Unverbindlichkeit fällt es leichter, sich aufeinander einzulassen.“ (Schwarzbeck 2008, S. 73)

Die Basis für die Vergemeinschaftungen der Technokultur stellt das „gegenseitige Einstimmen“ (können) im Musicking dar, welches Alfred Schütz (1951) beschreibt. Menschen öffnen sich und gleichen einander an. Es kommt zur Entstehung von Gemeinschaften. Innerhalb der Technokultur existieren verschiedene Arten an Gemeinschaften, die sich im Grad an Kommerzialisierung und Formalisierung, Kontinuität und Orientierung unterscheiden. Charakteristika der Gemeinschaften

werden durch den Feldabschnitt geprägt und wandeln sich bei Bewegung im Feld (Abbildung 15).

Die basalsten Formen von Vergemeinschaftung in der Technokultur stellen kurzfristige und beständige Feierfreundschaften dar. Feier-Freunde bilden temporäre Gemeinschaften, die zeitlich und situativ auf einen Club oder ein Festival beschränkt sind (Krischke-Ramaswamy 2007, S. 209; Kirchner 2011). Die Personen können sich bereits aus dem Clubleben kennen oder einander unbekannt sein. Der Sinn der Gemeinschaftlichkeit resultiert aus dem Spaß (Schwarzbeck 2008, S. 84). Entsprechend zeichnen sich temporäre Feierfreundschaften als eine „Gemeinschaftlichkeit der Widersprüche“ aus, die einerseits intensiv, affektiv erlebt wird, andererseits unverbindlich bleibt (ebd., S. 77). Sobald der Spaß nicht mehr gegeben ist oder an erster Stelle steht, läuft die Gemeinschaft Gefahr, zu zerbrechen (ebd., S. 84). Abseits davon gibt es aber auch die beständigen Feier-Freunde. Diese bestanden entweder bereits vorher oder haben sich aus der Szene heraus als alltagsstabile Gemeinschaften etablieren können. Das gemeinsame Weggehen und Feiern hat hier oftmals Ritualcharakter. Dieses beginnt bereits vor dem Betreten des Clubs, etwa im gemeinsamen Vorbereiten auf die Party durch Stylen, Vortrinken, Musik hören, in der Wohnung warm tanzen, Amphetamine einnehmen, Reden usw. Genauso gut kann es ein Ritual sein, sich in einer Bar zu treffen, um danach gemeinsam den Club anzusteuern. Im Nachklang an die Party kann das Feiern noch durch private Afterhours oder ein gemeinsames Frühstück verlängert werden (vgl. Krischke-Ramaswamy 2007, S. 211). Solche Gemeinschaftlichkeiten umfassen jene Tätigkeiten, die Freundschaften unabhängig von der Technokultur auszeichnen können. Beständige Feier-Freunde bilden zuletzt häufig die Basis, auf der sich das Musicking etwa um gemeinsame Produktion oder Labelbetrieb erweitert.

Produzierende Gemeinschaften des autonomen Abschnitts: Prosumer

Produzierende Gemeinschaften des autonomen Abschnitts zeichnen sich durch Prosumerismus aus. Sie sind gleichzeitig Produzierende als auch Konsumierende ihres Musickings. So ist die Organisation von Partys oftmals eine prosumerische Handlung, da die Sonic Bodies für sich und Gleichgesinnte produzieren. Dies zeigt sich insbesondere bei illegalen Partys. Da hier keine materielle Wertschöpfung betrieben wird, ist die persönliche Gratifikation der Umsetzung solcher Partys mit und für Freund*innen sowie andere nette Menschen für die Werte-Schöpfung signifikant. Prosumerismus bezieht sich hier auch auf die genutzten Netzwerke und die Integration von Freunden sowie Partizipierenden in die Produktion. Der autonome Feldabschnitt ist am stärksten von Hobbytätigkeiten und kultureller Askese gekennzeichnet (vgl. Muggleton 2000; Cluley 2009). Der Spirit wirkt in diesem Abschnitt auch am stärksten. Einige wollen aus Prinzip nicht aufsteigen, andere haben dafür keine Zeit, weil sie einer festen Anstellung nachgehen. Daneben gibt es noch aufstrebende sowie stagnierende Gemeinschaften, die gleichermaßen entweder kultur- oder gewinnorientiert agieren.

Lone Wolves oder Einzelkämpfer*innen stellen naturgemäß keine Gemeinschaft dar. Sie werden hier dennoch aufgeführt, da sie ebenfalls Teil der Produzierenden sind und per Vernetzung temporär in anderen Gemeinschaftsformen, wie Collectives, aufgehen können. Die erste Vergemeinschaftungsform mit mehreren Personen wird von Crews oder Duos gebildet. Bei dieser Variante ist oftmals Freundschaft die Basis. Eine Crew kann bspw. in Form zweier oder dreier befreundeter DJs, die gemeinsam Partys veranstalten, erscheinen. Genauso gut kann ein Label von Freund*innen zusammen betrieben werden.

Die größere Variante der Gemeinschaften stellen Collectives dar. Hierbei handelt es sich um (lose) Zusammenschlüsse von Veranstaltenden, DJs, VJs, Dekorateur*innen, Techniker*innen, Barbediensteten, usw., die gemeinsam Partys oder Open Airs organisieren. Collectives können auch Zusammenschlüsse aus Labels, Plattenläden, DJs, Produzierenden oder Veranstaltenden sein. Sie können sich aus Einzelkämpfer*innen und Crews zusammensetzen, die nebenher noch ihre eigenen Produktionen realisieren. Organisation und Durchführung von Partys kann in kollektivistischer Weise erfolgen, wobei die Involvierten verschiedene Aufgaben übernehmen. Diese Arbeitsteilung resultiert aus deren spezifischen Fähigkeiten und Talenten. Während sich eine Person etwa um Bestellung und Aufbau der Technik kümmert, übernimmt eine andere die Kasse. Eine Person kann den Raum dekorieren, während sich eine andere um die DJs sorgt. Der Betrieb eines Labels kann auch auf kollektivistischer Arbeitsteilung basieren, in der sich die Sonic Bodies je nach Talent einbringen. Anfallende Tätigkeiten sind bspw. betriebswirtschaftliche Aufgaben, Entdecken neuer Musiker*innen und Pflege des Bestands, Promotion, Designen oder Malen der Cover sowie Mastering.

Als letzte Gemeinschaftsform des autonomen Abschnitts treten Vereine in Erscheinung. Diese können wie die Collectives unterschiedliche Produktionsbereiche abdecken. Im Gegensatz zu ihnen dürfen Vereine keinen Gewinn erwirtschaften.

Gemeinschaften des hybriden Abschnitts: Organisationen/Culturepreneure

Der hybride Feldabschnitt ist der Bereich der Organisationen und Culturepreneure (Lange 2007). Dieser ähnelt dem autonomen Bereich des Felds, ist aber mehr von Gewinnorientierung gekennzeichnet. Hier kommt es zu einem Changieren zwischen kultureller Askese und notwendiger Kommerzialisierung, um den Betrieb der Organisation fortführen zu können. Prinzipien der „Szenewirtschaft“ (Kühn 2017), wie das legitime Kommerzialisieren, sind für diesen Bereich maßgebend.

Die Organisationen stellen dabei die Erweiterung der produzierenden Gemeinschaften des autonomen Abschnitts dar. Einzelkämpfer, Crews und Collectives können sich bei Aufstieg im Feld zu Organisationen wandeln. Dies betrifft Musiker*innen, Labels, Veranstalter und Clubs gleichermaßen. So sind in der Vergangenheit etwa aus dem Delirium-Collective die Organisation Kompakt oder aus dem ‚Kraken‘-Collective die Organisation PollerWiesen hervorgegangen (vgl. Kapitel Städte). Produzierende Gemeinschaften erscheinen im hybriden Abschnitt in Form von Einzelkämpfer*innen-, Crews- oder Freundschafts- sowie kollektivistische GmbHs. In Bezug auf die Positionen und Bewegungen können diese aufstrebend, absteigend und stagnierend sein. Sie unterscheiden sich hinsichtlich der Bevorzugung der Gewinn- oder Kulturorientierung. Im hybriden Abschnitt treten zuletzt auch Vereine auf, die bspw. Partys verschiedener Größe oder Festivals organisieren, wie der Kulturkosmos Müritzsee e.V. (vgl. Kapitel Sonische Festivals).

Gemeinschaften des heteronomen Abschnitts: Gewinnorientierte Organisationen und Konglomerate

Der dritte Feldabschnitt zeigt sich durch die Kulturindustrie geprägt. Im heteronomen Abschnitt versammeln sich erfolgreiche gewinnorientierte Organisationen sowie Organisationen aus anderen Kulturfeldern. Hinsichtlich der Arten der Organisationen, die innerhalb des Technofelds aufgestiegen sind, gelten zunächst dieselben Aspekte wie im hybriden Abschnitt. Allerdings unterscheiden sich die Gemeinschaften in punkto der zugrundeliegenden Kultur- bzw. Gewinnorientie-

rung sowie Arbeitsteilung. In diesem Bereich fallen zu viele Arbeiten an, die nicht von einer oder zwei Person erledigt werden können. Ein weiterer Unterschied betrifft die Vereine, die im heteronomen Abschnitt nicht mehr vorkommen. Stattdessen treten in diesem Abschnitt noch andere Organisationen auf, die nicht der Technokultur entstammen, aber mit und in ihr wirtschaften. Dabei handelt es sich einerseits um Subdivisions von Majors andererseits um Konglomerate, wie LiveStyle. Konglomerate decken mehrere Bereiche ab und treten marktbeherrschend auf. Sie organisieren bspw. Festivals und präsentieren Musiker*innen, die Teile ihres Booking-Portfolios sind oder großes Popularitätskapital besitzen (vgl. Kapitel Sonische Transitionen). Gleiches gilt für die Mainstream-orientierte „Night Time Economy“ (Hannigan 1998; Chatterton/Hollands 2002, 2003). Clubketten (Kuchar 2020, S. 125) und „Super-Clubs“ (Chatterton/Hollands 2003, S. 39), wie Ministry of Sound, stehen in Verbindung mit den Majors der Live Music Industry und laden die Topriege internationaler DJs ein.

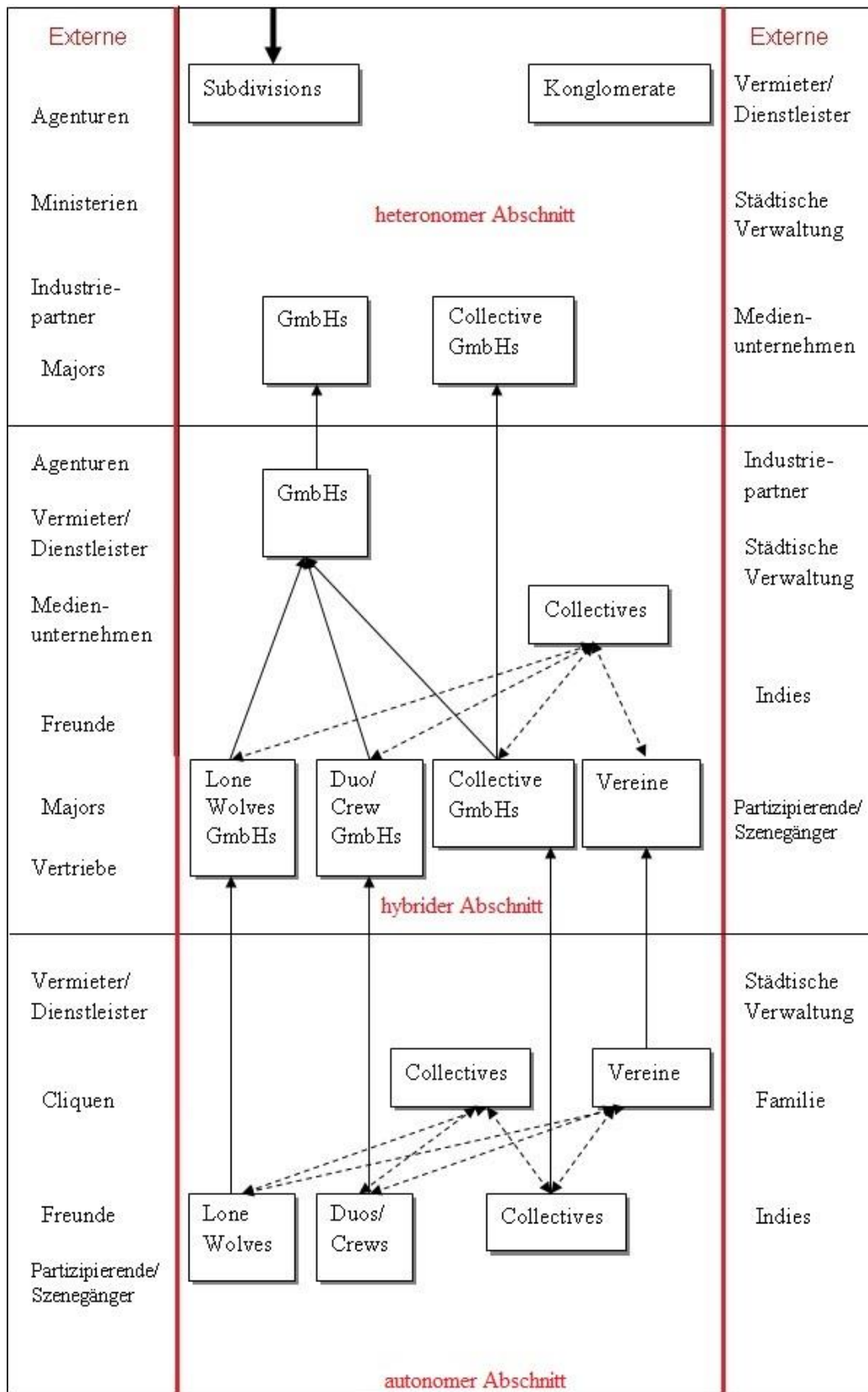


Abbildung 15: Organisationen im Technofeld

8.2.3 Gemeinschaft und Vernetzung

Vernetzung und Netzwerke sind grundlegende Bedingungen für umfangreiches Musicking und Wirtschaften in der Technokultur. Unabhängig des jeweiligen Abschnitts kommt es in allen Bereichen zu Netzwerkbildungen. Netzwerke operieren lokal, sind aber häufig global vernetzt (vgl. Bennett/Peterson 2004; Bonz 2008, S. 117). Personen und Gemeinschaften des Netzwerkes sind sowohl Teil der Technokultur als auch Externe. Insbesondere die Art externer Akteur*innen wandelt sich mit Bewegung im Feld. Im ersten und zweiten Abschnitt werden stärker Freundeskreise oder private Netzwerke in die Aktivitäten eingebunden, sei es in der Übernahme des Kassierens bei Veranstaltungen, Fahrdienste, Catering, Technikaufbau oder Gestaltung von Werbematerialien oder Covers. Abseits davon zählen Vermieter von Räumlichkeiten, Technikverleiher, etc. zu den Externen dieser Bereiche. Spätestens im heteronomen Abschnitt wandelt sich dies zugunsten professioneller Dienstleister. Die Organisationen sind mit Konzertveranstaltern oder Besitzern von Messe- und Veranstaltungshallen vernetzt.

Unabhängig vom Feldabschnitt erfüllen Gemeinschaften und Netzwerke verschiedene Funktionen. Der Eintritt in eine Gemeinschaft und der damit verbundenen Netzwerke kann ein einschneidendes Ereignis in der Musikkarriere sein, da dies mit einem Zuwachs an Aufmerksamkeit einhergeht. Hierüber werden Kontakte zwischen einzelnen Sonic Bodies hergestellt, aus denen sich produktive Beziehungen zwischen diesen entwickeln können. Dies dient auf der einen Seite der Erweiterung des Musickings und der ästhetischen Ausdrucksmöglichkeiten. Andere Sonic Bodies, wie VJs, Mediengestalter*innen, Maler*innen, etc. werden dabei in die Arbeit eingebunden. Auf der anderen Seite stellt der Austausch mit den musizierenden Sonic Bodies einen wichtigen Einfluss als Feedback- und Ideengeber dar. Platzierung in einer Gemeinschaft dient der Generierung soziokultureller Kapitalia. Zugehörigkeit steigert einerseits das Renommee der Sonic Bodies, andererseits profitieren sie je nach Popularität der Gemeinschaft auch szenewirtschaftlich von diesem, da sie mehr Aufmerksamkeit, dadurch mehr Auftritte und höhere Gagen erhalten (Kühn 2017, S. 180; vgl. Diaz-Bone 2010, S. 339f.). Gemeinschaften und Netzwerke können Rückhalt bei Handlungen abseits von Techno geben, die in andere Freizeit- sowie Lebensbereiche hereinreichen, wie etwa praktische, handwerkliche Hilfe. So unternehmen Sonic Bodies in den Netzwerken noch andere gemeinsame Freizeitaktivitäten, wie bspw. gemeinsame Grillabende.

Sonic Bodies gehören oftmals mehreren, teils unterschiedlichen Gemeinschaften an und nomadieren zwischen diesen. Hinter den mehrfachen Zugehörigkeiten verbirgt sich ein Instrument der Werte-Schöpfung. Zum einen können sich Sonic Bodies auf unterschiedliche Weise ausdrücken und andere ebenfalls wertvolle Stilikonen verfolgen. Sie erhalten auf diese Weise auch mehr Aufmerksamkeit. Zum anderen dient die Vernetzung als soziales Kapital (Engelmann et al. 2012, S. 39), aber auch der Generierung soziokultureller Kapitalia. An den Vernetzungen zeigt sich Marktwert der Sonic Bodies.

8.3 Sonische Szenen

Zwar findet in dieser Arbeit für die Makroebene der Begriff Kultur Verwendung, für die Vergemeinschaftungsformen der Mikroebene eignet sich die posttraditionale Szenetheorie (Hitzler/Niederbacher 2010), trotz ihrer makrosoziologischen Perspektive. Diese deckt sich besser mit dem Geschehen vor Ort, meist in Städten. Die Szene stellt die größere Struktur dar, in der die Gemeinschaften eingebunden sind. Diese lassen die Szene erst entstehen. Sie stellt damit eine weitere Form der sozialen Relationen in der Technokultur dar. Die Maßstäbe der Musikkultur gelten für Szenen im Kleinen. Sie bietet den Kontext, in dem die jeweiligen Partys erst Sinn ergeben (Henriques 2011, S. 6). Die Szene bildet den Rahmen für die Zusammenkunft und Vernetzung der Sonic Bodies und Gemeinschaften.

Unter Szene wird im Folgenden unter Rekurs auf Schulze die lokale Struktur verstanden. Szenen sind eher großstädtische Phänomene (Schulze 2000, S. 460). Sie müssen nicht darauf beschränkt sein und können als translokale Szene erscheinen, die mehrere Städte umfasst. Sie verfügen über typische Treffpunkte (Schulze 2000; Hitzler/Niederbacher 2010). Dabei handelt es sich in der Regel um Clubs und Diskos. Es existieren in diesem Zusammenhang zwei Arten an Veranstaltungen. Während Eigenveranstalter im Besitz des Clubs sind, müssen sich Fremdveranstalter einmieten und dadurch meist auf Getränkeinnahmen verzichten (Kühn 2017, S. 178). Orte einer Szene unterscheiden sich aufgrund von Faktoren sozialer Ungleichheit hinsichtlich ihrer Zusammensetzung (Otte 2007a, 2007b, 2009).

„Die Herausbildung von Szenen ist immer eine Gemeinschaftsleistung von Publikum und Erlebnisanbietern.“ (Schulze 2000, S. 465)

Nach der Szenetheorie Hitzlers besitzen diese Gesellungsgebilde ihre eigene Kultur oder Inhalte laut Schulze. Dies muss allerdings in zweifacher Hinsicht verstanden werden. Kultur ist einerseits die thematische Fokussierung – die Musik, das dazugehörige Musicking – samt den damit verbundenen Praktiken, Artefakte, Werte, Normen, andererseits die lokale Interpretation davon und die zugrundeliegenden lokalen Bedingungen.

Szenen werden durch einige Sonic Bodies und Gemeinschaften am Laufen gehalten, die die sog. „Organisationselite“ (Hitzler/Niederbacher 2010) bilden. Um diese herum gruppieren sich deren Freunde, Netzwerke und regelmäßige Szenegänger*innen. In der Praxis kann oftmals nicht zwischen den verschiedenen Fraktionen unterschieden werden. Statt von Organisationseliten sprechen Hoffmann (2016) und Kühn (2017) von zentralen Szene-Figuren oder Szenenetzwerken. Szenen sind Netzwerke von Gruppen, die von solchen zentralen Personen angetrieben werden. Diese Vergemeinschaftungsgebilde sind auf lokale Publika angewiesen (Schulze 2000, S. 463). Dazu zählen regelmäßige sowie unregelmäßige Partizipierende, die immer wieder zu der Szene hinzustoßen. Sie können sich in ihr einmalig, kurzfristig oder längerfristig bewegen. Die unregelmäßig Partizipierenden werden nur indirekt in das Musicking eingebunden. Je nach Angebot nomadiert das Stammpublikum zwischen verschiedenen (angemessenen) Einrichtungen (ebd.). Szenen sind sowohl dynamisch als auch labil. Sie existieren nur so lange, wie sich Menschen dazu anschließen, diese aufrecht zu erhalten. Sie sind in Bezug auf die Orte und der Menschen dynamisch. In Szenen herrscht ein Kommen und Gehen. Orte werden zum Teil bewusst aufgegeben und verschwinden. Manche illegalen Partyorte werden entdeckt. Andere verlieren ihre Konzession, werden geschlossen oder richten sich neu aus. Die Zerstörung der eigenen Orte und das Weiterziehen sind typisch für Technoszenen (Schwanhäußer 2010). Diese sind auch bis zu einem gewissen Grad stabil. Besonders Clubs mit hohem subkulturellem oder kulturindustriellem Popularitätskapital sind beständige Institutionen.

8.3.1 Die Nähe und das Miteinander in der Szene

„It is very important to realize that in taking part in ritual we do not only see and hear, listen and watch, or even taste, smell, or touch, but we also act, and it is in the bodily experience of performing the actions in company with others that the meaning of taking part lies.“ (Small 1998, S. 105)

Martin: „Und ich glaube, gerade Techno ist ein sehr soziales Ding. Ohne die Gemeinschaft würde das nicht funktionieren.“ (MMA1 20:22 - 20:31)

Ein zentraler Wert der Technokultur ist das Miteinander bzw. die „Zusammengehörigkeit“ (Malbon 2012) der verschiedenen Sonic Bodies *auf dem Dancefloor*. Dieses kann auf mehrere Faktoren zurückgeführt werden. Das Miteinander ist zunächst gekennzeichnet durch eine spezifische „Form von Toleranz und gegenseitigem Respekt“, was Jochen Bonz als „Chillen“ definiert (Bonz 2008, S. 115). Dies kann im Sinne von „gechillt sein“ gedeutet werden, was neben Toleranz und Respekt ein gewisses Understatement und Zurückgenommenheit umfasst. Das Miteinander lässt sich auf den Wunsch der Sonic Bodies nach ästhetischer Vergemeinschaftung, in der es zur temporären Auflösung der sozialen Ordnung kommt, zurückführen (Schwanhäußer 2010).

Kevin: „Im Idealfall ist ein freundschaftliches, kooperatives Verhältnis. Man kennt sich, man würdigt die Leistung des Anderen. Der Gast erkennt die Leistung des Veranstalters an und ist dafür gerne bereit, seinen Preis zu bezahlen. Er erkennt die Leistung des DJs und ist dafür gerne bereit, seinen Preis zu bezahlen. Die DJs und Veranstalter sind aber ihrerseits genauso verpflichtet, dem Besucher ihren Respekt zu zollen, indem sie eine ordentliche Performance bieten. Dass der Veranstalter sich Mühe gibt, einen Ort zu schaffen, in dem sich der Gast wohlfühlt, der DJ sich Mühe gibt, eine Musik zu spielen, die der Gast hören möchte und eine Stimmung erzeugt, die gut ist. Also ich glaube, das ist ein sehr, sehr wichtiges und auch voneinander abhängiges Verhältnis, im Idealfall.“ (KKA3 54:44 - 55:46)

Obwohl Feiern auf den ersten Blick eine Handlung ist die individuelle persönliche Gratifikation bringt, manifestiert sich hier die kollektive Produktion der Technokultur (vgl. Vogt 2005, S. 141ff.). Ohne diese Rituale gäbe es nicht die dazugehörige Welt. Clubs und andere Orte der Zusammenkunft dienen der Vergemeinschaftung und der Selbstvergewisserung der (Teil-)Szene. Hier tauschen sich die Sonic Bodies aus und bestätigen sich ihrer Werthaltungen. Das Miteinander entsteht im Moment des Feierns temporär durch „Entäußerungen“ (Corsten 2001) aller Anwesenden zu angemessener Musik (vgl. Malbon 2012).

Ein Club oder eine Party werden zu großen Anteilen von den Partizipierenden mitproduziert, die Einfluss auf das Ge- oder Misslingen der Partizipationsästhetik und Momente haben. Dadurch entscheiden sie über die wirtschaftliche Zukunft des Orts oder der Veranstaltung. Es kommt zur Aufhebung des Produzierenden-Konsumierenden-Verhältnis, was das Gefühl des Miteinanders stärkt. Tanzende haben einen kreativen Einfluss auf die DJs einer Clubnacht. Bekundung der Zustimmung erfolgt direkt. Im Idealfall führen Äußerungen der Anerkennung zu Rückkopplungen zwischen beiden Parteien, infolge derer DJs mit ihrer Selektion kreativ auf die Partizipierenden reagieren, sodass sich alle gegenseitig animieren, resp. ‚anstacheln‘.

Georg: „Also ich mag es gerade live mit dem Publikum zu interagieren; dass man ein direktes Feedback bekommt, das wieder ummünzen kann und denen wieder was zurückgeben kann.“ (GCA 10:49 - 11:04)

Resultat dieser reziproken Kommunikation ist der kollektiv erzeugte Vibe. Veranstaltende und DJs haben ebenso ihren Anteil an der kollektiven Produktion. Sollte eine der Parteien nicht ihre

Aufgabe erfüllen, sei es durch falsche Musikauswahl, Arroganz, planerische oder technische Mängel, löst dies eine Kettenreaktion unter allen Beteiligten aus, was zum Scheitern der Wertschöpfung führen kann.

Die kollektive Produktion des Feierns zielt ebenfalls auf die kollektive Überwachung und Bewertung von der Kultur und Musik Techno ab. Auf den Dancefloors werden Veränderungen forciert und stilistischer Wandel affirmiert oder abgelehnt. Der Überwachung liegt nach der Empirie gewissermaßen ein unausgesprochenes Regelwerk zugrunde. Dieses besteht aus ästhetischen, ökonomischen und sozialen Faktoren. In Bezug auf die Musik herrschen im unteren und mittleren Bereich des Technofelds andere Vorstellungen vor als im oberen. Daher verfügen die Gemeinschaften und Szenen über einen Konfigurationsspielraum, in dem sich ihr spezifischer Wert ausdrückt. Für die untersuchten Szenemilieus, die dem autonomen und hybriden Bereich zuzuordnen sind, umfasst das Regelwerk die Punkte:

1. Offenheit und gegenseitige Wertschätzung
2. Friedliches und freundliches Publikum
3. In den Habitus einfügen (vgl. Klein 2001, S. 163)
4. Gemeinsames zelebrieren und produzieren
5. Prosuming
6. Partizipieren
7. Angemessene Tracks
8. Neuheit oder Unbekanntheit der Tracks
9. Balance zwischen Gewinn- und Kultur-Orientierung wahren

Die Punkte eins bis vier bilden Konstanten innerhalb der Technokultur wie die Arbeiten von Werner (2001) sowie Schwanhäußer (2010) nahelegen. Demgegenüber stehen:

1. Egoistisches Handeln statt Miteinander
2. Entfernen von der Szene oder Technokultur durch Fernbleiben oder Feldwechsel
3. Unsoziales Verhalten
4. Schlechte Laune übertragen
5. Vom Technostil abweichen
6. Show/Stargehabe
7. Zu starker Grad an heteronomer Gewinnorientierung

Affirmation regelkonformen Musickings hat Einfluss auf die Entwicklung des Stils, Technomarkts und der Technokultur. Ein anderes Resultat solch kollektiver ästhetischer Aushandlungsprozesse zwischen Veranstaltenden, DJs und Partizipant*innen kann ein ästhetischer Kanon sein, der sich um Clubs gruppiert. Den Geschmack des Publikums machen sich die Produzierenden zunutze. In diesem Zusammenhang ist das Antesten von im Produktionsprozess befindlichen Tracks im Club eine charakteristische Handlung in der Technokultur, die der Bewertung des Produktionsstands und der Akzeptanz dient. Feedback des Publikums fungiert als eine Art Marktforschung. Tracks werden auf ihre Clubtauglichkeit getestet und das Publikum zu dessen Indikator.

Marco: „Wenn ich denke, ein Track wäre nicht fertig, und ich teste den im Club und die Reaktion ist nicht so gut, dann weiß ich, entweder ich schmeiße ihn weg oder ich muss mich noch mal dransetzen.“ (MSA 18:30 - 18:41)

Zwei Besonderheiten der kollektiven Produktion der Technokultur, die im Zusammenhang mit dem Entäußern der Sonic Bodies stehen, sind das von Teilen der Technokultur betriebene Schminken mit Glitzer sowie die sog. Feiertotems (Abbildung 16) auf Festivals. Feiertotems sind

Stangen, an denen Accessoires, Schilder, Stofftiere etc. angebracht werden und die der Orientierung sowie Inszenierung von Gruppen auf Festivals dienen. Beide Praktiken sind sowohl kreativer Ausdruck und Selbstproduktion als auch kulturelle Produktion, die innerhalb der Technokultur reproduziert und aktualisiert werden.



Abbildung 16: Feiertotems (Rechteinhaber: Philipp Heinrich Budde)

Da sich Sonic Bodies und Gemeinschaften in ihren Interessen, Anschauungen und Werthaltungen ähneln, besteht einerseits die Chance, Freundschaften zu knüpfen, andererseits eine höhere Bereitschaft abseits der Dancefloors gebend für die Technokultur aktiv zu werden. Dieser Spirit, den Schwanhäuser in Bezug auf Underground-Akteur*innen identifiziert, bildet den Antrieb, sich ohne kommerzielle Erwägungen in das Musicking einer Szene einzubringen.

„’Spirit’ bedeutet für die Akteure der Szene auch, dass keine klare Trennung zwischen Produzenten und Rezipienten besteht. Das kollektive Engagement vereine alle. Der Wechsel zwischen der Rolle des genießenden Rezipienten und des aktiven Produzenten sei fließend.“ (Schwanhäuser 2010, S. 49)

Die Kontaktaufnahme zu den Musiker*innen auf und außerhalb der Dancefloors ist unproblematisch und auf Augenhöhe. Als zwei Erklärungen für diese Nähe können einerseits das Geben der Sonic Bodies, andererseits das gemeinsame Feiern genannt werden. Auf den Dancefloors kommt es zum einen zum gemeinsamen Produzieren, Erleben und Zelebrieren von Musik und Party. Zum anderen kommt es zum kommunikativen Austausch zwischen den Sonic Bodies, woraus ein persönlicherer Bezug untereinander resultiert. Folglich wurden die DJs und Produzent*innen der Technokultur, wie auch anderer kleiner Musikszenen oder Indie-Labels, als „greifbarer“ (APA 42:51-52; LLA 50:20-21; MMA2 9:13-14) beschrieben. Zwischen DJs und Tanzenden herrschen normale Beziehungen, die sich in realen sozialen Interaktionen manifestieren (Krischke-Ramaswamy 2007, S. 216). Erleben und Kommunizieren im Club oder außerhalb, etwa bei Af-

terhours, kann dabei Ausgangspunkt von Bekanntschaften oder Freundschaften zwischen den verschiedenen Sonic Bodies sein.

Massimo: „Zum einen kannst du ja mit den Leuten zusammen feiern. Also viele von den Käufern sind vielleicht sogar wie die Macher. Die sind selber DJs, vielleicht sind die nicht so bekannt. [...] Also wie gesagt, ich habe [das] immer bewundert: du kannst mit den Leuten zusammen trinken, feiern, also ganz normal. Du kannst mit denen labern, mit manchen bist du sogar befreundet. Also, kein großer Unterschied würde ich sagen.“ (MASA 49:44 - 50:27)

Der hierarchische Abstand zwischen DJs und Partizipierenden wird als geringer eingeschätzt. Dies ist einerseits der Feldstruktur geschuldet, die ihrerseits je nach Abschnitt eine eigene Hierarchie ausbildet. Andererseits ist dies auf das reziproke Verhältnis zwischen den Aufführenden und den Gästen zurückzuführen. Auf diese Weise kommt es zu affektiven Feedbackschleifen, in Folge dessen sie gemeinsam den Moment kreieren, Emotionen ausschütten und der jeweiligen Leistung Anerkennung zollen. Aufgrund der vergleichsweise geringen Größe der meisten Technoclubs treffen Musiker*innen, Unternehmer*innen und Tänzer*innen auf dem Dancefloor aufeinander und kommen hier ins Gespräch. Im Nachfragen von gespielten Tracks manifestiert sich der gemeinsame Geschmack, was diese einander näherbringt und sympathisch macht, da sie ähnliche musikalische Werthaltungen besitzen. Label-Partys bieten die Gelegenheit, mit den Betreiber*innen und Musiker*innen einer Plattenfirma während einer Veranstaltung in Kontakt zu treten. Dies ist besonders für Fans der jeweiligen Labels attraktiv, da mehrere geschätzte Musiker*innen potenziell ansprechbar sind.

Das Miteinander findet auch *abseits des Dancefloors* in vielfältiger Weise statt. So ist etwa die Remix-Praxis davon gekennzeichnet. Ein Remixauftrag stellt eine Form der Anerkennung durch die Produzierenden oder Labels dar (Diaz-Bone 2010, S. 345). Es kommt auch zur Vermischung von Szene und Privatem. Die Sonic Bodies treffen sich in ihren Wohnungen, um sich entweder auf die Party vorzubereiten oder andere Aktivitäten, wie bspw. gemeinsame Kochabende (vgl. Schwanhäußler 2010, S. 82f.), zu bestreiten. Abseits des Dancefloors kommt es ebenfalls zu Kommunikation zwischen Produzierenden und Konsument*innen. Dabei haben sich Internet und Social Media als wichtige Kommunikationsmittel etabliert, welche die Sonic Bodies einander noch näherbrachte. Die Konsument*innen stehen in direktem Kontakt mit den Musiker*innen.

Martin: „Als das erste für mich wichtige Netzwerk aufkam, MySpace, wird sich noch jeder dran erinnern können, habe ich einen Künstler, den ich damals sehr geschätzt habe, Alex Cortex, [...] in so einem ganz langen Brief geschrieben, was die Musik für mich bedeutet, dass ich mir jede Maxi von ihm gekauft habe und habe ihm halt mein ganzes Lob ausgesprochen und fünf Minuten später habe ich eine Rückantwort von ihm bekommen. In der hat er sich ausdrücklich bedankt und wie viel ihm so ein Feedback bedeutet. Ich war in erster Linie baff, dass mir einer so schnell antwortet. Dass war das erste Mal, dass ich den Kontakt zu einem Künstler versucht habe aufzunehmen. Aber dann habe ich bemerkt, dass sind ja alles Leute wie du und ich, die das wahrscheinlich auch in so einem kleinen Zimmerchen machen, die irgendwo in einer Mietwohnung in Berlin-Mitte wohnen oder Köpenick oder was weiß ich.“ (MMA3 0:11 - 1:40)

Der Plattenladen ist ein weiterer wichtiger Ort der Zusammenkunft. Zwar erfuhren diese in den letzten Jahren eine zunehmende Marginalisierung, sie dienen dennoch weiterhin als Orte des Austauschs. Der Plattenladen ist der Ort, wo sie sich die Sonic Bodies mit Gleichgesinnten gemeinschaftlich mit der Musik auseinandersetzen und einsfühlen können. Dies gilt auch für Empfehlungen durch Konsument*innen, die den Einkäufer*innen eines Plattenladens etwas vorschlagen können oder durch ihre Bestellungen die Einkäufe beeinflussen.

Guido: „Der [Mitarbeiter Kompakt-Plattenladen] hat viel auf dem Schirm, der ist natürlich auch viel bei Vertrieben unterwegs, weil er den Laden schmeißt, er kauft die Platten für den Laden ein. Aber ich entdecke dann zum Beispiel die ein oder andere Maxi, die [er] nicht auf dem Schirm hatte, bestelle die bei dem, der hört dann auch mal rein, interessehalber natürlich, und dann gibt es dann auch die ein oder andere Platte, wo er dann sagt: ‚Hey, toll, die ziehe ich auch für den Laden‘.“ (GBA4 20:18 - 20:37)

Andere Formen der Zusammenkunft sind etwa Showcases in Plattenläden oder Jubiläumsfeiern (Abbildung 17).

Guido: „Oder jetzt so eine Aktion, wie Kompakt das gemacht hat, dieses Campusing, wo einfach ein paar DJs und Musiker rumlaufen und sich da irgendwie auf ein Bier zusammensetzen und ein bisschen quatschen. Das ist einfach eine sehr lockere Atmosphäre, wo man Kontakt zu so einer Szene kriegen und sich auch austauschen kann, auch als Fan.“ (GBA4 24:26 - 24:42)



Abbildung 17: Flyer KOMPAKT Sommercamp 2013

Daneben existiert eine weitere Form der Erzeugung von Nähe unter Sonic Bodies, die im Zusammenhang mit den Musikveröffentlichungen steht. Insbesondere limitierte Editionen helfen dabei als vertrauensbildende Maßnahmen, die Nähe zwischen den Produzent*innen und Käufer*innen zu stärken. Zum einen fühlen sich die Fans durch limitierte Editionen oder besondere Aktionen in ihrer Leidenschaft wertgeschätzt, zum anderen besitzen einige von diesen Veröffentlichungen individuell durch die Musiker*innen gefertigte Anteile, wie etwa Einritzungen, die sich an die Käufer*innen wenden (Abbildung 18). In manchen Fällen sind etwas Gestricktes (Pachanga Boys 2012), Bilder oder individuell gestaltete Cover Bestandteile der Sonderedition.

Georg: „Diese typischen Vinyl-Sleeves sind halt immer nur weiß. Da haben wir gedacht, wir müssen irgendwas machen, damit der Konsument das Gefühl kriegt, er hält was Besonderes in der Hand. Hat er [Designer] halt so eine Schablone gemacht und wir haben 500 unserer Platten mit diesem Spruch besprüht. Das kam, glaube ich, ganz gut an.“ (GCA 1:43:33 - 1:44:01)



Abbildung 18: Einritzungen B-Seite, Gabriel Ananda & Cio d'Or "Lauschgoldengel"

Nähe äußert sich in Form von Vertrauen der Sonic Bodies gegenüber den Handlungen der Labelmacher*innen und Produzent*innen. In Konsequenz werden Veröffentlichungen mancher Labels keinerlei Vorprüfung unterzogen und direkt gekauft. Dabei spielt eine Art innere Verbindung oder imaginierte Einsfühlung zu den Labelbetreibenden eine Rolle, die aus der intensiveren Auseinandersetzung mit der Musik resultiert. Die Tatsache, dass Macher und Konsument*innen dieselbe Musik mögen und damit ähnliche Wertvorstellungen besitzen, wirkt sich förderlich auf die Nähe aus. Das Miteinander manifestiert sich auch bei den Labels, die eine zusammenbringende Funktion erfüllen. Ein Sonic Body deutet sein Label als Netzknotenpunkt für internationale Musiker*innen. Ein anderer beschrieb die Arbeitsweise bei seinem Label als „sozialistisch angehaucht“ (TSA2 1:01:18-20), und dass alle gleich sein.

Auch wenn das Miteinander als außerordentlich wichtig dargestellt wird, sind diesem und der Nähe dennoch Grenzen gesetzt. Dabei hat die Feldposition in mehrfacher Sicht einen direkten Einfluss auf die Begrenzung der Nähe unter den Sonic Bodies der Technokultur. Musiker*innen mit hoher Feldposition ist es nur schwer möglich, die anfallende Kommunikation via Social Media oder anderer Kanäle persönlich zu beantworten. Je mehr sich die Produzent*innen dem heteronomen Feld annähern oder je höher der Grad des Lebensunterhaltanteils des Musickings ist, umso mehr werden Praktiken der Massenproduktion übernommen, wie etwa das Auslagern der Öffentlichkeitsarbeit an eine Agentur (vgl. Kapital Sonische Ökonomie). Die Bekanntheit von DJs schlägt sich in den Größen der Veranstaltungsorte nieder. Aufgrund der räumlichen Dimensionen und Anzahl an Gästen ist es in solch einem Rahmen schwieriger, mit Musiker*innen in

Kontakt zu treten. Es ist bspw. bei großen Veranstaltungsorten nicht möglich, DJs während des Sets nach gespielten Tracks zu fragen, da kein Zugang zur DJ-Kanzel für das Publikum besteht.

8.3.2 Der Abstand und das Gegeneinander: Distinktionen in der Szene

Michael: „Na ja, wir fanden, zu der Zeit war es sehr langweilig in den Clubs, das war alles sehr monoton, die Musik, und wir wollten einfach mal wieder so ein bisschen Spaß reinbringen, also Party und Spaß, sodass die Leute in den Clubs auch mal wieder ein bisschen ausrasten können und nicht nur ein bisschen mit dem Hintern wackeln. Und das war der Ansporn.“
(MSCHA 46:06 - 46:25)

Das Miteinander unabhängig sozialer Determinierung, Distinktion und Konflikte ist eine Illusion der Technokultur. Vielmehr sind die Herstellung und Konsumtion von Unterschieden zentral für subkulturelle Produktion (Böse 2005, S. 440)⁹². Distinktion stellt eine Grundlage der Produktionen und Werte-Schöpfung in der Technokultur dar. Sie umfasst die Musikproduktion und Identitätskonstruktion. Sonic Bodies positionieren sich musikalisch sowie sozial und grenzen sich bewusst ab. Distinktion reguliert die Produktion von Gemeinschaft beim Feiern, bei der Gemeinschaft durch Exklusion anderer geschaffen wird. Sie rahmt daher die Produktionen und Werte-Schöpfungen in der Technokultur. Sonic Bodies grenzen sich in ihrem Musicking ab und ziehen für sich daraus Sinn. In Konsequenz motiviert Distinktion, es materiell und sozial anders machen zu wollen. Das Musicking grenzt sich bspw. in punkto Partyzusammensetzung, deren Gestaltung und Sound, Label- oder Partyphilosophie, Veröffentlichungspolitik, Labelsound oder Personalstil von anderen ab. Distinktion wird durch das Feld und die Sozialstruktur der basalen Kultur vorgeprägt. Dabei wandeln sich Distinktionen, wenn sich die basale Kultur, etwa in punkto ihrer materiellen Basis verändert.

8.3.2.1 Feld, Sozialstruktur, Distinktion

In Bezug auf die Technoszene identifizieren Ronald Hitzler und Arne Niederbacher zwei Arten an Distinktionen. Zum einen richtet sich diese gegen Menschen, Gruppen oder Szenen, die „mehr oder weniger absichtlich scene-interne Verhaltenskodizes übertreten“, zum anderen gegen Stile, „die Fragmente von Techno ‚unzulässig‘ kommerzialisieren“ (Hitzler/Niederbacher 2010, S. 160). Kühn (2013, S. 169) definiert drei Distinktionen für die Szenewirtschaft: Kommerz, Ausverkauf und Masse. Kommerz und Ausverkauf decken sich mit der unzulässigen Kommerzialisierung, wobei sich der Ausverkauf auf Distinktionen innerhalb der Technokultur bezieht und Kommerz sowie Masse nach außen wirken. Diese Distinktionen greifen für den Underground am stärksten, wenn die subkulturelle Schwelle überschritten wurde (Kühn 2017, S. 262). Dies ver-

⁹² Distinktionen werden im Folgenden aufgrund des Samples dieser Studie stärker aus der Sicht des autonomen und hybriden Abschnitts betrachtet. Sonic Bodies verdeutlichen durch Bewertung ihre Position. Auf diese Weise offenbaren sich die objektiven Relationen des Felds, in dem sich die Interviewten im autonomen und hybriden Abschnitt bzw. der „ästhetischen Subkultur“ (Kühn 2017) bewegen. Die diskursive Positionierung der Interviewten hätte bei einer anderen Position auch anders ausfallen können (vgl. Hoffmann 2016). Die Kategorien der Auf- und Abwertung, so die These, wären allerdings dieselben, sie würden nur gegenteilig eingesetzt. Diese können sowohl zur Affirmation als auch Negation genutzt werden. Dies erinnert an den Beethoven-Rossini-Streit im 19. Jahrhundert, in dem die jeweiligen Anhänger auf dieselben Maßstäbe zurückgriffen, um das Schaffen Beethovens und Rossinis wahlweise zu loben oder zu kritisieren (Sponheuer 1987).

weist auf die Feldstruktur der Technokultur, deren objektive Relationen und Positionierungen die Distinktionen bedingen.

Distinktionen stehen im Zusammenhang mit der Kultur- und Massenproduktionsorientierung auf der einen Seite sowie der Askese- und Gewinnerorientierung auf der anderen Seite (vgl. Kühn 2017). Sonic Bodies orientieren sich und ihre Produktionen entweder stärker am Kultur-Askese-Pol oder am Massenproduktions-Gewinn-Pol. Welche Werte eine Priorisierung erfahren und wie sie geschöpft werden, ist Folge der Feldstruktur der Technokultur. Je nach Feldposition walten unterschiedliche Wertvorstellungen in punkto Musik, Habitus und Handlungsorientierung.

Wertepriorisierungen sind auch auf die Sozialstruktur der basalen Kultur zurückzuführen. Faktoren sozialer Ungleichheit bedingen andere Auslegungen und diskursive Positionen. Wie Nora Hoffmann in ihrer Untersuchung aufzeigt, ist für einen habituellen Typus der Technokultur Erfolg zwar wichtig, allerdings wird dieser in persönlichen Maßstäben, wie der eigenen Selbstverwirklichung gemessen, während für einen anderen Typus unternehmerischer Erfolg zentral ist, der durch die Popularität bemessen wird (Hoffmann 2016, S. 234-253). Die Positionen sind auf Unterschiede im Grad der Bildung und der Herkunft zurückzuführen. Alle Fraktionen im Feld eint jedoch der Glaube, auf der ‚richtigen‘ Seite der Technokultur zu stehen, sei es in Bezug auf die Musik oder Ökonomie.

Distinktion erfolgt stets in mehrere Richtungen. Dabei dienen die genutzten Kategorien und Merkmale sowohl der Ab- als auch der Aufwertung. Zwar stellen Untersuchungen zu der Technokultur den Kommerz und Mainstream als zentrale Distinktionsgebilde heraus. Dies bedeutet jedoch nicht, dass es gar keinen Kommerz gibt oder Sonic Bodies ein schlechtes Gewissen haben, wenn sie sich kommerziell orientieren. Rainer Diaz-Bone (2010) attestiert Techno in diesem Zusammenhang ein anderes, raffiniertes Verhältnis zum Mainstream. Dies steht in Kontrast zur Heavy Metalkultur, die sich in der Opposition zum Mainstream sieht. Dies mag für einige Abschnitte des Felds und Sonic Bodies der Technokultur zutreffend sein, allerdings nicht für alle. Zu erwähnen sind bei dieser Einschätzung die Quellen, die Diaz-Bone nutzte. So bezieht er sich bspw. auf Westbam, um das Aufgehen von Techno im Massenprogramm des Mainstreams als unproblematisch zu charakterisieren (Diaz-Bone 2010, S. 362). Nun ist Westbam für einige Sonic Bodies der Technokultur alles andere als unproblematisch und wird daher diskursiv ausgegrenzt (vgl. Denk/Von Thülen 2012). Damit spiegeln der autonome und z. T. hybride Abschnitt der Technokultur den l’art pour l’art-Diskurs des Felds der Kunst wider (Bourdieu 1993). Der Akteur, der als „Überzeugungstäter“ (KKA3 1:00:52-53) aus einem inneren Antrieb heraus seine kreative Vision umsetzt, zählt mehr als ökonomisch erfolgreiche Akteur*innen, deren Schaffen den Bedürfnissen des temporellen Felds folgt.

Während Erfolg auf der einen Seite des Felds kritisch beäugt oder diskursiv ausgehandelt wird, stellt dieser auf der anderen Seite kein Problem dar und wird sogar angestrebt. Ähnliches gilt für Konsum und Abstinenz von Drogen oder Kontrollverlust, die wahlweise gewünscht oder strikt abgelehnt werden (Hoffmann 2016, S. 238-S. 257). Die Anderen sind die Repräsentanten der Counter-ideal Values. Wofür diese stehen, ist abhängig von der jeweiligen Sichtweise bzw. Werthaltung der entsprechenden Feldposition. Zentral tritt dies im Verhältnis zum und der angemessenen Art des Erfolgs zutage. Während sich Sonic Bodies des autonomen und hybriden Abschnitts an dem als unangemessen empfundenen Erfolg derjenigen des heteronomen Abschnitts stören und ihnen Ausverkauf vorwerfen, kritisieren diese ihrerseits den Elitismus und Snobismus des Undergrounds (Kühn 2017, S. 266).

Für Sonic Bodies des autonomen und hybriden Abschnitts sind die richtige Art des Erfolgs und die Haltung diesem gegenüber von Bedeutung. Den schmalen Grat der „Angemessenheit“ (Hoffmann 2016, S. 239) bzw. die subkulturelle Schwelle nicht zu überschreiten, ist von zentraler Bedeutung für die Sonic Bodies, die sich dem Underground zurechnen. Dessen Wahrung ist auch ausschlaggebend für die Bewertung von Erfolg. Dieser ist an sich nicht problematisch, es kommt aber auf die Art und Weise an, wie er zustande gekommen ist und wie Menschen damit umgehen. Dabei ist die Distanzierung zum heteronomen Pol sowohl in Bezug auf das Musicking als auch die eigene Werthaltung von Relevanz. Sollte ein Track, der alle Regeln einhält, um als authentisch wahrgenommen zu werden, in den Charts erfolgreich sein, ist dies zunächst unproblematisch. Wenn dies aber mit einem Wandel der Musik und Haltung einhergeht, dann ist der schmale Grat überschritten. Zu häufige Wiedergabe in Radios und Clubs sowie Auftritte bei szenefernen Veranstaltungen kann auch den „subcultural kiss of death“ (Thornton 1997) bedeuten. Von Relevanz ist weiterhin die Vermeidung von schnellem Massenerfolg, da dieser die Glaubwürdigkeit der Musiker*innen untergräbt sowie zur Akkumulation kulturindustriellen und damit falschen Kapitals führt.

Stattdessen gilt es, eine Balance zwischen Reputationsaufbau, Markterfolg und Szenezugehörigkeit zu wahren (vgl. Diaz-Bone 2010, S. 360). Ein beständiges Wachsen an Aufmerksamkeit und subkulturellem Popularitätskapital geht mit einem wachsenden Erfolg einher, der als authentisch bewertet wird. Vom Versuch, das schnelle Geld zu machen, geht einerseits die Gefahr aus, als unauthentisch wahrgenommen zu werden, andererseits sehr schnell die subkulturelle Schwelle zu überschreiten, ohne subkulturelles Kapital generiert zu haben. Dies mindert die Chance, in Underground-Clubs auftreten zu können, die für die Akkumulation von subkulturellem Popularitätskapital zentral sind (Kühn 2017, S. 259ff.). Bleiben Sonic Bodies dem Underground und dessen Prinzipien treu, dann schließen Authentizität und Erfolg einander nicht aus und können zu einer Strategie werden. Die szenebasierte Form der Kommerzialisierung die die Regeln der Szenewirtschaft wahrt, bereitet keine Probleme. Erfolg darf aber nicht von außen kommen oder von dort Unterstützung erfahren (ebd., S. 207). Dabei ist die Bewahrung der Kontrolle über das eigene Schaffen signifikant. Abgabe der Kontrolle würde als Sell Out empfunden werden.

Im Feld der elektronischen Tanzmusik, in dem Techno mehrheitlich dem autonomen Bereich zuzuordnen ist, herrscht eine Opposition zwischen (Micro) Indies-Labels auf der einen und Minors sowie Majors samt Dependancen auf der anderen Seite vor. Während (Micro) Indies den Underground repräsentieren, stehen die anderen für den kommerziellen Pol bzw. den Mainstream ein. Als besonders positiv werden „Autorenlabels“ (*DMA 1:02:09-11*) oder „Connoisseur-Labels“ (*TSA2 1:40.41*) angesehen, die sich nicht wirtschaftlichen Zwängen unterordnen, sondern ihrem Geschmack folgen. Selbst unter den Music Stores, die heteronom gewinnorientiert ausgerichtet sind, erfahren andere eine verbale Abwertung, in der „Beatport [...] der böse Wolf“ (*[verstellte Stimme, lacht] MASA 27:41-44*) ist, und „Musicload und Amazon [...] so Krankheiten“ (*MASA 19:15-18*) sind. Obwohl alle gleichermaßen dasselbe Ziel verfolgen und der Wert des Geldes bedeutend ist, existieren dennoch Organisationen, die aufgrund ihrer Größe und Marktmacht als Repräsentanten der Counter-ideal Values gelten.

Dabei wird den Indies als wirtschaftlichen und klanglichen Marken eine wichtige Funktion zuteil. Deren Namen und die damit assoziierten stilistischen Ausprägungen fungieren im Diskurs als Distanzierung zum kommerziellen Pol (Diaz-Bone 2010, S. 368f.). Veröffentlichungen auf Undergroundlabels ist „mehr als eine stilistische Verortung. Es ist auch ein Statement“ (ebd., S. 369). Es drückt sowohl eine musikalisch-sonische als auch wirtschaftsethische Werthaltung aus. Vergleichbares gilt für die Auftrittsorte. Die Entscheidung in Clubs oder Großraumdiskotheken zu

spielen, auf Indies oder Majors/Minors zu veröffentlichen, bewirkt wahlweise eine Auf- oder Abwertung mit direkten Folgen für subkulturelles oder kulturindustrielles Popularitätskapital, Produktionen und Werte-Schöpfungen. Sie beeinflusst ebenfalls die Geschwindigkeit, ob und wann Sonic Bodies die subkulturelle Schwelle überschreiten.

8.3.2.2 Distinktion, Gemeinschaften und Materialität

In der Clubkultur und auf den Tanzflächen greifen distinktive Prozesse. Es herrschen Vorstellungen einer In-Crowd und Out-Crowd, mit denen sich die Menschen identifizieren oder disidentifizieren (Malbon 2012). Die Basis des Musickings bilden die musikalischen und sozialen Homologien unter den Sonic Bodies. Es bestehen weniger Schwierigkeiten, das Publikum zu nennen, welches sie nicht ansprechen wollen, als das, welches sie ansprechen wollen. Dies wurde oftmals mit „*Leute wie du und ich, auf dem Boden geblieben*“ (DMA 34:50-54), oder „*einer von denen*“ (ÜHA 2:05:52-53) umschrieben, was auf die Homologien hinweist. Ein Sonic Body veranstaltet seine Party etwa „*im familiären Kreis*“ (MSA 12:16-19) für sich und „*nette Leute*“ (MSA 12:26-28). Dies unterstreicht, dass Miteinander, Spirit und Vibe in der Technokultur keine zufälligen Gegebenheiten, sondern sozial determiniert sind (vgl. Thornton 1997; Böse 2005; Otte 2007a, 2009; Hoffmann 2016; Kühn 2017). Distinktionen in der Clubkultur sind ein Phänomen, welches bereits in der Disco-Ära waltete (Echols 2010, S. 67ff; vgl. Kapitel Sonische Kultur). Die eigene Position und Positionierungen werden zur Weltanschauungs- sowie Distinktionsgrundlage (vgl. Bourdieu 1993, S. 44f.). Distinktion realisiert sich über den Habitus und die Zusammensetzung der entsprechenden Kapitalarten der Sonic Bodies, die ihrerseits durch die soziale Positionierung determiniert sind (Bourdieu 1987). Es kommt zur Distinktion hinsichtlich des vermeintlichen Mainstreams und seiner Anhänger*innen auf den Dancefloors, die meist mit sozialen Faktoren korrelieren. *Mainstream* oder *Outsider* sind hierbei Synonyme für die Arbeiterklasse und ihre Kultur (Thornton 1997). Beim *Mainstream* handelt es sich laut Thornton (1997, S. 10) um ein eingebildetes Distinktionsgebilde, das keine oder kaum reale Entsprechung hat.

Soziale Distinktionen in unteren und mittleren Feldbereich beziehen sich zum einen auf den Faktor Bildung (Hoffmann 2016) bzw. bildungsferne Milieus, zum anderen auf (heteronom) gewinnorientierte Clubs oder Partys sowie deren Publikum. Austragungsplätze der Distinktionen sind Habitus, Musik und Orte. Orte sind Repräsentanten der musikalischen, habituellen und ökonomischen Counter-ideal Values. Dies gilt insbesondere für Großraumdiskotheken und die dort verkehrenden Sonic Bodies. Demgegenüber stehen die Clubs der Großstädte. Großraumdiskotheken sind darauf ausgerichtet, ein zahlenmäßig großes Publikum anzusprechen. Die Größe widerspricht der Intimität und Exklusivität der Clubs. Deshalb repräsentieren Großraumdiskotheken in erster Linie die Distinktionen des Kommerzes und der Masse. Die Interviewten grenzen sich gegenüber Personen ab, die als „*Opel Vectra-Fahrer mit einem Böhse Onkelz-Aufkleber*“ (MMA1 41:23-26), „*Twentysomething-Feierschweine*“ (TSA2 23:16-19), „*Kommerzer*“ (ÜHA 8:41-42) oder „*Strunztypen*“ (RRA3 1:02:04-05) bezeichnet werden. Distinktionen richten sich gegen Menschen, die Teil der „*Ballermannszene*“ (RRA3 26:08-09) oder Partizipierende von „*Prolldiskos*“ (MSCHA 20:25-26, KKA3 0:18-19), „*Kirmestanzclubs*“ (MSCHA 20:26-28), „*Dorfdiskos*“ (MSCHA 20:23-24), der „*typische[n] Großraumdisko an der Autobahn [...], in die 2.000 Leute reingehen, aus einem Umkreis von 100km da hinfahren, um zehn Uhr auf dem Parkplatz stehen, um elf in den Club gehen, sich besaufen, um eins wieder nach Hause gehen*“ (MSA 38:49-39:07), als auch der „*typische Proll*“ (DMA 35:14-15) sind. Das gegenwärtige Berlin wurde als „*Biotop [...] für Disco-Hartzer*“ (TSA2 31:45-50) diskreditiert.

Distinktion richtet sich auch gegen Orte oder Veranstaltungen in der Technokultur, die als zu kommerziell empfunden werden und das falsche Publikum beherbergen. Im Speziellen, auf die lokalen Szenen bezogen, lehnen die Kölner Interviewpartner das „*PollerWiesen-Publikum*“ (PHA 1:08:01-02), „*Ringpublikum*“ (TSA2 38:32-33) und „*Ringeatzenproletendiskos*“ (GCA 1:09:04-07) ab. Die Clubs an den Kölner Ringen stehen in einer Studio-54-Tradition, besonders in Bezug zu der teils willkürlichen Türpolitik. Sie geben sich chic und sprechen ein Publikum an, welches sich selber chic gibt, den Körper kultiviert und Wert auf das Körperkapital legt. Musikalisch orientieren sie sich an House und kommerziellen Varianten elektronischer Tanzmusik.

Ablehnung von Orten außer- wie innerhalb erfolgt zu großen Teilen anhand des Publikums und ihres Habitus. Dasselbe gilt für DJs, die das ‚falsche‘ Publikum anziehen. Musikalische Gründe scheinen dabei weniger signifikant zu sein. Sonic Bodies mit hoher Bildung stören sich am realen oder unterstellten Habitus von Menschen, die Großraumdiskotheken, kommerzielle Veranstaltungen oder Clubs besuchen. Diesen wird sowohl ein pöbelhaftes Verhalten als auch ein größeres Interesse an Modestilen als an der Musik attestiert. Zweitgenanntes zeigt sich an der Übernahme stereotyper Stile der plakativ „kommunikativ-generalisierten Szene-Eliten“, die via Presse-, Profifotos oder ggf. Musikvideos verbreitet werden (Hoffmann 2016, S. 278). Die Interviewten erklärten einen Habitus als wünschenswert, der durch Bodenständigkeit und Understatement geprägt ist. Selbstdarstellerisches oder proletenhaftes Auftreten wurde entsprechend negativ bewertet. Habituell verlaufen diese entlang der Grenzen Prätentiosität und Unprätentiosität, die zugeschriebenen Attribute für den Underground und Overground darstellen:

Guido: „Aber um jetzt noch mal auf die Slices⁹³ zurückzukommen, vom Cocoon⁹⁴ gab es mal ein Interview da drin mit einem der Macher des Labels, der irgendwie ziemlich abgewichst, rotzig rüber kam meiner Meinung nach. Der irgendwie erzählt hat, wie viele Leute doch die Releases kaufen würden und, und, und. Der hat mir einfach eine Spur zu dick aufgetragen. Das ist halt genauso eine Schiene, die ich persönlich gar nicht unterstützen möchte.“ (GBA3 7:33 - 7:57)

Ungeachtet der inneren Distinktionen kommen die unterschiedlichen Typen friedlich auf den Tanzflächen zusammen (vgl. Böse 2005, S. 440). Dies verdeutlicht die besondere Stellung des Werts des Miteinanders in der Technokultur, der die Sonic Bodies trotz ihrer Unterschiede zum gemeinsamen Produzieren der Party gemahnt. Ob das Miteinander zustande kommt, ist aber abhängig von der Anzahl anderer und wird durch die Türpolitik geregelt (Kemper 2004, S. 96; Kühn 2017, S. 297). Fällt diese zu hoch aus, fühlen sich die Stammgäste unwohl und partizipieren nicht wie im gewohnten Maße. Daher durchläuft die Herstellung einer Crowd eine Vorselektion. Mittel dafür sind Newsletter, private Nachrichten oder Flyer, die ihrerseits unterschiedliche Grade an Ein- und Ausschluss ermöglichen. Während dieser bei Newslettern von geringerer Natur ist, eignen sich private Nachrichten per SMS oder Messenger zur Herstellung einer familiären Crowd. In der Türpolitik der Clubkulturen und Night Time Economy manifestieren sich aber auch rassistisch motivierte Ausschlusspraktiken (Gökkaya 2018, 2019), denen ähnliche „Alibiargumente“ (Danker/Kinsky 2013) zugrunde liegen.

Flyer fungieren auf mehreren Ebenen als Distinktionsmittel. Sie informieren über spezifische Themennächte, wie etwa Studierendenpartys oder Black Nights, denen ein Ausschluss anderer zugrunde liegt (Böse 2005, S. 433). Textinformationen der Flyer dienen auch abseits davon dem Ein- und Ausschluss. Die Szenewirtschaft hat ein Bewerbungssystem entwickelt, das zum einen

⁹³ Slices ist ein DVD-Magazin der Deutschen Telekom zu elektronischer Musik.

⁹⁴ Cocoon Recordings ist die Plattenfirma von Sven Väth mit der dazugehörigen Booking- und Veranstaltungsagentur.

auf dem Popularitätskapital der DJs (Kühn 2017, S. 260), zum anderen auf dem Wissen und subkulturellen Kapital der Partizipierenden beruht. Hierbei werden die DJs nach Höhe ihres subkulturellen Popularitätskapitals auf den Flyern angeordnet (Abbildung 19). Je mehr Kapital, umso höher die Position und größer die Schrift. Uhrzeiten des Beginns einer Veranstaltung verweisen auf die Feldposition der Orte. Diese Art der Bewerbung stellt ein Code dar, den nur die Eingeweihten verstehen. Bei szenefernen Partys an den Rändern der Technokultur sind andere Informationen auf den Flyern vorzufinden, die nicht den Regeln der Szenewirtschaft folgen. Anstelle der DJs werden andere Informationen in den Fokus gerückt. Auch verweist die Nennung mehrerer Genres auf eine Party, die nicht nach Szenepinzipien verläuft, wie dem ununterbrochenem Musik- und Tanzfluss (Abbildung 20). Weiterhin unterscheiden sich Flyer in punkto ihrer Materialität und ihres Stils, was distinktiv wirkt. Während Flyer der Szene sich oftmals am Format 14,7*10,4cm, ähnlich einer Postkarte, orientieren, erscheinen szenenferne Flyer in Leporelloform mit mehreren darin beworbenen Veranstaltungen. Sie divergieren hinsichtlich ihres Designs, der Farb- und Motivwahl sowie Materialdicke. Dadurch verweisen sie auf Materialität der Party, resp. geben Versprechungen darüber ab. Informationsdichte und ggf. Markenlogos können die Flyer an den Rändern der Technokultur verorten. Flyer sind daher Positionierungen im Technofeld, die auf die Position der Clubs und der dahinterstehenden Personen verweisen.



Abbildung 19: Flyer Donner & Doria (Bochum)



Abbildung 20: Leporello Hirsch Inn (Pfronten)

8.3.2.3 Distinktion, Klang, Musicking

Ümit: „Da [bei Majorplattenfirmen] machst du halt mehr Kohle, dafür verkaufst du deine Seele. Bei den anderen machst du weniger Kohle, bist aber frei. Brotlose Kunst halt, Indie-Musik.“ (ÜHA 3:33:39 - 3:33:47)

Bei den Sonic Bodies der Studie zeigt sich das Selbstbild durch immaterielle Wertepriorisierungen geprägt. Obwohl viele im hybriden Abschnitt von ihrem musikalischen und/oder musikunternehmerischen Schaffen ihren Lebensunterhalt bestreiten und erfolgreich sind, verorten sich diese im Underground. Kreative Menschen, die den eigenen Visionen folgen, ohne dabei materiell entlohnt zu werden, besitzen für diesen Teilbereich der Technokultur eine hohe Wertigkeit. Das einleitende Zitat verweist auf den besonderen Wert des eigenen Musickings und der Musik. Der Verkauf der Seele entspricht dem Nicht-in-den-Spiegel-gucken-können das Hans Joas (2006, S. 2) in Bezug auf intensive Wertbindungen erwähnt. Dies unterstreicht die Bedeutung der Musik und des Musickings für die Identität der jeweiligen Sonic Bodies. Distinktion dient als Mittel, den eigenen Geschmack und das Handeln aufzuwerten.

Ümit: „Weil die Majors verkaufen Konserven. Majors machen keine Kunst, finde ich.“ (ÜHA 2:01:24 - 2:01:29)

Großen Plattenfirmen wird die Fähigkeit abgesprochen, überhaupt Kunst erzeugen zu können. Kommerzielle Tanzmusik ist „kalte, seelenlose Musik“ (LLA 30:32-34). Sie hat „kein Soul“ (PHA 1:42:44-45). Abermals zeigt sich die Verknüpfung von Musik mit der Seele. Der Vorwurf der Kunstlosigkeit ist imaginär. Dieser erkennt die Realität, dass Majors durchaus anspruchsvolle Musik veröffentlichen, und offenbart damit einen undifferenzierten Blick, der durch die Illusion eingeschränkt wird.

Im Technofeld waltet hinsichtlich des Materials dieselbe Ab- und Aufwertungslogik. Techno kann einerseits „*Klangkunst und Musikkunst und abgefahren*“ (GAA 1:02:38-42), andererseits ein Geschäft sein. ‚Guter‘ Techno wird mit Musikalität und künstlerischer Handschrift, Kommerzprägungen mit Plumpheit und Beliebigkeit gleichgesetzt. Wertgeschätzte Musik wird mit dem Kunstattribut auf-, andere Musik durch den Kommerzaspekt abgewertet. Etwas „*Schönes*“ (LLA 1:02:29-30) unabhängig von potenzieller ökonomischer Verwertung ist sowohl Antrieb für die Musiker*innen als auch ein wichtiges Bewertungskriterium. Was als das Schöne angesehen wird, ist abhängig von der Feldposition und den daraus resultierenden Wertvorstellungen.

Eigene produzierte oder wertgeschätzte Tracks werden mit „*einfach gute Musik*“ (MSA 32:28-30) oder „*kredibele Musik*“ (DMA 31:45-46) umschrieben, die einen „*eigenen Sound*“ (LLA 35:39-40) hat. Distinktion zeigt sich nicht nur in den abwertenden Begriffen für geringgeschätzte Stile und Ausprägungen, sondern auch in den positiven Beschreibungen für die bevorzugte Musik. Hierbei wurden oftmals Zeitkategorien wie „*zeitlose Platten*“ (DMA 11:24-25), die „*dauerhaft Musikgeschichte [...] schreiben*“ (KHA 46:54-57) genutzt, die im Gegensatz zum Trend für Langlebigkeit stehen, um die Wertigkeit der Musik zu beschreiben. Solche Tracks verschleifen mit der Zeit nicht. Sie können zu Klassikern werden (vgl. Reckwitz 2017, S. 141). Das Anstreben zeitloser Musik offenbart die Werthaltung der Sonic Bodies, die in Richtung Kultur tendiert.

Zur Abwertung von Techno finden ähnliche Attribute Verwendung wie beim Mainstream (vgl. Hall 2018, S. 165). Unwertigkeit ist dadurch charakterisiert, dass in Tracks „*überhaupt keine Mühe drin*“ (MSCHA 35:41-42) oder „*wenig Liebe drin*“ (TSA2 36:04-05) ist. Dies erscheint als ein Mangel an kompositorischer Arbeit und Raffinesse. Diese Begriffe beziehen sich auf die Art der Produktion, die Beschaffenheit der Materialien und die Motivation der Produzent*innen. Folglich werden solche Stücke als „*langweilige*“ (MASA 52:12-13) Musik abgestraft. Es ist ein feldabschnittsspezifischer Vorwurf, der auf der einen Seite als Illusio zu deuten ist, da dieser die teils standardisierte Vorgehensweise bei Produktionen verschweigt (vgl. Kühn 2009). Auf der anderen Seite zeugt dies von einem Wissen um die tendenzielle Einfachheit von Technoproduktionen. Diese sind vor allem mit Presets und ohne langwierige Klanggenese potenziell schnell produzierbar. Ablehnung von Tracks mit geringer kompositorischer Raffinesse stellt daher eine technointerne Variante der Verlaufsästhetik dar.

Klänge, Tracks und Sets werden abgelehnt, weil sie vom persönlichen und (sub-)kollektiven Geschmack abweichen oder als unauthentisch wahrgenommen werden. Die Bewertung der Authentizität mag als individueller Handlungsakt erscheinen, allerdings verweist diese auf Referenzsysteme, dessen Werte und Normen die Akteur*innen durch ihre Aktivitäten in der Szene und jeweiligen Teilszene inkorporiert haben. Daher nehmen sie andere Diskurspositionen gemäß ihrer Feldposition ein, die die Basis für asketische sowie gewinnorientierte Handlungen sind. Gemeinschaften streiten um die ästhetische Deutungshoheit und geben der Technokultur unterschiedliche Richtungen vor (vgl. Hoffmann 2016, S. 295). Klänge fungieren als authentifizierende Zeichen, die auf die Urheber und das Genre verweisen. Authentizität wird umgehend von den Fans erkannt. Dies korreliert mit der Feldstruktur der Technokultur und den darin vorherrschenden Priorisierungen. Die Charakterisierung von Techno als authentisch oder unauthentisch ist daher durch kollektive Merkmale geprägt.

Ablehnung kann auf musikphysiologischen Aspekten beruhen. Techno ist in großen Anteilen eine Musik, die zum Tanzen animieren soll. Sollte sie dazu nicht anstiften, verfehlt sie ihre Funktion. Für die Anstiftung und affektive Berührung ist das Sonische entscheidend. Ähnlich verhält es sich mit Melodiösität auf der einen und ausgeprägter Monotonie sowie Härte auf der anderen

Seite. An der Ablehnung von Monotonie und Eintönigkeit tritt die musikalische und soziale Segmentierung der Technokultur zutage. Zwar ist Techno eine Musik, die stilistisch auf Monotonie basiert, diese darf aber für einige Sonic Bodies nicht zu extrem ausfallen, da dies als unoriginell bewertet wird. Entsprechende Stücke wurden als „*stupide[...]*“ (KHA 14:41; MMA1 18:35) oder „*stumpf*“ (KKA5 4:55; APA 17:40) bezeichnet. Dies verweist auf gewisse Bereiche des musikalischen Felds, die mit geringerer Bildung assoziiert werden. Ablehnung aufgrund sonischer Charakteristika erfolgt anhand deren Materialität und sogar Frequenzspektrum:

Georg: „Was gar nicht geht, sind halt so digitale Flächensynths, denen man schon anhört, dass sie quasi aus der Konserve sind. Grad bei so Pad-Sounds und bei so Synthies ist es eh schwierig, weil je höher die Frequenz geht, desto leichter kann es ins Cheesige abrücken.“ (GCA 1:22:21 - 1:22:47)

Der Ausdruck „cheesy“ bezieht sich auf Produktionen des heteronomen Feldabschnitts und anderer Felder elektronischer Tanzmusik. Neben der sonischen Distinktion schwingt hierbei eine soziale mit, da der Begriff mit Charts, Teenymusik und industrieller Massenproduktion assoziiert wird. Eine zu deutliche Kombination von formal-strukturellen Elementen und kitschigen (ÜHA 12:08; KKA5 5:07; APA 18:10) Klangcharakteristika zieht die Abstrafung als „*Großraumdiskothekensound*“ (MMA1 17:28-30) nach sich. Dieser Begriff besitzt eine ästhetisch- sowie sozial-distinktive Dimension. Zum einen bezieht er sich auf einen anderen Feldabschnitt und anderes Feld, zum anderen auf seinen anderen Funktionsrahmen und das dazugehörige oder unterstellte bildungsfernere Publikum.

Die Interviewten tendieren zu den Polen Kultur und Askese oder ordnen sich diesen zu, was sich anhand der sozio-musikalischen Distinktionen zeigt. Diese verweisen auf Orte oder Stile, die außerhalb der Technokultur liegen und von einem bildungsfernen oder heteronomorientierten Milieu besucht und goutiert werden. Ablehnung erfahren Stile elektronischer Musik, die als „*Ballermann-Techno*“ (PHA 1:54:31-32), „*schlechte Musik mit Bass*“ (KKA5 7:07-10) „*elektronisch produzierter Mainstream-Elektro*“ (MSA 39:37-44), „*Jürgen Drews-Techno-Nummer*“ (PHA 1:42:23-28), „*Kommerzkirmeskacke*“ (MSCHA 14:06-08), „*Musikantenstadl mit Techno-beat*“ (GAA 1:04:49-51), „*Proletentechno*“ (MSCHA 14:16-17), „*Rummelplatz-Techno*“ (RRA3 26:18-19), „*Techno-Volksmusik*“ (TSA2 7:38-39) oder „*klassischen U69-Techno*“ (GBA1 3:58-4:00) bezeichnet werden. Barbara Volkwein (2016, S. 171) deckt mit „*Kirmes-, Mickey Mouse-, oder Deppen-Techno*“ vergleichbare Begriffe für einfach gestrickte oder marktorientierte elektronische Tanzmusik auf. Diese beziehen sich auf Formen kommerzieller elektronischer Tanzmusik, die einer Massenproduktionsästhetik folgen, wie etwa Dance oder Party-Schlager⁹⁵. An den distinktiven Bezeichnungen stechen Aspekte sozialer Ungleichheit heraus, die auf unterschiedlichem Weg abgewertet werden. Während die Abwertung bei „*Musikantenstadl*“, „*Volksmusik*“, „*Kirmes*“ oder „*Mickey Mouse*“ mehr auf dem Alter basiert, erfolgt sie bei „*Ballermann*“, „*Jürgen Drews*“ oder „*Proleten*“ auf Grundlage der Bildung.

Ablehnung von Tracks findet Ausdruck in Bezeichnungen wie „*billigster Fanfaren-Techno*“ (PHA 1:42:29-31), „*Konserventeil*“ (LLA 27:55-56) oder „*Eintagsfliegenkommerzsong*“ (MMA1 8:43-46), die auf eine industrielle und kommerzielle Produktion verweisen. Der Begriff „*Konserve*“ wurde mehrfach verwendet, um musikalischen Güter von Majors zu diskreditieren. Unwertigkeit bezieht sich auf die verwendeten Quellen. Ablehnung erfährt in diesem Zusammenhang „*Samplemusik*“ (MASA 52:08-09), die auf vorgefertigten Klängen basiert, die als Libraries oder Daten-DVDs zur Verfügung stehen. Solche Stücke beruhen zu großen Teilen auf Samples und

⁹⁵ Eine auf Technorhythmik basierende Schlagervariante.

weisen kaum produktionstechnische Eigenleistung bei der Klanggenerierung auf. Ähnliches gilt für die Extraktion von Samples aus Tracks anderer Produzent*innen:

„Grundsätzlich wird eine einfache Übernahme der Produkte anderer Produzenten abgelehnt. Hierin bestehe keine eigene Leistung. Wer von anderen sampelt muss dies zumindest auf eigenständige Weise durchführen, es soll etwas Neues daraus gemacht werden und er soll die Quelle benennen.“ (Diaz-Bone 2010, S. 345)

Samplemusik und ‚Konservenklänge‘ werden als unwertig empfunden, da sie nicht im Studio durch Experimentieren entstanden sind. Die Bezeichnung „Konserve“ bezieht sich auch auf die Materialität des Klangs und dessen Wert. Klang ist dann besonders wertvoll, wenn er von Maschinen stammt und bspw. mit Attributen wie „analog“ oder „warm“ versehen wird. Die Qualität des Klangs von Instrumenten in DAW-Software ist abhängig von dem jeweils veranschlagten Preis. Je teurer eine Software, umso höher ist die Qualität des Klangs. Manche Produktionen, die maßgeblich mit Plug-Ins hergestellt wurden, wurden in diesem Zusammenhang als „*Seifemusik*“ (ÜHA 48:10-11) abgeurteilt. Die Bezeichnungen erscheinen als Distinktion gegenüber jüngeren Produzierenden mit weniger Kapital und ökonomisch orientierter Musik. Insbesondere bei Sample Packs schwingt der Faktor Alter mit, da diese oftmals den Einstieg für Nachwuchs-Produzierende bilden.

Die Wahl der Materialien ist für die Ablehnung signifikant, wenn es einem anderen und unangemessenen kulturellen Referenzsystem entspringt. So unterliegt der Gesang im Techno einem Dilemma. Dieser wird zwar nicht grundsätzlich abgelehnt, als Stilmittel erscheint er dennoch problematisch. Da er aus einem anderen Feld elektronischer Tanzmusik stammt, ist der Verdacht der Gewinnerorientierung gegeben. Sollte dieser als Leitinstrument oder zu regelmäßig eingesetzt werden, wird dies als kommerziell empfunden. Daneben erfahren Elemente, die „*sehr flach sind und auch sehr aus der Popmusik oder aus der Schlagerecke stammen könnten*“ (KKA5 6:40-47), wie Songstrukturen, Crossover oder Snare-Wirbel, Ablehnung. Steigerung der Anschlagszahl der Snare-Drum von 4tel auf 16tel oder 32tel ist bspw. ein beliebtes Element in EDM oder Dance, das allerdings in Techno selten Verwendung findet (vgl. Kapitel Sonische Transitionen). Die negative Bewertung von Kommerzialität zeigt sich am Vorwurf, die Sounds seien „*auf die große Masse getrimmt*“ (MMA1 30:21-23). Dabei handelt es sich um Klänge, die dem Referenzsystem des heteronomen Abschnitts entspringen und von den zentralen Sonic Bodies des autonomen Bereichs als störend wahrgenommen werden.

Ebenfalls Ablehnung erfährt stilistisches Kopieren. Musikalischer Plagiarismus widerspricht der Idee des eigenen Sounds. Kopieren von anderen bringt keinen eigenen Sound hervor. Selbstplagiarismus kann auch als musikalische Stagnation aufgefasst werden und den Vorwurf der Gewinnerorientierung provozieren. Musikalischer Plagiarismus wird oft dem Bereich der Massenproduktion zugerechnet. Kopieren erfolgreicher Formeln als gewinnorientierte Praxis tritt in der Technokultur besonders bei Hypes auf. Oftmals geht die Übernahme trendstilistischer Mittel mit dem Vorwurf der Kommerzialität einher. Diese steht in Verruf, zu Einbußen in der musikalischen Qualität zu führen bzw. sich zu weit stilistisch vom ursprünglichen Feldabschnitt zu entfernen. Die Musik ergibt dann weder stilistisch noch sozial Sinn, da sie als falscher Stil, der das falsche Publikum anspricht, wahrgenommen wird. Dies wurde zum Zeitpunkt der Empirie an einer stilistischen Ausprägung von House/Techno ersichtlich, die Blasinstrumente, wie Trompete oder Saxofon, integrierte. Stücke mit solchen Charakteristika wurden als „*Trompetentechno*“ (DMA 23.08-09), „*Trompeten-Techhouse*“ (KKA5 00:21-23), „*Muppetshow*“ (MSCHA 29:09-10) oder „*Zigeunertechno*“ (DMA 24:01-03) bezeichnet. Die Interviewten störten sich jedoch nicht allein

an der Ästhetik, sondern an der Trendform (Boltanski/Esquerre 2018), die diese Ausprägung eingenommen hatte. Dahinter verbirgt sich die Distinktion gegenüber dem Ausverkauf. Für die Warenform der Trendform sind die schnelle Auf- und Entwertung charakteristisch (Boltanski/Esquerre 2018, S. 423ff.). Da Trends regelmäßig in Erscheinung treten, verfügen Sonic Bodies, die sich schon länger in der Technokultur bewegen, über entsprechende Erfahrungen mit solchen Phänomenen und stehen ihnen kritischer gegenüber. Der Zyklus der Trendform schlägt sich in der Technokultur in einem temporären Wachstum und Distinktion nieder. Der Trend zieht in seiner Phase der Aufwertung neues Publikum an, welches darüber Zugang erhält. Gleichzeitig werden aufgrund der Popularisierung einer stilistischen Ausprägung die vormals exklusiveren Identifikationsmöglichkeiten von den Sonic Bodies abgelehnt und fallen für diese weg (vgl. Hoffmann 2016, S. 234).

Eine andere Praktik, die für eine Abwertung sorgt, stellt das Ghostproducing dar. Diese zielt auf den schnellen Erfolg in der Technokultur. Dabei können die Produktionen in unterschiedlichen stilistischen Ausprägungen erscheinen, um diese möglichst breit über mehrere Labels zu streuen.

Michael: „[D]as ist ja immer das Allerschlimmste, dass sich viele DJs produzieren lassen. Und es gibt sogar Leute, die nicht mal auflegen können und sich noch produzieren lassen. Das ist das Absurdeste überhaupt. Das heißt, die können keine Musik machen, können nicht auflegen, sind trotzdem total berühmt.“ (MSCHA 1:12:42 - 1:12:55)

Ein Wechsel in der kompositorischen Ausrichtung hin zu Hypes oder heteronomen Formen lässt den Verdacht aufkommen, Produzent*innen haben „Geld gewittert“ (APA 52:29-30). Diese sollten demnach die Möglichkeiten „nicht überstrapazieren“ (GCA 1:23:27-29). Wenn Zugeständnisse an eine Massenästhetik gegeben sind, greifen die Distinktionen des Ausverkaufs und des Kommerzes. Auf konkrete Musiker*innen bezogen, wird der Gruppe Scooter unterstellt, „drei Betriebswirte in Hooliganuniform“ (TSA2 35:57-36:00) zu sein.

8.3.2.4 Neue Produktionsmittel, Distinktionen und Mittel der Distinktion

Das Umgebensein der Technokultur von den Feldern der Musik und Technologie wirkt dynamisierend auf diese. Folgen davon sind neue Distinktionen, die sich in den letzten Jahren herausgebildet haben. Diese sind einerseits auf den Wandel der technologischen Basis, andererseits auf das Erscheinen von ‚EDM‘ zurückzuführen (vgl. Kapitel Sonische Transitionen). Gleichzeitig haben sich mit dem technologischen Wandel die Mittel zur Distinktion erweitert.

EDM steht für kommerziell erfolgreiche Ausprägungen elektronischer Tanzmusik. Die Ablehnung gegenüber EDM entspringt einer Furcht vor erneuter Kommerzialisierung wie in den 1990er Jahren, als Techno zu einem Massenphänomen abseits der Technokultur wurde (vgl. Kemper 2004, S. 52; Renner 2004, S. 106f; Mathei 2012, S. 44). Dieser Umstand trägt noch schwerer, da die Ästhetiken von EDM und der Tanz dazu, wenig mit Techno gemeinsam haben. Daher unterliegen beide divergierenden Erlebnisrationalitäten. In Folge haben die Gäste gewisse Erwartungen an die Musik und die Clubnacht. Sollten die Erwartungen der Szene unterlaufen werden, wird dies durch Publikum wie Veranstalter*innen sanktioniert, etwa wenn DJs bei einer Party EDM assoziierte Genres spielen.

Gabriel: „Wenn man sagt, ich möchte in der Technoszene anerkannt sein, und dass mich alle respektieren und ich möchte nicht anecken, dann darf man natürlich gewisse Sachen nicht machen. Dann sollte man nicht David Guetta im Club spielen, also man sollte keine genrefremde

Musik spielen, nicht zu sehr, weil das wollen die Leute nicht. Die kommen in den Club, zahlen irgendwie Geld und wollen Techno hören.“ (GAA 1:15:56 - 1:16:17)

Kevin: *„Gab es ja, gab es ja, gab es ja. Da bin ich entweder schon im Set hingegangen und habe gesagt: „Boah, sorry, Füße still, geht ja gar nicht“, oder ich habe es einfach mit Würde ertragen und danach gesagt: Sorry, nie wieder oder anderer Sound!“ (KKA5 15:21 - 15:37)*

Durch die Nähe von Techno zu EDM können externe Partizipierende an den Rändern der Technokultur Zugang erhalten.

Gunnar: *„[U]nd das Publikum denkt halt, sicherlich auch aufgrund von Unwissenheit oder aber aufgrund von einer guten Vermarktung, wenn sie zu einem David Guetta-Rave gehen, dass das Technomusik ist; wie Techno sich ja jahrelang dagegen wehren musste, immer nur mit Scooter verglichen zu werden, immer wenn es darum ging, in den Massenmedien präsent zu sein.“ (GLA 37:01 - 37:27)*

Folglich sind Distinktionen und Sanktionen gegenüber kulturferner Musik und Partizipierenden, für die Techno ein Erlebnis unter vielen ist, als Abwehrmechanismus zu betrachten, der vor einem abermaligen Ausverkauf schützen soll. Zwar sind Kommerzialisierungs- und Vermassungstendenzen typisch für Verszenung, hiervon geht aber eine Gefahr aus, da der Zuwachs von außen destabilisierend wirken kann (Kirschner et al. 2014, S. 99). Der Wert der Kultur und der des Konsumerlebnisses stehen in einem Spannungsverhältnis, welches eine Folge des Eindringens von großen Eventagenturen in den Veranstaltungsmarkt der Technokultur ist. Um der Kommerzialisierung und Eventisierung entgegenzuwirken, zieht sich ein Teil der Sonic Bodies und Gemeinschaften in Nischen zurück und agiert abseits des Mainstreams der elektronischen Tanzmusik (ebd., S. 109). Ein Beispiel hierfür wäre der Trend zu mehr Härte, der Bereiche der Technokultur seit einigen Jahren erfasst hat.

Die aus den Distinktionen resultierenden Wettkämpfe werden teilweise hart und heutzutage öffentlich ausgefochten. Dies gilt in erster Linie für den Livemarkt der Technokultur, äußert sich aber auch in Lästereien von DJs und Labelbetreibenden. Die Wettkämpfe sind in manchen Punkten mit Sabotage und Rufschädigung gleichzusetzen. In einem Fall interagierten Sonic Bodies und Gemeinschaften via Social Media mit dem Ziel, bereits im Vorhinein eine schlechte Reputation zu erzeugen. Dieser Schaden wirkte sich auf den Veranstalter und Club aus. Die Sanktionierung von Regelverstößen innerhalb der Szenen erfolgt im Nachhinein auch über Social Media-Gruppen, in denen die Sonic Bodies vernetzt sind, wie in Abbildung 21 ersichtlich wird. Dazu wurden u. a. Kommentare wie „na endlich, word!“, „leider nötig! Thumbs up“, „Sehr gut. Entspannt feiern ohne dumme Atzen...“ oder vom Türsteher „Ich drück kein Auge mehr zu!“ hinterlassen.

15. Dezember 2013

Unabhängig davon, ob der Feuerlöscher gestern Nacht durch einen Technischen Defekt oder einen schwachsinnigen Menschen, der die in weihnachtlicher Schnee-Optik erstrahlen lassen wollte ausgelöst wurde, werden wir bei der von nun an eine veränderte Einlasspolitik verfolgen.

Wir möchten mit Euch entspannte Abende genießen, mit guter Musik, freundlichen Menschen und einer Atmosphäre, in der Kommunikation nicht nur möglich sondern erwünscht ist. Leider ist es nun mal so, dass an einem solchen Abend die Anwesenheit von 20 Idioten die Stimmung von 200 netten Gästen, komplett zerstören kann. Wir werden nicht noch mal zulassen, dass die Stimmung aller Anwesenden unter ein paar Leuten, die ein vollkommen anderes Verständnis von "feiern" haben, leidet.

-Jeder der meint, um 12 Uhr schon so besoffen oder anderweitig "verballert" im Club erscheinen zu müssen, dass er für seine Mitmenschen zur Belästigung wird, kann sich den Weg zu uns von nun an sparen.

-Wir freuen uns über ausgelassen tanzende Leute und Jeder sollte sich so bewegen und feiern können, wie er möchte. Aber auch hier ist die Grenze überschritten, wenn Dein Umfeld sich durch Dich gestört fühlt.

Eigentlich könnte man zusammenfassend sagen: Nehmt Rücksicht aufeinander und wir werden noch viele schöne Nächte zusammen verbringen. — mit und 10 weiteren Personen.

Gefällt mir nicht mehr · Kommentieren · Teilen

68 16

Abbildung 21: Facebook Posting nach Partyabbruch (Cichy 2013)

Vernetzung der Sonic Bodies über Social Media hat einen Zuwachs an Distinktionen bewirkt. Durch die netzwerkgestützte Kommunikation werden Wertverletzungen eher geahndet und die Boykottaufrufe oder Sanktionen viral verbreitet. So postete bspw. der Produzent Ten Walls einen homophoben Kommentar über Facebook, was einen gewaltigen Verlust an subkulturellem Populäritätskapital und finanziellen Schaden nach sich zog, da ihn zahlreiche Festivals ausluden (Funk 2015; Unicomb 2015).

Die Technokultur oder elektronische Tanzmusik im Generellen hat einen Digital Turn erfahren (vgl. Kapitel Sonische Transitionen). Mit dem Erscheinen digitaler Auflegdispositive kam es zu einem Zuwachs an DJs. Diese Entwicklungen legen den unter einigen Sonic Bodies durchaus vorherrschenden Konservatismus offen. Distinktionen verlaufen dabei entlang der Grenze der analogen und der digitalen Technokultur. Besonders Vinyl erfährt hierbei eine besondere Konsekration und wird als „Qualitätsmerkmal“ charakterisiert. Nutzer*innen der digitalen Pendanten wird das Abzielen auf schnellen Erfolg unterstellt.

Kevin: „Und da würde ich dann halt auch jemandem, der Vinyl spielt, einfach aufgrund dessen, weil es schwieriger ist und weil es ein größeres Engagement erfordert, immer den Vorzug geben.“

Weil davon auszugehen ist, dass derjenige einfach mehr Herzblut investiert. Dadurch, dass ja auch immer dieses Ego-Ding, ‚Ich bin DJ, ich bin cool‘, mitklingt, ist die Gefahr immer größer, finde ich, bei jemandem der digital auflegt, dass er es nur tut, weil er irgendwie cool sein möchte und weil es einfach ist, damit im Mittelpunkt zu stehen und irgendwie ein toller Hecht zu sein als jemand, der einfach jahrelang für sich im stillen Kämmerlein geübt hat.“ (KKA3 40:49 - 41:31)

Ümit: „Aber [betont] für mich ist immer noch ein richtiger DJ, der mit Vinyl spielt. Ist mir scheißegal wer das ist. Ob das der Sven Väth ist oder weiß ich nicht was. Das interessiert mich wirklich nicht. Ich will auch keinem an die Wäsche pissen oder so, aber für mich muss ein Techno-DJ mit Vinyl kommen. Und mich begeistert das immer wieder, wenn jemand mit Vinyl spielt, denn das ist wahre Kunst, das zu machen. Das ist wirklich die Kunst, die Vinylplatten und nicht diese Effekte vom Mischpult zu benutzen, die so zu bearbeiten, nur mit der Klangreglung und den Fadern, dass du daraus ein Kunstwerk schaffst in dem Sinne. Und das ist halt mit den digitalen Systemen einfach nicht möglich.“ (ÜHA 2:50:08 - 2:50:49)

An dieser Stelle wird der Wert des Auflegens mit Vinyl ersichtlich. Diese Art des Auflegens wird als Kunst gedeutet und entsprechende DJs als geniale Musiker*innen betrachtet. Auflegen mit Vinyl wird von Teilen der Technokultur aufgrund des für sie größeren subkulturellen Kapitals dieses Mediums als artisanale Tätigkeit konsekriert, während sich digitales DJing dem Vorwurf des mangelnden Handwerks und Showgebabes samt Gewinnorientierung ausgesetzt sieht. Zu Beginn und Mitte der 2000er Jahre zeigten sich bereits Distinktionen in punkto der DJ-CD-Player, die allmählich in die Clubs vordrangen. Dabei wurde das Auflegen mit Vinyl von einer Fraktion als die einzig angemessene Weise definiert, während andere die Vorteile dieser Technologie sahen: weniger Gewicht beim Transport, mehr Auswahl, leichter ersetzbar bei Verlust oder Schaden.

Konkurrenzdenken befeuert die Distinktionen. Durch den Zuwachs an digital auflegenden DJs sehen Vinyl-DJs ihre Einnahmequellen und Möglichkeiten zur Werte-Schöpfung bedroht. Weiterhin schwingt die Sorge mit, das wertvolle Musicking mit Vinyl zugunsten der digitalen Dispositive aufgeben zu müssen, um weiterhin im Geschäft zu bleiben. Der Zuwachs an digital auflegenden DJs hat zu Diskursen über das Handwerk, die mediale Repräsentation von DJs oder Unterstützung der Tonträgerkultur von Techno geführt. Vinyl-DJs beklagen auf der einen Seite das fehlende Handwerk und Posertum der Digital-DJs sowie die Klangqualität der MP3s im Vergleich zum warmen Sound des Vinyls (vgl. Bartmanski/Woodward 2015). Digital-DJs auf der anderen Seite werfen den Vinyl-DJs Stagnation und unzeitgemäßes Auflegen vor. MP3 ist auf der einen Seite weniger Wert bzw. wertlos, auf der anderen Seite zeitgemäßer sowie praktischer. Dabei kann innerhalb der digitalen Formate noch zwischen MP3 und WAV unterschieden werden. Hierbei erhält WAV aufgrund der höheren Auflösung eine Aufwertung. Vinyl ist auf der einen Seite wertvoll und ein Handwerk, auf der anderen Seite veraltet, unpraktisch und teuer.

G.B: „Ich hasse Leute, die dann sagen: ‚ich habe irgendwie 5 Gigabyte Musik Zuhause‘, können aber nicht klar benennen, was sie da überhaupt zuhause stehen haben. Solche Leute machen mich krank.“ (GBA4 16:03 - 16:12)

Annika: „Ich bin jetzt grad dabei, mir Sachen fast handschriftlich aufzuschreiben, die ich dann mal höre und die mir gefallen, die ich dann irgendwann, wenn ich dann mal soweit bin und mir den nächsten Laptop kaufe, die alle runterladen kann und dann würde ich das auch in Ordnern sammeln, aber nicht als CD oder als Platte.“ (APA 37:08 - 37:25)

Mit dem digitalen Auflegen zogen neue Werte sowie Wertekonflikte in die Technokultur ein, die eher mit Rockmusik assoziiert werden. So stehen sich die Anhänger des Handwerks und der

„Passion of the knob“ (Butler 2016a) gegenüber. Dabei stellt das Handwerk einen maßgeblichen Wert der Rockkultur dar (vgl. Auslander 2008), der im Zuge des Wandels der technologischen Basis in der Technokultur wertvoll wurde. Zwar ist in beiden Fällen die Erzeugung von Liveness zentral, allerdings ist bei Synch-DJ-Sets oder vorprogrammierten Sets die Bedeutung der Passion of the knob-Momente bedeutsamer, um diese zu erschaffen. Dadurch erweiterte sich die Vorstellung der Authentizität in der Technokultur. Für die Gäste bspw. der Mainstage von EDM-Festivals bestehen die Authentizität und der Wert von DJs in einer guten Show, bei der sich diese mit dem ganzen Körper einbringen. Für die Sonic Bodies in den Underground-Clubs entscheidet dagegen das Handwerk über die Authentizität.

Distinktionen erscheinen im hohen Maße produktiv, da sie neues Musicking und eine Besinnung auf die individuell wichtigen Werte provozieren. Trotz der Zunahme digitaler Auflegpraktiken existieren distinktive Gegenbewegungen, die eine Aufwertung des Auflegens mit Vinyl zur Folge hatten.

Ümit: „Das andere ist halt, was ich noch positiver finde, da es rar geworden ist [Vinyl aufzulegen], umso wertvoller ist es jetzt geworden. Also wenn ich irgendwo ein Set hochlade, dann heißt es nicht mehr DJ-Set, sondern Vinyl-DJ-Set.“ (ÜHA 2:51:52 - 2:52:05)

Diese Aufwertung ist eine Folge der Krise des Digital Turns. Sie zeigt sich an der Wiederaufnahme der Produktion des Technics MK-1210. Zuerst präsentierte der Hersteller Pioneer 2014 mit dem PLX-1000 einen Nachbau des legendären Plattenspielers, der mit 699 € die Hälfte des Preises kostete, als ursprünglich von Technics veranschlagt. Technics hat wiederum zum 50. Jubiläum des MK-1210 eine limitierte Version des SL-1200 G für 3499 € (UVP) auf den Markt gebracht (Technics 2016). Weiterhin kam es in gewissen Gemeinschaften zu einem Wiedererstarken der Vinylkultur, in welcher das Spielen von Vinyl eine besondere Konsekration erfährt und Newcomer*innen auf dieses Medium zurückgreifen.

Distinktionen innerhalb lokaler Szenen haben zu einem Aufkommen sowohl von Vinyl only- als auch, an dieser Stelle als solche bezeichnete, ‚High Definition‘-Partys geführt. Der Club Berghain ernannte den März 2011 zum *Monat des Vinyls* und leistete einen Beitrag zur Konsekration des Mediums, welches entsprechend beworben wurde (Berghain 2011). Dies konnte auch im Rhein-Ruhrraum, wie etwa bei *Donner & Doria #14 Vinyl only-Edition* in der Rotunde Bochum am 17. Januar 2015, identifiziert werden (Germany Events 2015). High Definition-Partys basieren auf der Bereitstellung einer hochwertigen Beschallungsanlage (bspw. Funktion One), die explizit beworben wird. Beiden Partykonzepten ist in gleichem Maße ein Fetischcharakter inhärent, welcher die sozialen und medialen Distinktionen innerhalb der Technokultur vorantreibt und kommerzialisiert. Folglich scheint das digitale Auflegen die bereits ausgeprägten Distinktionen gesteigert zu haben. Die Grenzen verlaufen nunmehr nicht nur entlang der Bereiche Kultur-Geld, sondern auch entlang medialer Grenzen wie Vinyl-MP3 oder analogem und digitalem Auflegen.

Hinter den Distinktionen stehen unterschiedliche Werte. Durch das digitale Auflegen und dem Aufkommen der EDM-Kultur entstanden nicht nur neue Wertzuweisungen in der Technokultur, sie provozierten auch Wertkonflikte. Auf der einen Seite waren diese Konflikte neuer Art wie beim digitalen Auflegen, auf der anderen Seite ein wiederkehrendes Phänomen wie bei der Kommerzialisierung durch EDM. Dadurch erfuhren die Werte der Technokultur eine Schärfung und stimulierten distinktives Musicking.

„Werte werden durch Krisen herausgetrieben und scharf profiliert. Niemand schickt sich an, Werte zu verteidigen, solange sie nicht bedroht scheinen. Werte werden, was sie sein sollen, erst in Bedrängnis.“ (Sommer 2016a, S. 158)

8.3.2.5 Konflikte

Die Steigerung der Distinktionen sind Konflikte. Ein Großteil davon innerhalb der Technokultur beruht auf Antipathie oder der persönlichen Befindlichkeiten der Sonic Bodies untereinander. Es muss kein handfester Grund für Konflikte gegeben sein.

Diverse Konflikte sind Manifestationen der Feldstruktur der Technokultur. Diese treten dabei sowohl im Umgang mit externen Akteur*innen als auch unter den Sonic Bodies auf, besonders im Bereich des Livemarkts. In Bezug auf die Ruhrgebietsszene wurden vorrangig Konflikte der freien Veranstaltenden mit Clubs und Diskotheken angeführt, die Chartsmusik und kommerzielle Tanzmusik präsentieren und „den freien Veranstaltern eigentlich quasi den Krieg erklärt haben, weil die sich von denen auf die Füße getreten gefühlt haben“ (KKA3 23:10-17). Maßnahmen einer solchen ‚Kriegserklärung‘ tendieren in erster Linie in Richtung Sabotage einer Party. Als Mittel fungieren die Zerstörung von Promotion-Materialien, wie Plakaten und Flyern, oder „prophylaktisch[e]“ (KKA3 24:07) Anrufe bei der Polizei wegen Ruhestörung. Beweggründe der externen Veranstalter*innen für ihr Handeln sind zum einen auf die Ausgaben von regelmäßigen Clubs oder Diskotheken, zum anderen auf den Zwang, den Ort jede Woche aufs Neue mit Publikum zu füllen, zurückzuführen. Die freien Veranstalter*innen stellen ein Problem dar, weil sie dem Publikum aufgrund der Unregelmäßigkeit ihrer Partys eher ein besonderes Erlebnis im Sinne eines wertvollen Anderen (Groys 1992) bieten können. Regelmäßige Clubs oder Diskotheken sind nicht imstande, dies zu leisten, da sie sich oft am kleinsten gemeinsamen musikalischen Nenner orientieren müssen, sprich an aktuellen Hits und denen vergangener Jahrzehnte. Der Konflikt ist gleichermaßen ein Wertekonflikt, in dem monetär geprägte Wertvorstellungen auf kulturelle Wertvorstellungen prallen.

Zwar erwähnten mehrere freie Veranstalter*innen einen fairen Umgang und gegenseitige Absprachen untereinander, nichtsdestotrotz ist das Handeln auch bei diesen von Konflikten gekennzeichnet. Die Konflikte betreffen ebenfalls vornehmlich den Bereich der Promotion. Obwohl es zum guten Stil der Technokultur gehört, Flyer und Plakate auf anderen Partys zu platzieren, zeigen sich hierbei einige Sonic Bodies unkooperativ und unterbinden dies. So können etwa Plakate von anderen Veranstaltungen im öffentlichen Raum überklebt werden. Dies ist auf den Umstand zurückzuführen, dass Techno auf einer Aufmerksamkeitsökonomie basiert und die Wahrnehmung wichtig für kulturellen und/oder wirtschaftlichen Erfolg ist (vgl. Kapitel Sonische Ökonomie). Ein weiterer Konflikt unter Veranstalter*innen ist maßgeblich durch unterschiedliche Wertpriorisierungen geprägt. Dies bezieht sich auf die Distinktion gewisser Szeneteile gegenüber Veranstaltenden sowie Partys, die sich stärker gen heteronom-gewinnorientierten Produktionen tendieren oder tendiert haben. Hierbei kann bereits die berufliche Vergangenheit mancher Akteur*innen diesen zum Nachteil geraten. Zu Konflikten kann es auch innerhalb von Projekten mit mehreren Veranstalter*innen, resp. Mitbetreiber*innen kommen. Dies stand meist im Zusammenhang mit dem Gewinn eines Clubs, was zu Streitigkeiten in der Ausrichtung und des Besitzanspruchs führte. Ein Interviewpartner sah sich in seiner Arbeit mit unseriösen Partnern konfrontiert. In einem Fall stahl bspw. ein Kooperationspartner die Einnahmen einer Veranstaltung.

Weiterhin bestehen im Livemarkt der Technokultur Konflikte zwischen DJ und Veranstalter*innen auf der einen sowie Veranstalter*innen und Clubs auf der anderen Seite. Maßgeblich haben sich hierbei zwei Schwerpunkte herauskristallisiert: Zum einen in Bezug auf die Auflegdispositive, zum anderen hinsichtlich finanzieller Aspekte. Probleme, die von den Auflegdispositiven herrühren, sind zwar vergleichsweise jung, wurden aber als ein Hauptkonflikt zwischen DJs und Veranstalter*innen bzw. Clubs angeführt. Entweder waren eingeforderte Dispositive nicht

vorhanden oder nicht aufgebaut und eingerichtet. Bei den finanziellen Konflikten kann entsprechend des Verhältnisses unterschieden werden, welcher Art diese sind. Zwischen DJs und Veranstaltenden kommt es zu Streitigkeiten hinsichtlich der Gage. Dies kann sich sowohl in Form von Vorenthaltung oder geringere Gage durch die Veranstalter*innen als auch in Form von Einforderung der vollen Gagen durch die DJs bei einer geflopten Party realisieren. Bei Veranstalter*innen und Clubs ist weniger die ausgeschüttete Summe einer Party entscheidend, da Eintritts- und Getränkeinnahmen meist getrennt abgerechnet werden, als Fragen der Steuerverantwortlichkeit etwa bei der Vergnügungssteuer. Ähnlich verhält es sich mit Forderungen zur Verbesserung der Geschäftskonditionen seitens der Clubbetreiber*innen an die Veranstaltenden, sollten die Partys erfolgreich sein.

Konflikte unter den DJs werden abseits obligatorischer Neiddebatten oft durch Veranstalter*innen oder Clubbetreiber provoziert und stehen im Zusammenhang mit den Auflegdispositiven. Da heutzutage während einer Party meist mehrere und unterschiedliche Technologien Nutzung erfahren, müssen diese in der laufenden Arbeit anderer DJs aufgebaut werden. Dies ist nicht nur eine Behinderung des Handwerks der auflegenden DJ in solch einem Moment. Im Rahmen der Feldforschung kam es diesbezüglich mehrfach zu temporären Unterbrechungen eines Sets, nachdem ein anderer DJ aus Versehen oder bewusst wichtige Stromkabel aus einem Mehrfachstecker entfernte, um das eigene Equipment anzuschließen.

Es kommt in den anderen Bereichen der Technokultur ebenfalls zu Konflikten, auch wenn diese deutlich weniger ausgeprägt und häufig von individueller Natur sind. Dabei kristallisierte sich im Tonträgermarkt vor allem das Abwerben von Musiker*innen durch andere Labels als maßgeblicher Konfliktpunkt heraus. Zwar ist das Veröffentlichen auf anderen Labels in der Technokultur eine übliche Praxis, dennoch leisten diverse Labels oftmals eine Aufbauarbeit bei unbekanntem Musiker*innen, die erst durch diese Aufmerksamkeit erhalten. Deshalb sind Produzent*innen stärker an gewisse Labels gebunden oder werden mit diesen assoziiert. Daher birgt Abwerben in mehrfacher Sicht Konfliktpotenzial, da zum einen Labels um ihre Aufbauarbeit, zum anderen um Musiker*innen mit hohem subkulturellem Popularitätskapital gebracht werden. Aus Sicht der Musiker*innen mag der Wechsel zu anderen Labels auf den ersten Blick sinnvoll und logisch erscheinen, die Aktivitäten zu teils besseren Konditionen zu verlagern. Allerdings entpuppen sich diese Lockangebote oft als doppelbödig. Im Nachhinein hielten Labelmacher*innen ihre Versprechen nicht ein oder sorgen auf anderen Wegen für Unmut bei den Musiker*innen etwa im Zusammenhang von Verträgen. In einem Fall kam es nie zur Übersendung des versprochenen Vertrags, in einem anderen handelte es sich um einen Knebelvertrag. Abseits davon entstehen die Konflikte zwischen Musiker*innen und Labelmacher*innen bei der Umsetzung und Abwicklung einer Veröffentlichung:

Gabriel: „Oder auch teilweise so Veröffentlichungen auf Labels, die dann für das Artwork 250 € bezahlt haben und mir dann irgendwie 140 € überwiesen haben, wo ich dann echt einen Hals kriege. So wie [Label] zum Beispiel. Wo irgendwie komischerweise alle großen Namen drauf veröffentlichen. Die telefonieren alle ab, sind unheimlich nett und hinterher kriegst du dann die absolut beschissene Abrechnung und die machen sich die Taschen da voll.“ (GAA 22:24 - 22:52)

9 Sonische Städte

*„Trainingshose, Feinripp und Dosenbier, wo der Asi wohnt, ist mein Revier.
Kevin, Justin und Chantal – Mülheim bliev asozial!
Selbst die Bullen haben Angst – Mülheim-Action-Asselpunks.“
Mülheim Asozial – Mülheim bleibt dreckig (2013)*

Dieses Kapitel widmet sich dem Musicking der Sonic Bodies und Gemeinschaften in Städten. Der Fokus liegt auf den Produktionen, Werte-Schöpfungen und jeweiligen Bedingungen der Städte, die das Musicking beeinflussen. Städte erscheinen als Material mit spezifischer Materialität. Dabei werden die unterschiedlichen Timbres der Städte, auch in Bezug auf lokalstilistische, untersucht. Städte stellen eine weitere Form der sozialen Relationen der Technokultur dar. Sie sind die größere Struktur, in welche die Gemeinschaften und Szenen eingebunden sind, durch sie geprägt werden und sich im Umkehrschluss auf die Stadt auswirken.

9.1 Musik, Musicking, Städte

Der Faktor Stadt darf nicht unterschätzt werden, da dieser das Musicking der Sonic Bodies auf positive sowie negative Weise beeinflusst. Wie Halfacree und Kitchin (1996) aufzeigen, waren es die Bedingungen, die aus Manchester „Madchester“ und zum Ort diverser popmusikalischer Innovationen machten. Bedingungen der Städte unterscheiden sich bspw. in punkto struktureller Gegebenheiten, lokaler Möglichkeiten oder Handeln der Ämter. Sie divergieren hinsichtlich ihrer jeweiligen (basalen) Stadtkultur, als Kultur der Stadt, Kultur in der Stadt (Lindner 2004, S. 386), und Atmosphären. Die Stadtkultur prägt die musikalischen und sozialen Timbres der Städte. Diese sind auch Folgen von Handlungen und symbolischen Praktiken der Sonic Bodies und Gemeinschaften. Werte-Schöpfung vor Ort wird durch die Bedingungen der jeweiligen basalen Stadtkultur gerahmt, was zu unterschiedlichen ästhetischen, handlungspraktischen und sozialen Ausprägungen der Sonischen Gemeinschaften führt.

Städte sind für die Untersuchung der Technokultur von Interesse, da es hier zur ersten Werttransition und -modulation kommt. Sie können von den Aktivitäten der jeweiligen Szenen auf unterschiedliche Weise profitieren und gleichermaßen materielle wie symbolische Werte schöpfen. Als Teil der Städte beeinflussen die Sonischen Gemeinschaften diese. Sie betreiben sowohl für sich als auch die Städte Werte-Schöpfung. Städte profitieren zum einen durch Steuern, Tourismus (Cohen 2007; Friedrich 2010) und Umwegrentabilität. Zum anderen prägen Szenen und das Musikleben das Image, Identität (Gnad 1994; Cohen 2007; Schlögl 2011), die urbanen Soundscapes (Friedrich 2010, S. 292) sowie „sinnlichen Geographien“ (Lindner 2004, S. 392f.) von Städten. Urbane Szenen wie House und Techno sind „Lieferanten von Requisiten“ und „Inszenierungsstrategien“ (Friedrich 2010, S. 196) von Städten. Clubs besitzen symbolisches Potenzial und erfahren entsprechend Unterstützung durch Städte (Kuchar 2020, S. 239). Dies macht Städte für Investoren und die Ansiedlung von Musikunternehmen (Blättermann 2018) oder der „kreativen Klasse“ (Florida 2002) attraktiv. Allerdings verfügen einerseits lokale Szenen über unterschiedliche Wertigkeiten für die jeweiligen Städte, andererseits bemessen diese den Wert von Techno unterschiedlich. Wertetransition geht oft mit Wertekonflikten einher, da Stadt und die Gemeinschaften der Szenen divergierende Vorstellungen über das Wünschenswerte haben. Dies betrifft etwa Recht und Stadtplanung, die für Clubs die Verlagerung oder das Ende bedeuten können

(Kuchar 2020, S. 130ff.). Städte können auch ausbeuterisches Verhalten in Bezug auf ihre lokalen Musikszene offenbaren (Reckwitz 2012; Pol O'Meara/Trotter 2013; Friedrich 2014; Kircheng 2016).

9.2 *Techno and the cities*

“This attempt to be cosmopolitan while keeping a regional mind-set would become a dichotomy shared by Detroit and techno music.” (Sicko 2010, S. 38)

Offenheit ist ein Merkmal von Städten (Lindner 2004, S. 388), was mit dem zentralen Wert der Offenheit in der Technokultur korreliert. Dies hebt Techno Status als vorrangig städtisches Phänomen hervor. Es gibt die attraktiven Städte der Technokultur, die diverse Optionen der Wertschöpfung bieten, und die unattraktiven (Diaz-Bone 2010, S. 393). Die Attraktivität der Städte steht im Zusammenhang mit ihrem subkulturellen Popularitätskapital. Sonic Bodies und Gemeinschaften profitieren auf symbolische Weise davon, da die Eigenschaften des Ortes auf diese projiziert werden (ebd., S. 383). „Diese Ortsnamen werden so selbst zu Ressourcen für den distinktiven Lebensstilgehalt von Techno“ (ebd.), mittels derer die Sonic Bodies und Gemeinschaften subkulturelles (Popularitäts-)Kapital aggregieren. Berlin ist in diesem Zusammenhang zum musikalischen Zentrum von Techno geworden (Sicko 2010, S. 118-121). Die Attraktivität der Stadt für die House- und Technokultur schlägt sich auch in der Anzahl an wissenschaftlichen Arbeiten zu Techno in Berlin nieder (vgl. u. a. Werner 2001; Vogt 2005; Lange 2007; Schwarzbeck 2008; Schwanhäußer 2010; Bürkner/Lange 2010; Grote 2014; Paulus/Winter 2014; Henschel 2015; Kühn 2017; Meteo/Passaro 2017). Der von Alexander Weheliye (2015) kritisierte Germanozentrismus in der Forschung zur elektronischen Tanzmusik und vor allem Techno, ist gleichzeitig meist ein ebenfalls problematischer Berlinzentrismus:

„Mit dieser stark fokussierten Perspektive wird aber trotz europäischen Rahmens gleichzeitig auch die symbolisch-kulturelle Hegemonie Berlins bestätigt und abermals fortgeschrieben. Die Hauptstadt gilt spätestens seit Beginn des Jahrzehnts in der öffentlichen Wahrnehmung nicht nur als Mittelpunkt der kulturell-symbolischen Produktion und Konsumtion. Unter der Hand werden damit aus Beschreibungen stillschweigend Normierungen. Etwas muss dann plötzlich, damit es gut ist, aus Berlin kommen“ (Geier 2009, S. 60).

Der Berlinzentrismus der Forschung folgt damit der Wertzuweisung, die die Hauptstadt durch die Technokultur, Feiertourist*innen, Szene- und Boulevardpresse erhält. Die unattraktiven Städte der Technokultur, deren Szenen weniger subkulturelles Popularitätskapital besitzen und von der Partizipation an diesen weniger subkulturelles Kapital ausgeht, finden wissenschaftlich weniger Berücksichtigung. Die Fokussierung auf Berlin ist problematisch, da sie in mehreren Aspekten den Blick verengt. Zunächst stellt die Stadt eine singuläre Situation sowohl historisch als auch in punkto von Techno dar, was mit ihrer Geschichte zusammenhängt. Dies hat dazu geführt, dass es dort möglich ist, auch als relativ unbekannte/r DJ den Lebensunterhalt durch das Musicking zu bestreiten. In anderen Städten verhält es sich anders, da die dortigen Sonic Bodies nicht davon leben können und es aus Freude betreiben. Daher müssen sie eher auf andere Clubs zurückgreifen und sich dort einmieten, was Abhängigkeiten und Kämpfe mit anderen Veranstaltenden um die Orte erzeugt. Deshalb sollte auch den kulturellen Peripherien und den spezifischen lokalen An eignungen von Techno die angemessene Aufmerksamkeit geschenkt werden, um zu einem differenzierten Ergebnis zu gelangen (vgl. Schyma 2002, S. 93; Geier 2009, S. 60). Zwar befördert auch diese Arbeit den Germanozentrismus und Berlinzentrismus, dafür werden aber noch eine andere Stadt und eine Region untersucht, die weniger im Fokus der Technoforschung stehen: Köln und das Ruhrgebiet.

9.2.1 Städte als Material, Materialität und Sozialität der Städte

Geographie und Städte sind für das Wirtschaften im Generellen von großer Bedeutung (vgl. Lange 2007). Sie üben einen Einfluss aus, der die Produktionen stimulieren oder hemmen kann. Örtliche Nähe ist für Vernetzung, Proben oder Aufführungen relevant (Wikström 2013, S. 129). Daraus resultierende Face-to-face-Situationen dienen der Anbahnung von Geschäftskontakten, Kollaborationen und Projekten (Grimm 2014, S. 250). Für die Attraktivität und Unattraktivität von Städten als Standorte musikwirtschaftlicher Organisationen zeigen sich mehrere Standortfaktoren und Standortkomplexe verantwortlich, die Verena Blättermann (2018) folgendermaßen unterteilt:

1. Infrastruktur, Politik und öffentliche Einrichtungen
2. Ökonomische Faktoren
3. Charakter und Image der Stadt
4. Menschen, Netzwerke und Community
5. Kultur, Atmosphäre und Lebensqualität

Infrastrukturelle Gegebenheiten der Städte unterscheiden sich hinsichtlich Bebauung, Leerstand, Brachflächen, verfügbaren Orten und dem ÖPNV. Hierbei sind auch die Eigentumsverhältnisse von Interesse. Städte divergieren in punkto der lokalen Durchsetzung von Gesetzen und Regelungen vor Ort. Dies bezieht sich auf das Handeln der Verwaltung in einer Stadt. In Städten können sich bereits (musik-)wirtschaftliche Cluster gebildet haben, die Neuzugängen die Vernetzung erleichtert und Möglichkeiten zur Produktion sowie Aufführung bietet (vgl. Grimm 2014, S. 248). Weiche Standortfaktoren, wie Image, Stadtkultur und Atmosphären, als Gesamtheit all ihrer Qualitäten (Götz 2006, S. 92), sind von Belang, da sie einerseits anziehend, andererseits inspirierend wirken können.

Städte haben die Sonic Bodies der Technokultur inspiriert und ihnen einen „Möglichkeitsraum“ (Lindner 2004, S. 388) geboten. Bereits in Detroit hatte die verfallende Infrastruktur der einst strahlenden Wirtschaftsstadt die dortigen Produzenten und DJs musikalisch inspiriert (Sicko 2010, S. 36). Die Implikation von Städten als Inspiration- und Möglichkeitsräumen hat auch musikalisch-sonische Dimensionen. Gemeinschaften erscheinen hierbei als Stilgemeinschaften, die ein lokalstilistisches Timbre aufweisen und verfolgen (vgl. Diaz-Bone 2010, S. 381). Diese umfassen Netzwerke aus DJs, Produzierenden, Labels, Booking-Agenturen und Clubs, die einerseits die materielle Basis der Werte-Schöpfung bilden, andererseits als stilistische Klammer wirken.

Hierbei dienen Ortsnamen abermals als Ressource. Diese verweisen auf eine ästhetische sowie ideologische Haltung, die mit dem Ort assoziiert wird (vgl. ebd., S. 382). Dies betrifft zum einen die lokalstilistische Ausprägung von Techno, zum anderen die Orientierungen der Gemeinschaften gen Technokultur oder Massenmarkt. Dabei verweisen Ortsnamen bereits innerhalb einer Stadt auf unterschiedliche Lokalkolorite von Gemeinschaften. Diese spezifischen musikalischen Werte sind in Institutionen, wie Labels oder Clubs, eingegossen, die deren Repräsentanten sind. Im Fall von Berlin und Köln wurden daher musikwissenschaftliche Analysen zur Identifizierung der Timbres der Städte durchgeführt. Diese werden in geringem Maße mit Sonic Fiction kombiniert, um zu beschreiben, wie sich die Tracks anhören, aber auch anfühlen (Eshun 1999). Zwar attestiert Sascha Kösch im Vergleich zur vergangenen Technokultur einerseits ein Verschwinden von echten Koloriten und andererseits die Funktion von Koloriten als Marketing-Werkzeug (Kösch 2006). Dennoch existieren spezifische Auslegungen des Stils, die an Labels und Clubs gebunden sind. Der Begriff Lokalkolorit fokussiert zwar die Stadt, nichtsdestotrotz können Auswärtige diesem zugerechnet werden (vgl. Grimm 2014, S. 245).

Das Verhältnis zwischen den Städten und ihren Sonic Bodies sowie Gemeinschaften ist dabei ein reziprokes. Wie Schwanhäüßer (2010) aufzeigt, bringt die basale Stadtkultur Berlins Menschen hervor oder lockt solche an, deren Leben sich in Transition befindet und nirgends ankommt. Dies gelingt, da Berlin eine transitorische Stadt ist, die sich ebenfalls im permanenten Wandel befindet (vgl. Gutmair 2013). Mit ihrem Handeln prägen die Sonic Bodies und Gemeinschaften die transitorische Stadtkultur. Dies gilt auch für andere Städte, die über andere lokale kulturelle Praktiken verfügen, die in der dortigen Szene Widerhall finden und die lokalstilistischen Timbres der Städte ausmachen.

Städte stellen eine Form sozialer Relationen dar. Gemäß der These Felix Guattaris (2008) hängen die drei Ökologien der Körper, sozialen Relationen und Umwelt zusammen und beeinflussen einander. Dabei unterscheiden sich sowohl die jeweiligen sozialen Relationen und Bedingungen als auch die Umwelten der Städte. Geologie und Temperatur können zu anderen Ausgestaltungen der sozialen Relationen und in Konsequenz der mentalen/inneren Ökologien führen. Umwelten bringen andere innere Ökologien hervor, die das Handeln oder Musicking in der sozialen Ökologie determinieren. Auf diese Weise resultieren die räumliche und soziale Atmosphäre in unterschiedlichen musikalischen Atmosphären.

Gabriel: „Man trifft sich hier [Köln] viel auf der Straße, weil es warm ist, vielleicht. Ja, es ist nur drei Grad wärmer als Frankfurt, aber es ist wärmer. Und das macht echt viel aus, glaube ich schon.“ (GAA 1:40:46 - 1:40:56)

Städte sind in Regionen oder Länder eingebettet. In Guattaris Auslegung sind sie Teil der natürlichen und sozialen Ökologie.

„Ein Land oder eine Region ist eben nicht nur ein ‚dinglich erfüllter Ausschnitt der Erdoberfläche‘ (wie man in der älteren Geographie gern definierte), sondern zugleich ein historisches Gebilde, ein ökonomischer Verflechtungsraum, ein politisches Territorium, eine Arena der politischen Willensbildung, Interessenartikulation und Konfliktaustragungen, ein sozialer und kultureller Verflechtungszusammenhang, ein Projektionsraum kollektiver, aber auch personaler Identifikationsprozesse, ein Gegenstand von Literatur, Kunst und Marketing, vielleicht auch ein Mythos, eine Fiktion“ (Blotevogel 2001b).

Zu welchen unterschiedlichen Ergebnissen dies in der Technokultur führen kann, wird anhand von Köln und dem Ruhrgebiet aufgezeigt. Die leitende Frage lautet hierbei: Warum gelang es Köln eine Szene mit internationaler Strahlkraft zu etablieren und dem Ruhrgebiet nicht?

9.3 Berlin: Hub und Blase

Berlin ist von herausragender Bedeutung für die Technokultur, da die Stadt als Netzknotenpunkt für Musiker*innen und Organisationen fungiert. Zahlreiche renommierte Clubs haben die Stadt zu einem Anziehungspunkt und Wirtschaftsfaktor werden lassen. Diese Sonderstellung verdankt sie historischen und strukturellen Gegebenheiten, die die Stadt und ihre Technoszene bis heute determinieren.

9.3.1 Historie

Eine komplette historische Abhandlung der Berliner Technoszene kann an dieser Stelle nicht geleistet werden, wäre für die Arbeit auch nicht zielführend, da dies bereits mehrfach erfolgt ist (vgl. Vogt 2005; Schwanhäußer 2010; Denk/Von Thülen 2012; Gutmair 2013; Kühn 2017). Stattdessen liegt der Fokus auf der Stadt, den Gemeinschaften und ihr Musicking, Distinktionen und Werte-Konflikten.

Die Berliner Technoszene bildet für die gesamtdeutsche Technoszene einen Einflussfaktor. Dies ist auf die historisch singuläre Situation der Stadt als entmilitarisierte Zone, dem Fall der Mauer, dessen Folgen und dem besonderen Aufbruchgefühl der damaligen Zeit zurückzuführen (vgl. Gutmair 2013, S. 27). Der Ostteil war mehrere Jahre lang vom Wegzug der Bevölkerung und einem Verwaltungsvakuum geprägt, was sich die junge Technoszene zunutze machte. Dieses Niemandsland bot eine einmalige Atmosphäre des Verlassenen und den Sonic Bodies als auch Gemeinschaften einen Möglichkeitsraum zur Kulturproduktion und Werte-Schöpfung. Besonders verlassene Gebäude oder Keller sprachen die Hausbesetzer und/oder Sonic Bodies an, woraufhin sich eine Clubkultur entwickelte, die vorrangig illegal operierte. Zwar gab es im Westteil Clubs und Diskotheken wie das Café Anfall, einem der ersten Orte der Houseszene (ebd., S. 147f.), wo Technopartys möglich gewesen wären, diese wurden aber weitestgehend ignoriert. Gleiches gilt für die G.I.-Clubs der Stadt (Weheliye 2015). Damit unterscheidet sich die Berliner Clubkultur zu dieser Zeit deutlich von der Frankfurter, die über eine Diskothekentradition und mit dem „Konterrevolutionär“ Sven Väth (Daniel Pflumm in Gutmair 2013, S. 210) früh über einen Star verfügte.

Für einige Jahre glich der Ostteil einer „temporären autonomen Zone“ (Bey 1994). Das Machtvakuum der Verwaltung resultierte aus unklaren Zuständigkeiten. Bei diversen Gebäuden war lange nicht geregelt, welche Institution für dessen Abwicklung verantwortlich war. Selbst wenn dies geklärt war, ließen Behörden die Sonic Bodies oftmals für einen längeren Zeitraum gewähren. Dadurch bot Ost-Berlin zahlreiche Freiräume, die potenziell bespielbar waren. Teilweise waren diese in besetzten Häusern angesiedelt, wie Die Ständige Vertretung im „Tacheles“ oder „Eimer“ in der Rosenthaler Straße 68. Gleiches gilt für den kleinsten Club Berlins, das „Elektro“, welches im okkupierten und zum Künstlerhaus umgewandelten WMF, dem ehemaligen Repräsentationsbau der Württembergischen Metallwarenfabrik Aktiengesellschaft, verortet war (Gutmair 2013, S. 149f, S. 164). Der Todesstreifen wurde auch bespielt und ästhetisch aufgewertet. Räume erfuhren visuelle Modulierung durch VJs oder Installationen (Lange 2007, S. 212).

Mit dem Fall der Mauer setzte das Verschwinden ein, welches charakteristisch für Berlin ist (Schwanhäußer 2010, S. 309ff; Gutmair 2013.). Bevor die Gebäude und alte Ostatmosphäre verschwinden sollten, ging zunächst das Wertesystem Ost und zahlreiche kollektive Identitäten verloren. Was einst Arbeit und Identität gab, wurde privatisiert und abgewickelt (Gutmair 2013, S.

109). Das alte West-Berlin der 1980er Jahren verschwindet auch allmählich. Waren die Jahre vor dem Mauerfall von Punk und New Wave geprägt, mit einer entsprechenden „coolen“ Haltung, die „fern der Welt“ war, so wandelte sich der Habitus des Publikums in den Bars West-Berlins zu mehr Offenheit (ebd., S. 139).

Bereits vor der Wende zeichnet sich die Bedeutung des Radios für die Berliner Szene, vor allem im Osten, ab. Über die Sendung SF-Beat von Monika Dietl erhielten die Sonic Bodies aus dem Ostteil Zugang zu elektronischer Tanzmusik. Dies forcierte die dortige Kassettenkultur zusätzlich (vgl. Vogt 2005, S. 201), die auf Mitschnitten von Sendungen basierte, die unter der Hand verbreitet wurden.

Die Technoszene der Nachwendezeit bestand aus mehreren Gemeinschaften aus Ost- und West-Berlin, die unterschiedlichen Szenen entsprangen. Während einige der Ost-Akteur*innen Teil der Punk- oder Hooligan-Szene waren, hatten einige West-Akteur*innen eine Hausbesetzer-, Punk-, Geniale Dilletanten- oder NDW-Vergangenheit (vgl. Vogt 2005; Denk/Von Thülen 2012; Gutmair 2013). Die Nähe zu Punk zeigt sich an Orten wie dem Eimer, an denen sich die Punk-Szene u. a. versammelte (Gutmair 2013, S. 102, S. 147f.). Einige dieser Gemeinschaften hatten sich vor dem Fall der Mauer gebildet, wie etwa die um Dimitri Hegemann⁹⁶, Dr. Motte⁹⁷ oder Wolle XDP⁹⁸. Im weiteren Verlauf verbanden sich diese und verfolgten gemeinsame Produktionen. An der frühen Berliner Technoszene ist das Miteinander bemerkenswert, das imstande war, Menschen aus unterschiedlichen Szenen zusammenzubringen (Denk/Von Thülen 2012, S. 90):

„Jens Uwe Vogt, einer der Hooligan-Führer vom BFC Dynamo, hat seinen Jungs damals eine Ansage gemacht: ‚Hier sind ziemlich viele Schwule, die kriegen mal nicht aufs Maul. Von denen könnt ihr echt was lernen. Das sind gute Leute, wir können hier alle zusammen eine gute Zeit haben‘. Plötzlich liefen um die hundert Jungs von denen in der Szene rum“ (Stefan Schvanke⁹⁹ zitiert aus Denk/Von Thülen 2012, S. 255).

Dabei fand der Austausch schon vor der Wende auf Partys u. a. im Café Anfall statt, bei „denen schwule Männer den Heteros das Feiern“ beibrachten (Gutmair 2013, S. 148).

Das Miteinander zeigte sich auch bei der Organisation von Partys oder Clubs, die besonders in der Anfangszeit in kollektiver Produktion erfolgte, gemäß „dem Motto: ‚wir basteln uns eine Disko‘“ (Annie Lloyd¹⁰⁰ zitiert aus Denk/Von Thülen 2012, S. 174). Sämtliche Dekorationen, die Technik, Infrastruktur, Promotion, Ausschank, etc. wurden dabei von den Sonic Bodies eigenhändig umgesetzt. Improvisation wurde zum Prinzip. Die Materialität der Clubs speiste sich aus der spezifischen Materialität des Ostens. Ostwaren, die gerne zur Deko benutzt wurden, stammten wahlweise aus aufgegebenen Wohnungen, vom Flohmarkt oder Gebäuden der DDR. So fand die Bar aus dem Palast der Republik im WMF eine neue Heimat (Gutmair 2013, S. 112). Wichti-

⁹⁶ Dimitri Hegemann (*1954) betrieb die Clubs, Festivals und Versammlungsorte Ufo, Atonal-Festival, Fischbüro und Fischlabor in Berlin. Er ist Betreiber des Clubs Tresor in Berlin (Denk/Von Thülen 2012, S. 408).

⁹⁷ Dr. Motte (*1960, eigentlich Matthias Roeinigh) ist DJ (ehemaliger Resident im Planet), Veranstalter und Mitbegründer Loveparade (Denk/Von Thülen, S. 410).

⁹⁸ Wolle XDP (*1967, eigentlich Wolle Neugebauer) ist DJ und Veranstalter aus Ostberlin. Er betrieb die Tekknozid-Partys.

⁹⁹ Stefan Schvanke (*1971) ist ein „Raveaktivist“ (Denk/Von Thülen 2012, S. 411) der ersten Berliner Technogeneration. Er ist Gründer von 1000, einem Unternehmen, welches als Magazin, Bookingagentur oder Partyveranstalter in Erscheinung tritt. Schvanke führt seit 1992 eine Oldschool-Partyreihe namens „Back to Basics“ durch (Denk/Von Thülen 2012, S. 411).

¹⁰⁰ Annie Lloyd (*1965) trat zuerst als Raverin in Erscheinung und war Barfrau im Krik und Planet sowie Mitarbeiterin im e-werk (Denk/Von Thülen 2012, S. 409).

ge Zeugnisse dieser Phase waren u. a. die Clubs Tresor und Planet. Der Tresor war der erste Technoclub Berlins, der in der unterirdischen Tresorkammer des ehemaligen Wertheim-Kaufhauses untergebracht war und im Jahr 1991 eröffnete¹⁰¹. Einen Monat später folgten die ersten Planet¹⁰²-Partys, die sich durch Distinktion gegenüber dem Tresor auszeichneten.

„Der Planet hat den Tresor als das zentrale Ereignis der Stadt abgelöst. Der Tresor war so superernst, so ‚Wir haben die härtesten Scheiben, die krassesten DJs, wer sich in den Keller traut, muss da erst mal wieder lebend rauskommen‘. Der Planet war entertainment for everybody [im Original kursiv] – sofern man ihn fand.“

(Terrible¹⁰³ zitiert aus Denk/Von Thülen 2012, S. 166)

Distinktion gegenüber dem Tresor erfolgte auf mehreren Ebenen. Der Planet präsentierte auf der einen Seite einen anderen Sound, der „viel chicagomäßiges Zeug, aber verspult, versponnen, abwechslungsreich“ (Westbam¹⁰⁴ zitiert aus Denk/Von Thülen 2012, S. 172) bot. Auf der anderen Seite verfügte er über klanglich bessere Technik als der Tresor (Denk/Von Thülen 2012, S. 167). Die Inszenierung der Partys folgte anderen Maßstäben, die sich in individuell für eine Veranstaltung erstellten Bannern, Dia-Projektionen oder Lichtkonzepten manifestierte. Ebenfalls grenzte sich der Planet hinsichtlich der Türpolitik von anderen Clubs ab und rückte die Distinktion in den Vordergrund der Selektion (ebd., S. 168).

Während der Planet illegal betrieben wurde, griffen die Betreiber des Tresors auf eine Taktik zurück, die von vielen Akteur*innen der Berliner Technoszene genutzt wurde. Dabei wurden die Aktivitäten als „Galerie mit Stehausschank“ (ebd., S. 138) angemeldet. Kurz nach der Wende hatten im Ostteil zahlreiche Galerien eröffnet, die neben der Ausstellung von Kunst, die Möglichkeit zum Austausch boten. Räume für Galerien und Bars wurden zwischengenutzt, was die Miete verringerte, aber mit dem Risiko des kurzfristigen Auszugs verbunden war. 1992 bemerkte das Berliner Bauamt den Aktivitäten des Tresor-Gemeinschaften, sodass der Club aufgrund von Brandschutzbestimmungen schließen musste (ebd., S. 268).

Dadurch hat die frühe Berliner Technoszene Praktiken, wie Zwischennutzungskonzepte, eingeführt, auf die noch heutzutage zurückgegriffen wird. Einen großen Anteil daran hatten Jutta Weitz von der Wohnungsbaugesellschaft Berlin-Mitte und Dolly Leupold vom Kulturamt, die für dezentrale Kulturarbeit verantwortlich war (Gutmair 2013, S. 127, S. 133). Auf Weitz geht die Taktik der temporären Nutzung von Räumen der Wohnungsbaugesellschaft Berlin-Mitte für die Kulturszene zurück. Beide boten gemeinsame Sprechstunden an, um den Kreativen bei ihrer Suche unbürokratisch zu helfen. Weitere Praktiken, die sich in anderen lokalen Szenen verbreiteten, sind Afterhours, die zuerst im „Walfisch“ in Berlin durchgeführt wurden (Denk/Von Thülen 2012, S. 249). Weiterhin gab es erste Ansätze des potenziellen ganzwöchigen Feierns (ebd., S. 250), für die Berlin in der Gegenwart bekannt ist (vgl. Rapp 2009).

Obwohl die Interviewten in „Klang der Familie“ (Denk/Von Thülen 2012) das Zusammengehörigkeitsgefühl der ersten Berliner Technogeneration hervorheben, war bereits die damalige Szene

¹⁰¹ Der Club existierte an diesem Standort von 1991 bis 2005 und musste danach an die Köpenicker Straße umziehen (Denk/Von Thülen 2012, S. 416f.).

¹⁰² Der Planet war ein illegaler Club in einer ehemaligen Seifenfabrik, der 1991 gestartet wurde. Aufgrund des illegalen Vorgehens musste der Planet mehrfach umziehen. Die Macher*innen eröffneten später den regulären Club e-werk (Denk/Von Thülen 2012, S. 415f.).

¹⁰³ Terrible (*1965, eigentlich Jörg Henning) war Resident-DJ in den Clubs Tresor, Planet und Globus (Denk/Von Thülen 2012, S. 411).

¹⁰⁴ Westbam (*1965, eigentlich Maximilian Lenz) ist DJ sowie Produzent und war Mitgründer des Labels Low Spirit und Mitveranstalter der Mayday und Loveparade (Denk/Von Thülen 2012, S. 412).

von Distinktionen durchzogen, die sich immer signifikanter ausprägten und zum Motor der Produktionen sowie Szeneaufspaltung wurden. Im Zusammenhang mit den Berliner Partys zeichnen sich ab 1990 Distinktionen wie der Begriff „Tekkno“ und die dazugehörige Party Tekknozid ab, welche „[h]ärteste Techno-Beats aus House, Industrial, Hip-Hop, Electronic Body Music (E.B.M.), New Beat und Acid“ (Wolle XDP zitiert aus Denk/Von Thülen 2012, S. 98) präsentierte.

„Wir wussten auch erst mal nicht, wie das heißen soll. Techno, Technohouse..., fanden wir alles scheiße. Und dann sind wir halt auf die zwei Ks gekommen. Quasi als Distinktionsgewinn. Bei uns läuft nicht ‚Techno‘, sondern ‚Tekkno‘.“ (Johnnie Stieler¹⁰⁵ zitiert aus Denk/Von Thülen 2012, S. 97)

1992 gingen Entwicklungen auf Seiten der Musik vonstatten, die ebenfalls durch Distinktion angetrieben wurden. Ab diesem Zeitpunkt etablierten sich zwei gegensätzliche stilistische Ausrichtungen in der Berliner Technoszene, die entweder härter oder melodischer wurde (Denk/Von Thülen 2012, S. 236; vgl. Mathei 2012, S. 38f.) und Hardcore sowie Trance hervorbrachten. Besonders der Club Bunker setzte dabei auf Abgrenzung durch Härte (Denk/Von Thülen 2012, S. 315). Trance erfuhr aufgrund des größeren kommerziellen Potenzials besonders durch das Magazin Frontpage Unterstützung (ebd., S. 236). Da sich Trance allerdings schnell dem Vorwurf der Kommerzialisierung ausgesetzt sah (ebd., S. 245; Schäfer et al. 1998, S. 101), führte dies zu distinktiven Handlungen. Eine Variante davon bestand in der askeseorientierten Praktik, unbekannte Stücke zu spielen, um sich von den DJs, die Hits auflegten, abzugrenzen.

„Manche aus der Nachwuchsfraktion haben so einen merkwürdigen B-Seiten-Film gefahren. Ein richtiger DJ musste auf B-Seiten fündig werden, war das Dogma. Das Gegenteil war Paul van Dyk¹⁰⁶. Den musste ich einmal auf dem Hof trösten, weil die anderen ihn als Hit-Schlampe gedisst hatten. Ich habe ihm versichert, dass Hits völlig o.k. sind, aber drei Mal Ramirez zu spielen wäre vielleicht doch etwas too much.“ (3Phase¹⁰⁷ zitiert aus Denk/Von Thülen 2012, S. 274)

Eine wichtige Position innerhalb des erwähnten B-Seiten-Kults nahm der Plattenladen Hard Wax ein, der die zentrale Anlaufstelle für amerikanische Technoimporte in Berlin war (vgl. Sicko 2010; S. 120; Denk/Von Thülen 2012, S. 116f.). In der Anfangszeit des Ladens herrschte dort unter den kaufenden DJs eine ausgeprägte Hierarchie vor, infolgedessen den Newcomer*innen nur die übrig gebliebenen Platten erhältlich waren, da die erste Riege der Berliner DJs eher Zugang erhielt (Denk/Von Thülen 2012, S. 123).

Zur selben Zeit findet eine zunehmende Gewinn- und Massenproduktionsorientierung eines Strangs der Berliner Technoszene statt. Besonders distinktiv äußern sich einige der Interviewten gegenüber Westbam, dessen Label Low Spirit und Jürgen Laarmann, den Betreiber der Frontpage. Als Wendepunkte kristallisieren sich dabei die erste Mayday und das Engagement der erwähnten sowie weiterer Akteur*innen in der Umsetzung der Loveparade heraus (ebd., S. 287f.). Besonders bei der Vorplanung der Loveparade 1992 kam es zu den ersten Wertkonflikten über die Ausrichtung der Parade, die Dr. Motte wie folgend erklärte: „Der Konflikt war: Ehrliche Kultur oder Profit?“ (zitiert aus Denk/Von Thülen 2012, S. 287). Im weiteren Verlauf fangen

¹⁰⁵ Johnnie Stieler (*1965) war Veranstalter der Tekknozid-Partys mit Wolle XDP und Entdecker sowie Mitbegründer des Tresors (Denk/Von Thülen 2012, S. 411).

¹⁰⁶ Paul van Dyk (*1971, eigentlich Matthias Paul) ist ein kommerziell erfolgreicher DJ und Produzent, der mittlerweile dem Genre Trance zugerechnet wird (vgl. Denk/Von Thülen 2012, S. 412).

¹⁰⁷ 3Phase (*1965, eigentlich Sven Röhrig) ist Musiker und Produzent (Denk/Von Thülen 2012, S. 405).

Sponsoren zunächst an, die Loveparade zu unterstützen. Clubs und Labels müssen ebenfalls auf Sponsoring setzen, um sich die Teilnahmegebühr und Miete für die Wagen leisten zu können (Gutmair 2013, S. 207f.). Der hier eingeschlagene Weg führte 2006 zur Übernahme der Loveparade durch die Firma „McFit“, einer Kette von Fitnessstudios, die gleichermaßen als Eigentümer, Hauptsponsor und Organisator auftrat. Mit dem Eigentümerwechsel zogen andere Veränderungen ein. Anstatt einer individuellen Inszenierung der Wagen erhielten diese ein einheitliches Erscheinungsbild. Das Publikum durfte über die Internetseite der Loveparade abstimmen, welche Clubs und Labels auf den Wagen präsentiert werden sollten (Kirschner et al. 2014, S. 107). Diese Entwicklungen bewirkten Widerstand bei den ehemaligen Organisatoren und seitens zentraler Figuren der lokalen Szene, die keine Kooperationen mit der Loveparade eingehen wollten (ebd.).

Während auf der einen Seite der wirtschaftliche Wert der Loveparade in der Priorisierung an Bedeutung gewann, entdeckten auf der anderen Seite die Stadt Berlin und TV-Sender sowie Zeitungen deren symbolischen Wert, vor allem unter Aspekten der Vergangenheitsbewältigung. Den Einschnitt markiert dabei die Loveparade 1996, bei der die Strecke des Umzugs auf die Straße des 17. Juni zum Brandenburger Tor verlegt wurde. Dies war ein Vorschlag der Stadt Berlin und ging nicht von der Organisation der Loveparade aus (Pasdzierny 2016, S. 115). Aufgrund der neuen Streckenführung wurde die Loveparade zu einem Medienspektakel, das gewisse Parallelen zu den Übertragungen von Rosenmontagsumzügen aufwies. Sie produzierte neue Bilder an einem historisch belasteten Ort. Anstelle aufmarschierender Nationalsozialisten rückten Bilder halb nackter Tanzender. Diese halfen nicht nur, ein neues Bild von Berlin zu erschaffen, sondern wurden im Nachgang genutzt, um Techno zum Sound der Wende zu verklären (ebd., S. 107). Low Spirit zeigten sich für Veröffentlichungen verantwortlich, die den Sound der Technokultur in kommerzialisierter Form in das temporelle Feld brachten. Diese Entwicklung wurde von Martin Büsser (2001) kritisiert, der die Instrumentalisierung der Raver, um von den wahren Problemen mit Neo-Nazis in den 90er Jahren abzulenken, verurteilte (vgl. Weheliye 2015). Neben den Pogromen in Hoyerswerda, Rostock, Mölln und Solingen, hatten Neo-Nazis zu Beginn der 90er auch versucht, in Berlin-Mitte Fuß zu fassen (Gutmair 2013, S. 72f.). Diese Kritik konnte dem Image-Wert der Loveparade aber nichts anhaben, die zu einem weltweiten Exportgut wurde.

Die Mayday erfuhr in zweierlei Hinsicht eine Ablehnung: aufgrund der kommerzielleren Ausrichtung und des Vorwurfs des Plagiarismus des Konzepts der Tekknozid-Partys.

„Plötzlich ging es um Konkurrenz [Entstehung der Mayday]. Das gab es vorher in der Techno-Szene nicht. Mir war dann klar, dass es bei Techno doch auch Gute und Böse gibt. [...] Dieses Wettrüsten hat bei mir ein Bewusstsein dafür geschaffen, dass Techno für manche ein Geschäft war.“ (DJ Jauche¹⁰⁸ zitiert aus Denk/Von Thülen 2012, S. 226)

Zu diesem Zeitpunkt begann der Kampf um die „Deutungshoheit“ (Johnnie Stieler zitiert aus Denk/Von Thülen 2012, S. 377) von Techno oder wahlweise der „Techno-Kulturkampf“ (Westbam zitiert aus Denk/Von Thülen 2012, S. 379) um dessen Wertpriorisierungen. Abhängig von der jeweiligen Werthaltung positionierten sich Sonic Bodies auf Seiten der Technokultur, wie die Betreiber*innen des Elektro (Gutmair 2013, S. 213f.), oder auf Seiten des Gelds, wie Low Spirit oder die Loveparade. Diese Werte-Konflikte, die zuerst innerhalb Berlins auftraten, erfassten alsbald die gesamtdeutsche Technokultur. Der Kulturkampf um Techno führte in Berlin und andernorts zu einer Aufspaltung der ehemals einheitlichen Szene.

¹⁰⁸ DJ Jauche (*1969, eigentlich Oliver Marquardt) ist DJ und Veranstalter. Er war Resident im Walfisch.

Die Aufspaltung erfolgte nicht nur auf den Dancefloors. In Berlin-Mitte ging sie in Form der Gentrifizierung umher und zerriss lang- oder kurzzeitige soziale Beziehungen. In den 2010er Jahren erreichte sie dann Neukölln und andere Stadtteile (Kühn 2017, S. 147). Allerdings hatten die Akteur*innen der frühen Berliner Techno- und Kulturszene an dieser Entwicklung einen Anteil, da sie die Speerspitze gebildet haben, welche die Stadtteile für Zuzug und kapitalistische Ausbeutung attraktiv machten.

Gegen Ende der frühen Phase der Berliner Technoszene, die sich vor allem im Verschwinden vieler Gebäude manifestiert, setzte dann auch der Realitätsabgleich der ersten Generation ein. Für einige war die Party vorbei, da sie sich Beruf und Familie widmen mussten, für andere, weil sie bspw. ihr Studium nicht beendet und keine berufliche Perspektive hatten (Gutmair 2013, S. 225). Akteur*innen, die sich behaupten konnten, mussten fortan nach anderen Regeln spielen. DJs besorgten sich Steuernummern und schrieben Rechnungen. Clubs mussten Sozialversicherungsbeiträge für Mitarbeiter zahlen (Kühn 2017, S. 146). Dies führte nach der Jahrtausendwende zu einer Professionalisierungswelle der Berliner Szene (Lange 2007, S. 215).

9.3.2 Berlin: 2000er/2010er Jahre

Mitte der 2000er Jahre erlebte die Berliner Technoszene eine „zweite Popularisierungswelle“ (vgl. Kühn 2017, S. 156). Von Clubs wie Berghain, Watergate oder Weekend geht eine internationale Strahlkraft aus, die Feierpublikum anlockt. Gleichzeitig wurde der „Ausnahmestand der Feier“ (Gutmair 2013, S. 226) immer weiter gestreckt, sodass sich dieses ohne Unterbrechung verausgaben kann. Ein wichtiger Club in diesem Zusammenhang war hinsichtlich ihrer Afterhourkultur die Bar 25, die von Sonntag bis Dienstagmorgen laufen konnte. Dieser „Abenteuerspielplatz“ (Rapp 2009, S. 170) steigerte die zeitliche Ausdehnung der Party und inszenierte das Ganze mit ausgefallenen Dekorationen, Konfetti oder Verkleidungen. Das ästhetische Ideal der Improvisation, welches für die Atmosphäre und Inszenierung der Berliner Szene seit den 90ern zentral ist, erfuhr eine Aktualisierung durch die Bar 25 und ihre Nachfolger (Kühn 2017, S. 135).

Obwohl Berlin in Verbindung von Techno genannt wird, wurde die Stadt zum Zeitpunkt der Erhebung als House-Stadt charakterisiert. Das bezieht sich in erster Linie auf die Clubs und die dort präsentierten Genres, kann aber auch bei den Labels festgestellt werden. Neben etablierten Technolabels, wie B.Pitch oder Ostgut Ton, haben sich u. a. Bar 25 Records, Katermukke oder Heinz Music gegründet, die einerseits eine große Aufmerksamkeitsreichweite erlangten, andererseits in Verbindung zu wichtigen Clubs stehen.

Offensichtlichste Merkmale der Berliner Szene sind ihre Größe und Anziehungskraft. Sie wurde aufgrund mehrerer Aspekte zum wichtigsten Hub in der weltweiten Technokultur mit Clubs, Labels und Musiker*innen mit hohem subkulturellem Popularitätskapital. Gründe dafür bestehen oder bestanden in den günstigen Mieten, Einkommensmöglichkeiten durch Auftritte und Netzwerke vor Ort.

Michael: „Das hat sich halt rumgesprochen, dass das eine gute Stadt für Künstler ist. Ich meine, es gibt zum einen viel Arbeit, du hast sehr viele Auftritte hier in Berlin, die sind, vor allem wenn du es schon lange machst, einfach super angenehm, auch wenn sie schlechter bezahlt sind, als wenn ich irgendwo in Sibirien spiele. Aber die sind nicht damit verbunden, dass du zweimal 24 Stunden unterwegs bist mit Umsteigen und total tot bist danach, auf irgendwelchen lebensgefährlichen Landstraßen unterwegs bist, was auch oft genug der Fall ist. Du bist dann einfach direkt wieder danach zuhause und kannst arbeiten, wenn du dich nicht gerade ins Koma trinkst. Also es

gab aber viele Jobs und natürlich auch das Netzwerk. Da gehst du halt aus und passiert eigentlich immer was Gutes, wenn man ausgeht. Dass man jemanden wieder trifft und dann eine Idee hat, was zusammen zu machen, oder bekommt einen Gig oder sonst was.“ (MSCHA 1:05:19 - 1:06:19)

In den vergangenen Jahren haben sich hier diverse namhafte nationale und internationale DJs, Produzent*innen und Labels in Berlin angesiedelt. Dadurch erhielt die Stadt regelmäßig Einfluss von außen. Relativ früh haben sich Richie Hawtin, Magda und andere Musiker*innen des Labels Minus 2004 hier niedergelassen (Sextro/Wick 2006). Auf nationaler Ebene verlagerten ebenfalls viele Sonic Bodies ihren Lebensmittelpunkt nach Berlin. Während dies für einige als logische Konsequenz für das Musicking und Privatleben erschien, resultierte dies bei anderen mehr aus Notwendigkeit.

Romain: „Das hat am meisten Sinn für das Label gemacht, weil das so eine elektronische Music City war. Und für mich selber, ich mag auch hier zu leben. Das hat viel mehr eröffnet als in Paris zum Beispiel, wo ich vorher gewohnt habe. Hier gibt es viel mehr Möglichkeiten, was mit vielen verschiedenen Leuten selber anzufangen und das gefällt mir auch.“ (RFA2 41:13 - 41:40)

Michael: „Und Künstler sind eben viele mittlerweile hier einfach in Berlin, selbst wenn sie eigentlich ursprünglich aus dem Ausland sind, das ist so eine Stadt, wo man sich einfach aufhält, wenn man den Job hat. [Musiker] wäre zum Beispiel viel lieber in Kanada, der ist auch viel in Kanada, aber der kann da nicht leben von dem Job. Das interessiert in Kanada keine Sau, Techno.“ (MSCHA 57:23 - 57:41)

Die Netzknotenfunktion Berlins ist nicht exklusiv der Technoszene vorbehalten, sondern gilt auch für andere Medienindustrien. Majors und andere Medienfirmen haben ihren Hauptsitz oder Dependancen in der Stadt. Daneben bietet sie vielen Messen mit Popkulturbezug eine Heimat. Berlin kann in punkto Standortfaktoren und -komplexe für Musikwirtschaftsunternehmen einige Vorteile geltend machen. Zunächst profitiert die Stadt von ihrer geografischen Lage in der Mitte Europas. Sie besitzt ein positives Image hinsichtlich ihrer Weltoffenheit, dynamischen Veränderung und kurzen Wege, die eher Face-to-face-Situationen ermöglichen (Blättermann 2018). Zuletzt misst die Berliner Politik und Verwaltung der Kreativwirtschaft eine große Bedeutung bei, was sich etwa im Musicboard Berlin niederschlägt (vgl. Lücke/Jori 2018).

Ihre besondere Stellung für die Technokultur resultiert zu großen Teilen aus der quantitativen und qualitativen Clubinfrastruktur. Berlin bietet für jeden Geschmack, jedes Milieu und jede Erlebnisrationalität den passenden Ort zum Tanzen und Veranstalten. Begünstigt wird dies durch den Status als Kulturstätte, den Clubs in Berlin besitzen. Dadurch sind ihnen weniger Restriktionen auferlegt als Vergnügungsstätten. Auf quantitativer Seite ermöglichen sowohl die Clubdichte als auch das wöchentliche Angebot den Partizipierenden, an jedem Tag in der Woche feiern und dabei zwischen mehreren Lokalitäten wählen zu können. Auf qualitativer Seite verfügte und verfügt Berlin über Clubs mit internationaler Reputation, wie u. a. Tresor, E-werk, Berghain, Watergate oder Kater Holzig, von denen musikalische Impulse in die Technokultur ausgehen. Berliner Clubs sind maßgeblich mitverantwortlich für die Entstehung und Affirmation von Hypes. In diesem Zusammenhang wurde die Stadt als dynamisch aber auch „trendiger“ (DMA 1:06:44-45) oder „trendanfälliger“ (DMA 1:06:53-54) beschrieben.

Romain: „In Berlin ist es schon so ein bisschen das Ding: alle Leute kommen nach Berlin und wenn alle in Berlin Deep House spielen und dann sechs Monate danach spielen alle Deep House hier und hier und hier.“ (RFA2 29:57 - 30:10)

Georg: „Du hast in Berlin viel mehr Möglichkeit so subkulturelle Sachen einfach laufen zu lassen, die sind da halt auch nicht so von den Ämtern so stark hinterher, dass die irgendwelche Aufgaben erfüllen und so. Die haben da noch ein bisschen mehr Freiheitsgeist.“ (GCA 42:11 - 42:28)

Die Praxis der Bereitstellung von Orten zur Zwischennutzung für die Technoszene hat weiterhin Bestand. Die Berliner Verwaltung verfährt weniger restriktiv in Bezug auf Genehmigung oder Tolerierung von Clubs. Dies ist auf der einen Seite historischen Entwicklungen, auf der anderen Seite den Externalitäten der Technoszene, wie Umwegrentabilitätsrechnungen und kulturellem Prestige, geschuldet (Rapp 2009, S. 78f.). Die Clubkultur ist ein signifikanter Image- und vor allem Wirtschaftsfaktor für die Stadt. So konnte das Berghain laut Bundesanzeiger 2017 einen Jahresüberschuss von 787.483,27 Euro und 2018 von 457.701,80 Euro erwirtschaften und den Eigenkapitalwert 2018 auf 2.686.506,59 Euro steigern.

Gunnar: „Berlin kann ja ansonsten nicht mit wirklich viel glänzen. Ist ja nicht wirklich ein Industriestandort oder irgendwie was. Was gibt es denn hier? Ein paar Museen, ja. Und man hat jetzt gesehen, dass ein kultureller Standort ein Faustpfand ist, mit dem Berlin arbeiten kann. Nicht umsonst kommen irgendwie massig Leute für ein Partywochenende nach Berlin und das merkt die Stadt auch. Und das hat, glaube ich, ein Großteil der Politik auch verstanden.“ (GLA 1:18:39 - 1:19:16)

Tänzer*innen aus anderen europäischen Ländern reisen für einige Tage zum Feiern nach Berlin. Hiervon profitieren nicht nur die Clubs, sondern noch diverse andere Unternehmungen, wie Hotels, Restaurants, Bars, Spätverkauf, Fuhrunternehmen, andere Kultureinrichtungen oder der Einzelhandel. Die Bedeutung einiger Clubs wie E-werk oder Berghain als kultureller Imagefaktor zeigt sich auch an der Öffnung dieser Orte für Kulturveranstaltungen abseits von Techno. Im E-werk fanden bspw. 1995 die MTV Music Video Awards statt (Denk/Von Thülen 2012, S. 414), während das Berghain am 24. Oktober 2013 die Release Partys von Lady Gagas Album *Artpop* (2013) präsentierte (Borcholte 2013).

Die Werte-Schöpfung der Berliner Technoszene bewog die Stadt Berlin, einerseits die rechtliche Rahmung flexibler auszulegen, andererseits eine aktive Ansiedlungspolitik zu betreiben, da sie daraus mehrfach Profit schlagen konnte. In diesem Zusammenhang wurden Mietzuschüsse erwähnt, die Kölner Musiker*innen durch die Stadt Berlin im Falle eines Umzugs offeriert worden seien. Das veranstalterfreundliche Klima Berlins hat zum einen zu einer großen Anzahl an Veranstalter*innen geführt, die zum anderen aufgrund des großen Konkurrenzdrucks professionell agieren müssen. Allerdings hat die Menge an Angebot zu mehr Kämpfen im Veranstaltungsbereich geführt. Während die zahlreichen Labels friedlich nebeneinander in Koexistenz leben, ist laut Aussagen der Interviewten das Konkurrenzdenken unter den Veranstaltenden deutlich ausgeprägt. Dies ist eine Folge des Kampfes um die ökonomischen Werte, die zwangsläufig Gewinner und Verlierer produziert.

Zeugnisse der frühen und auch späteren Szene sind zu großen Teilen verschwunden. So mussten Anfang der 2010er Jahre die Clubs Ostgut, Bar 25 und Maria am Ostbahnhof zugunsten des Stadtbauprojekts MediaSpree aufgegeben werden (vgl. Rapp 2009, S. 39f.). Eine Folge des Verschwindens ist der Zustand der permanenten Transition der Stadt. Diese findet sich in Folge auch innerhalb der lokalen Technoszene wieder, die Räume für einen gewissen Zeitraum bespielt und anschließend weiterzieht oder ziehen muss (Schwanhäußer 2010, S. 310).

Berlin stellt im Rahmen der internationalen Technokultur eine Ausnahmerecheinung dar, die als „Blase“ bezeichnet wurde.

Gunnar: „Ich glaube, Berlin ist auch eine Blase. Das sieht man halt, da ich auch immer in Kontakt zu meiner Heimat Thüringen stehe. Da ist eigentlich das Gegenteil der Fall [Wachstum der Technokultur].“ (GLA 50:50 - 51:04)

Die Sonderstellung Berlins im Vergleich zu anderen lokalen Technoszenen im Sinne eines abgeschlossenen Bereichs kann bestätigt werden. Die wenigsten Sonic Bodies mit lokaler oder regionaler Reichweite können außerhalb Berlins allein durch Auftritte ihren Lebensunterhalt finanzieren, da keine vergleichbare Szeneinfrastruktur besteht. Das Image Berlins als Technostadt ist auch problematisch, da sie als monothematisch wahrgenommen wird. Es entsteht der Eindruck, dass die Stadt keine Verbindung zu anderen Genres besitzt (Blättermann 2018, S. 45). Die Berliner Technoszene kann ebenso im Sinne einer Spekulationsblase gedeutet werden, die irgendwann platzt. Hierbei handelt es sich um Spekulationen um die Persistenz und Wirtschaftlichkeit der Szene, die das eigene Leben und den Unterhalt betreffen. Das Platzen der Technoblase im Sinne eines Angebots- oder Nachfrageverlusts würde zahlreiche Sonic Bodies evtl. (erneut) in die Arbeitslosigkeit entlassen. Die Gefahr des Platzens hat sich in den letzten Jahren aufgrund mehrerer Aspekte deutlich erhöht. Zunächst leidet Berlin unter der Preisentwicklung der Mieten bei gleichzeitig niedrigem Lohnniveau (ebd., S. 42). Im Zuge des Baubooms in der Stadt verschwinden nicht nur Clubs und potenzielle neue Spielorte, es nehmen auch die Beschwerden über die Lautstärke von Clubs zu (Binas-Preisendörfer 2016). Die Sorge eines Clubsterbens geistert zum einen immer öfters durch Nachrichten und Presse, zum anderen stellt es tatsächlich eine reale Bedrohung dar, die auch Clubs wie KitKatClub treffen kann, die seit vielen Jahren aktiv und erfolgreich sind (Reimann 2019). Das Platzen der Berliner Blase scheint durchaus real. Die Coronapandemie zeigt, wie fragil der Technokulturbetrieb ist und die Blase platzen kann.

9.3.2.1 Feldbericht: Eine andere Nacht in Berlin

Wir sind im Taxi auf dem Weg zum Kottbusser Tor. Wir sind in diesem Fall meine Freundin, vier ihrer ehemaligen Kommiliton*innen und ich. Unser Ziel ist die Mezcaleria Lupita. Dort veranstaltet mein Ex-Kommilitone Toomsen zusammen mit anderen DJs eine Party. Als wir ankommen, gestaltet sich die Situation unübersichtlich, da wir nicht wissen, welche der Treppen ins Lupita führt. Wir gehen eine hinauf, allerdings verrät die Musik aus dem Inneren, dass wir falsch sein müssen, da es sich um Black Music handelt. Vom Türsteher werden wir zum richtigen Eingang gelenkt.

Dort befindet sich eine improvisierte Kasse. Meine Freundin und ich dürfen die Annehmlichkeit der Gästelistenpolitik unter befreundeten DJs ausnutzen. Der Raum besteht aus nacktem Beton. Nach dem Eingang geht es eine weitere Treppe mit improvisiertem Holzgeländer hinauf. Am Ende der Treppe ist es sehr voll, was der Warteschlange an der einzigen Toilette geschuldet ist. Ich denke in diesem Moment, dass so etwas in Bochum nicht umsetzbar oder mit harten Auflagen seitens der Verwaltung hinsichtlich Fluchtwege, Brandschutz und Sanitärauflagen versehen wäre.

Wir betreten den Hauptraum, der aus Bar und Tanzfläche besteht. Er erinnert mich an eine Kinderturnhalle. Die Dekoration der Bar hat eine mexikanische Thematisierung. Unter der Decke hängen Papel picados¹⁰⁹ und Accessoires, wie Totenköpfe, zieren die Bar. Es geht von dem Raum eine warme, gemütliche Atmosphäre aus. Es ist nicht zu dunkel, was den großen Fenstern geschuldet ist, die das Licht der Straßenlaternen hineinlassen. Die Boxen rahmen das

¹⁰⁹ Traditionelle Scherenschnittbilder aus Mexiko.

DJ-Pult, welches leicht erhöht in der linken Ecke steht. Ich sehe Toomsen und einige andere Bekannte aus der Bochumer Studiums- und Partyzeit. Die Begrüßungen fallen herzlich aus, da ich einige der Leute seit mehr als vier Jahren nicht mehr gesehen habe. Danach stopfen wir unsere Jacken hinter eine Heizung an der Tanzfläche und versorgen uns mit Getränken. Der Club ist zu dieser Zeit gut gefüllt. Der DJ spielt House und daran soll sich den weiteren Abend nichts ändern. Je nach DJ tendiert der House Sound in Richtung Oldschool oder Tech House. Toomsen legt auf und ich tanze nahe der Box. Die Anlage ist nicht sonderlich laut eingestellt, daher muss ich meinen Gehörschutz nicht nutzen. Es ist möglich, sich zu unterhalten.

Etwas später stehe ich an der Toilette an. Mein Vordermann fragt mich auf Englisch, wo ich herkomme. Ich antworte ebenfalls auf Englisch, um festzustellen, dass er Deutscher ist. Laut seiner Aussage hat er sich angewöhnt, in Berliner Clubs Englisch zu sprechen, da die Wahrscheinlichkeit, auf ausländische Partygäste zu treffen, sehr hoch sei. Im Anschluss an die Schlange an der Toilette folgt die an der Bar. Nachdem ich mein Bier erhalten habe, geht es zurück auf die Tanzfläche. Diese ist schon merklich weniger gefüllt, obwohl es erst drei Uhr ist. Plötzlich ist die Musik aus. Der Laptop ist abgestürzt. Über den CD-Player wird allerdings schnell ein neuer Track gestartet und es geht weiter. Nach einer Weile gehen wir auf den Balkon, der von der Tanzfläche erreicht werden kann. Unter uns ist die Straße belebt und von anderswo mischen sich Beats mit denen aus dem Lupita. Es ist vier Uhr und der Club hat sich in der letzten Stunde rasant geleert, obwohl die Stimmung gut war. Dies hängt wohl mit dem Berliner Überangebot an House- und Technopartys zusammen. Nach einer Weile verabschieden wir uns.

9.3.3 Berliner Techno

In der historischen und aktuellen Beschreibung der Situation in der Berliner Technoszene kündigte sich bereits ein Problem an, welches in einer musikwissenschaftlichen Perspektive augenscheinlich wird. Die Schwierigkeit besteht in der Größe der Berliner Szene und ihrer Magnetwirkung, die zur Ansiedlung unterschiedlichster Musiker*innen mit vielen stilistischen Ausprägungen führte. So wurde bspw. durch den Zuzug Detroiter und Kölner Sonic Bodies der Sound Berlins u. a. ‚detroitscher‘ und ‚kölscher‘. Berlin verfügt daher über keinen einheitlichen Sound, sondern präsentiert sich als Agglomeration an Stilausprägungen. Durch den Zuzug erhielt die Stadt immer wieder Einfluss von außen. Zwar erwähnten mehrere Interviewte und Sicko (2010) die Existenz eines einheitlichen Technostils in der frühen Phase der Berliner Szene vor dem massiven Zuzug, dies ist aber heutzutage nicht mehr gegeben. Im Vergleich zu anderen Äußerungen muss die Nicht-Existenz eines Berliner Stils allerdings abgeschwächt werden, da sich in den Interviews zwei Lokalkolorite herauskristallisierten, die im Folgenden als Bar 25- und Berghain-Sound bezeichnet werden, aber keine Genrebezeichnungen darstellen sollen. Vielmehr umfassen die Termini Veröffentlichungen verschiedener Labels, die mit den namensgebenden Clubs Bar 25 (Bar 25 Records, Katermukke, Heinz Music) und Berghain (Ostgut Ton) in Verbindung stehen. Es handelt sich auch deshalb nicht um eine Genrebezeichnung, weil die Bar 25 im Jahr 2010 geschlossen wurde.

Die Nicht-Existenz eines Berliner Stils stimmt insofern, dass es keinen einheitlichen Stil gibt, der die ganze Stadt repräsentiert. Es existieren aber Lokalkolorite, die mit der Hauptstadt in Verbindung gebracht werden und sich komplementär gegenüberstehen. Während sich der Bar 25-Sound an Tech- oder Deep-House mit vielen analogen Instrumenten und Samples orientiert, ist der Berghain-Sound ‚klassischer‘ monotoner Techno in elektronischem, geräuschhaftem Gewand.

Zur Analyse dieser Lokalkolorite wurden für den Berghain-Sound Tracks des assoziierten Labels Ostgut Ton und für den Bar 25-Sound aus dem Soundtrack (Various 2012) zur Dokumentation über die Bar 25 (Mischer/Yuriko 2012) ausgewählt. Lokalkolorite sind Folge der unterschiedlichen Werte der Gemeinschaften. Die Clubs und Labels bringen andere ästhetische Regeln hervor, die den Maßstab der kulturellen Produktion Sonic Bodies bilden. Es besteht ein Zusammenhang zwischen der Materialität der Clubs, ihren Atmosphären und Sounds. Diese und die dort vorherrschenden kulturellen Praktiken der Gemeinschaften bringen andere Timbres hervor, die in Verbindung zu der spezifischen Materialität der Clubs stehen. Die Atmosphäre des Ortes bedingt die sonisch-musikalische. Während diese beim Berghain-Sound über klare Strukturen verfügt, aufgeräumt und imposant wirkt, ist der Bar 25-Sound verspielt, wie es der Ort selbst war.

9.3.3.1 Bar 25-Sound

Die Bar 25 lag am Spreeufer und bestand aus mehreren Holzschuppen sowie einem Bauwagendorf der Gemeinschaft (vgl. Rapp 2009; Kühn 2017, S. 155). Der Club mit den Wohnungen stellt ein „Dorf in der Stadt“ nach Michel Maffesoli (1996, S. 97f.) dar. Neben den Partys in der Nacht wurde die Bar 25 auch tagsüber bespielt. Dadurch ergaben sich Parallelen zu Open Airs, bei denen das Erleben des Tags und der Tanz im Sonnenschein im Fokus stehen. Der Club unterschied sich von anderen durch verschiedene Aktionen des Collectives. Diese umfassten bspw. Verkleidungen, Feuerwerk, einen Berg aus Konfetti oder eine Popcorn-Maschine. Im Zusammenspiel dieser Faktoren rief die Bar 25 Assoziationen zu einem Kindergeburtstag für Erwachsene hervor. Der Club war ein Ort der Freude, an dem sich die Anwesenden spielerisch ausleben konnten. Der Bar 25-Sound unterstützte dies. Er wurde selber durch die Materialität und Atmosphäre des Ortes determiniert. Der dort präsentierte Sound verbreitete sich im Nachhinein über andere Clubs und Labels.

Die Zuschreibungen des Berliner Technostils, die unter dem Bar 25-Sound zusammengefasst werden, charakterisieren diese Ausprägung als „*housig*“ (APA 30:54), im Sinne von: viele Elemente aus House beinhaltend (vgl. Kapitel Sonische Produktion & Räume). Weitere Zuschreibungen definieren diese Varietät als „*verspielter*“ (KKA5 12:38-39), „*freier*“ (KKA5 13:17), „*gefühliger*“ (TSA2 57:34-35), „*pathetischer*“ (TSA2 57:31-32) und „*aufgeschlossener*“ (KK A5 12:52-53). Der Sound ist eher den Genres House, Deep- oder Tech-House zuzuordnen, die durch Melodik und stärkere Polyrhythmik charakterisiert sind (Mathei 2012, S. 83). Er beinhaltet musikalische Elemente, die in anderen Technoausprägungen weniger dominant genutzt werden. Dies erscheint in der Öffnung gegenüber analogen Musikinstrumenten, Gesang und Anlehnung an Songstrukturen. So erklingen bei Tracks auf dem Soundtrack zu der Dokumentation bspw. Gitarre, Klarinette, Streicher und ein Rhodes Piano (vgl. Endjoy 2010). Die Stimme kann in Form von eingesungenen Gesang (vgl. *Who loves the sun* 2012), als eindeutiges (Abbildung 23) oder als geschnittenes Sample (vgl. Abbildung 22; vgl. Endjoy 2012), welches eine rhythmische Funktion erfüllt, erscheinen. Ein gewisser Hang zum Humor ist ebenfalls gegeben (vgl. *Thank you* 2012).

Der Bar 25-Sound präsentiert sich als dynamische Ausprägung, der durch Impulspausen, Breakdowns und Bassvariationen strukturell aufgelockert wird. Er schwankt zwischen einem 8- und 16-taktigen Veränderungsschema. Er ist von Polyrhythmik und kleinteiligeren Grooves gekennzeichnet. Die Stücke des Bar 25-Soundtracks besitzen ein verspieltes Klangbild, welches der Architektur, dem Habitus der Anwesenden und verspielten Aktionen des Collectives ähnelt. Die Klangfarbe ist mit analogen Instrumenten angereichert und korreliert mit der Holzhütten-Atmosphäre des Clubs. Dennoch besitzen diverse Stimmen einen digitalen Klangcharakter, der

auf eine Produktion am Computer verweist. Die Bar 25 erscheint als Ort der fern der Zeit. Dies schlägt sich in den Tracks nieder, die Klänge mit unterschiedlichen Charakteristika und Zeitlichkeiten präsentieren, sodass auch die Musik fern der Zeit wirkt. Klänge der Gegenwart treffen bspw. auf lateinamerikanische sowie Samples der 70er Jahre. Zuletzt lassen sich die Tracks viel Zeit in ihrem Aufbau. Zur Veranschaulichung des Bar 25-Sound wurden die zwei Tracks *Ginkhoe* (2012) und *I would* (2010) analysiert und partiell visualisiert (Abbildung 22; Abbildung 23). Dabei wurden Stellen ausgewählt, die alle prägnanten Elemente präsentieren.

Ginkhoe von Nico Stojan besitzt ein Tempo von 125 bpm. Der Track beginnt mit einem Gitarrensample, welches die melodische Basis bildet. Es fällt der sukzessive, langsame Aufbau auf, der in der Mehrzahl nach einem achttaktigen Schema verläuft, im Zuge dessen Spuren hinzugefügt und weggenommen sowie Breaks eingestreut werden. Harmonisch verharrt er in einem c-Moll-Akkord. Das Gitarrenmotiv verleiht ihm eine lateinamerikanische Klangfarbe. Dem Track ist ein rhythmisches Pattern unterlegt, welches schon an dieser Stelle die Polyrythmik des Stücks erahnen lässt. Bei 0:26 setzt ein Sprach-Sample („a heist and a secrecy [Rest unverständlich]“), vermutlich aus einem Film-Trailer, mit starkem Vinylrauschen ein, nach dessen Ende der Onbeat einsetzt. Die Kick Drum klingt bassig, aber dennoch stramm gespannt. Die Arbeit mit Sprach- und Gesangsamples durchzieht *Ginkhoe*. Diese entspringen unterschiedlichen Quellen und besitzen andere Qualitäten. Während eine weibliche Stimme „I know“ einstreut, sagen männliche Stimmen „Alright, y’all“ und „He was“. Eine andere Stimme summt eine kurze Melodie. Im Track erscheinen immer wieder störräuschige Klänge, bei denen es sich um bearbeitete Stimmsamples handelt. Stimmen werden als melodisch-rhythmische Patterns eingesetzt. Dies beinhaltet sowohl Mikro-Samples von Vokalen oder Atemgeräuschen. Neben der Gitarre sticht die Klarinette hervor, die melodische Einwüfe spielt. Der lateinamerikanische Charakter des Tracks wird durch den Bass forciert, der einen abgewandelten Bossa-Nova-Rhythmus spielt. Er verfügt über zwei Motive, während das zweite Bassmotiv im Hauptteil erklingt (Abbildung 22), erscheint das erste in den Mixing-Areas und dem Breakdown des Tracks.

Bei 2:03 setzt der Backbeat ein, der mit einem Rauschen eingeleitet wird. Der Track etabliert sich und der Groove setzt allmählich ein. Der Einsatz des Offbeats erfolgt bei 2:33. Der analoge Charakter des Stücks wird durch Drum-Rolls angereichert, die die starre Struktur auflockern. Diese werden zum Teil mit einem Delay versehen, welches den Klang in Mikrorhythmen ausklingen lässt. Der Breakdown von *Ginkhoe* erfolgt zwischen 3:05 und 4:06, durch die Wegnahme der konstituierenden Beats. Nach dessen Ende setzt ein neues zerschnittenes Stimmsample ein („Weidge“ [unverständlich] - „He was f“), dass aufgrund dessen leitenden Charakters eine neue Ebene hinzufügt. Durch Zu- und Wegnahme wird der Track im Anschluss dynamisiert. Der Rückbau erfolgt ab 6:40.

Ginkhoe fühlt sich warm an. Die Hallgestaltung ist trocken gehalten. Einige Instrumente, wie die Gitarre, haben andere Hallräume, die aber nicht ausgestellt werden. Wie die Bar 25 scheint der Track verloren in der Zeit zu sein. Der Klang der Stimmsamples evoziert unterschiedliche Zeitlichkeiten, die von der Vergangenheit (Filmsamples) bis in die Gegenwart reichen (stark bearbeitete Samples). Gitarre und Bass sowie Klarinette rufen Assoziationen von räumlicher und zeitlicher Ferne hervor, wie Lateinamerika und Jazzclubs der Vergangenheit. Die vielen kleinteiligen auditiven Ereignisse von *Ginkhoe* zeugen von Verspieltheit.

Ginkhoe

145 $\text{♩} = 125$

B Klarinette
Gesangssample
Gitarre
Orgel
Bass
Tamburin
Hi-Hat
Snare Drum
Bass Drum

He was

Detailed description: This block contains the musical score for measures 145 to 147. The tempo is marked as quarter note = 125. The score includes parts for B Clarinet, Vocal Sample, Guitar, Organ, Bass, Tambourine, Hi-Hat, Snare Drum, and Bass Drum. The vocal sample part has the lyrics 'He was' written below it. The guitar part features a consistent rhythmic pattern of eighth notes and chords. The organ part provides harmonic support with sustained chords. The bass line is a simple eighth-note pattern. The percussion consists of a steady tambourine and hi-hat pattern, with snare and bass drums providing a solid backbeat.

148

B Kl.
Smpl.
Git.
Org.
Bass
Tamb.
Hi-Hat
Sn. Dr.
B. Dr.

Detailed description: This block contains the musical score for measures 148 to 150. The instrumentation is similar to the previous block, including B Clarinet, Vocal Sample, Guitar, Organ, Bass, Tambourine, Hi-Hat, Snare Drum, and Bass Drum. The vocal sample part is silent in these measures. The guitar part continues with its rhythmic pattern. The organ part remains consistent with sustained chords. The bass line and percussion patterns are also consistent with the previous block.

151

B Kl.

Smpl.

Git. He was

Org.

Bass

Tamb.

Hi-Hat

Sn. Dr.

B. Dr.

154

B Kl.

Smpl.

Git. He was

Org.

Bass

Tamb.

Hi-Hat

Sn. Dr.

B. Dr.

Abbildung 22: Analyse Nico Stojan "Ginkhoe"

I would von Dirty Doering besitzt ein Tempo von 124 bpm. Der Track weist in punkto Klangfarbe Parallelen zu Ginkhoe auf, da er ebenfalls auf einem Gitarrenmotiv sowie Gesang-Samples basiert. Die Samples stammen aus *With You I'm Born Again* (1979) von Billy Preston und Syreeta Wright. Während Prestons Gesang stärker zerschnitten ist – „I would“, „I was half not whole“ –, wurde aus Wrights Gesangspassage die Hälfte übernommen: „Come give me your sweetness, now there's you, there is no weakness, lying safe within your arms, I'm born again“. Stimme und Text bieten sich als Bedeutungsträger an. Das Gitarrenmotiv entspringt einem Sample, dessen Ausschnitt im Verlauf des Stücks verschoben wird. Diesem ist ein Delay-Effekt unterlegt, bei dem Delayzeit und Feedback permanent moduliert werden. Der Track verharrt in d-Moll. Er startet mit Onbeat, Backbeat durch Claps, dem Gitarrenmotiv und einem rhythmischen Pattern mit eigenem Hallraum. Die bassige Kick Drum wird mit einem Pattern samt Delay-Effekt gedoppelt. Das Pattern lässt den Onbeat holprig wirken. Der Ausschnitt des Gitarren-Samples verschiebt sich.

I would unterliegt einem langsamen Aufbau, in dem Klänge sukzessive hinzugefügt werden. Dabei drängt sich ein zweitöniger Klang in den Vordergrund. Das erste Bassmotiv wird per Fade-in eingeführt. Der Track verfügt über zwei Bassmotive, wobei das zweite erst im Verlauf erscheint. Ab 1:02 erklingt der Offbeat, der ihm etwas mehr Groove verleiht, aber weiterhin holprig wirkt. Der erste Breakdown erfolgt zwischen 2:04 und 3:10 durch Wegnahme des Onbeats. Hier werden sowohl das zentrale Gitarrenmotiv per Fade-in als auch das zweite Bassmotiv eingeführt. Dabei stechen die Triolen des zweiten Basses hervor. Das ‚rund‘ laufenden Gitarrenmotiv mildert die Holprigkeit ab. Zuletzt erklingt im ersten Breakdown die geloopte Stimme Wrights, die nur als Klang fungiert. Danach ist der Track etabliert und die Samples von Preston werden eingeführt. Diese verändern die Räumlichkeit des Tracks durch Variationen des Halls und sukzessives Panning im Stereobild. Zwischendurch lockern Drumrolls *I would* auf bzw. brechen mit ihrer Räumlichkeit die des Tracks auf. Zwischen 4:43 und 5:49 erfolgt der zweite Breakdown. Im Gegensatz zum ersten fällt der Rückbau stärker aus. Die Gitarre erscheint in der zerschnittenen Form des Anfangs und es erklingt das erste Bassmotiv, welches während des Breakdowns wieder die Form des zweiten annimmt. In diesem setzt der unbearbeitete Gesang Wrights ein. Der Build-Up wird durch die Gitarre realisiert, die wie der Bass sukzessive in ihre rund laufend Form wechselt. Nach dem Breakdown setzt ein neues Rhythmus-Pattern ein, das per offener Hi Hat wiedergegeben wird. Ab 7:22 wird *I would* zurückgebaut.

Trotz der analogen Instrumente wirkt *I would* kalt, was auf das Equalizing und Delay der Gitarre zurückzuführen ist. Der Track besitzt eine digitale Klangfarbe. Die Hallgestaltung ist nasser als bei Ginkhoe. Die Gesangssamples eröffnen Referenzräume, die sowohl auf 70s-Soul und Disco als auch Liebe und Sehnsucht verweisen. *I would* erscheint ebenfalls verloren in der Zeit, aber auch verloren im Raum und im Geist. Der holprige Charakter erzeugt den Eindruck von Verlorensein im Sinne emotionaler oder deliranter Verwirrung.

I would

166 $\text{♩} = 124$

Gitarre

Sample Billy Preston

would I would I

Bass

Hi-Hat offen

Hi-Hat geschlossen

Snare Drum

Bass Drum

170

Git.

Smp. Preston

would I was half I

Bass

H-H offen

H-H geschl.

Sn. Dr.

B. Dr.

9.3.3.2 Berghain-Sound

Gabriel: „Berliner Sound ist sehr reduziert, eigentlich immer düster, industriell, sperrig, leicht psychedelisch; ist natürlich immer pauschalisiert jetzt, aber kann man schon so sagen.“ (GAA 1:38:12 - 1:38:32)

Die Historie des Clubs Berghain beginnt Ende der 90er Jahre mit dem Club Ostgut und den dort veranstalteten Snax-Partys¹¹⁰. Im Gegensatz zur offenen Bar 25 verschließt sich das Berghain und macht ein Geheimnis um sein Innenleben. Neben dem strikten Verbot von Fotografien und Videos wird das Geheimnis in erster Instanz durch die Türsteher gewahrt. Das Berghain befindet sich in einem Industriegebäude, genauer einem ehemaligen Fernheizwerk. Klare Industriestrukturen aus Beton und Stahl sind die vorherrschenden Materialien. Statt eines Dorfes stellt es eine Festung in der Stadt dar. Der Club besitzt neben dem Hauptfloor noch einen weiteren: die Panoramabar. Im Berghain – mit Ausnahme der Panoramabar – herrscht ewige Nacht, in der das Gefühl für Zeit verloren geht. Der Club ist bekannt für seine Soundanlage von Funktion One, deren Wiedergabe gleichermaßen taktil, hoch aufgelöst und leistungsstark ist, ohne zu laut oder unangenehm zu sein. Sie ermöglicht ein polysinnliches Erleben.

Der Berghain-Sound ist elektronisch bzw. digital. Er verzichtet weitestgehend auf die Integration von Gesang und Instrumenten und basiert klar auf Trackstrukturen. Der Rhythmus ist dominierend. Daher erscheint dieser Sound „sehr perkussiv“ (MMA1 1:08:33-34), „funktional“ (RRA3 1:12:34-35) und geräuschhafter. Einige Interviewte charakterisierten diese Ausprägung des Berliner Technostils als „härter“ (GCA 1:15:01-02) und minimaler. Damit reproduziert der Berghain-Sound eher die Ästhetik des Clubs Tresor, die sich über die Härte der Musik definierte. Er erscheint deutlich monotoner und melodisch reduzierter. Der Sound ist vergleichbar leer sowie aufgeräumt und verfügt über klare Strukturen wie das Berghain. Dies schlägt sich einerseits in der Onbeatlastigkeit nieder, andererseits besitzen die Tracks nur ein Bassmotiv. Die Intensität und Massivität des Basses stehen bei den untersuchten Tracks im Vordergrund. Dies kann auf die Funktion One-Anlage des Clubs zurückgeführt werden. Kickdrums sind mit Subbass versehen. Hall ist ein wichtiges sonisches Stilmittel des Berghain-Sounds. Die musikalische Raumgestaltung und -modulation steht bei diesen Tracks als geistfähiges Material im Vordergrund, was mit dem Raum des Clubs korreliert. Strukturelle Veränderungen, Additionen oder Subtraktionen von Elementen folgen einem 16taktigen Schema. Der Charakter des Berghain-Sounds ist stakkatohaft, was auf das Fehlen oder den späten Einsatz des Backbeats zurückzuführen ist. Er stellt die Modulation mehr in den Fokus. Dessen Ästhetik zielt durch die Monotonie und die Modulation auf den Verlust des Zeitgefühls ab, das sich in der ewigen Nacht des Clubs einstellen kann. Der Berghain-Sound kann eindeutig als Techno charakterisiert werden. Zum einen zeigt sich dies an der Härte der Klänge, zum anderen an der Monotonie. Zur Exemplifizierung des Berghain-Sounds wurden die Tracks *Subzero* (2009) von Ben Klock und *BX 3* (2009) von Len Faki ausgewählt, da sie ‚Klassiker‘ des Berghains darstellen, aber auch über das dazugehörige Label Ostgut Ton vertrieben werden und als Exclusive (BX 3) auf Mix-CDs des Clubs vertreten sind.

¹¹⁰ Fetisch- und Sexpartys für Homosexuelle.

Bei *Subzero* sticht zu Beginn sofort die mit Hall versehene tiefe Kick Drum heraus, die in Relation zu denen des Bar 25-Sounds deutlich massiver wirkt. Gleichzeitig erklingen eine kl. Terz Flächen des Synthesizers, die mit viel Hall versehen sind. Die Flächen klingen nach einer Weile aus, werden aber immer wieder hinzugefügt. Der Track erzeugt einen weiten Klangraum, dessen Hintergrund granulare Klänge ausgestalten. Das Tempo liegt bei 125 bpm und die Tonart ist c#-moll. Die Klangfarbe ist einerseits analog-elektronisch, andererseits geräuschhaft, da diverse Rhythmen auf Geräuschklingen basieren.

Nach acht Takten setzt das dominierende Motiv von *Subzero* ein, welches über eine harmonische Variation verfügt, die im Verlauf des Tracks mehrmals erklingt (Abbildung 24). Dabei verschiebt sich das Motiv um eine Quinte. *Subzero* besitzt von Beginn an eine ziehende Wirkung. Der Rhythmus erscheint aufgrund des Fehlens des Backbeats stakkatohaft. Der strukturelle Aufbau ist vergleichsweise monoton, besitzt aber in der Mitte des Stücks einen Breakdown. Dabei folgen Veränderungen innerhalb des Stücks einem 16taktigen Schema. Ab 1:01 etabliert sich per Fade-in ein Schlagklang mit eigenem weitem Hallraum auf der vierten Zählzeit. Der Aufbau des Tracks ist nach kurzer Zeit abgeschlossen. Der stakkatohafte Rhythmus wird durch ein Pattern aufgelockert, das als Groovepassage den Track kurzfristig übernimmt. Es erklingt bei 1:16 als offene HiHat zum ersten Mal. Der durch einen trockenen Shakerklang wiedergegeben Offbeat setzt bei 1:40 ein und etabliert einen beständigen Groove. Dieser zerschneidet mit jedem Anschlag den Raumklang von Kick und Synth-Fläche. Gleichzeitig wird ein schabender Klang auf der zweiten Zählzeit hinzugefügt. Ab diesem Zeitpunkt befindet sich *Subzero* in einem Fluss aus Auf- und Abwärtsbewegungen sowie dynamisierenden Rhythmusschüben. Ab 2:41 erscheint ein neues Rhythmus-Pattern, dessen Hallraum permanent moduliert wird. Im Breakdown zwischen 3:39 und 4:04 setzt die Kickdrum aus. Die Synth-Fläche drängt in verzerrter Form samt den granularen Klängen in den Vordergrund. Nach Ende des Breakdowns nehmen sie ihre vorherige Position und Form wieder ein. Gleichzeitig erklingt ein Geräusch-Pattern, welches einen neuen Raum im Raum etabliert. Gegen Ende ab 5:20 wird ein zweites Motiv hinzugefügt. Danach setzt der Rückbau ein.

Der Track wirkt seinem gemäß Namen kalt. *Subzero*, unter Null ist etwas Massives im Gange. Schläge und Klänge durchfluten eine eisige Kathedrale. Deren Strukturen geraten in Bewegung. Risse tun sich auf. Erst feine, dann immer größere. Am Schluss bricht die Decke der Kathedrale auf und lässt kurz die Sonne rein, bevor danach alles wieder gefriert.

Subzero

♩ = 125

145

Pad

Synthesizer

Lead Synthesizer

Bass

Geräuschklänge

Ride-Becken

Hi-Hat

Bass Drum

147

Pad

Synth.

Lead

Bass

Geräusch

R. Bkn.

Hi-Hat

B. Dr.

The image displays a musical score for the track 'Subzero'. It is organized into two systems of staves. The first system starts at measure 145 and the second at measure 147. The tempo is marked as 125. The instruments are: Pad, Synthesizer, Lead Synthesizer, Bass, Geräuschklänge (Sound Effects), Ride-Becken (Ride Cymbal), Hi-Hat, and Bass Drum. The key signature has three sharps (F#, C#, G#) and the time signature is 4/4. The Lead Synthesizer and Bass parts feature a rhythmic pattern of eighth and sixteenth notes. The Hi-Hat and Bass Drum parts provide a steady rhythmic accompaniment.

149

Pad

Synth.

Lead

Bass

Geräusch

R. Bkn.

Hi-Hat

B. Dr.

Detailed description: This block contains the musical notation for measures 149 and 150. The score is written for a multi-instrument ensemble. The top two staves, Pad and Synth., are silent, indicated by a horizontal line. The Lead staff features a melodic line in treble clef with a key signature of three sharps (F#, C#, G#) and a 4/4 time signature. The Bass staff is in bass clef, mirroring the Lead's melody. The Geräusch (noise) staff uses a double bar line and contains rhythmic patterns of eighth notes. The R. Bkn. (Right Snare) staff shows a consistent eighth-note pattern. The Hi-Hat staff has a steady eighth-note pattern. The B. Dr. (Bass Drum) staff has a simple quarter-note pattern.

151

Pad

Synth.

Lead

Bass

Geräusch

R. Bkn.

Hi-Hat

B. Dr.

Detailed description: This block contains the musical notation for measures 151 and 152. The arrangement is identical to the previous block, with Pad and Synth. silent, and Lead, Bass, Geräusch, R. Bkn., Hi-Hat, and B. Dr. playing their respective parts. The key signature and time signature remain the same.

153

Pad Synth Lead Bass Geräusch R. Bkn. Hi-Hat B. Dr.

Detailed description: This block contains the musical notation for measures 153, 154, and 155. The score is written for a multi-instrument ensemble. The top two staves, Pad and Synth, are in treble clef with a key signature of two sharps (F# and C#) and contain whole rests. The Lead staff is in treble clef and features a melodic line of eighth notes. The Bass staff is in bass clef and features a bass line of eighth notes. The Geräusch (noise) staff is in a common time signature and contains a complex rhythmic pattern of eighth notes. The R. Bkn. (Right Snare) staff is in common time and contains whole rests. The Hi-Hat staff is in common time and contains a steady eighth-note pattern. The B. Dr. (Bass Drum) staff is in common time and contains a steady quarter-note pattern.

156

Pad Synth Lead Bass Geräusch R. Bkn. Hi-Hat B. Dr.

Detailed description: This block contains the musical notation for measures 156, 157, and 158. The score is written for a multi-instrument ensemble. The top two staves, Pad and Synth, are in treble clef with a key signature of two sharps (F# and C#) and contain whole rests. The Lead staff is in treble clef and features a melodic line of eighth notes. The Bass staff is in bass clef and features a bass line of eighth notes. The Geräusch (noise) staff is in a common time signature and contains a complex rhythmic pattern of eighth notes. The R. Bkn. (Right Snare) staff is in common time and contains whole rests. The Hi-Hat staff is in common time and contains a steady eighth-note pattern. The B. Dr. (Bass Drum) staff is in common time and contains a steady quarter-note pattern.

159

Pad

Synth.

Lead

Bass

Geräusch

R. Bkn.

Hi-Hat

B. Dr.

162

Pad

Synth.

Lead

Bass

Geräusch

R. Bkn.

Hi-Hat

B. Dr.

165

168

The image shows a musical score for Ben Klock's track "Subzero". It consists of two systems of staves, starting at measure 165 and 168. The instruments are: Pad, Synth, Lead, Bass, Geräusch (Noise), R. Bkn. (Right Snare), Hi-Hat, and B. Dr. (Bass Drum). The key signature is three sharps (F#, C#, G#). The Pad part features long, sustained notes. The Synth part has short, rhythmic bursts. The Lead and Bass parts play a consistent eighth-note pattern. The Geräusch part has a rhythmic pattern of noise. The R. Bkn. part is mostly silent. The Hi-Hat part plays a steady eighth-note pattern. The B. Dr. part plays a steady eighth-note pattern.

Abbildung 24: Analyse Ben Klock "Subzero"

BX 3 (Abbildung 25) ist innerhalb der Analyse das längste Stück mit einer Spieldauer 9:14. Zwar liegt das Tempo mit 125 bpm im Rahmen der anderen untersuchten Tracks, allerdings wirkt dieser aufgrund der Subbässe der Kick Drum und des Basses sowie der gesteigerten Intensität der Klänge schneller. Die Massivität erinnert an Subzero und erzielt eine ähnliche schiebende Wirkung. Der Charakter des Stücks ist monoton-treibend.

BX 3 lässt sich in seiner vertikalen Entwicklung Zeit. Kick Drum und Bass erklingen direkt zu Beginn. Ähnliches gilt für das zweitönige Motiv, welches per Fade-in ab 0:47 eingeführt wird. Dem Motiv ist Delay-Effekt unterlegt, der es permanent mikrorhythmisch moduliert. Die anderen konstituierenden Beats werden im späteren Verlauf sukzessiv und im Vergleich zu den anderen analysierten Tracks in größeren zeitlichen Abständen hinzugefügt. Der Bass übernimmt zunächst die Rolle des Offbeats. Kurze Auflockerung erfährt der Track durch einen Schlagklang mit großem Hallraum und langem Nachhall, der sich in den Vordergrund schiebt und den Raum musikalisch kurzfristig zur Kathedrale oder Höhle vergrößert. Dieser erklingt zum ersten Mal bei 1:31. Der Schlagklang erscheint als Einzelschlag, Onbeat oder dreischlägiges 8tel-Motiv. Von ihm geht eine dynamisierende, schiebende Wirkung aus. Zum Teil wird er mit Rauschen kombiniert. Der Klang taucht an Schnittstellen auf und dient der Hinleitung zu der nächsten Intensitätsebene von *BX 3*, die sich mit der Zunahme konstituierender Beats und weiterer Klänge realisiert. Ab 2:33 erklingt ein Rhythmuspattern, welches den Onbeat doppelt und mit einem Delay versehen wurde. Der Offbeat schält sich ab 3:20 aus dem Pattern heraus. Diesen Abschnitt leiten der Schlagklang und Rauschen ein, die im weiteren Verlauf an Schnittstellen erklingen. Zwischen 3:51 und 4:52 erfolgt ein Breakdown, der per Low Cut auf Kick Drum und Bass realisiert wird. Gleichzeitig erklingt im Hintergrund eine Feuerwehrsirene. Hierbei handelt es sich einerseits um einen ‚klassischen‘ Klang der Ravekultur, andererseits um einen Klang, der bestimmte Reaktionen auszulösen vermag. Eine Sirene signalisiert Gefahr und wirkt affizierend (vgl. Diederichsen 2016b). Sie erscheint als funktionaler Klang, der unbewusst sofort eine Reaktion hervorruft (Schulze 2016). Nach Ende des Breakdowns erklingt zum ersten Mal der Backbeat, und der Offbeat wird durch ein Becken gedoppelt. Ein kurzes Synthesizermotiv wird hinzugefügt. Im Verlauf folgen zwei kürzere Impulspausen. Realisiert werden die Impulspausen durch einen Low Cut. Der Rückbau erfolgt ab 8:28.

BX 3 fühlt sich massiv an. Es scheint, als würde eine Maschine heiß laufen. Diese erzeugt sowohl mikrorhythmische Störungen als auch explosive Klänge. Beide füllen eine Industriehalle und lassen den Putz bröckeln. Die Maschine ist zu heiß und löst den Alarm aus. Dennoch läuft sie gnadenlos weiter.

BX 3

159 $\text{♩} = 125$

Synthesizer

Lead Synthesizer

Bass

Schlagklang

Hi-Hat

Snare Drum

Bass Drum

162

Synth.

Lead

Bass

Schkl.

Hi-Hat

Sn. Dr.

B. Dr

165

Synth.

Lead

Bass

Schkl.

Hi-Hat

Sn. Dr.

B. Dr.

168

Synth.

Lead

Bass

Schkl.

Hi-Hat

Sn. Dr.

B. Dr.

The image displays a musical score for the track "BX 3" by Len Faki, covering measures 171 to 174. The score is arranged in a multi-staff format with the following instruments:

- Synth.:** Treble clef. Measures 171-173 feature a melodic line with eighth notes and a quintuplet in measure 174. Measure 174 ends with a double bar line.
- Lead:** Treble clef. Features a rhythmic pattern of eighth notes with triplet markings in measures 171-173. Measure 174 continues this pattern.
- Bass:** Bass clef. Features a rhythmic pattern of eighth notes in measures 171-173. Measure 174 continues this pattern.
- Schkl.:** Percussion staff with a double bar line in measure 171 and a single bar line in measure 172, indicating a change in the pattern.
- Hi-Hat:** Percussion staff with a consistent eighth-note pattern in measures 171-173. Measure 174 continues this pattern.
- Sn. Dr.:** Percussion staff with a consistent eighth-note pattern in measures 171-173. Measure 174 continues this pattern.
- B. Dr.:** Percussion staff with a consistent eighth-note pattern in measures 171-173. Measure 174 continues this pattern.

Abbildung 25: Analyse Len Faki "BX 3"

9.4 Köln: Minimal, Melancholie und Kölsche Techno Klüngel

Köln ist in mehrererlei Hinsicht für die Forschung zur Technokultur von Interesse. Zum einen konnte die Domstadt eine aktive Szene mit diversen Gemeinschaften ausbilden, die in dem Techno-Lexikon (Schäfer et al. 1998) mit einem eigenen Beitrag bedacht wurde. Köln ist aufgrund der angesiedelten Labels, Musiker*innen und Vertriebe eine wichtige Stadt für die Technokultur. Kölner Techno konnte in den 2000er Jahren wichtige Impulse setzen. Zum anderen zeichnet sich Köln durch ihre Atmosphäre und soziale Praktiken aus, die auch in der lokalen Technoszene anzutreffen sind. Die Atmosphäre der Stadt wird vor allem durch ihre Innenstadt, die historische Altstadt am Rhein mit ihren engen Gassen und Veedel geprägt. Omnipräsent wacht der Dom über Köln. Die Temperatur ist etwas wärmer als in Nachbarregionen und lockt die Einheimischen auf die Plätze sowie in Straßencafés. Kölner*innen wird eine besondere Offenheit und Toleranz nachgesagt. Die Stadt war und ist für homosexuelle Menschen von großer Bedeutung und vice versa. Diese konnten eine Szene mit eigenem Viertel von nationaler Strahlkraft etablieren (vgl. Daffyd 2006). Gleichzeitig bilden Homosexuelle einen Wirtschaftsfaktor und unterstützen das Bild der toleranten Stadt (Stadt Köln 2019).

An Köln zeigt sich der positive wie negative Einfluss der Stadt auf Sonic Bodies, Gemeinschaften und Szenen. Auf der einen Seite dient sie der Inspiration von Musiker*innen, die durch sie zum Musicking animiert oder wie im Falle des Musikers Kölsch, alias Rune Reilly Kølsch, zur Namensgebung inspiriert wurden. Das Logo der Speicher-Serie von Kompakt ziert das Kölner Stadtwappen.

Georg: „Und ja durch die Kölner Clublandschaft, die damals noch ein bisschen mehr vorhanden war als jetzt, würde ich sogar behaupten, hat man da so eine Affinität gekriegt, die dann da auch mit reingespielt hat, was wir mit [Duo] produzieren.“ (GCA 1:26 - 1:46)

Auf der anderen Seite schränken die jeweiligen Ämter Kölns die Aktivitäten der lokalen Technoszene seit Jahrzehnten ein. Dies hatte die Entstehung von Taktiken zur Folge. Zwischen der Stadt und der Technoszene kommt es zu Werte-Konflikten, in denen sich die Technokultur und die Sicherheit bzw. öffentliche Ordnung gegenüberstehen.

9.4.1 Historie

Riley: „Also Köln rein historisch ist ja ganz schnell erklärt. Rein historisch gibt es da nur drei Sachen. Das ist halt: Wolfgang Voigt und Wolfgang Voigt und Wolfgang Voigt.“ (RRA3 42:06 - 42:19)

Auch wenn Wolfgang Voigt eine sehr bekannte Persönlichkeit der Kölner Technoszene ist, unterschlägt das Zitat das Engagement anderer. Wie in Berlin ist das Erscheinen der Kölner Technoszene auf Gemeinschaften unter oftmals befreundeten Akteur*innen zurückzuführen. Im Zusammenhang mit der Entstehung wird oft die Musikvergangenheit der Stadt als Standort des Studios für elektronische Musik des NWDR bemüht. Dabei werden Karlheinz Stockhausen und die Band Can als Ur-Väter angeführt, deren Schaffen den Kölner Techno vorbereitet haben soll (vgl. Nieswandt 2017).

Die Stadt war in der Vergangenheit ein zentraler Musik- und Medienstandort in Deutschland. Zum einen hatten Plattenfirmen, wie EMI, zum anderen Fernseh- bzw. Rundfunksender, wie WDR und VIVA, sowie Fernsehproduktionsfirmen hier ihren Sitz in Köln. Die Musikzeitschrift

SPEX war auch hier angesiedelt (vgl. Schyma 2002, S. 52). Dabei profitierte die Stadt von ihren kurzen Wegen.

Die Kölner Technoszene fing gegen Ende der 1980er Jahre an sich zu entwickeln. Dabei muss allerdings auf die Schwulen-Szene der Stadt verwiesen werden, die bereits Partys mit elektronischer Tanzmusik veranstaltet hatte (*ÜHA 3:02:20-46*). Der Raveclub am Hohenzollernring, in dem u. a. Claus Bachor und Roland Casper auflegten, war für die frühe Kölner Szene ein Ort der Zusammenkunft. Die erste Acid-Party wurde hier von Gregor Luttermann vom Plattenladen Formic im Jahr 1988 veranstaltet (Schyma 2002, S. 52). Der Raveclub wurde ab 1988 auch von SPEX-Mitarbeitern bespielt, wie etwa dem Sirius Sound System von Dirk Scheuring und Hans Nieswandt (vgl. Schyma 2002, S. 53; Bonz 2008, S. 29). Über die Kontakte zur EMI wurden DJs aus Chicago in den Raveclub gebucht. Der Raveclub war aber auch Gegenstand der Distinktion:

Riley: „Aber das war am Ring und für mich war das ein absolutes so No-Go, da bin ich nicht hingegangen. Ringe war für mich keine Kultur, die mir entsprach.“ (RRA1 2:03 - 2:14)

Im Jahr 1989 fingen Riley Reinhold alias Triple R und Sascha Kösch alias DJ Bleed an, mit ihrem Cosmic Orgasm Soundsystem als Veranstalter aktiv zu werden. Beide mieden die etablierten Clubs oder Veranstaltungsorte und setzten ihre Partys in Industriegebieten, besetzten Häusern oder als Zwischennutzungskonzept um. Im weiteren Verlauf veranstalteten sie auch in Diskotheken ihre Partys (vgl. Schyma 2002, S. 55). Distinktion gegenüber den Ringen¹¹¹ ist bis in die Gegenwart unter den interviewten Kölner Sonic Bodies ausgeprägt. Viele äußerten sich negativ über die kommerziellen Ringe-Clubs oder deren Publikum.

1990 zog Hans Nieswandt nach Köln, um die Leitung der Spex zu übernehmen. Als bald begann er, Partys zu veranstalten, die einerseits eine weitere Anlaufstelle der Kölner Szene, andererseits die Keimzelle für die Gründung von Whirlpool Productions sein sollte. Zunächst führte er seine Gatorave-Party in einer Garage im Industriegebiet in Bilderstöckchen durch (Bonz 2008, S. 29). Im Anschluss daran startete er 1991 im Rose Club die Partyreihe „Whirlpool“, bis der Club von den Behörden geschlossen wurde (ebd., S. 30f.). Eric D. Clark stieß zu dem Team hinzu und aus Whirlpool wurde eine bewegliche Clubnacht, die u. a. im Tauri Club, Kamajen, dem laut Nieswandt „Scheißladen“ Luxor und dem Neuschwanstein, bis sich dies in eine kommerzielle Richtung orientierte (ebd., S. 31f.). Abseits regulärer Clubs veranstalteten Nieswandt und Co. in einem gemieteten Haus auf dem Bundesbahnausbesserungswerksgelände in Nippes nicht angemeldete Partys (ebd., S. 32). Aus der Partyreihe entstand etwas später die Gruppe Whirlpool Productions, der neben Nieswandt und Clark noch Justus Köhncke und Fred Heimermann angehörten (ebd., S. 35). Ihnen gelang es 1997, sich mit ihrem Track *From: Disco 2: Disco* (1996) für fünf Wochen in den italienischen Charts zu behaupten. Die Aktivitäten von Whirlpool waren für Thomas ausschlaggebend, selbst als Produzent tätig zu werden:

„[D]as war einfach die Technoszene hier in Köln mit Whirlpool, Hans Nieswandt und Eric D. Clark. Die hatten auch ihren kleinen Hit und so hat man da irgendwie selber gedacht: so cool, wenn die netten Jungs das können, dann kannst du das auch. Und das war so Ansporn und [überlegt] Befruchtung.“ (TSA2 11:34 - 11:58)

¹¹¹ Ringe ist die Abkürzung für Kölner Ringe. Dabei handelt es sich um zusammenhängende Straßen, von denen viele das Wort „Ring“ im Namen tragen. Entlang der Ringe waren und sind diverse Clubs angesiedelt, die kommerzieller und chicer ausgerichtet sind wie in der Vergangenheit der Funky Chicken Club oder Tiefenrausch.

1991 eröffnete der Warehouse Club in Köln, dessen Vorgänger ab 1990 der Space Club war, in dem Roland Casper eine Residency innehatte (vgl. Schyma 2002, S. 53). Dieser war ebenfalls ein wichtiger Treffpunkt, jedoch zeigten sich auch hier distinktive Handlungen innerhalb der Kölner Szene: Gäste, die bspw. einen Stempel von einer Cosmic Orgasm hatten, wurden an der Tür des Warehouse abgelehnt.

Zu dieser Zeit traten die umtriebigen Wolfgang Voigt (u. a. Mike Ink, GAS, Wassermann, etc.), Jörg Burger (Burger Industries) und der aus Frankfurt stammende Ingmar Koch (Dr. Walker) in Erscheinung. Umtriebig deswegen, da sie unter zahlreichen Pseudonymen¹¹² und in diversen Kombinationen untereinander mit verschiedenen Kollaborationspartnern Tracks veröffentlicht haben. Ähnliches gilt für die Labels der drei, die teilweise für jedes Projekt ein dazugehöriges Selbstvermarkterlabel mit demselben Namen gründeten. Deren Produktionen orientierten sich zu dieser Zeit an Acid Techno. Zeugnisse dieser frühen Phase sind die Labels Structure (Burger, Koch, Voigt und Cem Oral) oder Trance Atlantic und monoCHROME (Burger, Voigt), die 1991 gestartet wurden (ebd., S. 54). 1993 erfolgte die Anfrage des Plattenladens Delirium aus Frankfurt am Main an Burger und Voigt, eine Kölner Dependance zu eröffnen¹¹³. Zwischen beiden Städten existierte ab 1992 eine Techno-Achse (ebd.). Zum einen legten Frankfurter DJs wie Sven Väth im Warehouse auf, zum anderen veröffentlichten Burger, Koch und Voigt auf dem Frankfurt Label Force Inc. Music Works von Achim Szepanski. Für den Betrieb des Plattenladens holten sie sich die Unterstützung von Voigts Bruder Reinhard und dem gemeinsamen Freund Jürgen Paape. In diesem Jahr stieß das aus Süddeutschland stammende DJ-Duo Friends Experiment von Michael Mayer und Tobias Thomas dazu Köln. Mayer wurde kurz darauf Mitarbeiter und Teilhaber von Delirium Köln. 1993 ist noch von der Gründung weiterer Sublabels wie NTA, Forever Sweet oder Lifeline Records und des Magazins House Attack geprägt, welches von Burger, Thomas und der Grafikerin Bianca Strauch gestartet wurde. Zum Ende des Jahres gründete Wolfgang Voigt das Label Profan und im Jahr 1995 Studio 1, die für die Entwicklung von Kölner Minimal Techno wichtig werden sollten. Sie basierten auf einem „formstrengen, minimalistischen Konzept-Techno“ (Kompakt 2013, S. 7), für den Köln Bekanntheit erlangte.

1993 war das Jahr der ersten Party des Open Airs PollerWiesen. Inspiriert von Partys in Goa organisierte Patrik Peiki mit Freund*innen eine Freiluftparty im Kölner Raum. Die erste fand unter dem Namen „Kraken-Party“ auf einem Grillplatz in Frechen-Großkönigsdorf statt. Beflügelt vom Erfolg der Veranstaltung führte das Collective um Peiki, Nadezhda Georgieva und später auch Oliver Hoffmann weitere Partys durch. Bei der dritten geplanten Party 1994 auf dem Grillplatz wurden sie allerdings von Straßensperren, Bürgermeister, Polizei und Feuerwehr empfangen und aufgrund von Brandgefahr zum Abbruch aufgefordert. Daraufhin wurde die Party spontan an die Poller Wiesen am Rheinufer in Köln-Poll mit Blick auf die Skyline der Stadt verlegt. Auf diese Weise erhielt sie ihren Namen. 1995 wurde sie dort mehrmals durchgeführt. Dabei war die Party zu Beginn von kollektiver Produktion gekennzeichnet, in der sich alle einbrachten, sei es durch Spenden, Hilfe beim Aufbau oder Müll aufräumen. Beschallt wurden die Partys u. a. von Superpitcher, Tobi Neumann oder Richie Hawtin. Danach begannen die „Zeiten der Schnitzeljagd“ (Rütt 2016, 22:18-22:20), in der die PollerWiesen auf stetig wechselnde Locations zurückgriff, um die Ämter auszutricksen. Die Bekanntgabe des Ortes erfolgte immer nach Schließung der Ämter, damit diese nicht reagieren konnten. Zunächst diente der Kiosk Ehrenstraße als Anlaufstelle für Informationen, später nutzte das Collective einen Handynummernverteiler (ebd., 22:23-

¹¹² Wolfgang Voigt hatte bspw. bis 2015 unter 30 Pseudonymen Musik herausgebracht.

¹¹³ Dies war bei Delirium üblich und 1997 existierten noch Ableger in Chemnitz, Hamburg, München und Stuttgart, die aber unterschiedliche stilistische Schwerpunkte setzten (Schyma 2002, S. 55).

22:25). Die Organisatoren der PollerWiesen machten sich die überschaubare Größe der Stadt zunutze, in der alles schnell erreichbar ist.

Das Überschaubare an Köln wird von unterschiedlichen Akteur*innen als Grund für die Vernetzung und Vitalität der lokalen Szene gedeutet. Die Sonic Bodies wohnen nahe bei einander (Bonz 2008, S. 34) und hören gemeinsam Musik in Kneipen (Schyma 2002, S. 61). Ein Beispiel hierfür war das Belgische Viertel, das sich zu einem Dorf in der Stadt sowie Netzknotenpunkt für die lokale Szene und elektronischer Musik aus Köln entwickelte. Der Delirium-Plattenladen und damit assoziierte Unternehmungen zogen 1995 hierhin. Dort hatten auch die Plattenläden a-Musik (Brüsseler Platz), Groove Attack¹¹⁴ (Neue Maastrichter Straße) und Formic mit ihren teils dazugehörigen Labels ihren Sitz. SPEX und Stadttrevue waren ebenfalls im Belgischen Viertel angesiedelt (ebd., S. 61-67). Zwischen den einzelnen Läden und deren Sonic Bodies kam es schnell zu „Annäherungs- und Vermischungstendenzen“ (ebd., S. 64). Ein weiterer Grund für die Annäherung und Vermischung ist auf die Zusammenlegung von Arbeitsort und privaten Räumen zurückzuführen (ebd., S. 64). Reinhold und Kösch schrieben zu dieser Zeit für das Szenemagazin *Frontpage*. Weitere Sonic Bodies der Kölner Technoszene sind Mate Galic, der als DJ und auch als Moderator bei VIVA in Erscheinung trat (Jerrentrup 1999, S. 258), und Robert Babicz, der unter seinem Pseudonym Rob Acid noch Bekanntheit erlangen sollte.

Im Jahr 1996 eröffnete Ingmar Koch die Bar Liquid Sky, die zu einem Anlaufpunkt und identitätsstiftenden Ort der Kölner Szenen für elektronische Musik wurde. Die Bar bot den unterschiedlichen Sonic Bodies und Gemeinschaften die Möglichkeit, einen eigenen Abend nach eigenen Vorstellungen zu gestalten. Da keine inhaltlichen Beschränkungen existierten, präsentierte das Liquid Sky diverse Stile elektronischer und experimenteller Musik (Schyma 2002, S. 71). Ebenfalls 1996 versuchten einige Kölner DJs, eine eigene Loveparade in Köln zu veranstalten. Dies scheiterte jedoch am Widerstand der Stadt, die die Ruhestörung der Anwohnenden nach 22 Uhr befürchtete (Jerrentrup 1999, S. 257)¹¹⁵. Das sonstige Clubleben, welches im *Kompakt Jubiläumsfanzone* als „von jeher arm an guten Klubs“ bezeichnet wird, spielt sich neben den Ringe-Clubs im Sixpack, L, IZ, oder Roxy ab (Kompakt 2013, S. 13).

1997 stießen mit Treibstoff von Marcel Janovsky und Karaoke Kalk weitere Labels zur lokalen Szene hinzu. Kösch und Reinhold gründeten nach Konkurs der *Frontpage* das Magazin *De:Bug*. Im selben Jahr wurde das Battery Park Festival veranstaltet, bei dem unterschiedliche Locations an zehn hintereinander folgenden Tagen mit diversen Genres elektronischer Musik bespielt wurden. Das Festival war ein finanzieller Reifall, es erhielt im Jahr darauf dennoch und sogar mehr Unterstützung seitens der Stadt.

Einen besonderen Einschnitt stellt das Jahr 1998 dar. Delirium wird in *Kompakt* umbenannt und die Labelaktivitäten des Kollektivs gehen darin auf. Unter der Marke *Kompakt* firmieren seitdem ein Plattenladen, Label, Vertrieb und Verlag. Michael Mayer und Tobias Thomas starteten ihre Party-Reihe *Total Confusion* im Studio 672, die jeden Freitag bis 2006 bekannten nationalen und internationalen DJs eine Bühne bot. Die Labels Firm von Thomas Schaeben und Heiko Voss sowie Ware von Mathias Schaffhäuser wurden gegründet. Gleichzeitig war es das Jahr, in dem der „Sound of Cologne“ durch den Rockförderverein Köln, einer Einrichtung des Kulturamts, ausgerufen wurde. Das Interesse an elektronischer Musik aus Köln war zu diesem Zeitpunkt neben *Kompakt* besonders auf das Duo Mouse on Mars zurückzuführen. Diese konnte mit seinen ersten

¹¹⁴ Zog von Wuppertal nach Köln 1992 um.

¹¹⁵ Dies ist ein interessanter Einwand für eine Stadt, die mit dem Karneval einen einwöchigen Ausnahmezustand gewöhnt ist.

Veröffentlichungen internationale Aufmerksamkeit erzeugen, was auf Köln zurückfiel (vgl. Jerrentrup 1999, S. 258; Schyma 2002, S. 76). Gleiches gilt für den Kölner Minimal-Techno. Die Entwicklungen in der Domstadt veranlassten 1997 die Süddeutsche Zeitung dazu, Köln zur Hauptstadt der neuen Elektronik zu erklären (Schyma 2002, S. 77). Untermuert wurde der Sound of Cologne durch die Kompilationsreihe gleichen Namens (Various 1998, 1999b, 2003b, 2009), an der Akteur*innen der Szene mitgewirkt hatten, die Stücke von Kölner Elektromusiker*innen unterschiedlichster Couleur aus dem Umfeld der Labels des Belgischen Viertels enthält. Obwohl die Sonic Bodies der Kölner Szene diesen Namen nicht selbst etablierten, profitierten sie jedoch davon, da der Sound of Cologne von der Presse angenommen und verbreitet wurde (vgl. Schäfer 2000; Plodroch 2013)¹¹⁶.

1999 starteten Riley und Jacqueline Reinhold das Label Traum Schallplatten mit der Veröffentlichung „Elektronische Musik aus Buenos Aires“ (1999). In den nächsten Jahren erweiterten sich die Aktivitäten um zusätzliche Labels. Dabei bewies sich Riley Reinhold in seiner Funktion als A&R vielfach als Förderer von Musiker*innen, die in späteren Jahren zu Größen der Technokultur avancierten, wie etwa Akufen, Dominik Eulberg oder Gabriel Ananda¹¹⁷. Gleichzeitig veröffentlichten die Labels Sender von Benno Blome und Italic von Stefan Schwander (u. a. Antonelli Electr.) ihre ersten Singles (Schyma 2002, S. 53). Der Sensor Club siedelte sich in der Essigfabrik an, in der Reinhold seine Kämpfer-Partys durchführte (ebd., S. 79). Im darauffolgenden Jahr wurden die Labels Areal von Basteroid, Konfekt und Metope sowie Sub Static von Falko Brocksieper und M.I.A. gegründet. In 2001 startete Boxer Recordings des DJs Beatschubiger und seines Partners Eric Eltron.

Für alle bisher gegründeten Labels zeichnet sich Kompakt als Vertrieb verantwortlich. Kompakt erweiterten 2002 ihre Labelaktivitäten um das Sublabel Kompakt Extra, welches das Kölner Stadtwappen zur Gestaltung der Covers seiner Veröffentlichungen nutzt. Ab diesem Zeitpunkt verfügte Kompakt auch über seine „*Fantastic Four*“ (GCA 1:10:13-14). Neben Wolfgang Voigt zählen hier noch Michael Mayer, Tobias Thomas und Superpitcher zu, die für die Aufmerksamkeit des Labels im In- und Ausland von großer Bedeutung waren. Im Jahr darauf zog Kompakt in ein neues Geschäftshaus, welches alle Abteilungen sowie Wohnungen einiger Beteiligten unter einem Dach vereint. 2003 wurden die Sublabels Kompakt Pop und K2 gestartet.

2003 gingen die Organisierenden der PollerWiesen eine Kooperation mit der Stadt Köln ein und erhielten mit dem Jugendpark eine feste Spielstätte, unter der Auflage, keine weiteren ungenehmigten Partys zu organisieren. Mit dem Jugendpark waren Neuerungen verbunden, die die PollerWiesen von ihren Anfängen entfernte. Zum einen mussten Zäune aufgestellt, zum anderen Eintritt verlangt werden. Die Party unterlag nun dem Zwang, professioneller werden zu müssen. Dies führte einerseits zu Werteverstärkungen, andererseits zu Wertekonflikten. Die Organisatoren sahen sich mit der Situation konfrontiert, kommerziell Kultur betreiben zu müssen. Dabei verschoben sich die Ausrichtung von geheim zu öffentlich und die Gemeinschaft vom Collective zur Organisation. Bei der „neuen“ PollerWiesen wurde mehr Wert auf die Lichtshow und die Einhaltung der Lautstärkebestimmungen gelegt. Durch die größere Bekanntheit kamen immer mehr Leute von außen zu der Veranstaltung, die das Familiäre bzw. das Miteinander störten, was die Party in der Vergangenheit ausgezeichnet hat. Die Bekanntheit bewirkte, den Ansprüchen der Gäste gerecht werden zu müssen. Der P.A.-Dienstleister Michael Buchholz bemerkt in diesem

¹¹⁶ Es gab Kritik an der Bezeichnung. Michael Mayer wies darauf hin, dass der Begriff „Sound“ im Plural stehen müsste, da die auf den Kompilationen präsentierte Musik aus verschiedenen Genres stammte (Schyma 2002, S. 83).

¹¹⁷ Dessen erste erfolgreiche Single erschien bei Treibstoff. Via Traum veröffentlicht Ananda regelmäßige Stücke.

Zusammenhang, dass der „kommerzielle Anspruch des Publikums ist heute größer geworden, etwas für das zu bekommen, in einer Form, wie sie es vergleichen können“ (Rütt 2016, 1:04:27-1:04:35). Mit der zunehmenden Professionalisierung der PollerWiesen kam es zu einer Werteverchiebung von der kollektiven Erfahrung hin zur Erlebnissrationalität. Zur Wahrung des Familiären riefen die Organisatoren das Boot-Projekt ins Leben, um im kleineren Kreis an einem ungewöhnlichen Ort, auf dem Rhein, feiern zu können (ebd., 55:50-1:02:26).

9.4.2 Köln: 2010er Jahre

Die dominante Stellung in der Technokultur hat Köln „arg eingeübt“ (RRA3 45:35-37) und erfuhr als Netzknotenpunkt eine Marginalisierung. Diese Entwicklung ist in erster Linie auf einen Wandel der basalen Kultur Deutschlands zurückzuführen. Der Anziehungseffekt Berlins betraf auch die Domstadt. In direktem Vergleich bietet Berlin aufgrund der größeren Clublandschaft eine bessere Lebensunterhaltsbasis für Musiker*innen und Unternehmer*innen. In Folge dessen zogen diverse Kölner oder kölnassoziierte Akteur*innen¹¹⁸ sowie die Labels¹¹⁹ nach Berlin und Standortkomplexe brachen weg. Damit folgte die Technokultur einem Muster, welches bereits in anderen Medienbereichen zum Tragen kam. Köln war vor der Wende und einige Jahre danach die zentrale Stadt für Medienproduktion in Deutschland. Mit der Popkomm verfügte die Stadt über eine relevante Musikmesse. In der Nachwendezeit verlagerten viele dieser Unternehmen und auch die Popkomm ihre Standorte nach Berlin. Ähnlich verhält es sich mit der SPEX. a-Musik und Formic sind vom Belgischen Viertel weggezogen, welches daraufhin an Aufmerksamkeit einbüßte (Schyma 2002, S. 74f.). Ein weiterer Grund für die Marginalisierung besteht im Schwinden des Kompakt-, resp. Köln-Hypes. Zwar bilden die Labels der Domstadt noch immer wichtige Marken in der Technokultur, sie erfahren aber nicht dieselbe Aufmerksamkeit wie in den 90ern und Mitte der 2000er Jahre. Zuletzt haben stadinterne Vorgänge zu der Marginalisierung Kölns geführt. Dies betrifft vor allem die Clubinfrastruktur und das damit zusammenhängende Szeneleben. Nicht nur wanderten lokal produzierende Sonic Bodies ab und hinterließen eine Lücke, auch die Clubinfrastruktur brach zusammen, welche von Vornherein kleiner war als in Berlin.

Michael: „Ich finde, Köln hat eigentlich gar keine Szene mehr, ist zwar ein bisschen gemein, aber das ist ja auch ein Grund, warum die Leute alle weggezogen sind, ist ja irgendwie ein bisschen zusammengebrochen.“ (MSCHA 1:18:07 - 1:18:17)

Hinsichtlich des Zusammenbruchs der Kölner Clublandschaft bedauert ein Interviewter das Fehlen eines Clubs oder Party, wie die vormalige Total Confusion im Studio 672, die explizit Kölner Techno präsentiert. Die Feldforschung dieser Studie legt allerdings nahe, dass in Köln durchaus Kölner Techno gespielt wird wie etwa bei den Bergwacht- oder 200-Partys. Abseits davon sieht sich die lokale Technoszene mit einem stadtentwicklerischen Problem konfrontiert. Viele Industriebrachen und ungenutzte Gebäude sind in den vergangenen Jahren saniert, neubebaut oder umgenutzt worden. Orte, die früher für Partys genutzt werden konnten, stehen den Gemeinschaften nicht mehr zur Verfügung. Die kleinere Clubinfrastruktur bietet weniger Lebensunterhaltungsmöglichkeiten für die Musiker*innen. Der Mangel an verfügbaren Orten treibt die Sonic Bodies und Gemeinschaften in und um Köln in die Natur sowie Illegalität. In der Stadt hat sich eine Open

¹¹⁸ Ingmar Koch, Sascha Kösch, Justus Köhncke, Falko Brocksieper, M.I.A., Benno Blome, Frank Martiniq, Metope, Basteroid, Dirk Leyers.

¹¹⁹ Areal, Sender, Italic, Sub Static.

Air-Kultur etabliert, welche die offiziellen Clubs meidet. Stattdessen wird am Rheinufer oder Wäldern gefeiert (Rehkopf 2017).

Dennoch haben es sich in den letzten Jahren in Köln wieder vermehrt unterschiedliche Sonic Bodies versucht, die Clubkultur in der Domstadt zu reaktivieren. Da wären einerseits die Clubs Odonien, Papierfabrik oder Schrebergarten, andererseits Veranstaltungen von Bergwacht, Rhein-Rhythmik, Klick-Klack-Club, 200 oder Laut & Luise. Obwohl viele Kölner Sonic Bodies ihren Lebensmittelpunkt und ihre Aktivitäten verlagert haben, sind „viele Neue auch noch entstanden. Es gibt die Klangfarbe Schallplatte, 200 Records, dann gibt es noch jetzt die Bergwacht, die haben auch ihr eigenes Label gemacht, die haben jetzt auch angefangen und kommen auch immer mehr“ (ÜHA 3:15:09-21). Im Jahr 2010 gründete Robert Babicz sein Label Babiczstyle und tritt vermehrt als Masterer in Erscheinung.

Die PollerWiesen hat ihre Aktivitäten ausgeweitet. Neben dem PollerWiesen Zirkus anlässlich des 15. Jubiläums, organisierten die Veranstaltenden ein Ambient Picknick: einen familientauglichen Sonntagnachmittag mit Barbecue, Beats und Getränken. Die PollerWiesen hat Ableger im Ruhrgebiet und Leverkusen gebildet. Dabei sahen sich die Organisatoren in Leverkusen mit weniger Auflagen seitens der Stadt als in Köln konfrontiert (Rütt 2016, 1:06:16-1:06:57, 1:09:26-1:10:02).

In Bezug auf den Wert der lokalen Technoszene für die Stadt Köln kann ein widersprüchliches Handeln identifiziert werden. Auf der einen Seite erkennt das Kulturamt den Image-Wert der lokalen Szene an, was sich u. a. an der Unterstützung des Battery Park Festivals und der Kompilations-Reihe Sound of Cologne zeigt. Auf der anderen Seite steht aber die Realität der Kölner Clubkultur, die häufig in ihrer Werte-Schöpfung durch das Ordnungsamt eingeschränkt wird. Gesetze und Verwaltung einer Stadt sind signifikante Faktoren, die im Fall von Berlin unterstützend, im Fall von Köln hemmend wirken. Während in Berlin die Clubkultur als Wirtschaftsfaktor angesehen wird und mit der Clubcommission eine Interessenvertretung besitzt, wird dies in Köln anders gehandhabt. In den Zeitraum der Feldforschung fiel die Schließung des Clubs Odonien durch das Bauamt¹²⁰. Zwar wurde die Korrektheit dieses Vorgehens angemerkt, da „Sicherheitsbestimmungen nicht eingehalten wurden“ (DMA 26:39-40). Gleichzeitig wurde die Geisteshaltung des Bürgermeisters von Köln-Ehrenfeld bemängelt, welcher die Bedeutung der Clubkultur für die Stadt nicht versteht. Es wurde kritisiert, dass das Ordnungsamt gegenüber der Clubkultur „zu viel interagiert“ (GCA 42:06-08) oder die Ämter hohe Auflagen erfüllt sehen wollen. Der Umgang mit der lokalen Clubkultur seitens der Politik und Verwaltung realisiert sich in Köln anders und restriktiver als der laxere Umgang in Berlin.

Das rigide Vorgehen der Ämter hat in Köln Tradition. So wurde im März 2000 der Liquid Sky Club aufgrund von Lärmbelästigung mehr als ein halbes Jahr durch das Ordnungsamt geschlossen (Schyma 2002, S. 81). Das jahrelange ‚Katz-und-Maus-Spiel‘ der Organisator*innen der PollerWiesen war auch eine Folge der strikten Haltung des Ordnungsamts. Die Konzessionierungspolitik macht es vielen Sonic Bodies unmöglich, einen neuen Club oder eine Bar, die DJs eine Bühne gibt, zu eröffnen. So unterscheidet die Stadt Köln zwischen den Betriebsarten „Schankwirtschaft“ und „Vergnügungsgaststätte“. Die Definition der Letzteren ist erfüllt, sobald zwei Plattenspieler, ein Plattenkontingent und zum Tanz animierende DJs vorhanden sind. Dies erhöht einerseits die Kosten, die für Schallisolierung oder Brandschutzmaßnahmen veranschlagt werden. Andererseits ist es schwierig, eine neue Konzession zu erhalten, sodass Veranstalter*innen nur Clubs übernehmen können, die insolvent gegangen sind oder geschlossen wurden.

¹²⁰ Mittlerweile wiedereröffnet.

9.4.3 Kölsche Techno-Klüngel

Gabriel: „Ich glaube, Köln hat halt warmes Klima und ich weiß nicht, es ist bestimmt auch einfach so, es ist schon Jahrtausende alt oder Jahrhunderte alt dieses Networking von mir aus, so nennt man das heutzutage, oder Cliquenverhalten, das ist hier einfach so.“ (GAA 1:40:26 - 1:40:46)

Thomas: „Man kennt sich, man hilft sich.“ (TSA2 50:14 - 50:16)

Die Bezeichnung „Klüngel“ weckt negative Assoziationen, da der Begriff oft mit politischer Korruption gleichgesetzt wird. Innerhalb Kölns wird Klüngel anders und positiver gedeutet. Klüngel zeigt sich im Einander-Helfen, im gegenseitigen Aufeinander-Zugehen oder dem Nutzen von Netzwerken.

Es existieren unterschiedliche Vorstellungen von Klüngel, die zwischen dem ‚guten‘ und ‚schlechten‘ Klüngel changieren. Während manche Publikationen den guten Klüngel in den Fokus rücken, ist bei anderen die negative Vorstellung vorherrschend (Überall 2007). Frank Überall (2007) hat den Klüngel Kölns in seiner politikwissenschaftlichen Dissertation untersucht und kommt zu einem differenzierteren Ergebnis, welches beide Vorstellungen integriert:

„Klüngel ist eine Geisteshaltung, die eine prinzipielle Bereitschaft zum unkomplizierten Umgang mit Kommunikation, Verhandlung und Tausch beinhaltet. Im Bereich der (Kommunal-)Politik gilt er zusätzlich als Synonym einerseits für geheime Absprachen, aber auch für die prinzipielle Bereitschaft zur Kooperation. Klüngel ist nicht gleich Korruption, es gibt aber die latente Gefahr des ‚Abrutschens‘ von Klüngel-Beziehungen in korruptive Verhaltensweisen.“ (Überall 2007, S. 17)

Überall entwirft ein Modell der Formen des Klüngels, welches auf drei aufeinander aufbauenden Ebenen besteht. Die erste Ebene enthält situative Kooperationen, die vom Prinzip der Gegenseitigkeit geprägt sind. Netzwerke bilden die zweite Ebene hier entscheidet sich, ob Klüngeln in Korruption endet. Je nach Netzwerk ist dieses offener oder geschlossener. Sie basieren auf Spielregeln, die es einzuhalten gilt. Die dritte Ebene umfasst die Korruption (ebd., S. 18f.). Klüngel stellt eine Attitüde, Korruption eine vollendete Handlung dar (ebd., S. 163).

Beim Klüngel als Attitüde handelt es sich um eine kulturelle Praxis, die sich mit der Historie Kölns als freier Handelsstadt erklären lässt. Daher beinhaltet es neben einem kollektiv identitätsstiftenden auch ein herrschaftskritisches Element. Das gespannte Verhältnis zur Obrigkeit und später den preußischen Herrschern zeigt sich in deren Umgehung im Klüngeln (ebd., S. 220). Klüngeln wird in Köln durch die kleinteilige Stadtteilstruktur, den sog. „Veedel“ forciert (ebd., S. 22). Die Viertel dienen als Kommunikationszentren und erinnern an Marktplätze, auf denen sich „Politisches und Privates [...] stark miteinander vermischt“ (ebd., S. 79).

Diese Haltung lässt sich auch abseits der Politik feststellen, was die lokale Technoszene umfasst. So wurde das verbreitete Kooperieren und Netzwerken der Sonic Bodies als Ausprägung der Kölner Mentalität gedeutet. In Bezug auf die Sonischen Gemeinschaften im Belgischen Viertel stellt Bernd Schyma fest:

„Es scheint, dass hier Leute miteinander handeln, die sich kennen, sich vertrauen und die alle möglichst wenig Zeit und Energie in nerven- und zeitraubende Verwaltungsarbeit stecken möchten, weil der größte Teil der Akteure einen Hobby-, Fan- und vor allem Liebhaberbackground bezüglich der Musik hat und eben keinen primär kaufmännischen.“ (Schyma 2002, S. 66)

Die Charakterisierung der Gemeinschaften des Belgischen Viertels und anderer deckt sich mit den positiven Funktionen des Klüngels, die Überall identifiziert. Dazu zählen u. a. ein prinzipiell offenes System, Überwindung übermäßigen Konkurrenzdenkens, die Verringerung von Bürokratie, einfachere Verhandlung und Verständigung sowie Suche nach breitem Konsens (Überall 2007, S. 242). Vertrauen nimmt einerseits als Währung im Klüngel eine wichtige Position ein (ebd., S. 231). Andererseits ist Sympathie von zentraler Bedeutung (ebd., S. 243). Positive Funktionen des Klüngels lassen sich an der gegenwärtigen Kölner Technoszene identifizieren. Zunächst befinden sich mehrere Labels und Veranstaltungsagenturen in räumlicher Nähe zueinander. Vermischung von Privatem und Beruflichem zeichnet die Kölner Gemeinschaften aus.

Dirk: Als das erste Mal schönes Wetter war, als wir hier grillen waren, stand ich hier irgendwann oben auf der Treppe und hab mal runter geguckt und da saßen nur Leute, die irgendetwas geschaffen haben in der Szene. Diese Szene ist sehr wichtig, das sind halt einzelne Gruppierungen in der Stadt, die auch teilweise ganz, ganz andere Ansätze haben als wir, wie man eine Party gestaltet; also eher so Off-Location, Underground oder eher so wie wir regelmäßig in unserem festen Club oder so ein bisschen größer angelegt. Dann gibt es die Techhouse-Fraktion hier in der Stadt, dann gibt es hier die Neotrance-Fraktion in der Stadt, eher so minimalere Geschichten und so. Dann gibt es auch Szenen, die eher so Hype, trendmusikalisch sind. [...] Aber man versteht sich gut, man arbeitet eng zusammen und dieses Netzwerk ist in Köln sehr, sehr wichtig.“ (DMA 42:16 - 43:23)

Merkmale des Klüngels erscheinen in den Absprachen der Sonischen Gemeinschaften. Die Szene und Clublandschaft Kölns verfügt nicht über die entsprechende Größe, um sich gegenseitig Konkurrenz machen zu können. Es besteht eine Abhängigkeit unter den Gemeinschaften, die keinen aggressiven Wettbewerb zulässt. Dieser hätte für alle Beteiligten negative Folgen, sei es in Form von Ausbleiben des Publikums bei Partys aufgrund anderer Veranstaltungen oder in Form von Reputationsverlust gewisser Sonic Bodies, die sich nicht an Absprachen halten oder zulassen.

Dirk: „Auf jeden Fall für das Eventgeschäft [ist das Netzwerk wichtig], weil wir uns eigentlich absprechen, das heißt, wir stehen uns eigentlich nie im Wege und es gibt da auch keine Eifersüchteleien oder Neidgeschichten oder so was. Man guckt einfach, dass man das gemeinsam schafft. Es gibt auch immer wieder neue Konstellationen, dann arbeitet der mit dem; also es kann passieren, dass ich irgendwie an einem Samstag mit einer Crew zusammen was gemacht habe und am nächsten Samstag spielt die an dem gleichen Abend eine Party, weil das eben nicht anders ging. So was kann halt passieren und das geht nur in einem gut funktionierenden Netzwerk. Ansonsten würden wir uns hier in Köln schon längst irgendwie, die Augen ausstechen, wie ich das aus Dortmund höre, was da halt passiert. Dieses ‚Jeder kocht sein eigenes Süppchen‘ das ist in Köln halt nicht drin. Wer das macht, wird auch ganz schnell ausgeschlossen aus dem Netzwerk, weil das nicht gut ist, das sieht man hier in Köln halt nicht gerne.“ (DMA 43:24 - 44:21)

Absprachen sind eine Form des Klüngels, der in der Technoszene Kölns zwischen der ersten Ebene, den situativen Kooperationen und zweiten Ebene, den Netzwerken, changiert. Der Ausschluss aus dem Netzwerk aufgrund von Regelverletzung setzt ein Regelwerk voraus. Dennoch präsentieren sich die Netzwerke der Kölner Szene als weitestgehend offene Systeme, die zu situativen Kooperationen neigen.

Gabriel: „Und der Rest, der lebt so nebeneinander, fusioniert manchmal auch. Dann gibt es Veranstaltungen zusammen oder dann arbeiten Künstler zusammen und so. Also das ist eigentlich eher; naja familiär ist echt übertrieben, aber so cliquenmäßig, Kölner Cliquenverhalten.“ (GAA 1:39:39 - 1:40:02)

9.4.4 Kölner Techno

„Wir hören ein Singen im Raum – wir jagen die Monotonie.“
Jürgen Paape - Soweit wie noch nie (2002)

Äquivalent zu der Entwicklung des Berliner Techno merkten mehrere Interviewte in Bezug auf Köln an, dass es mittlerweile keinen Kölner Sound mehr gäbe. Dies steht im Zusammenhang mit dem Umzug Kölner oder assoziierter Sonic Bodies nach und der generellen Konzentration von Produzent*innen in Berlin, die dort leben, aber in Köln veröffentlichen. Die Idee eines Kölner Sounds bezieht sich vor allem auf die Soundmarken gewisser Kölner Labels.

Der Kölner Sound ist Resultat des Musickings der Sonischen Gemeinschaften, der Atmosphäre und Stadtkultur. Die Kölner Innenstadt ist vergleichsweise klein und überschaubar. Dies wird durch die Veedel begünstigt, in denen die Gemeinschaften leben, arbeiten und sich treffen. Clubs fallen in Relation auch kleiner aus. In diesen kleinen Strukturen kennen sich die Sonic Bodies. Es menschtelt. Das Potenzial für Emotionen und Dramen ist eher gegeben als in den anonymen Berliner Clubs, die einen regelmäßigen Austausch durch Feiertourist*innen erfahren. Die Farbpalette an Emotionen schlägt sich im Kölner Techno nieder, der unterschiedliche Stimmungen bedient, dabei aber zur Melancholie tendiert. Die Veedel begünstigten in der Vergangenheit den Austausch und Kooperationen zwischen unterschiedlichen Gemeinschaften und Szenen in der Stadt. Folge des Nomadisierens zwischen Techno und anderer Musik ist der Hang zum einen zu experimentellen, unfunktionalen Tracks, zum anderen zu popaffinen Tracks.

Kölner Techno wurde lange Zeit vor allem mit dem Label Kompakt und besonders dessen Vorläufern wie Profan in Verbindung gebracht. Daher wird Wolfgang Voigt von vielen als Galionsfigur des frühen Kölner Sounds gesehen, der in seinen Stücken oftmals eine formale Konzeption verfolgt. Dies ist einer der Gründe der Charakterisierung des Sounds als „wissenschaftlicher“ (TSA2 57:41-43) und „mutiger“ (ÜHA 3:18:13-14). Der Aspekt der Wissenschaftlichkeit ist vor allem auf manche Veröffentlichungen von Wolfgang Voigt, wie der Studio-Reihe¹²¹ oder *Kafkat-rax* (2011), zurückzuführen, die die kompositorische Auseinandersetzung mit Techno in den Fokus rücken.

Der Kölner Sound wandelte und erweiterte sich mit dem Entstehen von Kompakt hin zu einem wärmeren Sound mit mehr „Soul“ (GAA 1:35:46-47). Der Zuwachs an anderen Labels, wie Traum Schallplatten oder Ware, forcierte dies zusätzlich. Der Schwerpunkt verlagerte sich vom formstrengen Minimalismus Voigts (vgl. Kompakt 2013, S. 7) hin zu einem Sound, der als spezifische Verbindung aus „Monotonie und Melancholie“ (ÜHA 3:18:30-33) beschrieben wurde (vgl. Superpitcher *Heroin* [2001], Thomas/Mayer *Total 9* [2009], Coma *Crystal* [2009], Pachanga *Boys Time* [2011]). Dies deckt sich mit den Zuschreibungen „Wärme und Reduktion“ (PHA 24:38), „treibender Bassline und warmer Melodie“ (KKA5 11:54-57) und „Stakkato“ (MMA1 1:10:00-1:10:01) hinsichtlich des Kölner Stils. Dieser hält sich eher zurück und entwickelt sich über Zeit. Er ist in diesem Punkt dem Berghain-Sound näher aber weniger massiv. Dies ist auf die Minimal-Tradition Kölns zurückzuführen, die sich bis heute in den Tracks wiederfindet. Die Produktionen basieren auf einer geringen Anzahl an Spuren und reduziertem Tonmaterial.

Mehrheitlich wurde dem Kölner Sound ein hohes Maß an Eigenständigkeit und Beständigkeit attestiert, was auf die Sounddistinktion in der Vergangenheit zurückzuführen ist. Im Zuge dessen wurde der Stil als „ernsthafter“ (KKA5 13:12-13) und „erwachsener“ (APA 31:11-12) beschrieben, der eine „Neigung zum Außergewöhnlichen“ (MMA1 1:09:56-1:10:00) aufweist. Kölner

¹²¹ Studio war eine Serie an Vinylveröffentlichungen.

Musiker*innen wurde ein größeres Maß an Stil- und Klangbewusstsein zugesprochen. Dies deutet auf gewisse klangfarbliche Charakteristika hin. In diesem Zusammenhang ist eine spezifische Wärme des Klangs von Bedeutung, die den Kölner Lokalkolorit ausmacht und ihn emotionaler wirken lässt. Diese geht einerseits von den genutzten Instrumenten, andererseits von den Melodien aus.

Der Kölner Sound wurde im Vergleich zu Berlin als melodischer definiert. Hinsichtlich der Melodiösität des Bar 25-Sounds erscheint dies zweifelhaft, hinsichtlich des Berghain-Sounds stichhaltig. Die Melodiösität des Kölner Sounds ist eine andere als die der Bar 25. Sie ist zum einen mehr durch Minimalismus, zum anderen durch einen anderen Umgang mit Samples, die eher im Loop eine Funktion erfüllen, gekennzeichnet. Die Melodiösität des Kölner Stils ist für dessen melancholische Wirkung verantwortlich. Im Vergleich zu den beiden Berliner Lokalkoloriten bewegt sich der Kölner Sound in der Mitte davon. Er präsentiert sich einerseits relativ minimalistisch und monoton. Er ist weniger dynamisch und verspielt als der Bar 25-Sound, aber dynamischer als der Berghain-Sound. Andererseits befindet sich der Kölner Sound aufgrund seines melancholischen und melodiösen Charakters näher am Bar 25-Sound. Im Gegensatz zu diesem verzichtet er auf eine intensive Integration analoger Instrumente und besitzt eine stärkere elektronische Klangfarbe, die aber mit analogen Klängen angereichert werden kann. Gewisse Soundpräferenzen zeichnen den Kölner Stil aus, der mehr auf analoge Synthesizer oder Emulationen davon zurückgreift. Dieser hat einen ausbalancierten und trockenen Sound. Es kommt zu keiner starken Ausstellung von Digitalität. Die Hallgestaltung ist deutlich trockener sowie dezenter. Sie unterliegt nicht so starken Modulationen. Die Produzierenden ziehen das geistfähige Material eher aus Tönen und Klängen. Diese können sich durchaus durch klangfarbliche Härte auszeichnen (vgl. Motor *Ice* [2008]; Max Cooper [2009]; DJ Koze aka Monaco Schranze *Der Säger von St. Georg* [2003]).

Eine Besonderheit des Kölner Stils ist dessen gelegentliche Affinität für Gesang, Schlager und Neuinterpretation von Popsongs. Dies kann sich sowohl in Form von Samples als auch Gesang manifestieren. Die Tracks werden dadurch aber nicht zu Popsongs. Sie bleiben Techno, öffnen durch die Samples oder Neuinterpretationen jedoch andere Referenzräume. Referenzen erhalten im neuen Kontext eine andere Bedeutung, wie in Grungerman *Fackeln im Sturm* (1997), das Samples aus *Am Tag als Conny Kramer starb* von Julian Werding (1972) nutzt. Solche Veröffentlichungen tauchen im Portfolio von Kompakt immer wieder auf (vgl. Jürgen Paape *So weit wie noch nie* [2002]; The Modernist *Pearly Spencer* [2006]; Superpitcher *More Tomorrow* [2002], *Baby's on Fire* [2004]). Dieser eklektische Ansatz schlägt sich ebenfalls in den Pop- und Ambient-Veröffentlichungen nieder. Andere Labels aus Köln sowie Traum Schallplatten oder Ware verfügen über eine vergleichbar eklektische und minimal-monotone Haltung bei ihren Veröffentlichungen. Eine andere Besonderheit, die zwar von anderen Musiker*innen aufgegriffen wird, aber vor allem von Kompakt präsentiert und benannt wurde, ist „Schaffel“. An diesem Techno werden die Zählzeiten des Offbeats verschoben, sodass sich ein shuffleartiger Rhythmus ergibt (vgl. Various *Schaffelfieber* [2000]; Superpitcher/Wassermann *Schaffelfieber 2* [2003a]).

Für die Analyse des Kölner Sounds wurde auf die drei Tracks *Take That* (2006), *Hot Love* (2003) und *Lauschgoldengel* (2006) zurückgegriffen. In Bezug auf die ausgewählten Stücke konnten vor allem die Zuschreibungen Melancholie, Melodiösität, Monotonie und Wärme festgestellt werden.

Take That von Jürgen Paape basiert auf drei Motiven, die sukzessive addiert und subtrahiert werden. Motiv 1 und 3 verfügen über einen rhythmischen Charakter (Abbildung 26). Von Beginn an ist dem Track ein Intervall unterlegt, welches im Zusammenspiel mit den anderen Motiven sowie dem Bass einen E-Moll-Akkord bildet. Der Rhythmus fußt auf den konstituierenden Beats ohne zusätzliche Rhythmen. Das Tempo liegt bei 124 bpm. Der Track weist einen klaren Aufbau auf, der einem 16taktigen Schema folgt. Er beginnt per Fade-in. Bass und konstituierende Beats erklingen von Beginn an. Es kommt zu keinem Rhythmusaufbau.

Das erste Motiv erscheint bei 0:31. Vom ihm geht eine dynamisierende, ziehende Wirkung aus. Das zweite Motiv wird bei 0:57 eingefügt. Im Track erscheinen drei Impulspausen, die per Low Cut auf Kick und Bass realisiert werden. Gleichzeitig vollzieht der Bass hier einen Quart-Sprung, um danach wieder in die Ausgangsstellung zu wechseln. Nach der Impulspause erklingt das zweite Motiv, dem nach vier Takten das erste und dritte Motiv hinzugefügt werden. Der Track läuft ohne Veränderung bis zur nächsten Impulspause weiter. Nach deren Ende erscheinen alle Motive gleichzeitig. Dieses Dynamikspiel wird bei 3:21 in Form eines kurzen Rückbaus weitergetrieben. Der Offbeat setzt für einen kurzen Moment aus und ein Low Cut beschneidet die tiefen Frequenzen. Währenddessen erklingt von den Motiven nur das zweite. Kurz danach erfolgt ein Aufbau, der in der letzten Impulspause mündet. *Take That* klingt durch eine Fade-out aus.

An *Take That* sticht besonders der trockene und einheitliche Hallraum hervor. Der Track besitzt einen analogen Klangcharakter, welcher auf die zugrunde liegenden Synthesizer zurückgeführt werden kann. Aufgrund der acht Instrumentenspuren besitzt er einen minimalistischen sowie monotonen Charakter, der allerdings über eine gewisse Melodik verfügt.

Take That

85 $\text{♩} = 124$

The musical score for 'Take That' is presented in a multi-stem format. It includes the following tracks:

- Pad:** A single-stem track with a treble clef, showing a series of rests across four measures.
- Lead Synthesizer:** A single-stem track with a treble clef, also showing a series of rests across four measures.
- Synthesizer:** A single-stem track with a treble clef, featuring a rhythmic pattern of eighth notes and rests, with a final melodic phrase at the end of the fourth measure.
- Synthesizer:** A single-stem track with a treble clef, showing a series of rests across four measures.
- Bass:** A single-stem track with a bass clef, featuring a consistent eighth-note bass line. A 'Low Cut an' annotation is placed above the first measure.
- Rauschen:** A double-stem track with a treble clef, featuring a rhythmic pattern of eighth notes.
- Snare Drum:** A double-stem track with a treble clef, featuring a rhythmic pattern of eighth notes.
- Bass Drum:** A double-stem track with a treble clef, featuring a rhythmic pattern of eighth notes. A 'Low Cut an' annotation is placed above the first measure.

89

Pad

Lead

Synth.

Synth.
Low Cut aus

Bass

Rauschen

Sn. Dr.

B. Dr.
Low Cut aus

93

Pad

Lead

Synth.

Synth.

Bass

Rauschen

Sn. Dr.

B. Dr.

Abbildung 26: Analyse Jürgen Paape "Take That"

Bei *Hot Love* von Wassermann (Wolfgang Voigt) handelt es sich um eine Interpretation des gleichnamigen Songs von T.Rex (1971). Der Track ist minimalistisch gehalten. Er besteht aus den konstituierenden Beats, Bass, einem Oszillatorklang und eintaktigem Sample aus dem ersten Takt der Originalversion von *Hot Love*, was an den abgeschnittenen Streichern des Samples zu hören ist. Trotz dieses Minimalismus erscheint der Charakter dieses Stück melodios, was auf das Sample zurückzuführen ist, welches sich aus dem Motivkopf des Basslaufs und dem G-Dur der Streicher zusammensetzt (Abbildung 27). Das Sample öffnet Referenzräume, die auf Glam, Marc Bolan, Autounfall, T. Rex, Liebe oder Sex verweisen. Das Tempo liegt bei 126 bpm und der Rhythmus weist als Besonderheiten einerseits den Schaffelrhythmus des Offbeats, andererseits einen triolischen 8tel-Snarewirbel in den Impulspausen des Tracks auf. *Hot Love* verzichtet auf einen langen Aufbau. Direkt zu Beginn erklingen alle zentralen Elemente. Er verfügt über mehrere Impulspausen, die den Fluss des Tracks per Low Cut unterbrechen. Snarewirbel und Oszillatorklang erzeugen Anspannung, die nach Ende der Impulspause dynamisierend wirkt. *Hot Love* ist durch Wechsel von An- und Entspannung charakterisiert: Heiße Liebe. Im Gegensatz zum Originalstück verschiebt sich durch den Einsatz des Loops die Bedeutung von der Ankündigung oder dem Bericht zum Sexualakt selbst.

Der Track hat einen warmen, analogen Charakter, welcher auf das Sample und die eingesetzten Synthesizer zurückzuführen ist. Aufgrund des Schaffels und Bass besitzt der Track einen federnden Groove. Er verfügt über eine trockene Hallgestaltung.

Hot Love

♩ = 126

Hot Love Sample

Bass

Hi-Hat

Snare Drum

Bass Drum

Sample

Bass

Hi-Hat

Sn. Dr.

B. Dr.

The image displays two musical staves for the track 'Hot Love'. The top staff is labeled 'Hot Love Sample' and the bottom staff is labeled 'Sample'. Both staves show a 4/4 time signature with a key signature of one sharp (F#). The tempo is marked as ♩ = 126. The top staff (Hot Love Sample) features a treble clef and contains three measures of sustained chords. The bottom staff (Sample) features a bass clef and contains three measures of a rhythmic bass line with triplet markings. Below the bass line are three drum parts: Hi-Hat, Snare Drum, and Bass Drum, each with a double bar line and a 4/4 time signature. The Hi-Hat part shows a consistent rhythmic pattern of eighth notes. The Snare Drum part shows a pattern of quarter notes. The Bass Drum part shows a pattern of quarter notes.

Abbildung 27: Analyse Wassermann "Hot Love"

Lauschgoldengel von Gabriel Ananda und Cio D'Or ist im Rahmen der Analyse der Lokalkolorite das schnellste Stück mit 128 bpm. Der Track wurde bei Treibstoff veröffentlicht. Er besitzt eine dreiteilige ABA-Struktur. Diese realisiert sich über den Bass, welcher zwei Motive aufweist, und die Melodie des B-Teils (Abbildung 28). Innerhalb dieser waltet ein 16taktiges Schema der Addition und Subtraktion von Spuren oder Integration kurzer Impulspausen.

Der Aufbau von *Lauschgoldengel* erfolgt langsamer. Der Track startet mit dem ersten Bassmotiv und einem Rhythmus-Pattern. Der Onbeat setzt bei 0:30 gleichzeitig mit einem melodisch abwärts verlaufenden Schlagklang ein. Ab 1:00 erklingt der Offbeat der Hi Hat, die zunächst in den Frequenzen beschnitten und erst später als solche identifizierbar ist. Sukzessive werden einzelne Klänge mit eigenen Hallräumen integriert. Mit dem Erscheinen eines motivischen Patterns mit ebenfalls eigenem Hallraum bei 1:30 etabliert sich der Groove allmählich und findet ab 1:45 seinen Abschluss mit dem Erscheinen des Backbeats. Bei 3:00 erreicht *Lauschgoldengel* eine neue

Stufe. Per Fade-in erklingt eine Abfolge aus zwei Akkorden. Aufgrund der Auflösung von G-Dur in d-Moll erhält der Track einen melancholischen Charakter. Die Akkorde leiten zum Breakdown hin, der zwischen 3:30 und 4:56 erfolgt. Während der Onbeat die ganze Zeit pausiert, kehren Off- und Backbeat zurück, verschwinden und kehren wieder zurück. Bei 3:00 kommt es zum Build-Up und der Integration eines modulierten Bongo-Patterns. Kurz danach blendet sich die Melodie allmählich ein. Trotz ihrer zentralen Stellung wurde sie einerseits im Klangbild hinten platziert, andererseits in den Frequenzen beschnitten. Nach Ende des Breakdowns erscheint das zweite Bassmotiv welches den Track und Groove dynamisiert. Der kürzere B-Teil von Lauschgoldengel ist erreicht. In dessen Verlauf klingt zunächst die Melodie aus. Zwischen 6:26 und 6:41 erfolgt eine längere Impulspause, die die Akkordfolge beendet. Nach Ende der Impulspause erklingt das erste Bassmotiv und der Track befindet sich im A-Teil. Der Rückbau erfolgt ab 7:40.

Zwar verfügen einzelne Klänge über eigene Hallräume die generelle Hallgestaltung von Lauschgoldengel ist aber eher trocken. Daneben ist der Charakter im Vergleich zu den anderen analysierten Kölner Technotracks perkussiver und polyrhythmischer, da dieser auf mehreren Patterns basiert. Trotz der höheren Anzahl genutzter Spuren erscheint er aufgrund der wenigen Ereignisse in den Spuren minimalistisch und monoton. Der Track wirkt durch die Akkordfolge und Melodie melancholisch. In Verbindung mit dem Namen Lauschgoldengel ruft er aufgrund der ab- und aufsteigenden Akkorde und Melodie Assoziationen von Fliegen mit festem Flügelschlag hervor.

Lauschgoldengel

♩ = 128

159

The musical score is written in 4/4 time with a tempo of 128 BPM. It consists of nine staves:

- Lead Synthesizer:** Treble clef, melodic line with eighth and sixteenth notes.
- Synthesizer:** Treble clef, chordal accompaniment with sustained notes.
- Schlagklang:** Treble clef, percussive rhythmic patterns.
- Bass:** Bass clef, complex rhythmic pattern with triplets.
- Bongos:** Treble clef, melodic line with eighth notes.
- Tablas:** Treble clef, melodic line with eighth notes.
- Hi-Hat:** Treble clef, rhythmic pattern with eighth notes.
- Snare Drum:** Treble clef, rhythmic pattern with eighth notes.
- Bass Drum:** Treble clef, rhythmic pattern with eighth notes.

161

Lead

Synth.

Sch.kl.

Bass

Bo.

Tbs.

Hi-Hat

Sn. Dr.

B. Dr.

Detailed description: This block contains the musical notation for measures 161 and 162. The score is arranged in a grand staff format with ten staves. The Lead staff (treble clef) features a melodic line with eighth and quarter notes. The Synth. staff (treble clef) provides harmonic support with sustained chords. The Sch.kl. staff (treble clef) has a sparse melodic line. The Bass staff (bass clef) plays a complex eighth-note triplet pattern. The Bo. staff (saxophone clef) has a melodic line with eighth notes. The Tbs. staff (saxophone clef) plays a steady eighth-note accompaniment. The Hi-Hat, Sn. Dr., and B. Dr. staves (percussion clefs) provide a consistent rhythmic foundation with eighth notes.

163

Lead

Synth.

Sch.kl.

Bass

Bo.

Tbs.

Hi-Hat

Sn. Dr.

B. Dr.

Detailed description: This block contains the musical notation for measures 163 and 164. The arrangement continues with the same ten staves. The Lead staff (treble clef) continues its melodic line. The Synth. staff (treble clef) maintains its harmonic accompaniment. The Sch.kl. staff (treble clef) has a melodic line with some rests. The Bass staff (bass clef) continues with the eighth-note triplet pattern. The Bo. staff (saxophone clef) has a melodic line with eighth notes. The Tbs. staff (saxophone clef) plays a steady eighth-note accompaniment. The Hi-Hat, Sn. Dr., and B. Dr. staves (percussion clefs) provide a consistent rhythmic foundation with eighth notes.

165

Lead

Synth.

Sch.kl.

Bass

Bo.

Tbs.

Hi-Hat

Sn. Dr.

B. Dr.

Abbildung 28: Analyse Gabriel Ananda & Cio d'Or "Lauschgoldengel"

9.5 Ruhrgebiet: Menschen, Strukturen, Atmosphären im Wandel

Riley: „[D]er Ruhrpott ist noch mal eine eigene Sache. Da wird auch ein bisschen alles ausgebremst zugunsten einer eigenen Definition, denke ich mir. [...] Der größte House-Vertrieb in Deutschland kam damals aus dem Ruhrpott, da habe ich damals auch Platten bestellt und da ist mir das schon aufgefallen: ‚Ja nicht so groß hier; also, fahr dich jetzt mal nicht so hoch hier‘. Im Ruhrpott ist das ja immer so: ‚Also, lass mal schön‘. Da sollte man ja auch nicht mal sagen: ‚Boah, ich bin total stolz hier auf die Party! Boah, guckt euch das an‘. Der Kevin hätte das niemals gesagt. Der Kevin hat mal lieber mal beschaulich auf den Boden geguckt und hat gesagt: ‚Yo, yo, so ist das hier, ganz nett hier heute bei uns.‘“
(RRA3 1:07:11 - 1:08:17)

„Und dann schau ich auf meine Stadt. Ich sehe die Türme der Propstei- und Christuskirche, das Mercedeshochhaus am Bahnhof. Ich sehe die neue Verwaltung der Stadtwerke, den Förderturm des Bergbaumuseums und ich denke: Boah – schön is dat nich.“
Frank Goosen – Nicht schön, aber direkt (2007, 0:53-1:13)

Das Ruhrgebiet ist mit den Worten von Einheimischen wahlweise ein „größtstädtisches Dorf nahe den Niederlanden“ (Geier 2009, S. 56) oder das „kaputtzersiedelte Haufendorf“ (Hillenbach 2005, S. 8). Es unterscheidet sich in mehrfacher Hinsicht von Berlin und Köln. Der Unterschied zu Berlin ist bereits am Stand der Forschung zu House und Techno im Ruhrgebiet ersichtlich. Als Peripherie der Technokultur fällt sie, dem Berlinzentrismus der Technoforschung geschuldet, aus dem Blick¹²².

Obwohl das Ruhrgebiet die bevölkerungsreichste Region Deutschlands darstellt, ist die Anzahl an Techno-Musiker*innen, -Clubs und -Labels mit nationaler oder internationaler Strahlkraft gering. Dafür müssen die lokalen Gegebenheiten, Bedingungen und Sonic Bodies betrachtet werden. Die Tiefstapelei-These von Riley in der Einleitung verweist auf tieferliegende Gründe, die in der Vergangenheit und Sozialstruktur des Ruhrgebiets zu suchen sind. Im Gegensatz zu Köln besitzt dieses keine Handels- sondern eine Industrievergangenheit und hat lange keine vergleichbare Selbstständigenkultur hervorgebracht. Firmenzentralen wurden aus dem Ruhrgebiet ausgelagert, wie etwa Thyssen Krupp nach Düsseldorf (Engelbrecht 2007, S. 358). Die Region wurde lange von höherer Bildung ferngehalten. Die ersten Hochschulen entstanden in den 1960er Jahren.

9.5.1 Ruhrgebiet, Strukturwandel, Kultur

Der Status der Ruhrszene ist auf die Zergliederung der Region in 53 Städte und vier Kreise zurückzuführen. Das Ruhrgebiet verfügt über eine dezentrale politische Verwaltung mit drei Regierungsbezirken¹²³. Daneben teilen noch die zwei Landschaftsverbände Rheinland und Westfalen-Lippe die Region auf. Eine Folge der Zugehörigkeiten und Verwaltungsinstanzen sind die 13 kommunalen Verkehrsbetriebe. Die Situation des Nahverkehrs ist auch mit der Bahn suboptimal, da bspw. die Städte des nördlichen Ruhrgebiets nicht ausreichend mit den großen Städten ver-

¹²² Andere Genres wie bspw. Metal (Schmenk/Krumm 2010; Schmenk/Schiffmann 2017) oder Punk (Rebmann/Stratmann 2013; Lorenz 2016) wurden mit Blick auf das Ruhrgebiet durchaus wissenschaftlich bis popjournalistisch behandelt und erforscht.

¹²³ Diese haben mit Arnsberg, Düsseldorf und Münster alle außerhalb der Region ihren Sitz.

bunden sind. Nachts spontan in einen Club in einer anderen Stadt fahren, kann mehr als eineinhalb Stunden dauern oder ist ohne Auto zum Teil nicht möglich. Die Kooperation unter den Städten und Kreisen des Ruhrgebiets ist ausbaufähig. Hieran wird die Provinzialität der „Metropole Ruhr“¹²⁴ ersichtlich, die trotz ihrer Größe mehrheitlich aus Mittelstädten besteht und keine zentrale politische Verwaltung besitzt. Diese Probleme hängen mit der Entstehung der Region zusammen.

Das Ruhrgebiet ist eine junge Region, die seit der Industrialisierung besteht. Zwar gab es schon die Städte entlang des Hellwegs¹²⁵ und am Niederrhein, das ungeordnete Wachstum zwischen ihnen war aber Resultat der Montanindustrie. Gleiches gilt für die Bahnerschließung in den 1860er und 1960er Jahren, die teils ohne Absprache unter den beteiligten Akteuren erfolgte (Engelbrecht 2007, S. 361). Es entstand ein neuer Siedlungstypus, „der die alte Stadt-Land-Dichotomie sprengte“ (Blotevogel/Proseck 2009, S. 14) und damit die üblichen Kategorien regionaler Identitätskonstruktion. Das Ruhrgebiet liegt zwischen Rheinland und Westfalen. In der Anfangszeit bestand ein starkes Zugehörigkeitsgefühl zu einer der beiden Regionen (Blotevogel/Proseck 2009). Städte, wie Dortmund, verfügten auf der einen Seite über eine westfälische Tradition sowie Identität, Duisburg auf der anderen Seite über eine rheinische. Die meisten Emscher-Städte besitzen keine Tradition vor der Industrialisierung (Scharte 2018). Sowohl die Landschaft des Ruhrgebiets als auch das Denken und Handeln der Menschen ist durch die Montanindustrie geprägt. Der Niedergang der Industrie sollte ebenfalls identitätsbildend wirken, da der Kampf um die Arbeit zu einer Solidarisierung der Arbeiter und der Region führte (Schneider/Proseck 2009).

Der jahrzehntelange Strukturwandel hat die Region und ihre Menschen auf mehreren Ebenen erschüttert. Dieser zog den Zusammenbruch alter Vertrautheiten und kollektiver Identitäten nach sich. Außerhalb der Region war ihr Bild lange Zeit negativ geprägt. Wirtschaftliche Probleme großer Unternehmen der Region bestimmten jahrelang die Berichterstattung. Gleiches gilt für den Ausbau der Subventionen für die Steinkohleförderung, die das Bild einer Empfängerregion zeichneten (Lagemann et al. 2005; Danielzyk 2007, S. 379f.). Dies führte bei Auswärtigen und Einheimischen zu einer inneren „Distanzierung gegenüber dem Ruhrgebiet, seiner Geschichte und seiner industriell geprägten Landschaft“ (Blotevogel 2001a, S. 16). Bei den Eliten der Region hatte dies eine soziale Distanzierung zur Folge (ebd.). Das Verschwinden alter Werte sowie Sicherheiten und der Strukturwandel haben einen Verlust an Selbstbewusstsein nach sich gezogen. Die Ruhrgebietler zeichnen sich in Teilen durch eine „Betreuungsmentalität“ (Rimkus 2008, S. 365) aus. Diese „mentalen Altlasten“ (ebd., S. 365f.) erschienen lange Zeit in der skeptischen Haltung gegenüber beruflicher Selbständigkeit.

Dem Strukturwandel des Ruhrgebiets unterliegt der Wunsch, als Metropole wahrgenommen zu werden. Um nationale und internationale Anerkennung zu erlangen, wurde in der Vergangenheit auf Kultur gesetzt. Beispiele hierfür sind die Internationale Bauausstellung Emscher Park zwischen 1989 und 1999 sowie die Ruhrtriennale. Zwar befindet sich das Ruhrgebiet in einem steten Wandel, in dessen Zuge alte Strukturen verschwinden, aber nicht so extrem wie in Berlin. Bestandteil des Strukturwandels ist die (Teil-)Konservierung der Vergangenheit in Form von Industriedenkmalern, die oftmals kulturelle Einrichtungen beinhalten und von der Internationalen Bauausstellung Emscher Park angestoßen wurde. Dies firmiert unter dem Begriff der „Industriekul-

¹²⁴ Bezeichnung des Regionalverbands Ruhr.

¹²⁵ Der westfälische Hellweg war eine Straße, die Rhein mit Elbe verband und eine wichtige Handelsroute des Mittelalters und späterer Zeiten war. Am Hellweg liegen u. a. Paderborn, Soest, Dortmund, Bochum, Wattenscheid, Essen oder Duisburg.

tur“, die sich der Bewahrung alter Werte des Ruhrgebiets angenommen hat und als „Route der Industriekultur“ präsentiert wird¹²⁶. Der Wert der Kultur sollte die alten Gebäude mit neuer Bedeutung füllen. Um das Bild des Ruhrgebiets zugunsten einer Metropole zu wandeln, setzten die Städte zunehmend auf Großveranstaltungen. Popkultur wurde schon zuvor in alten Industriebauten, wie der Zeche Bochum, Zeche Carl, Bahnhof Langendreer oder Kaue, präsentiert (Prosek 2008, S. 110). Auf diese Weise hatte die Popkultur im Ruhrgebiet ihre eigene Atmosphäre, die sich aus der industriellen Vergangenheit speiste. Soziokulturellen Zentren, wie etwa dem Bahnhof Langendreer, AZ Mülheim oder Druckluft Oberhausen, nahmen in der kulturellen Infrastruktur des Ruhrgebiets wichtige Funktionen ein, wie u. a. Förderung und Ausdifferenzierung von Musikszenen (Ebert et al. 2009).

9.5.2 Historie der Ruhr-Szene(n)

Im Gegensatz zu Düsseldorf mit Kraftwerk und Krautrock sowie Köln mit Karlheinz Stockhausen und Can kann das Ruhrgebiet nicht mit einer großen Erzählung in punkto elektronischer Musik aufwarten. Zugespitzt formuliert zeichnet es sich in punkto Techno durch Zweitverwertung aus. Die beiden Veranstaltungen mit der größten Aufmerksamkeitsreichweite sind oder waren die Mayday und die Loveparade, die zuerst in und bei Berlin ihren Anfang nahmen. Abseits davon hat das Ruhrgebiet auch aus eigener Kraft eine Technoszene oder diverse lokale Teilszenen und andere Clubkulturszenen etabliert. Die Region bot der Technokultur in den 1990er Jahren mit ihrer Mischung aus Brachflächen und Urbanität ideale Bedingungen, die in ähnlicher Form in Berlin bereits bespielt wurden. Gleichzeitig weckte das Ruhrgebiet Assoziationen zu Detroit, da beide Städte bzw. Regionen vormals Industrieschwerpunkte waren, die sich im Niedergang befanden (vgl. Kirschner et al. 2014, S. 102). Die urbane Vielfalt ermöglichte Partys an verschiedenen Locations mit unterschiedlichen Atmosphären. Diese fanden in den Ruhrauen, Tunneln, an Kanälen, alten Industrieanlagen, Bunkern oder Steinbrüchen statt (vgl. Schurian 2016, S. 149; Kirschner et al. 2014, S. 102; Osses/Nogueira 2014, S. 226f.). Hinsichtlich der Clubinfrastruktur herrschte eine Mischung aus Clubs und Diskotheken vor.

Die angeblich erste House-Party im Ruhrgebiet fand am 22.12.1988 in der Livestation am Dortmunder Hauptbahnhof statt und wurde u. a. von den SPEX-Herausgebern Dirk Scheuring und Lothar Gorris organisiert (Geier 2009, S. 63). Ein wichtiger Club in der Frühphase von House und Techno war das Logo in der Citypassage Bochum. Dieser verfügte neben einer Haupttanzfläche, die sich an Rockstilen der damaligen Zeit orientierte, über einen separaten Raum, in dem House gespielt wurde. Verantwortlich zeigten sich hierfür Arndt Schebstadt, Oliver von Felbert und Ingo Sänger (ebd., S. 62f.).

Das Radio war auch in NRW für die Verbreitung von elektronischer Tanzmusik von Bedeutung. So stellte der britische DJ Steve Mason in seiner Sendung „The Steve Mason Experience“ auf dem Soldatensender BFBS zwischen 1991 und 2001 neueste Tracks aus den Genres House, Techno, Dub und Breakbeat vor (Schurian 2016, S. 148). Ebenfalls via Radio präsentierten Steffen Irlinger und Ingo Sänger in ihrer Radiosendung „Treibhaus“ auf 1Live, die von 1995 bis 2004 lief, unterschiedliche Stile elektronischer Tanzmusik. Daneben gab es noch den „Partyservice“ mit Piet Blank.

Die Industriekultur präsentiert sich als Historisierung und Ästhetisierung der Montanarbeit und zeichnet dabei ein „Bild einer Vergangenheit, die es so nie gegeben hat“ (Cornelißen 2009, S. 38).

Im weiteren Verlauf konnten sich im Ruhrgebiet ab 1992 drei Clubs für eine gewisse Zeit etablieren, von denen eine nationale Strahlkraft ausging und die internationale DJs einluden. Dabei handelt es sich um den oder das Planet¹²⁷ in Bochum, der sich mehr an Techno orientierte, die Rote Liebe in Essen, die House in den Fokus rückte und den Phuture Club in Duisburg (vgl. Lindner/Seifert 1997, S. 441; Geier 2009, S. 78).

Zu Zeiten der ersten deutschen Technogeneration konnte sich das Planet eine Reputation in der Technoszene erarbeiten. Ausschlaggebend waren hierfür die Bookings der DJs Ralf Odermann und Tobias Koth, die nationale – u. a. Sven Väth, Dr. Motte, Mark Spoon, Kid Paul, Ellen Allien – und internationale Größen des House/Techno – u. a. Derrick May, Juan Atkins, Eddie „Flashin“ Fowles, Jeff Mills, Felix Da Housecat – in den Club an der Kortumstraße 135 holten. Residents waren neben Koth und Odermann noch Dennis Siemion und Krischan Wesenberg. Der Planet schloss zum ersten Mal 1999 seine Pforten. Im Nachhinein gab es mehrere Besitzer*innenwechsel und Versuche, den Club für andere Genres und Technoveranstaltungen zu reaktivieren¹²⁸.

Bevor die Rote Liebe ins Leben gerufen wurde, veranstalteten Thomas Geier und seine Mitstreiter in Essen bereits Partys, die neben House und Techno auch Hip-Hop und Rockstile präsentierten. Diese wurden zunächst in privaten, später dann öffentlichen Räumen durchgeführt. Es gab meist keine Schankerlaubnis und Entrichtung der GEMA-Gebühren oder Vergnügungssteuer. Im Zuge des Erfolgs der Partys bot der Gastronom Norbert Bethscheider den Machern an, in Essen-Rüttenscheid einen Club aufzumachen (Geier 2009, S. 63f.). Die Rote Liebe öffnete am 28.11.1992 in der Karstadtpassage, Nähe Alfredstraße. Zu den Resident-DJs des Clubs gehörten u. a. Ramin Köhn, Thomas Geier und Ingo Sänger. Nach kurzer Zeit spielten hier DJs, wie Hans Nieswandt, Eric D. Clark, George Morel, Josh Wink, John Acquaviva, Richie Hawtin oder Roger Sanchez (ebd., S. 67). Aufgrund des Erfolgs sah sich die Rote Liebe mit Platzproblemen und Lautstärkebeschwerden konfrontiert, sodass sie zweimal umziehen musste (ebd., S. 75). Die letzte Party fand am 18.07.1997 statt.

Der Phuture Club in Duisburg war durch seine ruhrgebietstypische Kulisse charakterisiert. Dieser befand sich in der ehemaligen Gebläsehalle des Hüttenwerks Meiderich, welches zum Landschaftspark Duisburg Nord umgestaltet und Teil der Route der Industriekultur wurde. Der Club musste u. a. zugunsten einer Event-Location weichen, die neben der Ruhrtriennale, Firmen-Events und andere Veranstaltungen beherbergt (Prosek 2008, S. 111). Dabei kann die Schließung auch auf den dort praktizierten Drogenkonsum zurückzuführen sein, der Thema bei der Suchtprophylaxe-Fachtagung vom 18.09.1996 des Jugendamts der Stadt Duisburg war (Ziemer 1997).

In Gelsenkirchen wurde der Groove Club in der Wanner-Straße zwischen 1993 und 1995 zu einer Anlaufstelle für House, Techno und Gabber. Die Gründung geht auf die Macher des Magazins Raveline, u. a. Werner Balzuweit und Claus Pieper, zurück¹²⁹. Raveline startete 1992 als Magazin „von Ravern für Raver“. Aus der anfänglichen Gratispublikation wurde ein monatlich erscheinendes Magazin, das bis zu 80.000 Exemplare vertrieb (Schurian 2016, S. 150). Für Raves wurde seit 1992 in Gelsenkirchen auf die Kaue der Zeche Wilhelmina Victoria zurückgegriffen (Lindner/Seifert 1997, S. 445). Daneben war die Stadt aufgrund der Partyreihe Acid Wars und des Labels Acid Tracks ein Aushängeschild für Acid House und Acid Techno.

¹²⁷ Der Clubname wurde von den Gästen sowohl Deutsch als auch Englisch ausgesprochen.

¹²⁸ Das Gebäude ist mittlerweile abgerissen worden.

¹²⁹ Andere Beteiligte waren Lollo Siebdrath, Andi Rentsch, Kai-Uwe Müller und Marcel Feige.

Die frühen Jahre von elektronischer Tanzmusik im Ruhrgebiet zeigen sich von individuellen und kollektiven Wertvorstellungen gekennzeichnet, die die lokalen Ausprägungen der Clubkultur konstituierten. So hatte bspw. die Härte von Techno für die Organisatoren rund um die Rote Liebe kaum eine Bedeutung (Geier 2009, S. 75). Divergierende Wertvorstellungen in den Städten können auf Unterschiede in den jeweiligen basalen Stadtkulturen zurückgeführt werden. Bei Bochum¹³⁰, Duisburg und Essen handelt es sich um Universitäts- und Hochschulstädte, die einen steten Zuzug von Auswärtigen sowie anderen popkulturellen Einflüssen erfahren und dadurch der Clubkultur bessere Bedingungen bieten (Krimms 2014).

Nach der Anfangsphase fing die Clubkultur im Ruhrgebiet an, ähnlich wie in Berlin, sich zu verändern. Immer mehr Clubs, Diskotheken und Raves warben um die Gunst der Tänzer*innen. Gegen der DJs nahmen zu, was den wirtschaftlichen Druck erhöhte. Veranstaltende sahen sich gezwungen, ihr Programm derart anzupassen, dass es für Auswärtige interessant blieb, aber gleichzeitig die Identität der lokalen Szenen zu bewahren (Geier 2009, S. 75). Wertekonflikte erhielten daraufhin in der Ruhrszene immer mehr Einzug. Konkurrenzdenken breitete sich aus und es bildeten sich Allianzen oder „Feindschaften“ zwischen den Clubs und veranstaltenden Gemeinschaften (ebd., S. 78).

Dortmund präsentierte sich in der Vergangenheit vor allem als House-Stadt, da dieses Genre zum einen auf vielen Partys gespielt wurde, zum anderen sich mehrere dezidierte House-Clubs, wie Bungalow Club oder Zu House-Club, hier ansiedelten. Andere Clubs führen auch House-Partys durch, wie FZW, Keller oder Cosmotopia. Der House-Schwerpunkt zeigt sich auch an den Labels Lost Vegas und Nightclubbing Music oder Metromusic/Metrosoul, die u. a von Matthew Boone und Herb LF betrieben werden. Ein anderes lokales House-Label war Draft Recordings (ebd., S. 84). Der House-Fokus Dortmunds ist auf die Aktivitäten von Ingo Sänger, Steffen Irlinger und Carsten Helmich zurückzuführen. Der Ort dafür war das alte FZW¹³¹, in dem Helmich ab 1996 seinen Club Trinidad veranstaltete. Die Inspiration kam neben New York, Chicago, Detroit auch von der Roten Liebe. Helmich zeigte sich für den Start des Festivals Juicy Beats (damals noch Juicy Fruits) im Westfalenpark Dortmund verantwortlich, das 1996 erstmals stattfand und sich als Großveranstaltung etabliert hat. Die erste Party bestand aus einem House-Floor, der von Sänger, Irlinger und Hans Nieswandt bespielt wurde, und Drum'n'Bass-Floor (vgl. Klüh 2018c). Juicy Beats wird jährlich durchgeführt und hat den Schwerpunkt von einem Clubkulturfestival zu einem Festival mit elektronischer Einfärbung verlagert.

Das Orpheum an der Rheinischen Straße in Dortmund bot in den 90ern anderen Genres elektronischer Tanzmusik eine Heimat. Während Mario de Bellis am Mittwoch seinen Technotag hatte, präsentierte es auch Trance, Goa und Gabber. Gleichzeitig war es Veranstaltungsort der Mayday Aftershowpartys (vgl. Thiel 2018). Später präsentierten der Bakuda Klub und Versteck (später Royal Bambi) Techno. Die Dortmunder Innenstadt verfügte auch über eine vergleichsweise hohe Dichte an Diskotheken mit dem Soundgarden¹³² und Big Island¹³³, letztere im Volksmund liebevoll „Asipark“ genannt (Guth 2018), die Techno einen eigenen Floor zuwies. Mit Channel Jam war ein wichtiger Plattenladen für die House/Technoszene des Ruhrgebiets angesiedelt (vgl. Geier 2009, S. 83).

¹³⁰ In Bochum hat dies in der Vergangenheit zur Entwicklung des Bermuda Dreiecks geführt, das vornehmlich aus dem linksalternativen und studentischen Umfeld entstand (Voss 2012).

¹³¹ Das Freizeitzentrum West im Kreuzviertel, am Neuen Graben war ein Jugendzentrum, das sich zu einem Kulturzentrum entwickelt hatte.

¹³² Abgerissen

¹³³ Firmierte auch unter den Namen Central Park, Ruhr Rock Hallen oder Rush Hour.

Am bekanntesten auf nationaler sowie internationaler Ebene ist Dortmund für das erste Berliner Exportgut: die Mayday. Dieser Indoor-Rave wurde 1993 das erste Mal in den Westfalenhallen durchgeführt und hat seitdem dort seine feste Spielstätte gefunden. Die erste Mayday fand in der Weißenseehalle in Berlin Dezember 1991 statt. Aufgrund des Termins mit der Nacht auf den 1. Mai ist diese zu einem zentralen Bestandteil und Ritual der Technokultur geworden, die Tanzende aus dem Ausland anlockt. Auch in anderen großen Hallen wurden Raves durchgeführt, was der Region in den Neunzigern den Ruf der „Hochburg der Mega-Raves“ (Lindner/Seifert 1997, S. 441) verlieh, wie die „Timewarp Raves“ in der Vestlandhalle in Recklinghausen, dem „Mega Rave“ in einer ehemaligen Stahlwerkshalle in Duisburg (ebd.), „Wonderland Rave“ in der Turbinenhalle Oberhausen mit bis zu 12.000 Gästen oder „Century Rave“ in der Jahrhunderthalle in Bochum 1994 mit 10.000 Tanzenden (Jerrentrupp 1999, S. 257).

In Bochum war jahrelang das Tarm Center, welches für den Laserhersteller Tarm Club und Showroom in einem war, ein Ort, der vorrangig Techno und kommerzielle elektronische Tanzmusik präsentierte (vgl. Schurian 2016, S. 148). Eine zentrale Partyreihe in Bochum war der Tanzpalast, welcher im Theater unter Tage und der angrenzenden Eve Bar unter dem Schauspielhaus Bochum von Anfang der 2000er bis 2008 veranstaltet wurde, bis der Veranstalter nach Berlin zog. Der studentische Teil der Bochumer Szene griff auf das Kulturcafé an der Ruhr-Universität für Veranstaltungen zurück. Andere Clubs und Lokalitäten, die Techno und andere Clubmusik präsentierten, waren und sind Stargate¹³⁴, im ehemaligen Logo, die Räumlichkeiten des ehemaligen Café du Congo, der Ratskeller am Rathaus oder das Lumen (später u. a. Casa Electronica). Für die heteronom orientierten Tänzer*innen gab es die Diskotheken Prater und Playa. Daneben hatte der Music Store DJTunes seinen Hauptsitz in Bochum.

In Essen siedelten sich im Jahr 1999 die Clubs Baikonur und Flamingo an, die nach einigen Jahren ihre Aktivitäten einstellten. Das KKC am Essener Standort der Universität Duisburg-Essen bot auch der Technoszene eine Heimat. Das Mudia-Art offerierte elektronische Tanzmusik für ein populär orientiertes Publikum (vgl. Conrad 2016, S. 186). Mit Hotel Shanghai und Goethebunker konnten sich zwei Clubs für Techno und andere elektronische Tanzmusik etablieren, die eine gute Reputation in der nationalen Technoszene genießen (vgl. Geier 2009, S. 84). Ramin Köhn betrieb von Essen aus in Kooperation mit John Acquaviva das Label Honolulu-United, das lokalen Musiker*innen eine Plattform bot (ebd.). Essen nahm aufgrund des Plattenladens Important Records in der Szene des Ruhrgebiets eine wichtige Rolle ein. Zu seinen Hochzeiten bestand Important Records aus drei kleineren Geschäften: dem Houseshop, der Klangwelt und der Raveworld. Diese bedienten unterschiedliche Schwerpunkte, die von House über artifiziereren Techno bis hin zu kommerziellen Genres reichte (ebd., S. 83). Bei Important Records hatte sich eine eigene Praxis des öffentlichen Anhörens und Bewertens etabliert:

„Doch anstelle dieses intimen Moments, in dem ein DJ zum ersten Mal die Platte anspielt und hört, bekam er sie bei Important Records von den Verkäufern vorgespielt, die auf diese Weise zu beinahe religiösen Weihepriestern wurden. Getauft und damit in den Kreis aufgenommen, wurde derjenige, der nach den besonders guten Platten - in den Augen der Verkaufspriester - fragte. Das öffentliche Vorspiel bedeutete zum einen zwar eine im Vergleich zu anderen Läden hohe Schwellenangst vor allem für Novizen, nach dieser oder jener Musik zu fragen, aber zum anderen auch eine gewisse soziale Meinungs- und Kommentarfreude. Kaum dass ein Stück, meistens relativ laut, gespielt wurde, kam es zu Beifalls- sowie heftigen Unmutsäußerungen.“ (Geier 2009, S. 83)

¹³⁴ Mittlerweile in Projekt X umbenannt.

Oberhausen besitzt mit der Turbinenhalle einen Ort, der in der Vergangenheit Raves veranstaltete, ansonsten als Diskothek betrieben wurde. Im Bereich der Partys konnte sich das Druckluft in Oberhausen als Veranstaltungsort mit Floors für ETM etablieren, der mehreren Partyreihen einen Produktionsort bot. Dazu zählte etwa die Schwulen- und Lesbenpartyreihe Bang!. Daneben war die Beatplantation, die neben Techno noch andere Genres präsentierte und sehr von DIY geprägt war, für viele Jahre ein wichtiger Ort gewisser Teile der Technoszene des Ruhrgebiets (vgl. Breger/Mathei 2009). Im Jahr 2003 kam zuletzt mit Ruhr in Love in Oberhausen ein Festival hinzu, das ausschließlich elektronische Tanzmusik präsentiert, allerdings mit einer deutlichen Orientierung gen kommerzielle elektronische Tanzmusik. In Mühlheim/Ruhr waren der Ringlokschuppen und das Autonome Zentrum Veranstaltungsorte diverser Partys, die auch Techno spielten wie bspw. Hüftengold oder Tanzrapid. Zuletzt präsentierten in Duisburg das Djäzz und das Hundertmeister unterschiedlichen Veranstaltungen szeneorientierte elektronische Tanzmusik. Für die kommerziellen Angebote zeigt sich etwa die Diskothek Delta Musik Park verantwortlich.

In der Vergangenheit konnten sich einige DJs des Ruhrgebiets, neben den bisher erwähnten, Bekanntheit erspielen, wie etwa Nathalie de Borah, Melanie Di Tria, Mario De Bellis oder der Radio-DJ Klaus Fiehe. Bekannter ist die Region für seine Musiker*innen, die eine Massenproduktionsorientierung sowohl in Bezug auf Techno als auch anderer Formen elektronischer Tanzmusik vorweisen, wie ATB (Bochum), DJ Hooligan/Da Hool (Bottrop), DJ Quicksilver, Moguai, Phil Fuldner, Ramon Zenker oder Woody van Eyden (vgl. Jerrentrupp 1999, S. 257; Schurian 2016).

Als zweites Berliner Exportgut fand die Loveparade im Ruhrgebiet zwischen 2007 und 2010 kurzfristig eine neue Heimat. Nachdem die Parade in Berlin hohe Kosten in der Entsorgung verursacht hatte, wagte sie im Ruhrgebiet einen Neustart. Von ihren Szeneanfängen hat sich die Loveparade vor Jahren entfernt und mittlerweile den Wechsel in den Bereich der Massenproduktion vollzogen. Das Angebot der Lopavent GmbH kam den Entscheider*innen im Ruhrgebiet gelegen, da Essen zuvor den Zuschlag für die Kulturhauptstadt 2010 erhalten hatte (vgl. Hitzler 2014, S. 123). Deren Ziele waren einerseits auf Nachhaltigkeit ausgelegt, andererseits sollten sie ein neues Bild vom Ruhrgebiet kommunizieren. Das Spektakel sollte in die Städte und Stadtteile des Reviers wirken und dadurch Vorbildcharakter für andere ehemalige Industrieregionen Europas besitzen (Pleitgen/Scheytt 2010; Beier 2010, S. 34). Gleichzeitig sollten „Stolz und Mut“, die aus der Konfrontation mit dem Strukturwandel resultierten, die alten Assoziationen „Kohle, Stahl, Fußball“ ersetzen (Frohne 2010, S. 44). Der Metropolendiskurs wurde in das Marketing der Kulturhauptstadt integriert (ebd., S. 50). Auf diese Weise war die Loveparade einerseits ein „Werbeträger für die Kulturhauptstadt 2010“ (Hitzler 2014, S. 128), andererseits ließ sich durch sie allein Aufmerksamkeit generieren. In beiden Fällen sollte das Image und die Außenwahrnehmung des Ruhrgebiets verbessert werden, auf dass es seinem Metropolenwunsch näherkomme (Pleitgen/Scheytt 2010, S. 222). Anstelle negativer wirtschaftlicher Schlagzeilen sollten Bilder feiernder und kunstinteressierter Menschen platziert werden (vgl. Geier 2009, S. 57). Dies hatte in Berlin funktioniert und die Loveparade war seit Mitte der 2000er Jahre ein globales Metropolenevent mit Paraden in Mexico City, Santiago de Chile, Tokio, Tel Aviv, Wien, Kapstadt und San Francisco geworden, in die sich das Ruhrgebiet einreihen wollte. Neben diesem symbolischen Wert ging von der Parade auch ein finanzieller aus. Das Ruhrgebiet sollte über den Zeitpunkt der Loveparade und Kulturhauptstadt hinaus als touristische Destination attraktiv gemacht werden (vgl. Frohne 2010; Geier 2009, S. 57). Es war angedacht, die Parade jedes Jahr in einer anderen Ruhrgebietsstadt stattfinden zu lassen. Auf diese Weise konnten die Ausgaben verteilt und die einer Metropole in die jeweiligen Städte transportiert werden (Kirschner et al. 2014, S. 108).

Den Anfang machte Essen 2007, wo die Veranstaltung auf einer Brachfläche am Berliner Platz stattfand, gefolgt von Dortmund in 2008, wo die B1¹³⁵ für die Loveparade gesperrt wurde. Bei beiden Paraden kam es nur zu geringer Einbindung der lokalen DJs und Gemeinschaften. Die Clubbetreiber wollten stattdessen Gewinne durch die Aftershowpartys generieren, koordinierten sich aber nicht, sodass in jeder Großstadt des Ruhrgebiets mehrere Aftershowpartys stattfanden. Die Hoffnungen, die die Entscheider*innen des Ruhrgebiets auf die Loveparade gesetzt hatten, schienen sich zunächst zu bewahrheiten, da Geld durch die vielen auswärtigen Gäste in die Städte floss (Hitzler 2014, S. 128). Allerdings zeigten sich bereits in Essen und Dortmund bei der An- und Abreise die Mängel der Verkehrsinfrastruktur, infolgedessen sich das Publikum in oder vor den Bahnhöfen staute. Konfrontiert mit der Realität zog Bochum sein Engagement offiziell wegen nicht geeigneter infrastruktureller Bedingungen für eine derartige Großveranstaltung zurück, woraufhin die Parade 2009 pausierte. Der „Bochumer Wortbruch“ wurde von Ronald Hitzler seinerzeit zunächst als „Blamage erneuter provinzieller Selbstüberschätzung“ (ebd., S. 125) bezeichnet. Dies durfte sich auf keinen Fall im Jahr der Kulturhauptstadt wiederholen und die Stadt Duisburg führte die Loveparade 2010 durch, obwohl dies zuerst auch nicht möglich schien (ebd.).

Am 24. Juli 2010 fand die Loveparade auf der Brache des ehemaligen Güterbahnhofs statt. Um das Gelände zu erreichen, wurden die Gäste über beide Zugänge des Tunnels an der Karl-Lehr-Straße geführt. Etwa in der Mitte davon befand sich der Zugang zum Eingang, der über eine ansteigende Rampe führte. An dieser Stelle trafen die Massen aufeinander. Es kam zu Rückstau, im Zuge dessen die anrückenden Gäste die Besuchermassen immer mehr verdichteten. Durch den Andrang im Eingangsbereich bildete sich ein „Menschenkessel“ (ebd., S. 126), in dem es zu 21 Todesopfern und 500 Verletzten kam. Die Informationen über die Tragödie erreichten die Veranstaltenden erst mit einiger zeitlicher Verzögerung. Umgehend wurde Krisenmanagement betrieben. DJs wurden gebeten, trotz der Situation aufzutreten, um keine Panik unter den Gästen auszulösen (ebd., S. 126f.). Dies gelang ihnen auch, war aber dennoch eine „makabre Situation“ (ebd., S. 128), in der die einen feiern und die anderen ein paar hundert Meter dahinter mit dem Tod ringen. Makaber geriert sich auch die Sorge einiger, die die Metropolvision des Ruhrgebiets in Gefahr sahen:

„Alles, was jetzt kommt, wird die Toten mitdenken müssen. Das ändert nichts daran, dass das Ruhrgebiet seine Kulturhauptstadt retten muss. Es hängt zuviel daran für die Zukunft. Es geht darum, dass sich die Region neu findet. Deshalb muss das Kulturfest, das Symbol dieses Wandels, weitergehen; gedämpft, trauernd. Aber dem Leben verpflichtet. Das Ruhrgebiet kann das.“ (Kommentar von Gudrun Norbisch in der WAZ am 04.09.2010 in Hitzler 2014, S. 132)

Dieser Kommentar offenbart den wahren Wert, den die Entscheider*innen im Ruhrgebiet der Loveparade und damit Techno zuwiesen. Diese sollte als Mittel helfen, den Endzweck des Struktur- und Imagewandels zu beschleunigen. An der Loveparade zeigt sich zum einen die Wertever-schiebung innerhalb der Organisatoren, zum anderen die Wertetransition in die basale Kultur. Im Zuge dieser wurde der Wert des Miteinanders der Loveparade zugunsten „materialistischer unternehmerischer und stadtpolitischer Kalküle“ (Hitzler 2014, S. 128) geopfert.

¹³⁵ Der innerstädtische Teil der A40 in Dortmund.

9.5.3 Ruhrgebiet: 2010er Jahre

Die Situation der Technoszene(n) im Ruhrgebiet der 2010er Jahre sieht sich sowohl mit alten als auch neuen Problemen konfrontiert, die sich auf die Standortfaktoren und -komplexe auswirken. Es hat einerseits den Anschein, als wollten die Sonic Bodies des Reviers ihr Musicking wie in der Vergangenheit klein halten (vgl. Helmich in Klüh 2018c; Geier 2009). Andererseits sehen sie sich gewandelten Bedingungen ausgesetzt.

Der Strukturwandel im Ruhrgebiet hält an, verläuft aber je nach Stadt mit unterschiedlicher Dynamik. Projekte der Internationalen Bauausstellung Emscher Park haben der Landschaftsentwicklung einen wichtigen Impuls gegeben. Die Industriekultur half ein neues Bewusstsein herauszubilden, welches die Region mental-kulturell definierte (Blotevogel/Prossek 2009, S. 16). Dies ist zu großen Anteilen auf die soziale Ausdifferenzierung des Ruhrgebiets zurückzuführen, die mit den Gründungen der Hochschulen begann. Besonders das daraus hervorgehende Ausbildungsbürgertum fungierte als Träger neuer regionaler Identität (Schneider/Prossek 2009, S. 35). Vor allem bei der jüngeren Bevölkerung kann eine zunehmende Identifikation mit dem Ruhrgebiet festgestellt werden. Dennoch ist die Identifikation mit der Stadt oder dem Stadtteil für viele Einheimische zentral (Mecking 2007, S. 284; Beier 2010, S. 39). Der Wandel zu wissensbasierten Berufen und Dienstleistungen hat begonnen, was sich an der Entstehung neuer Branchen zeigt. Mittlerweile existiert eine Selbstständigen- und Unternehmerkultur in der Region.

Die meisten der Großstädte des Ruhrgebiets verfügen über Clubs und Diskos, in denen Techno präsentiert wird. Die Anzahl an reinen Technoclubs ist aber gering und keineswegs vergleichbar mit Berlin. Äquivalent zur infrastrukturellen und demographischen Struktur ist die Clubkultur in den größeren Städten entlang der Ost-West-Achse stärker ausgeprägt als in der Nord-Süd-Achse, wie dem Kreis Recklinghausen. Dort werden Partys in Veranstaltungshallen, wie etwa in der Vestlandhalle (Recklinghausen) oder Zeche Ewald (Herten), durchgeführt. Es gibt einige etablierte Clubs wie Hotel Shanghai und Goethebunker in Essen, die nationales Ansehen genießen. In den meisten Fällen mieten sich Veranstaltende in Clubs oder Veranstaltungsorte für ein oder zwei Tage im Monat ein. In der Regel präsentieren diese aufgrund der verschiedenen Veranstaltenden in einer Stadt meist unterschiedliche Genres sowie Veranstaltungsarten. Deshalb unterscheiden sich auch die Strukturen der dahinterstehenden Gemeinschaften. Während etablierte Clubs als Organisationen operieren, werden eingemietete Partys durch Lone Wolves, Crews und (Hobby-)Collectives umgesetzt. Das Ruhrgebiet konnte in den letzten Jahren einen leichten Zuwachs an (Spontan) Open Airs und Festivals verzeichnen.

Die lokale Technoszene zeichnet sich durch ein Erscheinen und Verschwinden aus. In der Regel bestehen Clubs und Partys ein paar Jahre, bis die Aktivitäten aus unterschiedlichen Gründen eingestellt oder verlagert werden müssen. Diese reichen von Schließung der Lokalitäten wegen finanzieller oder rechtlicher Schwierigkeiten, Ende der Duldung durch Besitzer aufgrund der negativen öffentlichen Reputation einer Lokalität als Ort der Ruhestörung oder des Drogenhandels, Zerwürfnissen unter Veranstaltenden, Desinteresse oder sinkende Publikumszahlen.

Die Bang! öffnete sich für heterosexuelles Publikum. Die Beatplantation fuhr zuerst ihre Veranstaltungsanzahl zurück und stellte später die Aktivitäten ein. In Bochum machte mit der Rotunde eine neue Location auf, die von einer Gemeinschaft beispielbar gemacht und bespielt wurde. Gleichzeitig reetablierte sich die Eve-Bar. Neue Partys entstanden hier und andernorts wie dem Stargate. Nach mehreren Jahren des Wachstums trocknete die Bochumer Szene ab 2014 zunehmend nach der temporären Schließung der Clubs Eve Bar, Rotunde und der finalen der Substation aus, in den letzten beiden Fällen aufgrund von Auflagen seitens einiger Ämter. In Essen öffne-

ten das 19Down für das Technopublikum und der Club Essence für das Housepublikum. Mit Frohnatur¹³⁶ in Frohnhausen existierte für ein paar Jahre ein Club, der sich auch für Open Air-Veranstaltungen anbot. Der Bakuda Klub und das Versteck in Dortmund wurden geschlossen, dafür machte das Daddy Blatzheim auf.

Die Verwaltungsstruktur der Region hat einen negativen Einfluss auf die Technoszene des Ruhrgebiets. Zum einen liegen Leerstände und Brachflächen der Industrie in den Händen von Großunternehmen oder den Städten. Trotz des Leerstand von Immobilien ist in der Region keine vergleichbare Kultur der Zwischennutzung wie in Berlin vorzufinden. Zum anderen haben die Technoszene und andere Musikszenen mit dem Verschwinden der Brachflächen zu kämpfen (Prosek 2008, S. 110). So erfreulich diese städtebaulichen Entwicklungen auf der einen Seite sind, schränken sie auf der anderen Seite die Möglichkeiten ein, abseits etablierter Orte eigene Kultur zu produzieren. Häuser oder ganze Areale, die der House- und Technoszene ein Zuhause boten, mussten zugunsten städtebaulicher Entwicklungen weichen. Das Haus, in dem das Cosmotopia in Dortmund untergebracht war, wurde verkauft und abgerissen. An dieser Stelle befindet sich heute eine ALDI-Filiale (Abegg 2018). Ähnliches gilt für das Thier-Areal¹³⁷, welches neben dem Zuhouse-Club und SIXX.PM noch anderen Clubs und Bars als Standort diente, und den Platz für das Einkaufszentrum Thier-Galerie räumen musste (Mols 2018). Ehemalige noch existierende Industriehallen sind zu Industriedenkmalern und etablierten Veranstaltungsorten umgewidmet worden. Die Jahrhunderthalle oder die Kaue dienen der Ruhrtriennale als Spielstätte oder werden für unterschiedliche Veranstaltungen, wie Messen, Jahrestagungen, historischen Jahrmärkten usw., gebucht. Daher sind sie einerseits nicht verfügbar, andererseits für viele Veranstaltende nicht mehr bezahlbar. Die Neubebauung von Arealen und Sanierung von Orten geht mit dem Verschwinden der alten Ruhr-Atmosphäre einher.

Einen starken negativen Einfluss auf die Clubkultur und Veranstaltungen im Generellen im Ruhrgebiet hat die Loveparade 2010 in Duisburg ausgeübt. Es konnte eine deutliche Verschärfung zum einen in der Unterbindung unangemeldeter Veranstaltungen, zum anderen in der Durchsetzung geltender Brandschutz-, Sanitär-, oder Fluchtwegvorschriften festgestellt werden. Die zwischen 2008 und 2010 mehrmals im Westpark Bochum durchgeführte und seitens Polizei sowie Ordnungsamt tolerierte Party Save The Nature wurde am Tag der Loveparade in Duisburg nach kurzer Zeit durch die Polizei beendet.

Das Zusammenspiel dieser Faktoren in Kombination mit anderen hat seit Ende der 2000er Jahre zur Schrumpfung der Clublandschaft im Ruhrgebiet geführt (Kirschner et al. 2014, S. 109). Neben dem Verschwinden von Gebäuden haben die Lokaljournalisten Thomas Thiel und Jana Klüh (2018) am Beispiel von Dortmund mehrere Gründe angeführt, die zum ‚Sterben‘ der städtischen Clubkultur führten. Mit speziellem Bezug auf NRW hat das Rauchverbot die Lage der Gastronomiebetriebe verschärft, da zum einen Gäste ausgeblieben sind, zum anderen das Sponsoring von Zigarettenherstellern in Folge dessen eingestellt wurde. Hinzu kommt eine generell gestiegene Regulierung des Clublebens seit Mitte der 90er Jahre (Kuchar 2020, S. 130ff.) und verschärfte Durchsetzung gesetzlicher Vorschriften seitens der Ämter. Es existierte in den 80er/90er Jahren auch keine vergleichbare Vortrinkkultur wie heutzutage. Durch die Digitalisierung ist das Internet zum Substitut ehemaliger Gründe des Ausgehens geworden, wie Flirten, Partneranbahnung oder neue Musik hören. Dies waren früher Handlungen, die mit dem Bar- und Clubleben assoziiert waren. Zum anderen haben im Zuge der Eventisierung der Freizeitindustrie und der

¹³⁶ Mittlerweile abgerissen und neu bebaut.

¹³⁷ Das Gelände war zuerst der Standort der Brauerei Thier.

Clubkultur die Ansprüche der Gäste zugenommen, etwas Besonderes geboten zu bekommen. Clubs bleibt dann die Wahl zwischen der Öffnung gegenüber einem breiteren und kommerzielleren Angebot elektronischer Tanzmusik oder dem Rückzug in eine musikalische Nische (Kirschner et al. 2014, S. 109). Das wachsende Bedeutung der Night Time Economy für Städte ging mit einer Zunahme an Sicherheitsvorkehrungen einher (Hannigan 1998), um die Risiken des Nachtlebens zu minimieren. Die Anforderungen legen szenebasierten Clubs hohe Hürden auf. Deren Lautstärkenregulierung und Mainstreamifizierung macht sie weniger attraktiv für ein Publikum, das eine laute Nacht abseits des Massenangebots (Frith 2013, S. 19) erleben will.

Die Eventisierung der Clubkultur zeigt sich am dritten Technoimport in das Ruhrgebiet: der PollerWiesen. Seit 2009 hat die Veranstaltung neben Köln unterschiedliche Orte im Revier bespielt. Den Anfang machte das Naturbad Mülheim, gefolgt vom Gesundheitspark Gelsenkirchen. Mittlerweile ist die Ruhr-PollerWiesen im Revierpark Wischlingen in Dortmund angekommen. Ein anderes Beispiel für die Eventisierung ist das eintägige Paluma-Festival im Westpark Bochum. Abseits der Clubkultur haben House, Techno und andere elektronische Musik als Event in der Jahrhunderthalle im Rahmen der Veranstaltung Ritournelle der Ruhrtriennale, unter der Intendanz von Johan Simons, eine Heimat gefunden, die von 2015 bis 2017 u. a. Pantha Du Prince, Âme, Moderat, Peaches, Caribou oder Roman Flügel präsentierte. Mit Übernahme der Intendanz des Schauspielhauses Bochum nahm Simons auch die Ritournelle mit. In der Nachbarstadt führten die Dortmunder Philharmoniker und das Produzentenduo Super Flu in Kooperation mit der Musikwissenschaftlerin Barbara Volkwein ein Crossover aus House und Orchesterklang auf (Super Flu, Dortmunder Philharmoniker, Philipp Armbruster 2014).

Zwar bringt das Ruhrgebiet auch Musiker*innen hervor, die Bekanntheit erlangen, allerdings ziehen diese oftmals weg, wie etwa Frank Martiniq oder D-Nox & Beckers. Zu den prominenteren Musiker*innen, die hier ihren Standort haben, zählen Dplay, Manuel Tur und Langenberg (Geier 2009, S. 84). Ante Perry, Marcus Sur, Ahmet Sisman, Ümit Han, Westpark Unit (Ingo Sänger, Herb LF), Timboletti, Desiree und Quartier Midi leben auch im Revier. Hinsichtlich der Labels führt Farside Records von Ingo Sänger die Dortmunder Housetradition fort (ebd.). Im Kernruhrgebiet existieren Labels wie Bine Music, Copycow (Breger, Timboletti), Substation Records, Grokenberger Records (Essen/Berlin), Be an ape (Ante Perry), Automatik-Datamatik, Acidicted, Crime City und in geringen Anteilen Kalakutta Soul. Ein Label, das länger besteht, ist Important Records aus Essen, welches sich auf Hardcore Techno spezialisiert hat.

Es existiert in Bezug auf House und Techno-Musiker*innen und -Labels im Ruhrgebiet keine Marke (Breger/Matheï 2009), die etwa mit Ostgut Ton oder Kompakt vergleichbar wäre. Der Mangel an einheitlichem Auftreten, der allgemein für das Ruhrgebiet gilt, tritt ebenfalls bei der elektronischen Tanzmusik in Erscheinung. Die verbesserungswürdigere Außendarstellung ist kein exklusives Problem der House- und Technoszene, sondern gilt für viele Szenen im Ruhrgebiet (Lücke 2014, S. 230). Allerdings scheint die Tendenz, es eher im Kleinen belassen zu wollen, der geringen Außenwahrnehmung zuzuarbeiten. Folglich verfügt die Region über ein hohes Potenzial, welches aber aufgrund der Struktur der lokalen Technoszene, die Folge der lokalen demographischen, infrastrukturellen und sozialen Gegebenheiten sind, nicht vollends ausgeschöpft werden kann. Einerseits fehlen aufgrund der geringen Clubdichte die Lebensunterhaltungsmöglichkeiten für Musiker*innen, andererseits die zentralen Orte der Vernetzung, welche die Gemeinschaften aus den Ruhrgebietsstädten zusammenführen.

Es gibt keinen Ersatz für den Wegfall der Brachflächen und ehemals beispielbaren Industriehallen. Daneben sind die Städte bei der Vergabe neuer Konzessionen zurückhaltend, sodass Veran-

stalter*innen nur in bestehenden Räumlichkeiten Partys organisieren können. Zusätzlich erschwert der Status von Clubs als Vergnügungs- und nicht als Kulturstätten, wie in Berlin, deren Gründung, da dies mit hohen Auflagen verbunden ist. Den Sonic Bodies und Gemeinschaften stehen im Ruhrgebiet weniger Möglichkeiten zur Werte-Schöpfung zur Verfügung. Das Fehlen an Orten, wie etwa Planet, Rote Liebe, Club Trinidad, Beatplantation usw., die in der Vergangenheit der Vernetzung dienten, limitiert diese in ihrem Musicking. In diesem Zusammenhang werden Stimmen laut, die die Förderung der Szenen-Vernetzung fordern (ebd.). So wichtig Förderungen von Musikszenen durch die Städte oder das Land auch sein mögen, ohne die Beseitigung eines anderen Problems wird die Förderung vermutlich nicht greifen. Die Technoszene leidet weiterhin unter der schlechten ÖPNV-Situation im Ruhrgebiet, die sich zwar auf der Ost-West-Achse allmählich bessert, auf der Nord-Süd-Achse aber immer noch mangelhaft ist¹³⁸. Neben dem Fehlen wichtiger Orte ist der ÖPNV ein Grund, warum Sonic Bodies und Gemeinschaften eher in ihrer eigenen Stadt bleiben und versuchen, dort etwas aufzubauen. Der Mangel an Vernetzung in der Region ist eine Folge des Verkehrswesens, welches einer grundlegenden Reform bedarf (vgl. Prosek 2008, S. 97). Die Infrastruktur steht einer Fußläufigkeit bzw. schnellen Erreichbarkeit per ÖPNV und Face-to-face-Situationen entgegen.

Am Ruhrgebiet wird eine widersprüchliche Situation deutlich, die auf divergierende Wertvorstellungen und -priorisierungen zurückzuführen ist. Während auf der einen Seite Events elektronischer Tanzmusik eine Förderung erfahren, sehen sich die Sonischen Gemeinschaften der Region mit dem rigiden Handeln der Ämter konfrontiert. Die lokale Szene stellt keinen besonderen Wert für die Städte dar. Stattdessen versprechen sich die Entscheider*innen weiterhin eine Aufwertung der Städte durch Events. Der symbolische Image-Wert und der ökonomische Wert wiegen schwerer als der Wert der Technokultur. Die Attraktivität des Ruhrgebiets für auswärtige Veranstalter*innen liegt in der Möglichkeit der monetären Wertschöpfung begründet.

„DJs und Produzenten, Trackschrauber oder Klötzchenschieber, wie sie sich oftmals selbst bezeichnen, Clubbetreiber, Partyveranstalter sind deren Subjekte. Ihre Produktivität und Kreativität sind etwa für Menschen, die im Ruhrgebiet von einer durch ihre Arbeit entstandenen und weiter zu entwickelnden Urbanität leben, entscheidend.“ (Geier 2009, S. 60)

Solange das Ruhrgebiet auf importierte Events setzt und gleichzeitig die lokale Technoszene vernachlässigt, kann diese keine vergleichbare Werte-Schöpfung für sich und die Region betreiben wie die Berliner Szene. Dass die Sonic Bodies des Ruhrgebiets ‚malochen‘ können, haben sie auch in Bezug auf House und Techno in der Vergangenheit gezeigt. Es fehlt ihnen aber an Arbeitsorten in den Städten und einer echten Metropolinfrastuktur.

¹³⁸ Es ist teilweise schneller, von Bochum aus nach Köln zu fahren als in das 30km entfernte Herten.

9.5.3.1 Feldbericht: Im Wäldchen

Wir erreichen mit dem Bus unsere Endstation und gehen zum Pfad ins Wäldchen. Bereits hier sind die Beats zu hören. Das Wäldchen ist ein Platz in einem Industriewald, der sich abseits einer ehemaligen Zeche befindet. Dieser wurde vor zwei Jahren von B. und C. hergerichtet, um als Off-Location genutzt zu werden und ihren eigenen Vorstellungen von Feiern einen Ort zu geben. Das Wäldchen verfügt noch über einen zweiten Tanzplatz, der an einem Hang gelegen ist und eine Liegewiese am Hang hat. Wir betreten das Wäldchen und meine Freundin leuchtet mit ihrem Smartphone den Weg aus. Mittlerweile kennen wir den Weg einigermaßen, im Gegensatz zu den Vorjahren, als wir diverse Umwege eingeschlagen haben und ein Bekannter uns aus dem Wald geführt hat.

Heute bin ich aufgrund der Witterung der letzten Tage mit leichtem Gepäck unterwegs und setze lieber auf CDs sowie ca. 15 Maxis. Ich freue mich auf die Party und mein Set, weil die letzten Monate in der Bochumer Clublandschaft einen Negativtrend fortgesetzt haben. Das Bauordnungsamt ist durch Zufall auf die Aktivitäten in der Substation aufmerksam geworden, die als neue Location nach der Schließung der Eve Bar diente. Allerdings war der Ort nur für Privatfeiern ausgelegt, was eine Reihe von erfüllbaren Auflagen hinsichtlich der Fluchtwege und der Belüftung zur Folge gehabt hätte. Diese wären jedoch eine unsichere Investition gewesen, da dem Collective nur kurzfristige Nutzungsverträge eingeräumt wurden. Allerdings hat eine junge Crew eine Spontan Open Air-Reihe etabliert.

Nach etwa drei Minuten erreichen wir den Tanzplatz. Es riecht nach feuchtem Wald, Lagerfeuer, Tabak und Marihuana. Rechts vom Eingangsbereich liegen Holzstämme, auf und vor denen einige Leute sitzen, um das Lagerfeuer davor zu genießen. Links vom Eingang schließen die Lautsprecherboxen und das DJ-Pult an. Dieser Bereich ist zum Schutz der Elektronik vor Regen mit Planen bedeckt. Der Strom stammt von einem Generator, der sich etwa 20 Meter vom DJ-Pult weg im Wald befindet. Wir betreten die Tanzfläche und C. kommt von dem Bereich, wo sich Bar und Backstage befinden, auf uns zu. Die Begrüßung fällt sehr herzlich aus. Er fragt, ob wir etwas trinken wollen und macht sich auf den Weg zur Bar. Ein paar Leute tanzen oder unterhalten sich. Dieser Bereich liegt zwischen mehreren Bäumen, die mit Holzgestellen abgesperrt wurden. Gegenüber vom DJ-Pult, am anderen Ende der Tanzfläche, leuchtet ein weiteres Lagerfeuer, wo sich bereits viele Leute aufhalten. Noch ist es nicht allzu voll, da es gerade mal 23:45 Uhr ist. Zur Beleuchtung wurden Moving Heads aufgestellt, die die Bäume und jungen Blätter illuminieren. Die Dekoration an dem Abend haben B. und C. in Eigenarbeit hergestellt. Es handelt sich u. a. um Konstruktionen, die mit fluoreszierenden Fäden bespannt sind und an Traumfänger erinnern.

Ich bringe meine Sachen hinter das DJ-Pult. Dort unterhalten sich Tasman, Willem und Nutella im Rücken des Produzenten, der gerade einige seiner Stücke spielt, die gegen Ende hin aus dem Bereich Psytrance stammen. Umarmungen folgen zur Begrüßung. C. bringt uns das Bier. Willem ist mit seinem Set an der Reihe, welches er mit Ableton bestreitet. Ich gehe auf die Tanzfläche, mache aber einen kurzen Umweg zur Bar, um B. zu begrüßen. Zwischendurch laufen mir viele bekannte Gesichter über den Weg, die wahlweise zur Bar, zum DJ-Pult oder der Waldtoilette – ein Holzstamm mit Vorhang – gehen. Tasman bittet mich um Hilfe bei der Befüllung des Generators. Meine Aufgabe besteht im Ausleuchten des Einfüllstutzens mit einer Taschenlampe, während er den Generator befüllt. Ich gehe danach wieder tanzen. Nach einer Stunde mache ich mir Gedanken über die ersten Stücke. Ich blättere durch meine CD-Tasche und lege vier CDs auf die Slipmate des rechten Plattenspielers ab. Willem möchte noch zwei Tracks spielen, was für mich in Ordnung ist. Er beendet seinen Auftritt und die Anwesenden applaudieren.

Mein Set beginnt mit Auntie Flo *Sun Ritual* (2012), nachdem es sich bei anderen Anlässen bewährt hat, aber weil ich es auch von seinem Charakter zu der Atmosphäre passend finde. Die Tanzfläche füllt sich. Es folgt *Driss* (2013) von Andreas Henneberg, um mich von dem Stakkato von *Sun Ritual* musikalisch zu entfernen. Ich bin gelöst, habe Spaß und tanze hinter dem Pult. Als dritten Track mixe ich Leland McWilliams *Viva la Revolucion (Matthew Dekay-Remix)* (2011). Plötzlich steht Tasman mit freudigem Blick vor dem DJ-Pult: „Alter!“ Danach verschwindet er wieder in der Menge. Die Fahrtrichtung für das Set ist damit festgelegt. Ich spiele vorrangig tiefe Tracks mit leichtem Hang zu Motiven und Melodien mit melancholischem Charakter. Stilistisch springe ich zwischen eher housigen oder technoiden und charakterlich zwischen fordernden und fluffigen Tracks. Dabei ziehe ich das Tempo sukzessiv während des Sets an. Ich fange mit 124 bpm an und erreiche nach 80 Minuten mein Endtempo von 127 bpm. Nach etwas mehr als 30 Minuten stehen Jasper und Paavo vor dem DJ-Pult und begrüßen mich. Ich spiele gerade Nicolas Stefan *Closer* (2009) – eine meiner Geheimwaffen, die immer funktionieren. Die beiden bilden zusammen das DJ-Duo Paavo & Lauter. Sie sind seit der Kindheit befreundet und haben sich, als sie noch unter 18 waren, am Türsteher vorbei auf die I Love My Pony-Partys geschlichen. Später werden sie noch auflegen. Es folgt *Wurz + Bloss* (2004) von Wighnomy Brothers. Beim Suchen nach den nächsten Tracks mache ich mir schon mal Gedanken über den Schluss des Sets. Noch habe ich genug Zeit und kann die Tänzer*innen ein bisschen triezen. Dafür bietet sich *Under the Slip* (2013) von Chymera an, da der Track auf einer fünfminütigen Steigerung basiert, bevor der Bass einsetzt und dem Stück seinen Groove verleiht. Es folgt 10dens *Arbol de tula* (2013) und im Anschluss Claire Ripley *Make or break (Patrick Chardronnet Remix)* (2013). Nutella fällt mir um den Hals: „Schnaps!“ Er reicht mir ein Pinnchen mit Jägermeister. Mir bleibt noch Zeit, da *Make or break* mit 8 Minuten Spielzeit relativ lang ist. Bin etwas ratlos und spiele zum ersten Mal Dominik Eulberg *Noch ein Bass im Ärmel* (2013). Dies ist ein Track, den Tasman oft auflegt, was mich bisher davon abgehalten hat, ihn zu spielen. Heute bin ich mal so dreist, was er mir nicht übelnimmt, aber auch nicht scherzhaft unkommentiert lässt. Der Sägezahn-Bass treibt die Tanzenden vor sich her und das Geschrei nimmt nochmals zu. Ich habe noch Zeit für drei Tracks. Den Anfang von Ende macht *Hush Hush Baby* (2001) von Michael Mayer, da mir der Sinn sowohl nach oldschool als auch Quatsch steht. Derweil stellt Paavo schon mal den zweiten Plattenspieler zur Seite. Danach mache ich noch einmal Druck mit *Vertigo* (2014) von Patrice Baumel. Nachdem ich die CD aus dem Player genommen habe, macht sich Paavo daran, den Plattenspieler anzuschließen. Ich beende das Set mit *Let It In And Let It Out* (2013) von Gabriel Ananda. Paavo lässt das Stück ausklingen und Applaus brandet auf. Mittlerweile hat er die CD-Player vom Tisch entfernt, da Paavo & Lauter nur mit Vinyl auflegen.

Wir gehen in den ‚Backstage‘ und danach, versorgt mit neuen Getränken, auf die Tanzfläche. Erst jetzt realisiere ich, dass zwischen 150 und 200 Leute anwesend sein müssen. Diesen bleibt allerdings noch genügend Platz zum Tanzen. Von einigen Anwesenden werde ich für mein Set gelobt. Allmählich wird es heller. Die Füße sind mittlerweile schwer vom Tanzen und wir auch müde. Eine halbe Stunde später machen wir die große Verabschiedungsrunde und gehen den Pfad in den Wald rein. Die Sonne ist mittlerweile aufgegangen. Wir verlassen den Wald, während uns Leute entgegenkommen und im Wald verschwinden. Beats sind nach ein paar Metern nicht mehr zu hören. An der Haltestelle warten wir auf den ersten Bus in die Innenstadt. Ich freue mich auf die nächste Party im Wald. In diesem Moment weiß ich noch nicht, dass dies die letzte sein wird, bei der ich aufgelegt habe, da die Polizei bei anschließenden Partys nach Beschwerden wegen ‚Ruhestörung‘ mehrmals im Wäldchen erschien, woraufhin ein Großteil der Partys eingestellt wurde. Der Bus fährt vor.

10 Sonische Transitionen, sonischer Wandel

Dieses Kapitel behandelt das Umgebensein der Technokultur von anderen kulturellen Feldern, der basalen Kultur und die Verbindungen zwischen ihnen. Trotz ihrer Eingebundenheit in die Technokultur changieren Sonic Bodies und Gemeinschaften zwischen dieser und anderen Musikkulturen. Gleiches gilt für die Materialien, die ebenfalls zwischen Musikkulturen wandeln. Die fluide Zugehörigkeit in unterschiedlichen Kulturen bleibt nicht folgenlos für die Sonic Bodies sowie Gemeinschaften und damit die Technokultur. Zum einen kann die Zugehörigkeit zu Gemeinschaften in unterschiedlichen Musikkulturen die Wahrnehmung von Musik und der Realität verändern (Small 1998, S. 132). Zum anderen hat die Zugehörigkeit zu verschiedenen Milieus eine Wertevermehrung und potenzielle Werteverchiebung zur Folge, bei der die alten Werte aber nicht verschwinden müssen (Sommer 2016, S. 55).

Zunächst werden Übergänge von Körpern, Materialien und Werten aus der Technokultur in andere Musikkulturen, die basale Kultur und dem Mainstream bzw. Feld der Massenproduktion beschrieben. Körper und Materialien stellen Affordanzen dar, die neue Werte in anderen Musikkulturen hervorbringen können. Diese können als „produktive Viren“ (Jacke 2004) in den anderen Kulturbereichen wirken und dort Innovationen auslösen. Es kommt jedoch nicht nur zu Transitionen aus der Technokultur heraus. Andere Musikkulturen, das Feld der Massenproduktion und die basale Kultur beeinflussen ebenfalls die Technokultur. Die basale Kultur erscheint in Form der Technologie, Gesetzgebung und Ideologie.

10.1 Vorbemerkung

Übergänge und Eingriffe stellen einen Kreislauf dar. Dieser basiert auf den Schritten: Übergang, Interpretation und Reaktion. Materialien der Technokultur wandern in das Feld der Massenproduktion über, erfahren dort eine feldangemessene Interpretation, auf die die Technokultur meist distinktiv reagiert. Dadurch erzeugen Übergänge nahezu zwangsläufig Abgrenzungen und Ausschlüsse. Dabei kommt es, im Zuge ihrer Verteidigung, zu einer Aktualisierung der Werte der Technokultur.

„’At a specific point in its history’ is important also, for groups change, in both their constitution and their values; and as they change, so do their styles of musicking.” (Small 1998, S. 133)

Auf diese Weise unterliegt die Technokultur einem Wandel, der sowohl von innen als auch von außen angetrieben wird. Dies zeigte sich bereits anhand der Kulturgeschichte von Techno. Während etwa die Aufspaltung in andere Genres und diverse Subgenres ein innerer Prozess war, erfolgte der Rückzug in den Underground als Reaktion auf das Eindringen von außen. Zurückzuführen ist der innere Wandel auf die Offenheit der „gestural language that musical sound employ“ (ebd., 214). Musikgüter und musikalische Aufführungen sind offen für Interpretationen und Reinterpretation, was ihren Wandel begünstigt.

“When the records created to serve those rituals are then used to serve the needs of a different ritual, the cycle begins once more, all without anyone necessarily noticing what is going on.” (ebd.)

Das Zitat von Christopher Small liest sich wie eine Beschreibung von Slow Techno bzw. Schneckno. Hierbei spielen die DJs Technotracks mit 33rpm statt 45rpm ab, wodurch sich das Tempo ungefähr um ein Drittel verringert, also bei ca. 80 bpm liegt. Der Wandel kann auch auf anderen Ebenen der Technokultur, wie etwa der Wirtschaft, erfolgen.

Zur Beschreibung der Übergänge von Musikkulturen in andere Bereiche und Eingriffe aus anderen Bereichen in diese wird als Analogie auf den Italo Western-Klassiker *Zwei glorreiche Halunken* (Leone 1966) zurückgegriffen, genauer auf dessen internationalen Titel *The Good, the Bad and the Ugly*. Der Titel eignet sich deshalb als Analogie, da er die Situation von Musikkulturen gut verbildlicht. Im Film müssen sich der Gute (Clint Eastwood) und der Hässliche (Eli Wallach) widerwillig arrangieren, um an ihr Ziel zu gelangen. Dabei sind sie auf ihren eigenen Vorteil bedacht. In Bezug auf Musikkulturen steht the Good für andere Musikkulturen, die geschätzt werden und zwischen denen Wanderungen sowie Kooperationen existieren. The Bad ist das Böse, dem aus dem Weg gegangen werden kann oder das bekämpft wird. The Ugly steht für die basale Kultur, mit der sich arrangiert werden muss, da sich nicht davon gelöst werden kann (Abbildung 29).

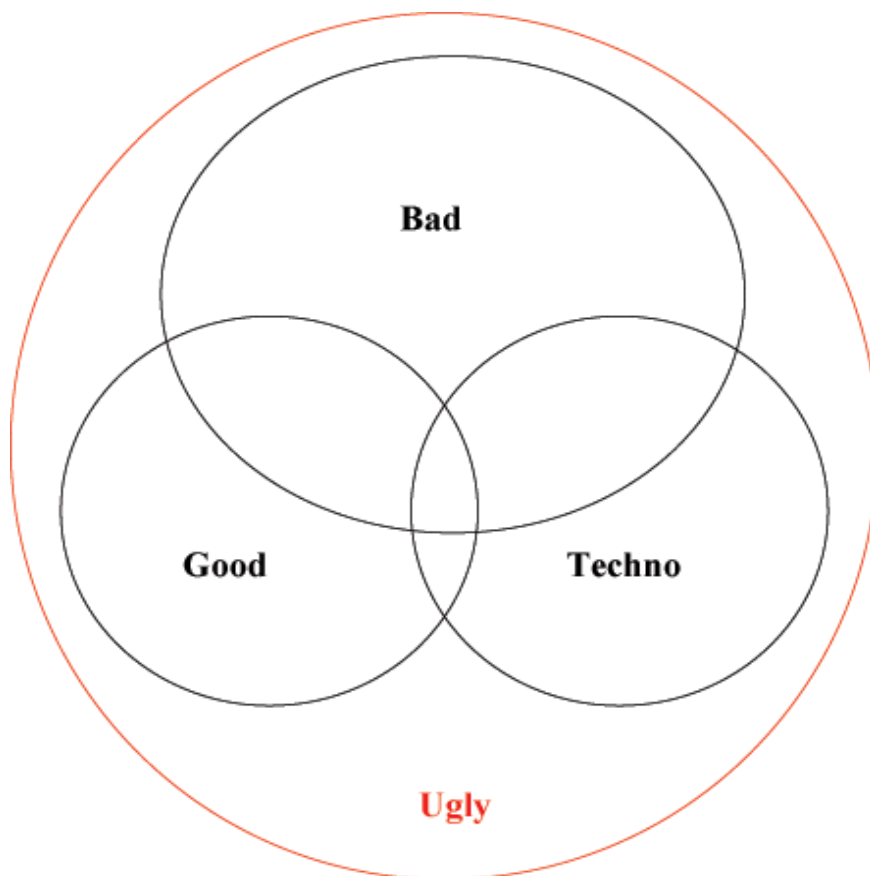


Abbildung 29: The Good, the Bad, and the Ugly

The Ugly bezeichnet die basale Kultur. Obwohl Musikkulturen oft quer zur Gesellschaft stehen, sind diese dennoch ein Teil davon. Dasselbe gilt für die Menschen in diesen Vergemeinschaftungsformen. Diese bleiben zunächst in ihre soziale Position in der basalen Kultur eingebunden. Zwar kann die Position durch Erfolg in der Technokultur gewechselt werden, dies ist aber nur einem Teil vorbehalten. Wie sich im Körper-Kapitel gezeigt hat, wirkt sich die soziale Position positiv oder negativ auf den Zugang zu Materialien aus. Während einige auf eigene oder familiäre Finanzierungsmöglichkeiten zurückgreifen konnten, mussten sich andere dies erarbeiten. Bestandteile der basalen Kultur wären nach Pierre Bourdieu (1993) zum einen das Feld der Wirtschaft und zum anderen das Feld der Kultur, in die Musikkulturen eingebunden sind. Es kann argumentiert werden, dass den genannten Feldern noch das Feld der Technologie unterliegt. Wandel in diesem Feld ziehen Veränderungen in den anderen Feldern bzw. Bereichen der basalen Kultur nach sich.

Die basale Kultur war für die populäre Musik und Popmusik schon immer ein Bezugspunkt. So griff in der Nachkriegszeit das Karnevalslied „Trizonesien-Song“ (1948) von Karl Berbuer die Situation Westdeutschlands mit seinen drei Besatzungszonen auf. Das Lied geriet zu einem der meistgehörten Schlager und teilweise zur Ersatzhymne der damaligen Zeit, denn das „formulierte Gefühl von Ohnmacht, Entrechtung, Machtverlust und zugleich auch verletztem Stolz war weit verbreitet“ (Grabowsky/Lücke 2008, S. 235). Das Unheil, das Deutschland angerichtet hat, wurde ausgespart. Dies ist typisch für die Nachkriegszeit mit ihren Heimatschlager und -filmen und zeigt eine andere Variante des Bezugs auf die basale Kultur: die Verdrängung. Gerade die Verdrängung der Vergangenheit der Elterngeneration wurde nicht nur für die Studenten- und Hausbesetzerbewegung, sondern auch Musikkulturen, wie Punk und NDW, zum Movens der Auseinandersetzung. Der Bezug tritt schon bei einigen Bandnamen in Erscheinung, wie Pension Stammheim oder Palais Schaumburg (Walter 2016, S. 140). Das Aufkommen von Punk und NDW in Deutschland fiel Anfang der 1980er mit dem Aufkommen der Erinnerungskultur an die NS-Vergangenheit zusammen. Allerdings wurden die Stile in ein anderes Verhältnis zur Vergangenheit und damaligen Gegenwart gesetzt. Dieses bot ein popkulturell reflektiertes Gegenangebot zu der Erinnerungskultur, der mehr an der Stärkung der nationalen Identität gelegen war (Pasdzierny 2016, S. 111ff.). Punk nahm nicht nur Bezug auf die basale Kultur, sondern wirkte in Form der Subversion auf diese zurück (Hebdige 2007).

Besonders im Wandel der basalen Kultur treten die Relationen zwischen dieser und Musikkulturen in Erscheinung. Dies kann einen Wandel der Bedeutungen in einer Musikkultur zur Folge haben (Diederichsen 2010). War die alte Popkultur laut Jochen Bonz durch Fremdreferenzialität gekennzeichnet, so besticht die neue Popkultur durch Selbstreferenzialität. Der Wandel geht aber nicht mit einem Verschwinden einher, sodass alte und neue Popkultur gleichzeitig existieren (Bonz 2008).

The Good ist in der Mehrzahl zu verstehen. Dabei handelt es sich um andere Musikkulturen, in denen sich Sonic Bodies der Technokultur bewegen, und deren Vertreter*innen, mit denen sie kooperieren und vice versa. Kooperationen können zwischen Musiker*innen und/oder Labels geschlossen werden. Wie in der Technokultur sind Labels den Indies oder Micro Indies zuzuordnen. *The Good* steht mehrheitlich für Musikkulturen mit einer unabhängigen Musikwirtschaft, in denen vergleichbare Logiken und Wertvorstellungen wie in der Technokultur walten. Im Zuge des Wandels zwischen unterschiedlichen Musikkulturen hinterlassen die jeweiligen Stile gegenseitig Spuren. Diese können in kleinen Details oder als Crossover in Erscheinung treten.

„[...] *the music industry as a metaphor for the general shittiness of Western society* [...].” (Strachan 2007, S. 251)

The Bad stellt die negative Projektionsfolie der basalen und der eigenen Kultur dar. Demnach umfasst es die kommerziellen oder als kommerziell angesehenen Counterparts, erfolgreiches Artverwandtes und Ehemaliges. *The Bad* erscheint in Form der Majors, des Mainstreams, EDM oder dem Sell Out. Insbesondere der Mainstream dient als Distinktionsobjekt für viele Musikkulturen. Er ist einerseits eine Trope bspw. für kommerziellen Techno, Diskotheken oder soziale Ungleichheit, andererseits erfüllt er eine distinktive Funktion (Thornton 1997, S. 5). Die Haltung von Musikkulturen gegenüber den Bösen ist allerdings relational und verhandelbar. Die Technokultur unterhält ein anderes Verhältnis zum Mainstream oder den Majors als die Metalkultur (Diaz-Bone 2010). Es bestehen wirtschaftliche Verflechtungen zwischen gewissen Teilen der Technokultur und bspw. Major-Labels.

10.2 Übergänge Techno

„Dass Techno zugleich mit nahezu allem Vorhergehenden brach, aber nunmehr einen Einfluss auf praktisch jede andere zeitgenössische Musikrichtung entfaltet hat, verleiht ihm eine einmalige Sonderstellung unter den im 20. Jahrhundert aufgetretenen Avantgarden.“ (Goldmann 2016, S. 169)

Die Hervorbringungen der Avantgarden sind zunächst „Noise“ (Attali 2009). Diese können zu Musik werden und die Musikkultur verändern. Dabei operieren sie als „produktive Viren“ (Jacke 2004), die die etablierte Kultur mit Innovation infizieren. Christoph Jacke unterscheidet hierbei zwischen der Main- und Sub-Ebene von Medienkulturen oder kulturellen Teilprogrammen.

„Innerhalb dieser Teilprogramme können insofern Main- und Sub-Ebenen beobachtet werden, deren produktives Gegenüber überhaupt erst Wandel als Möglichkeit und Beschreibung von Ent- und Ausdifferenzierung erlaubt.“ (Jacke 2004, S. 304)

Jacke identifiziert eine dynamische Dialektik zwischen den Ebenen, welche die Produktivität der Subs ermöglicht (ebd.)¹³⁹. Subs fungieren wie ein Virus, der die Main-Ebenen infiziert und potenziell verändert, aber auch davon geheilt werden kann. Subs sind der Innovation verpflichtet, während Mains die Tradition bewahren. Dies gilt gleichermaßen für die Subs, die auch über die zwei Ebenen verfügen. Ähnlich und mit dem Begriff „Virologie“ operierend zeigt Steve Goodman (vgl. Goodman 2012, S. 158f.) auf, wie sich der Dub Virus in Europa ausgebreitet hat. Als infizierte Stile werden u. a. Jungle, House, Techno oder Ambient angeführt. Daneben bezieht sich die Infizierung mit dem Dub Virus auf Aspekte wie die Nutzung des Studios als Instrument, Produktionsprozesse oder Versionierung bzw. Remixologie (ebd.). Andere Beispiele der viralen Logik sind die 909 für Techno, das Apache-Break für Hip-Hop und das Amen-Break für Jungle (ebd., S. 161), die ebenfalls in andere Kulturbereiche vorgedrungen sind.

Die Infizierung kann noch auf andere Weise vonstattengehen und gewissermaßen ein anderes Krankheitsbild aufweisen. Dies bezieht sich auf die Veränderung der Wahrnehmung im Zuge der Erfahrung mit elektronischer Tanzmusik.

„Alle, die durch die Technozeit hindurchgegangen sind, haben erlebt, dass die Differenzen, die ich überhaupt erleben kann, Differenzen zwischen Sounds sind. [...] Und dann komme ich irgendwann wieder zurück in eine songorientierte Welt, und dann nehme ich das mit als eine Erfahrung.“ (Diederichsen 2016a, S. 64)

Techno zeichnet sich durch eine höhere Bedeutung der Klangebene aus. Die Erfahrung mit Techno oder anderen Formen elektronischer Tanzmusik führen zu einem höheren Soundbewusstsein, das auf die generelle Musikrezeption abfährt (Diederichsen 2016a). Der Virus lässt Bekanntes, wie songorientierte Musik, auf neue Weise erklingen.

Die produktiven Viren waren zunächst Noise, bis sie Musik wurden. Auf diesem Weg haben sie die musikalische Evolution vorangetrieben und Altes, im Schumpeterschen Sinne, schöpferisch zerstört. Mit Verweis auf Jacke ist die Zerstörung niemals eine komplette. Das Main ist vielmehr auf die stetigen Infizierungen angewiesen, um weiterhin Innovationen in den Markt bringen zu können. Auf diese Weise kommt es zu einer ungeahnten oder auch ungewollten Allianz, da der Markt die Innovation der Indie-Musikkulturen, der Subs, benötigt. Diese fungieren als Innovationsmotoren für die Major-Musikindustrie (Wicke/Ziegenrucker 2007, S. 338). Vergleichbares

¹³⁹ Dabei deutet er im Sinne des soziokulturellen Konstruktivismus (Schmidt 1994) die Kultur als Programm.

gilt für die basale Kultur, die zwar nicht auf Musikkulturen angewiesen ist, aber dennoch von ihnen profitiert und bisweilen auf diese zurückgreift, wenn es opportun erscheint. Dennoch kann der Noise nach Attali soziale Krisen und Transformationen antizipieren. Dies bezieht sich bspw. auf die sozialen Praktiken von Musikkulturen, die in abgewandelter Form in der basalen Kultur aufgegriffen werden.

Die Überführung von Ästhetiken und Praktiken der Sub- in die Main-Ebene kann zu distinktiven Handlungen im Sub, resp. der Avantgarde führen, die im Anschluss wieder überführt werden können (vgl. Eco 1984). Avantgarden bzw. Musikkulturen sind der Main-Ebene bzw. basalen Kultur zwar immer voraus, auch hinsichtlich der nicht-intendierten Nutzung von Technologien, für die keine rechtliche Regelung existiert (Goodman 2012, S. 181). Dennoch greift der Kreislauf aus Innovation und Massenvermarktung stetig aufs Neue und in immer kürzeren Zeitabständen.

10.2.1 The Good

Viele Sonic Bodies der Technokultur bewegen sich in anderen popmusikalischen Kulturen und Szenen. Einige changieren zwischen mehreren und stimmen sich permanent um. Diese Bewegungen bleiben nicht folgenlos. Aufgrund der Zugehörigkeit zu unterschiedlichen musikalischen Milieus inner- und außerhalb der Technokultur erlernen die Sonic Bodies die spezifischen Regeln und binden sich an die Werte anderer Musikkulturen. Das eingekörperte Regelwerk wirkt sich auf das Musicking in den anderen Musikkulturen aus und färbt dies ein. Der musikalische Übergang in eine andere Musikkultur nimmt oft die Form eines Crossovers an. Dies ist Grenzgänger*innen geschuldet, die in mehreren Genres produzieren. Der ästhetische Übergang vollzieht sich in unterschiedlichen Genres und umfasst auch den Bereich der E-Musik.

Georg: „Da könnte ich vielleicht auf diese Kölner Philharmonie-Sachen anspielen, weil ich da in einem Kontext Musik mit klassischen Musikern mache, mit denen man sonst eigentlich überhaupt nichts zu tun hätte. Und da bin ich überraschend auf ziemlich gutes Feedback gestoßen, weil es für die Klassiker, sag ich jetzt mal, in dem Sinne eine Welt ist, die überhaupt nicht erschlossen, ist die elektronische Musik. Die haben halt auch nur so ein Bild von Techno in diesem Mainstreamgedanken und wissen auch gar nicht, dass subkulturell noch mehr entstehen kann außer diesen Sachen.“ (GCA 28:48 - 29:35)

Andere Grenzgänger*innen im Bereich der E-Musik stellen u. a. die Projekte von Francesco Tristano Schlimé, Carl Craig, Moritz von Oswald und wechselnden Orchestern, Super Flu mit den Dortmunder Philharmonikern unter Mitwirkung der Musikwissenschaftlerin Barbara Volkwein (2014), Jeff Mills mit dem Montpellier Philharmonikern (2005), Grandbrothers oder Brandt Brauer Frick Ensemble (2011) dar. Das Montreux Jazz Festival präsentierte in der Vergangenheit immer wieder Musiker*innen aus der Technokultur. Den Anfang machte dabei 1994 eine Veranstaltung zu Ehren des Labels Harthouse (Garnier/Brun-Lambert 2005, S. 201).

Michael: „[A]uch viele Independentbands spielen mittlerweile die Bass Drum gerade in ihren Stücken, wenn ich so was wie The XX höre oder; ach, da gibt es massig, massig Beispiele.“ (MSCHA 18:58 - 19:08)

Der Übergang von Techno oder zumindest einigen Elementen vollzieht sich auch zwischen popmusikalischen Genres. Bereits bei ihrem ersten Album setzte die Band Rammstein in ihrer Musik auf die konstituierenden Beats des Techno. Dies ist nicht überraschend, da einige der Bandmitglieder im Tacheles in Berlin verkehrten, das mit der Ständigen Vertretung einen Technoclub

besaß (Gutmair 2013). Im Independent-Bereich zeigt sich vor allem das Genre Post Rock von Techno beeinflusst (Sicko 2010, S. 137). Dies bezieht sich weniger auf die Übernahme der Rhythmen, sondern mehr auf die Strukturen. Post Rock verzichtet auf traditionelle Rockstrukturen zugunsten der Wiederholung. Daher erscheint das Genre als Loop-Musik, allerdings in einer erweiterten Rockinstrumentierung. Neben Synthesizern und Perkussion integriert Post Rock noch Instrumente, die seltener in der Rockmusik Verwendung finden. Oft wird auf Gesang verzichtet. Es kam zu Annäherungen zwischen der elektronischen (Tanz-)Musik und Independent-Stilen, was Gruppen bzw. Projekte wie u. a. Postal Service, Four Tet oder Caribou hervorbrachte (Sicko 2010, S. 138). Andere Beispiele sind Bands wie Battles (2007), Elektro Guzzi oder WhoMadeWho, die Stücke mit in einer Rockbandinstrumentierung komponieren, die deutliche Bezüge zu Techno aufweisen. Battles (2011) kooperierten mit dem Technoproduzenten Matias Aguayo und werden wie WhoMadeWho über das Kölner Label Kompakt vertrieben. Ein Teil an Indie-Bands in den 2000er und 2010er Jahren zeigte sich von den Beats der elektronischen Tanzmusik beeinflusst. Bands wie Franz Ferdinand, Maximo Park, We are Scientists oder The Rakes komponierten Stücke mit den konstituierenden Beats von Techno.

Zuletzt kamen im selben Zeitraum vermehrt Blechbläserensembles auf, die Elemente aus Techno integrierten oder Nachspielungen von House- und Technotracks bieten. Während etwa LaBrass-Banda bei ihren Konzerten „bairischen Techno“ präsentiert, bei dem eine Improvisation in Around the world von Daft Punk endet, konzentrieren sich MEUTE auf Neuinterpretation bekannter Tracks im Stil einer Marching Band. Eine andere Brass Band in diesem Bereich ist Moop Mama.

10.2.2 The Bad

In Bezug auf Übergänge hin zum Mainstream oder das Feld der Massenproduktion (Bourdieu 1993) lassen sich mehrere Arten identifizieren, wie diese vollzogen werden können. Am offensichtlichsten tritt dies bei Kommerzialisierungen von Kompositionen in Erscheinung, die direkt auf den Mainstream abzielen. Beispiele hierfür sind u. a. Samba de Janeiro (1997) von Bellini, wohinter sich Gottfried Engels und Ramon Zenker verbergen, oder das Label Low Spirit. Von größerer Bedeutung für den stilistischen Übergang von Techno gen Massenproduktion sind Hits aus der Technokultur, die es auch in die normalen Charts und das Radio geschafft haben. Zu den sporadischen Hits der letzten Jahre zählen *Sky and Sand* (2008) von Paul Kalkbrenner, *Nein, Mann* (2010) von Laserkraft 3D und *One Day/Reckoning Song* (2012) von Wankelmut. Auf diese Weise wurde House/Techno hörbarer und etablierte sich als potenzielles Genre für das Radio.

Daneben vollzieht sich der Übergang in Form von Übernahme von Stilmitteln des Techno. Dies umfasst in der Regel die Übernahme des Onbeats, des generellen Rhythmusaufbaus, Klanggestaltung, gewisser Strukturprinzipien oder Strukturelemente wie Breakdowns (vgl. Black Eyed Peas *I gotta feeling* [2009]). Dabei ist dies ein Phänomen, welches bereits zur Hochphase der öffentlichen Aufmerksamkeit von Techno vonstattenging. Stile und Musiker*innen, die sich davon beeinflusst zeigen, sind bspw. Euro-Dance, Hip-Hop, volkstümlicher und Party-Schlager sowie Britney Spears, Kylie Minogue, Madonna oder Pet Shop Boys.

Peta: „Wenn du Pet Shop Boys hörst oder wenn du Ballermann-Techno hörst, dass war ja vor 15 oder 20 Jahren definitiv nicht denkbar, dass solche Musik mit so einem graden Beat um die Ecke kommt. Das war undenkbar und insofern hat es Techno schon geschafft, dieser ganzen

Mainstream-Welt dieses Beatgrundgerüst irgendwie einzuhauchen und auch die Struktur von Technomusik mitzugeben. “ (PHA 1:54:28 - 1:55:02)

Die Impulse für die Übernahme von Stilmitteln können dabei sowohl von Produzent*innen der Technokultur als auch des Felds der Massenproduktion stammen, die den musikalisch-sonischen Zeitgeist einzufangen suchen (Hennion 1983). Stuart Price produzierte bspw. zu Beginn seiner Karriere unter dem Pseudonym Les Rythmes Digitales bevor er als Produzent u. a. für Kylie Minogue, Madonna *Confessions on a Dance Floor* (2005), The Killers oder New Order in Erscheinung trat. Ähnliches gilt für den Produzenten William Orbit (vgl. Amico 2012, S. 398). Dies trifft auch in Bezug auf Remixe von Produzent*innen der House-/Technokultur wie bspw. Todd Terry oder David Guetta für internationale Popstars zu.

Bei der Übernahme der Stilmittel erfahren diese eine Anpassung an die Wertvorstellungen des Mainstreams. Dies kann anhand von Uffie (2006) und Ke\$ha (2009) beschrieben werden. Zwar handelt es sich bei der Musik von Uffie nicht um Techno, sondern eher um sog. Brat Rap, allerdings entspringt sie der elektronischen Tanzmusik und wurde via Ed Banger veröffentlicht. Für die Produktion zeigten sich Mr. Oizo und Feadz verantwortlich. Die Musik von Uffie ist dreckig und glitchy. Ihre Texte zeugen von Emanzipation und einer Frau, die es den Männern nicht recht machen möchte. Diese Aspekte fehlen in dieser Variation des Brat Raps, die Ke\$ha präsentiert, und von den Hit-Produzenten Max Martin und Lukasz Gottwald produziert wurde. Die Musik verzichtet auf die aggressive Glitch-Ästhetik. Sie ist weniger dreckig, dafür eingängiger. Zuletzt fehlt der emanzipatorische Charakter der Texte.

10.2.3 The Ugly

Gunnar: „Hör dir die Charts an, hör dir die Klingeltöne an, hör dir Werbung an, schau dir Werbung an. Das hat einen enormen Einfluss gehabt auf jeden Fall.“ (GLA 35:32 - 35:42)

Übergänge von Techno in die basale Kultur erfolgen regelmäßig durch Filmmusik, Dokumentationen, Musikbetten von Fernsehbeiträgen und Werbung (vgl. Sicko 2010, S. 133). In Bezug auf Werbung können sowohl Tracks oder Hits aus der Technokultur als auch Stilkopien zur Untermalung von Werbung genutzt werden. Dies ist auf einen bürokratischen, rechtlichen, strukturellen und technologischen Wandel zurückzuführen, der in den 1990er Jahren für die Werbeindustrie die Bedingungen schuf, Electronica oder Techno zu präsentieren. Statt einem Produkt wurde ein Lifestyle verkauft. Die Entwicklung wurde laut Timothy D. Taylor (2007) durch das subkulturelle Kapital der petite bourgeoisie forciert, die mit Alternative Radio im College musikalisch sozialisiert wurde. Eine andere Form steht im Zusammenhang mit Computer- oder Konsolenspielen. Zum einen präsentieren Spiele wie *GTA 5*¹⁴⁰ House und Techno innerhalb ihrer Game Audio, zum anderen produzieren Musiker*innen der Technokultur Klänge und Musik für die Spiele- oder Konsolenhersteller (vgl. Diaz-Bone 2010, S. 334). Diese Formen der Übergänge sind auf einen Wandel in der allgemeinen Musikindustrie zurückzuführen, bei dem das Lizenzieren ein wichtiges Mittel für den Tonträgerverkauf geworden ist (Wikström 2013, S. 96). Dadurch erhöht sich die potenzielle Reichweite von Techno, was in den Produktionen meist nicht angelegt war.

¹⁴⁰ Bei *GTA* (Abk. Grand Theft Auto) nehmen Autofahrten eine zentrale Rolle im Spielprinzip ein. Das Spiel bietet dabei die Möglichkeit aus mehreren Radiosendern die präferierte Musik auszuwählen. Die Genres umfassen dabei u.a. AOR, Hip-Hop, Indie, House, Techno, etc.

Daneben ist die Technokultur zu einem Thema von Dokumentarfilmen geworden. Als narratives Mittel dienen meist Interviews mit Sonic Bodies und Zeitzeugen eines bestimmten historischen Abschnitts der Technokultur. Judith Keilbach, selbst Dokumentarfilmerin, weist auf die Gefahr der Geschichtsverklärung durch Dokumentationen hin (Keilbach 2016). Einerseits neigen Menschen dazu, die Vergangenheit positiver darzustellen, als sie sich ereignet hatte. Dadurch kann der Eindruck einer Musikkultur frei von Distinktionen, Konflikten und Ausgrenzungen sozial Ungleicher entstehen. Andererseits bezieht sich die Gefahr der Geschichtsverklärung auf Zuweisungen wie den Sound der Wende, die im Nachhinein von den Sonic Bodies und der Presse damit in Verbindung gebracht werden.

Eine Sonderstellung hinsichtlich audiovisueller Übergänge der Technokultur nehmen Filme ein, in denen Techno-Musiker*innen als Schauspieler*innen in Erscheinung treten. Ein prominentes Beispiel hierfür stellt Paul Kalkbrenner in *Berlin Calling* (2008) dar. Dieser Film hatte einen großen Einfluss auf die Sichtbarkeit von Techno und der Berliner Technoszene Ende der 2000er Jahre. Der Erfolg des Films sicherte nicht nur Paul Kalkbrenner einen Platz in den Charts, sondern sorgte auch für zahlreiche Artikel über den Film und Techno in Berlin.

Übergänge der Technokultur in die basale Kultur erfolgen durch kulturelle Güter und Praktiken. So bildet die Technokultur die Grundlage für Romane wie „Rave“ (2001) von Rainald Goetz oder Comics. Der gesellschaftliche Stellenwert von DJs hat sich gewandelt. DJs sind nahezu überall anzutreffen und zu Stars aufgestiegen (vgl. Wilke 2014, S. 64). Die kulturelle Praktik des VJings (vgl. Scheel 2005; Klotz 2012), die sich in Technoclubs etabliert hat, ist seit den 2000er Jahren zu einer eigenständigen audiovisuellen Kunstgattung geworden, die in anderen Kunst-, Musik- und Eventbereichen praktiziert wird. Eine weitere Transition aus der Technokultur in die basale Kultur stellt der Remix dar. Dabei handelt es sich zwar um eine Reproduktion einer Praktik der Discokultur, allerdings erhielt der Remix in den 1990er Jahren den Status eines eigenständigen künstlerischen Werks (Wicke/Ziegenrucker 2007, S. 590). Zum einen hat sich die Remix Culture (Lessig 2008) in andere Musikkulturen und Medienkulturen ausgeweitet.

Peta: „Das ganze Remix-Business ist ja auch im Mainstream angekommen. Insofern glaube ich, dass Techno schon einen sehr, sehr, sehr großen Einfluss auf den Mainstream hatte, ja.“ (PHA 1:55:04 - 1:55:14)

Musiker*innen lassen sich Remixe erstellen, um in andere Musikmärkte vorzustoßen. Fans remixen ihre Lieblingsfilme oder -serien und laden diese bei YouTube hoch. Zum anderen ist der Remix oder dessen spezieller Form Mash Up auch zu einem Gegenstand und Methode der Wissenschaft geworden (vgl. Lessig 2008; Von Gehlen 2011; Goodman 2012).

Die Technokultur hat die basale Kultur noch auf andere Arten kulturell bereichert. Seit etwa Mitte der 2000er Jahre kann eine zunehmende Historisierung der Technokultur festgestellt werden, die sich zunächst in Publikationen und Dokumentarfilmen niederschlug und mittlerweile museal konserviert wird. Zum einen ist Techno Bestandteil des Archivs der Jugendkulturen e.V. (Schneider 2016), zum anderen des Museum Of Modern Electronic Music in Frankfurt am Main. Das Rock- & Pop-Museum in Gronau setzte sich auch mit Techno auseinander (Mania 2009). Mit der archivarischen und musealen Aufarbeitung geht nicht nur eine Werttransition, sondern auch Wissenstransition einher. Die Arbeit verlangt nach einem „Spezialwissen“ (Schneider 2016, S. 92) und damit dem Sonic Logos und subkulturellem Kapital der Sonic Bodies. Dadurch dringen diese Wissensarten in die basale Kultur ein und der subkulturelle Wert wird zu einem basalen Wert. Die Technokultur hat Einfluss auf die Pädagogik gehabt. In Frankreich wurde sie bspw. für die Sprachvermittlung genutzt (Smith 2004). Es existieren Arbeitsmaterialien für Musikleh-

rer*innen zur Integration von Techno und der Technokultur im Schulunterricht (Friedrich/Friedrich 2019; Laudien 2019a, 2019b; Mathei 2019).

Wie Techno zu einem Wert der basalen Kultur werden kann und wie Werte der Technokultur eine Transition in die basale Kultur erfahren, wurde im Städte-Kapitel beschrieben, soll an dieser Stelle aber noch einmal vergleichend erläutert werden. Anhand von Berlin, Köln und dem Ruhrgebiet manifestierte sich auf unterschiedliche Weise der Image-Wert, der Techno zugewiesen wird. Während sich Köln mit dem Sound of Cologne den Ruf einer avantgardistischen Musikstadt zulegen wollte, sollte die Loveparade im Ruhrgebiet die Region als Metropole in den Köpfen der Menschen verankern. Es bestand die Hoffnung, dass der Imagewert auch wirtschaftliche Werte nach sich ziehen wird. In erster Linie bezog sich dies auf den Tourismus und die Ansiedlung von Wirtschaftsunternehmen. Die Blaupause solcher Überlegungen bildet Berlin. Allerdings kann aufgrund der singulären historischen Entwicklung Berlins die Situation der Stadt und der dortigen Technoszene nicht auf andere Städte übertragen werden. Das Zusammenspiel von entmilitarisierte Zone, Mauerfall, dem Leerstand in Ostberlin, den subkulturellen Westberliner Milieus und kurzzeitige Außerkraftsetzung staatlicher und verwaltender Strukturen schuf eine einmalige Freiraumsituation. Zwar hielt diese nur einige Jahre an, sie legte aber das Fundament der gegenwärtigen Berliner Technoszene.

Mit der Loveparade kreierte die Berliner Szene ein Event, das einerseits zum Medienspektakel wurde, andererseits diverse Nachahmer fand. Im Zuge des Streckenwechsels 1996 und dem daraus resultierenden Medienspektakel wurde die Loveparade von außen mit Werten versehen, die im Zeichen der Vergangenheitsbewältigung, Aushandlung nationaler Identität sowie Geschichtsschreibung standen (Pasdzierny 2016, S. 118). Die Loveparade hat die Eventisierung der Gesellschaft dynamisiert. Straßenparaden etablierten sich weltweit. Das Event deterritorialisierte sich in Bereiche, die fern von Musikkulturen oder Unterhaltungsangeboten liegen. Firmen halten ihre Jahrestagungen in Freizeitparks ab, Metal-Fans gehen mit Bands gemeinsam auf Kreuzfahrt, Holi Festivals färben im Sommer regelmäßig die Luft ein oder Partys werden an ungewöhnlichen Orten veranstaltet. Einen Anteil an der Eventisierung der basalen Kultur hat in der Vergangenheit auch die Technokultur geleistet. Sowohl die Mayday als auch die Loveparade haben Events elektronischer Tanzmusik in Deutschland bekannt und massenkompatibel gemacht. Davon zeugen auch Public Viewings, die seit der Fußballweltmeisterschaft 2006 fester Bestandteil des Erlebnisangebots von Städten sind. Die Loveparade und die Situation der Berliner Technoszene mit ihren zahlreichen Clubs wurden zu Aushängeschildern der Stadt. Im Zuge des Aufkommens von Billigfluggesellschaften entstand ein paneuropäischer Clubtourismus (Rapp 2009), dessen Hauptdestination Berlin ist. Dank dieser Tourismusform kann die Stadt auf mehrfache Weise wirtschaftliche Werte schöpfen. Dazu zählen einerseits die Steuereinnahmen durch die Clubs und Hotels, andererseits die Umwegrentabilität.

10.3 Einfluss, Reaktionen, innerer Wandel

Im Folgenden werden die Dynamiken behandelt, die innerhalb der Technokultur walten. Dabei sind diese Folgen des Eingriffs von außen. Das Eindringen in die Technokultur kann unterschiedliche Reaktionen hervorrufen, die zwischen Affirmation und Distinktion schwanken.

10.3.1 Innerer Wandel

Die Technokultur unterliegt einem sukzessiven Wandel, der einerseits auf demographische Faktoren, andererseits auf Stilkonjunkturen und Hypes, aber auch auf eine Eigenart im Musicking zurückzuführen ist. Zwar wird die Technokultur oftmals als Jugendkultur angeführt, dies weicht jedoch von der Realität ab. Die Technokultur und ihre Orte werden zwar zum einen durch den jeweils neuen Nachwuchs für einen gewissen Zeitraum geprägt, zum anderen von den Sonic Bodies mit einem bestimmten Zeitabschnitt in Verbindung gebracht wird.

Riley: „Die eigene Kultur beschreibt immer nur so einen, so einen zeitlichen Abschnitt. Also die wirkliche [betont] eigene Kultur. Die Identität zu 99,9% ist ja wirklich immer nur zu einem ganz bestimmten umrissenen Zeitpunkt komplementär, deckungsgleich. Wenn sich die Sachen entwickeln, dann bewegt sich das immer weiter raus.“ (RRA3 39:41 - 40:09)

Trotz dieses Charakters kann die Technokultur nicht als Jugendkultur aufgefasst werden, da einerseits jugendkulturellorientierte Erwachsene (Schmidt/Neumann-Braun 2003; Bennett 2011a) daran partizipieren, andererseits viele Sonic Bodies der ersten Technogenerationen immer noch produzierend aktiv sind. Folglich unterliegt die Technokultur wie die Gesamtgesellschaft einem demographischen Wandel, der sie einer reinen Jugendkultur entrückt.

Gabriel: „Und jetzt ist Techno eigentlich einfach eine Ausgehkultur. Einfach so: ‚Wo gehen wir hin? Rock? Pop? Reggae? Techno?‘, ‚Ja, gehen wir mal Techno!‘ Und es wird auch nicht mehr gesagt, dass das jetzt irgendwie abgefahren ist oder krass oder besonders.“ (GAA 1:01:40 - 1:02:02)

Die Technokultur ist seit ihrem Entstehen gewachsen und hat sich von einer reinen Subkultur auch zu einer Ausgehkultur mit Variationen an Erlebnisformen für unterschiedliche Geschmäcker gewandelt. Zumindest handelt es sich um einen partiellen Wandel, denn einige Sonic Bodies und Gemeinschaften verorten sich selbst in den Traditionen einer Subkultur (Schwanhäußer 2010; Kühn 2017). War zu Beginn die Technokultur noch relativ klein und überschaubar, erfuhr sie zunächst einen starken Zuwachs in den 1990er Jahren, um sich im Anschluss wieder zu verkleinern. Seit den 2000er Jahren erfährt sie eine erneute Popularisierung. Dies schlägt sich auch in der Zunahme an Clubs, vor allem in Berlin, und Festivals nieder. Besonders Festivals für elektronische Musik oder mit gemischten Genres, die auch Techno präsentieren, erweisen sich als Orte, an denen Außenstehende mit der Technomusik und -szene in Berührung kommen und initiiert werden können. Einen Anteil an der Ausfransung der Ränder hat die Berliner Clubkultur, die als ‚Must-do‘ eines Berlin-Urlaubs gehandelt wird.

Gunnar: „Die Generation von heute, wenn man davon sprechen kann, wenn die zu elektronischen Partys geht, heißt das nicht zwangsläufig, dass die mit Herz und Seele irgendwie Technofans sind, sondern es ist halt ein Angebot und das wird genutzt. Und grad Berlin zeigt das ja einem ganz deutlich, dass viele einfach zum Feiern kommen, aber bei Weitem nicht wissen oder es auch völlig egal ist, wer da auflegt, was für Produktionen der gemacht hat. Also das Interesse

an der Musik an sich ist bei weitem nicht mehr so groß, wie es in einer Szene ist, die sehr homogen ist und in sich geschlossen.“ (GLA 34:05 - 34:41)

Für das Wachstum und Ausfransen der Ränder der Technokultur zeigen sich mehrere Faktoren verantwortlich. Techno hat in erster Linie das Schockpotenzial für eine Moral Panic eingebüßt, wie es in den 1990ern noch der Fall war. In einigen Fällen kam es zu einer partiellen Umdeutung der Orte von reinen Technoclubs zu Veranstaltungsorten für andere kulturelle Aktivitäten, sodass die Clubs ihren exklusiven und geheimen Charakter verloren. Dadurch öffnete sich die Technokultur für unregelmäßig Partizipierende aus anderen kulturellen Feldern, sodass Techno mittlerweile ein musikalisches Freizeitangebot unter vielen ist. Dieses Angebot richtet sich in zunehmendem Masse an Erwachsene, da Techno und die Clubkultur idealtypisch für Juvenilität entstehen. Sie treffen den Zeitgeist einer Gesellschaft, in der das „Phänomen der ‚Jugendlichkeit‘ mit seinen Konnotationen von Vitalität und Erlebnisorientierung [...] zunehmend an Geltung gewinnt – abseits altersspezifischer Zuschreibungen.“ (Kirschner et al. 2014, S. 99).

Der Zuwachs in der Clubkultur ist Teil einer Kommerzialisierungsbewegung, die sich in der Technokultur vollzogen hat und auch bei Musiker*innen und Labels vorzufinden ist. Dies ist eine zwangsläufige Entwicklung, die dem Existenzbasteln (Hitzler 2001; vgl. Kapitel Ökonomie) und der Kommerzialisierung der Sonic Bodies entspringt. Waren anfangs Spaß und Idealismus bestimmend für die Produktionen, so wandelte sich die Bedeutung in Richtung Existenzsicherung. Die Ökonomisierung der Technokultur lässt sich auch an dem Bruch mit einer ursprünglichen Logik, dem Ablehnen des Stars, aufzeigen (Büsser 2004, S. 191). Parallel zu dem Wachstum der 1990er Jahre entwickelte sich in hier auch ein Starsystem heraus, sodass Techno heutzutage in einigen Feldabschnitten nach den Regeln des heteronomen Felds operiert.

Peta: „[Techno] ist der allgemeinen Popkultur nähergekommen, wobei man vor 20 Jahren Anfang der 90er noch davon weg wollte. Der DJ ist ja kein Star, soll ja kein Star sein, sondern nur derjenige, der die anderen zum Tanzen bringt, aber der einzelne Tänzer ist der Star. Und davon ist man natürlich mittlerweile komplett wieder weg, nicht erst seit Kalkbrenner und anderen Konzerten.“ (PHA 1:44:17 - 1:44:44)

Die Ausbildung eines Starsystems hat in der frühen Phase der Technokultur direkte Folgen auf die Gagen gehabt (Garnier 2005, S. 159). In den letzten Jahren erhöhten sich diese unter den DJ-Größen abermals im Zuge der Festivalkultur von elektronischer Tanzmusik (Waltz 2014).

Die Kommerzialisierungen in der Technokultur erfolgen in Anlehnung an Schwanhäuser (2010, S. 63f.) nach dem Prinzip: „Von Hausbesetzern zur GmbH“. Besonders in der Frühphase der Berliner Szene existierten diverse Clubs, die ihre anfangs illegalen Tätigkeiten in legale überführten. Dies ging mit einer Verlagerung spielerischer Aktivitäten in erwerbsmäßige einher. Die Kommerzialisierung der Sonic Bodies der ersten Generation hatte eine generelle in der Technokultur ausgelöst, in Folge dessen Newcomer*innen gewinnorientierter in ihrem Existenzbasteln vorgehen. Dies provoziert Wertkonflikte innerhalb der Szenen.

Wolfgang: „Der König ist Tod. Es lebe der König. Nach Techno kommt immer Techno.“ (schriftliche Antwort)

Zunächst ist Techno ein Genre, in dem die Musiker*innen nicht zwangsläufig einen eigenen Stil entwickeln, diesen verfolgen und dabei in Maßen anpassen. Stattdessen können diese zwischen unterschiedlichen stilistischen Ausprägungen nomadisieren, Ausflüge in andere stilistische Schwerpunkte unternehmen und wieder zurückkehren (vgl. Diaz-Bone 2010, S. 380). Daher ist der mikro-stilistische Wandel des Genres gewissermaßen in die Musiker*innen eingeschrieben,

die ihr Musicking stetig verändern und dadurch zum Wandel beitragen. Die Wandlungsfähigkeit betrifft am deutlichsten den Aspekt der Klangfarbe, resp. der Integration von Klängen. Techno unterliegt weniger einem Formverbrauchseffekt (Luhmann 1995, S. 77), sondern mehr einem Klangverbrauchseffekt.

Mehrere Interviewte gaben an, dass das kreative Potenzial von Techno noch nicht erschöpft sei, so lange es Produzent*innen gibt, die den Anspruch haben, „*Neues entdecken zu wollen*“ (GLA 38:43-44). Der Begriff der „Innovation“ sollte an dieser Stelle nicht überbewertet werden, da die Neuerungen sowohl tatsächliche kompositorische und technologische Fortschritte, als auch individuelle Innovationen sein können, die sich bspw. in der Integration anderer Stilmittel oder in einer ästhetischen Umorientierung präsentieren. Diese haben das Potenzial, den Stil anzureichern und dadurch zu wandeln. Allerdings muss diese Innovation in einer ästhetischen Subkultur als legitim erachtet werden, um auf Akzeptanz zu stoßen (Kühn 2017). Innovation entspringt einem „Oszillieren zwischen Wiederholung und Differenz“ (Sascha Kösch in Bonz 2008, S. 72). Wenn ein Track unbekannte Signifikanten besitzt, müssen diese in ausreichend Bekanntem eingebettet sein, um eine Differenz zu erzeugen (Bonz 2008, S. 71). Innovation präsentiert sich als etwas Anderes im Vertrauten, das im Nachhinein bedeutungs- und wertvoll wird (Groys 1992). Durch die Integration neuer Signifikanten in ein bestehendes Referenzsystem verschiebt sich dieses in gewissem Maße und wird dynamisiert (Bonz 2008, S. 150f.). Kompositorische Innovationen können, falls diese auf Zustimmung treffen, zur Bildung von Subszenen führen, die sich noch stärker auf den Technomainstream auswirken.

Guido: „Techno ist vielleicht deswegen erfolgreicher meiner Meinung nach, weil halt auch immer wieder am Rand neue Zweige, Genres entstehen, die dann wieder, ich nenne es mal Mainstream, auf den Technomainstream einwirken, neue Impulse geben. Da ist einfach unglaublich viel in Bewegung, was das Ganze auch in Bewegung hält. Das ist irgendwie so eine kleine Galaxie, wo sich viele Planeten umeinanderdrehen, die in Bewegung ist, es ist nichts Statisches.“ (GBA4 17:15 - 17:45)

Die erwähnten Zweige können mit Christoph Jackes Konzept der „produktiven Viren im Kulturbetrieb“ (2004, S. 244ff.) umschrieben werden. Kreative Impulse aus den Subbereichen beeinflussen die Main-Ebene und arrivierte Avantgarde (Bourdieu 1993), die daraufhin inkorporiert werden. Neben der Entstehung und der Bewegung neuer Signifikanten sind stilistische Konjunkturen charakteristisch für den Wandel von Techno.

Marco: „Als ich angefangen habe, war eher Trance. Dann kam Trancemäßig nicht mehr wirklich was Neues, nichts Spannendes. Dann wurde es immer härter, immer tooliger. Dann war ja diese Schranzzeit. Dann war der Minimal-Hype, jetzt ist der Techhouse-Hype, Deep House. Jetzt wird es meiner Ansicht nach wieder ein bisschen technoider.“ (MSA 20:48 - 21:12)

Wandel und Konjunkturen haben Trends zur Folge, die für einen gewissen Zeitraum besondere Aufmerksamkeit sowie Repräsentation erfahren und im Anschluss wieder abflachen. Dabei gehen manche stilistischen Konjunkturen mit Modekonjunkturen einher, die von der Modeindustrie aufgegriffen werden. Bspw. erlebte die Technokultur in ihrer Frühphase eine modische Militarisierung in Form von Camouflagehosen, die parallel zum Härte-Trend verlief (Mathei 2012, S. 38; Denk/Von Thülen 2012, S. 236). In den letzten Jahren konnten oft mit Glitzer oder Neonfarben geschminkte Sonic Bodies beobachtet werden, was u. a. auf die Bar 25 und Open Airs zurückzuführen ist.

Trends wie Minimal oder Tech-/Deep-House fielen umfassender und langlebiger aus als beispielsweise sog. Trompeten-Techhouse, was ein kurzlebigerer Trend im Techhouse war. Vor

allem Minimal prägte die Technokultur für einen relativ langen Zeitraum. Allerdings war kein stilistischer Trend derart bestimmend wie Minimal. Minimal-Varianten entstanden Mitte der 1990er Jahre, es dauerte aber einige Jahre, bis der Hype einsetzte. Mitte der 2000er Jahre wurde Minimal zum Synonym für House und Techno. Dies wurde zusätzlich durch Berichte von Expats angetrieben, die die Bezeichnung auf genannte Genres anwandten, die sie in Deutschland und Berlin in den Clubs erlebten. Zu Beginn der 2010er Jahre verlor Minimal zunächst in den Clubs und dann als Begriff an Bedeutung (Nye 2016, S. 127, S. 131).

Trends befeuern den stilistischen Wandel auf zweifach Weise: in der Affirmation und der Distinktion. Grundlegend für das Zustandekommen von Trends sind Bandwagon-Effekte und Förderung durch Musiker*innen mit hohem subkulturellem Popularitätskapital. Bei „Bandwagon- oder Mitläufer-Effekten“ (Lazarsfeld/Berelson/Gaudet 1969) handelt es sich zwar um eine Handlungstheorie aus der politischen Soziologie, sie bietet sich aber als Erklärungsmodell für das musikalische Handeln an. Hierbei folgen einige Akteur*innen den Handlungsweisen, die sich als ökonomisch vielversprechend erweisen. Labels und Musiker*innen springen auf einen Trend auf, um davon zu profitieren. Als Auslöser eines Bandwagon-Effekts kann der Zufall fungieren.

Gabriel: „Da gab es eine Platte auf Oslo von, ich weiß nicht mehr wer, die haben alle gespielt und da haben sich alle drauf geeinigt, dass war so ein bisschen deeper und das fanden irgendwie alle cool. Eigentlich eher eine langweilige Platte, aber Konsens. Also da war wenig drin, was einen gestört hat. So, die wurde gehyped, die fanden alle gut, das hat jeder mitbekommen und dann haben die Leute gemerkt: Okay, wenn ich so eine Musik mache, dann finden mich die großen DJs alle toll und damit kann ich auch noch Geld verdienen. Und ein halbes Jahr später gab es eine Schwemme von Deep House bis zum Erbrechen.“ (GAA 1:08:04 - 1:08:51)

Der Einfluss von Szenen wie der Berliner Szene kann dabei auf andere lokale Szenen übergreifen und zum Maßstab einer bestimmenden Produktionsästhetik werden lassen oder zumindest zu Übernahme gewisser Stilmittel führen.

Riley: „Also mittlerweile misst sich ja auch ein Kölner DJ, Quasiproduzent an dem Sound der Bar 25. Also ich finde den total super, ich war da mal, komme zurück und mach dann hier so Tracks, die so sind. Da hat man hier auch so einen Bar 25-Sound. Das ist halt so. Man misst sich so viel an Berlin.“ (RRA3 1:03.53 - 1:04:20)

Ein Trend kann auch das Gegenteil bewirken, falls zu viele Musiker*innen, Labels und Partys dem Bandwagon-Effekt verfallen. Zunächst stoßen zu großer Erfolg oder Popularität bei einem Teil der Sonic Bodies, die Nora Hoffmann dem Typ 1 zurechnet, schnell auf Ablehnung (Hoffmann 2016, S. 234). Gleiches gilt für die Akteur*innen der ästhetischen Subkultur (Kühn 2017). Mit der Popularität gehen die Ablehnung der Musiker*innen und der Wegfall von Identifikationsmöglichkeiten einher. Neben der individuellen oder tribalischen Distinktion führen Bandwagon-Effekte zu einer Sättigung des Markts und anschließenden Beendigung des Trends.

Der stilistische Wandel von Techno wird durch ein weiteres Phänomen vorangetrieben, was sowohl im Zusammenhang mit den Trends als auch der (Szene-)Presse und Music Stores steht. Dabei handelt es sich um die Umdefinierungen, die Substilen und Musiker*innen widerfahren können.

Michael: „Mein ganzes Album wurde als Genre auf Beatport ja als Deep House eingestuft. Ich glaube ja nicht, dass ich jemals in meinem Leben Deep House gemacht habe, aber das ist halt immer so. Ich wurde auch viel als Minimal eingestuft und hab aber nie Minimalmusik gemacht. Das war halt eher maximal. [amüsiert]“ (MSCHA 1:28:08 - 1:28:23)

Umdefinierungen sind seit den frühen Generationen Teil der Technomusik. Wurden anfangs unter dem Begriff auf Partys oder in Plattenläden unterschiedliche Stile wie Acid, Detroit Techno, Hardcore, House, Industrial, Jungle oder Trance zusammengefasst, spalteten sich diese ab 1992 in eigene Genres oder Subgenres auf.

Massimo: „[Techno] hat sich verlangsamt und daraus ist Minimal geworden. Heute ist Techno was ganz anderes und dieses Umta-Umta ist Schranz, nicht mehr Techno, was es früher aber mal war.“ (MASA 59:22 - 59:37)

In den letzten Jahren konnte dieses Phänomen anhand des Subgenres Deep House festgestellt werden. Deep House existiert als Genre bereits seit den 1990er Jahren und der Begriff erfuhr seit 2014 eine Aufmerksamkeitssteigerung. Allerdings unterscheidet sich das Genre Deep House von 2000 stilistisch signifikant gegenüber 2014, sodass es sich hierbei nicht um einen Retro-Trend handelt. Die Vervielfältigung innerhalb von Techno erhielt in den letzten Jahren einen Auftrieb.

Michael: „Jetzt gerade ist es sehr liberal. Gibt eigentlich keinen richtigen Trend außer, dass es halt nicht mehr so schnell ist, aber du kannst eigentlich sau viel gerade machen, deswegen macht es mir auch wieder Spaß.“ (MSCHA 1:18:53 - 1:19.03)

Eine Entwicklung ist die Verlangsamung des Stils. Dieser erfuhr innerhalb des Zeitraums von 2000 bis 2015 eine durchschnittliche, stufenweise Reduktion von 10 bpm. Daher kann als Durchschnittstempo 120 bpm bis 124 bpm identifiziert werden (Mathei 2012). Zwar umfasst die Verlangsamung diverse Technoästhetiken, sie brachte aber keinen einheitlichen kompositorischen und klangfarblichen Trend hervor. Daneben existieren mehrere stilistische Entwicklungen, die teilweise komplementär verlaufen. Auf der einen Seite wurde Techno melodischer oder poppiger, auf der anderen Seite erfolgte eine Fokussierung auf den Rhythmus und eine harte, düster-maschinelle Soundgestaltung. Techno erlebte ein gewisses Maß an Rückbesinnung und Rückgriff, da sich laut Simon Reynolds (2011a, S. 238f.) in Teilen der Technokultur einen Retro-Trend vollzog. Im Zuge dessen erfuhren ältere Subgenres und ihre jeweiligen stilistischen Charakteristika erneute Aufmerksamkeit. Rückbesinnung und Rückgriff auf die eigene Historie dienten aber schon in den 90er und 2000er Jahren der Inspiration (vgl. Sicko 2010, S. 137). Daneben verzeichnet Techno einen Zuwachs an kompositorischer Qualität und Artifizialisierung. Die Artifizialisierung kann sich in Tracks mit einer Spieldauer von über 20 Minuten und unterschiedlichen Dynamiken, wie etwa bei Minilogue (2013) und Ricardo Villalobos (2013) präsentieren. Gewisse Labels, wie Pampa, treiben die Entwicklung von Techno ebenfalls voran und bieten eine Spannweite von funktionalen aber anspruchsvollen bis hin zu ununktionalen, artifiziellen Produktionen an. Die Artifizialisierung der Technomusik ist stark auf das Albumformat zurückzuführen, welches einen Einfluss auf die Art der Kompositionen ausübt. In diesem Rahmen müssen sich die Musiker*innen im Gegensatz zu Maxis nicht auf die Funktionalität eines Tracks fokussieren, sondern können davon unabhängig komponieren. In der Regel zielen Alben darauf ab, im privaten, individuellen Rahmen rezipiert zu werden. Daher verfügen sie neben funktionalen meist über kompositorisch ausgefeiltere Tracks, Stücke ohne Beat oder aus anderen Genres. Dahinter verbirgt sich gleichermaßen der Wert der Sonic Bodies, als Künstler ernst genommen zu werden (vgl. Diaz-Bone 2010).

10.4 Wandel und Reaktion: The Good

Georg: „Aber ich würde sagen, dadurch, dass wir halt so lange in einer Band waren, können wir dieses Popharmoniestruktur-Denken nie so wirklich ganz von uns weisen.“ (GCA 58:22 - 58:37)

Die musikalische Vergangenheit der Sonic Bodies hat sie an spezifische Werte und Wissensvorräte gebunden. Da diese Werte meist noch Bedeutung haben, können sie die subjektive Wertvorstellung der Sonic Bodies und ihr Musicking prägen. Produzierende ziehen einen Teil ihrer Inspiration aus ihren individuellen Vorstellungen über das Wünschenswerte aus anderen Kulturen. Dadurch werden potenziell neue Klänge oder Praktiken in das Referenzsystem der Technokultur eingeführt.

Eine Folge der Übergänge zwischen Sonic Bodies der Techno- und anderer Musikkulturen stellen Crossoverformen dar. So durchlebte Techno eine Phase, in der die Musik ‚rockiger‘ wurde und sich teilweise mit Electro Punk mischte. Beispiele hierfür sind etwa die Produktionen der Musiker Boys Noize, T.Raumschmiere, Justice, Digitalism oder Veröffentlichungen der Labels Ed Banger, Kitsune oder Shitkatapult. Dadurch wurde Techno für eine Rockhörerschaft attraktiver und Tracks der erwähnten Musiker wurden u. a. in Indie-Clubs gespielt. Dadurch sind Sonic Bodies aus den unterschiedlichen Kulturen an den Onbeat herangeführt worden, sodass der Schritt in die Technokultur weniger Hemmungen hervorruft als in den 1990er Jahren, als Techno Anfeindungen aus unterschiedlichen Sphären über sich ergehen lassen musste.

Die Technokultur verfügt über einen Hippieanteil. Die Hippie-Ideologie erscheint zunächst im Wert des Miteinanders. Dieser fand seinen Weg via Akteure der Gegenbewegungen der 60er Jahre, wie David Mancuso, in die Clubkultur. Darin gehen sowohl die Aspekte der Liebe als auch der Utopie einer offenen Gesellschaft fernab von Homo- oder Xenophobie auf. Innerhalb der Technokultur kann dieses utopische Versprechen eingelöst werden und sei es nur temporär während der Dauer des Clubbesuchs. Augenscheinlich tritt der Hippiebezug einerseits in der Dekoration von Partylocations, andererseits in der Mode der Sonic Bodies zutage. Als ein Ursprung des Hippie-Stils der Technokultur kann die Goa/Psytrance-Szene identifiziert werden (vgl. Schwanhäuser 2010, S. 105f; Saldanha 2012). Die psychedelischen Dekorationselemente, wie neonfarbene Netze oder geometrische Strukturen (Abbildung 30), die besonders oft auf illegalen Partys in der Natur anzutreffen sind, entspringen der Hippie- und Psychedelic-Ästhetik. Die indische Halbinsel Goa ist seit der Hochphase der Hippiebewegung ein Sehnsuchts- und Rückzugsort für Menschen mit entsprechender Weltanschauung. Techno hielt in Goa Einzug und entwickelte ein ETM-Genre gleichen Namens, welches durch hohe Tempi, treibende 16tel-Basslines, ethno-perkussive Rhythmen und außereuropäischen, gern indische Instrumente charakterisiert ist (Mathei 2012, S. 144). Die psychedelische Ästhetik der Hippiekultur wurde innerhalb der Clubs der Technokultur besonders in der Ästhetisierung ihrer Environments und der Atmosphärenproduktion reproduziert (vgl. Klein 1999; Scheel 2005). Neben der Ästhetik der Dekorationen kann der Hippiebezug der Technokultur in ihrem Rückzug in die Natur festgestellt werden. Manche Festivals und besonders illegale Partyformate weichen in die Natur aus und stellen deren Atmosphäre bei der Umsetzung in den Vordergrund bspw. durch Beleuchtung der Wipfel, Äste und Sträucher.



Abbildung 30: Hippie-/Psychedelicästhetik bei Party

Die Hippieverbindung lässt sich an Festivalnamen mit eindeutigem Naturbezug identifizieren, wie bspw. Nature One, Sonne, Mond und Sterne oder Plötzlich am Meer. Daneben stehen Veranstaltungen und Festivals hervor, die in ihren Namen einen Liebes- oder Utopiebezug aufweisen. Als prominentester Vertreter der ersten Kategorie ist die Loveparade zu nennen, die in ihren jeweiligen Mottos die Hippieideologie verbreitet. Wurde die erste Loveparade als Demonstration für „Friede, Freude, Eierkuchen“ (Meyer 2001, S. 53) angemeldet, so folgten in den kommenden Jahren Mottos wie „My House Is Your House And Your House Is Mine“, „Peace on Earth“ oder „Access Peace“ dieser Ausrichtung. Festivals wie Ruhr in Love, Lovefield Festival, Loveland (NL) oder Electric Love (A) übernahmen den Liebesbezug der Loveparade, andere die utopischen Versprechungen ihrer Mottos. Der Utopiebezug der Technokultur zeigt sich anhand von Festival-, Club- oder Partynamen wie Fusion, Space, Planet (Berlin und Bochum), UFO oder Future Club. Noch offensichtlicher ist die Nähe zu der Hippiekultur in den Liebessommern der Technokultur, die einerseits in England im Jahr 1988 einen zweiten Summer of Love (Poschardt 1997, S. 295), andererseits 1991 einen deutschen Summer of Love (Denk/Von Thülen 2012, S. 182f.) erfuhr. Als Reproduktionen kultureller Praktiken der Hippiekultur hat die Technokultur den Hasch-, LSD- und MDA-Konsum der Hippies via Disco übernommen (vgl. Lawrence 2003; Schwanhäußer 2010, S. 85).

Punk als „die Negation der Negation“ (Marcus 1996, S. 12) stellt eine Reproduktion der Hippiekultur unter Ablehnung ihrer Ideale dar. Zwar lehnte Punk die Ideologie der Hippies ab, gewisse Praktiken wurden aber übernommen. Dabei erwies sich die DIY-Praktik des Punks in der Vergangenheit als Motor für neue unabhängige Stile, wie Hardcore, Indie, New Wave, NDW, Geniale Dilettanten, „Die anderen Bands“ und Techno (vgl. Büsser 2003; Vogt 2005). An dieser Stelle fällt die Teilhabe an Szenen anderer Indie-Musikstile ins Gewicht, da diese Praktiken des Punks

aufgriffen und anpassten. Daher kam mehr als die Hälfte der Interviewten im Zuge ihrer Musiksozialisation mit Punk oder Indie und der Praktik des DIY in Berührung.

Gunnar: „So 93, 94 war ich einfach in einem Alter, wo ich prinzipiell an vielen Sachen interessiert war. Ich komm aus dem Osten, bin in Erfurt groß geworden. Es gab die Wende, die Mauer ist gefallen und der Osten war ja tatsächlich Anfang der 90er Anarchie in gewisser Weise und das hieß auch künstlerische Freiheit. Das hieß auch Freiheit in ganz vielen Sachen. Sachen sind entstanden, Nischen konnten ihren Platz finden, illegale Clubs wurden aufgemacht in irgendwelchen alten Abrissgeländen. Und ich habe zu der Zeit ja schon Musik gemacht im Bereich Punk, Metal, hab in Bands gespielt, also das Musikinteresse war prinzipiell schon da. Dann habe ich mit einem Freund, das lief alles auch parallel, angefangen in so einer kleinen Bretterbude Schlagerpartys zu machen. Wir haben angefangen, die Schlagerplatten aus Mamis Plattenschrank irgendwie rauszusuchen, um haben halt Schlagerpartys [überlegt; hadert], also nicht für Diskoleute, sondern für Leute wie uns eigentlich zu machen, mit dem Hintergrund, das kennt sowieso irgendwie jeder. Das war so die erste Berührung mit Auflegen, was damals noch völlig neu war. Zur gleichen Zeit kam halt auch Techno auf. Also die ersten Raves fanden statt oder in irgendwelchen Kellern irgendwelche illegalen Sachen, sodass ein Wochenende damals meistens daraus oder im besten Fall daraus bestand, was weiß ich, an einem Freitag ein Konzert mit der Band zu geben und am Samstag dann auf der Schlagerparty aufzulegen und danach zu einem Rave zu gehen.“ (GLA 0:47 - 2:54)

Der Einfluss von Punk zeigt sich an einigen Sonic Bodies der ersten Generation der Berliner Technoszene, die innerhalb der Punk- oder angrenzender Szenen aktiv waren. Insbesondere fungierte dabei die Westberliner Punkszene in den 1980er Jahren als Magnet für Kreative und Menschen mit links-alternativer Ausrichtung, was sich in der Bewegung der Genialen Dilletanten (sic.) sowie dem dazugehörigen Atonal Festival äußerte. Dieses wurde von Dimitri Hegemann veranstaltet, der sich im Nachhinein als Betreiber der Technoclubs Tresor und Ufo verdient machte. Daneben können in Westberlin Mark Reeder, 3Phase, Cosmic Baby, Thomas Fehlmann (Ex-Palais Schaumburg), Jonzon, Dr. Motte (vgl. Denk/Von Thülen 2012, S. 15ff.) und in Ostberlin Johnnie Stieler, Spezial sowie Arne Gramh als Akteure der ersten Technogeneration mit Punkbezug genannt werden (vgl. ebd., S. 25ff.). Punk-Kneipen und besetzte Häuser waren wichtige Treffpunkte und Feierorte der frühen Berliner Szene. Einige Kölner Sonic Bodies, wie Wolfgang Voigt oder Jörg Burger, haben auch eine Punk-/New Wave-Vergangenheit. Im Ruhrgebiet haben sich autonome Zentren als Veranstaltungsort für Technopartys etabliert.

Die im Punk erlernte Ideologie und Praktiken des DIY haben sowohl die frühe als auch anschließende Phasen der Berliner Technoszene geprägt. Aus musiksoziologischer Perspektive verweist Sabine Vogt auf die wechselseitige Beziehung von Text (Stil) und Kontext (Szene). Dabei strahlt die Verortung einiger Sonic Bodies in einem links-alternativen oder Punk-Kontext auf deren Zugang zur Technoszene ab, die in dieser Szene spezifische Parallelen in punkto Geisteshaltung oder Praktiken sehen. Nach Anja Schwanhäüßer manifestieren sich Ideologie und Praktiken des DIY in mehreren Phänomenen und den „latenten subkulturellen Idealen“ (Schwanhäüßer 2010, S. 202) der Kollektive der Berliner Technoszene. Augenscheinlich für Außenstehende zeigt sich dies in der Punk-Ästhetik der frühen Technoclubs (Vogt 2005, S. 179) und der Punk-Mode, welcher von Teilen der Szene goutiert wird (Schwanhäüßer 2010, S. 105f.). Der Bricolage-Stil war von jeher ein Ausdruck des Habitus der Punks (Hebdige 2007), welcher sich in der Technokultur reproduzierte. Daran anknüpfend existieren Lebensstilformen mit links-alternativem oder Punkbezug, wie Wagenburgler oder Hausbesetzer (Schwanhäüßer 2010, S. 175). Einige der von Schwanhäüßer untersuchten Szenekollektive stammen aus Hamburger Besetzerkreisen und wei-

sen folglich „explizite alternativkulturelle, soziale oder politische Anliegen“ (ebd., S. 213) auf. Gemeinsam ist den Akteur*innen der Wunsch des Machenwollens (ebd., S. 129, S. 167), welcher sich aus dem Punk speist, aber nicht zwangsläufig dessen Codes übernehmen muss.

Punk hat sich kurz in andere Stile weiterentwickelt, wie Hardcore, New Wave und Indie, resp. Independent Music, sodass die Punkideologie auch in anderen Genres ihre Wirkung entfaltete. New Wave war ein wichtiger musikalischer Einfluss für Detroit. Stücke dieses Genres fanden sich auf den dortigen Tanzflächen und Radiowellen wieder. Musiker, wie Juan Atkins, zeigten sich von New Wave beeinflusst (Eshun 1999; Sicko 2010). Die Bezeichnung Indie steht einerseits für ein schwer definierbares Genre, andererseits für eine spezielle Labelpolitik (Wicke/Ziegenrucker 2007, S. 338).

Die Entstehung von Indie geht in die 1980er Jahre zurück. Neben Punk, Post-Punk und New Wave gelten in den USA der Collage Rock oder britische Bands, wie The Smiths oder The La's, als Vorläufer. Damals beschrieb der Terminus vor allem Rockbands, die unter Major-Label-Gesichtspunkten aufgrund mutigerer Arrangements, größerer Verzerrung, Noise, etc. schwer vermarktbar waren. Bereits zu diesem Zeitpunkt konnten die Vertreter dieses Genres nicht einheitlich beschrieben werden. In Großbritannien gab es seit Punk die Tradition unabhängiger Plattenfirmen. Einige machten sich dabei für mehrere Genres verdient. In den Anfängen veröffentlichte Factory Records Punk im weiteren Verlauf Bands wie Joy Division, New Order, A Certain Ratio oder Happy Mondays. In Deutschland verbreitete sich Indie in den 1990ern ebenfalls, z. B. in Form der Hamburger Schule¹⁴¹ (Bonz/Rytz/Springer 2011; Baßler 2008), der Weilheim-Szene¹⁴² oder der (Ost-)Westfalen-Szene (Baßler 2008). Dazu kamen Ausprägungen wie Indietronics, Indie-Pop, Indie-Folk, etc. auf. Gemeinsam waren diesen unterschiedlichen Strömungen jedoch die DIY-Praxis und der Wunsch nach Unabhängigkeit. Siegfried Gruber (1995) bemerkt in diesem Zusammenhang folgende ideologische und ökonomische Kriterien von Independent-Musik:

- erkennbare Oppositionshaltung gegenüber der Musikindustrie und der Konsumgesellschaft
- relativ uneingeschränkte Kontrolle der Künstler über alle Herstellungsstufen ihrer Musik
- konzernunabhängige Firmen von geringer Größe mit unbürokratischen Organisationsformen
- relativ fehlende Umsatzzentriertheit, die sich an den marginalen Finanzierungseinheiten in den Unternehmensstrukturen abzeichnet

Die These, dass die Punk-/HC-Ideologie über Indie in einen großen Teil an Popmusikkulturen Einzug hielt, scheint plausibel. Exemplarisch können an dieser Stelle die Labels Creation Records und Factory Records genannt werden, die die britische Clubkultur à la Madchester, Rave und Acid stark beeinflussten und Vorläufer der Technokultur sind. Der Wunsch künstlerisch und ökonomisch autark zu sein, ist bei Musiker*innen, Labelbetreibenden und Veranstalter*innen der Technokultur gleichermaßen festzustellen und damit eine der vielen Reproduktionsstufen, die das DIY des Punks erfahren hat.

¹⁴¹ Blumfeld, Die Sterne, Tocotronic, Kante

¹⁴² The Notwist, Tied & Tickled Trio

10.5 Wandel und Reaktion: The Bad

Auch in der Technokultur fungieren Mainstream, Majors und deren Produkte als Distinktionsobjekte. Zwar ist Techno eine Musikkultur, die Kommerzialisierung oder Erfolg nicht per se ausschließt (vgl. Diaz-Bone 2010), allerdings hat sie in der Vergangenheit negative Erfahrungen mit dem Mainstream und den Majors gemacht. Letztgenannte sahen in Techno relativ früh einen ökonomischen Wert, was sich in der Compilation *Techno! The New Dance Sound of Detroit* manifestierte, die als Starhilfe für die Internationalisierung der Technokultur diente. Die Unterabteilung Sony Techno lizenzierte u. a. die Techno-Labels Transmat, Warp oder Replex (Sicko 2010, S. 132). Majors griffen ab Mitte der 1990er vermehrt in die Technokultur und ihren Markt ein, um ihre eigene Wertschöpfung zu steigern. Auf der einen Seite veröffentlichte Sony Records Germany eine Stilkopie des Tracks *Jaguar* (1999) von DJ Rolando, nachdem die Firma gescheitert war, das Stück von Underground Resistance zu lizenzieren. UR klagte dagegen, jedoch hatte Sony die Lizenz bereits an BMG abgegeben. Daraufhin ging UR in die Gegenoffensive und veröffentlichte den Track erneut inklusive mehrerer Remixe (2000), womit sie letztendlich erfolgreicher waren als die Kopie (ebd., S. 105). Ein weiterer Fall war die unrechtmäßige Verwendung des Trompetenmotivs aus *Blaue Moschee* von Die Vögel (2009) als Sample innerhalb des Stücks *Endless Summer* von Oceana (2012), dem offiziellen Lied der Fußball-EM 2012¹⁴³. Auf der anderen Seite wirkten diverse Produzent*innen und DJs an der Wertschöpfung für die Majors mit. Damit trieben sie den partiellen Sell-Out der Technokultur an. Neben der Veröffentlichung von Hits aus der Technokultur produzierten die Musiker*innen im Zusammenspiel mit den großen Plattenfirmen kommerzielle elektronische Tanzmusik, die nach den üblichen Regeln kommerzieller Popmusik funktionierte. Die Loveparade wandelte sich zur selben Zeit immer mehr zu einem kommerziellen Event, dessen Organisation immer stärker von Außenstehenden und Sponsoren gesteuert wurde. Gleiches gilt für Veranstaltungen in den USA (vgl. Sicko 2010, S. 125).

In Konsequenz zog sich ein Teil der Sonic Bodies sowie Labels in den ‚Underground‘ zurück und fokussierte das für sie Wesentliche an Techno (vgl. ebd., S. 133). Nach der Phase des Rückzugs erlebte die Technokultur eine Phase der Öffnung. Diese ist sowohl auf sie selber als auch andere Bereiche der elektronischen Tanzmusik zurückzuführen. Aufgrund von Hits der Technokultur und kommerziellerer Varianten elektronischer Tanzmusik stießen neue Partizipierende zu der Kultur hinzu.

Michael: „Das sind halt zum einen so Phänomene eben wie Paul Kalkbrenner auf der Undergroundseite und, von mir aus, die Deppen im Kommerzkanal wie David Guetta und Swedish House Mafia, die halt viel im Medieninteresse sind und geweckt haben. Aber bei Paul muss man echt dankbar sein, dass er viele junge Leute hereingebracht hat und viel Nachwuchs.“ (MSCHA 37:51 - 38:14)

¹⁴³ Die Vögel gaben nicht ihr Einverständnis für die Nutzung, verboten diese auch nicht, da sie ein gemeinsames Treffen mit dem Produzenten von Oceana ignorierten. Im Nachhinein wurden den Produzenten 30% an der Komposition zugesprochen (vgl. Volkmann-Schluck 2012).

10.5.1 Der Aufstieg von EDM

Im Folgenden wird der „Kommerzkanal“ (MSCHA 38:02) etwas genauer beschrieben, der unter der Bezeichnung „EDM“ als Abkürzung für Electronic Dance Music firmiert. In der Clubkultur vollzog sich eine Entwicklung, in Folge dessen gewisse Arten elektronischer Tanzmusik in den Charts erschienen und unter dem Namen EDM zusammengefasst wurden. Hinsichtlich der Klangfarbe wären einige Stücke in einem House/Techno-Rahmen vorstellbar, andere nicht. EDM-Stücke und Technotracks sind oft nicht befriedigend mixbar, da die Tempounterschiede zu groß sind. Sie lassen sich zwar mixen, allerdings zum klanglichen Nachteil von einem der Stücke.

Der Aufstieg von EDM begann etwa im Jahr 2009 mit Veröffentlichungen u. a. von David Guetta und Deadmau5¹⁴⁴, wobei besonders die Stücke des Erstgenannten oft und lange in den Charts waren¹⁴⁵. Zur gleichen Zeit gewannen Stile wie Electro House oder Brostep an Bedeutung in der Club- und Festivalkultur (Nye 2016, S. 132). Die Musik wurde von erfolgreichen DJs, wie Armin van Buuren, Avicii oder Tiësto, auf der einen Seite via Internet, Radio und Musikfernsehen, auf der anderen Seite in Dorf- oder Großraumdiskotheken abseits von Szenen gespielt (Kirschner et al. 2014, S. 105f.).

Es existierte bereits das Genre Dance, welches als Vorläufer zu betrachten ist, und sich in den 1990er Jahren aus Eurodance, Happy Hardcore und (Hard) Trance heraus entwickelte (vgl. Ma-thei 2012, S. 180). Zwar unterscheiden sich EDM und Dance hinsichtlich ihrer Stilistik, allerdings handelt es sich in beiden Fällen um kommerziell erfolgreiche Tanzmusik ohne stilistische Klammer. Beide waren und sind gleichermaßen Teil eines Kommerzialisierungsprozesses in der elektronischen Tanzmusik (vgl. Kirschner et al. 2014, S. 103).

Techno hat als Sammelbegriff an Attraktivität eingebüßt. Stattdessen werden neue Entwicklungen in der elektronischen Tanzmusik inklusive Techno unter dem Begriff „EDM“ versammelt (vgl. Kirschner et al. 2014, S. 103; Feser/Pasdzierny 2016, S. 7). In Presse und Wissenschaft ist die Bezeichnung EDM als Sammelbegriff aufgenommen worden. Allerdings muss an dieser Stelle kritisiert werden, dass EDM als Sammelbegriff genauso unpassend ist, wie es Techno einst war. Schon in den 1990er Jahren wurde der stilistische Unterschied zwischen Techno und Dance analytisch festgestellt (Lothwesen 1999). Die Gleichmacherei in Theorie und Praxis, in der Wissenschaft, Presse oder Festivals erzeugt mehrere Probleme: Mit der Übernahme eines solchen Begriffs, der in der Praxis bereits unscharf ist, wird die wissenschaftliche Trennschärfe aufgegeben. Es kommt zu einer „Spaltung der Diskurse“ (Großmann 2012, S. I) und Gleichmacherei von Phänomenen, die weder in punkto Stilistik, Sound, Musicking, Größe des Genres, der Ökonomie dahinter noch in Bezug auf den vorherrschenden Habitus der Akteur*innen gleich sind. EDM als Party- oder Festivalpraxis umfasst meist diverse (Electro) House-Subgenres und davon vor allem „Big Room“ (Abbildung 31). Wenn vom klischeehaften Aufbau von EDM-Stücken die Rede ist, bezieht sich dies oft auf Big Room (vgl. Musikanalyse). Dabei handelt es sich um ein Subgenre des Electro House mit (Hard) Trance- und Dance-Anteilen. Andere Subgenres, die mit EDM as-

¹⁴⁴ Ausgesprochen dead mouse; geschrieben Deadmau5.

¹⁴⁵ U. a. When love takes over (2009) (vgl. Billboard 2009.vgl. Bundesverband Musikindustrie 2009. vgl. Official Charts UK Company 2009), Sexy Bitch (2009b) (vgl. Billboard 2009, 2010.vgl. Bundesverband Musikindustrie 2009, 2010. vgl. Official Charts UK Company 2009, 2010), Club can't handle me (2010) (vgl. Billboard 2010. vgl. Official Charts UK Company 2010) oder Titanium (2011) (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2011. vgl. Billboard 2012. vgl. Official Charts UK Company 2012) sowie das Album One love (2009c) (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2010).

soziiert werden, sind etwa (Vocal) House, Future House, Brostep oder Dirty House (vgl. Nye 2016, S. 132).

Der Wert von EDM liegt im Maximalismus dieser Musik. Damit knüpfen die damit assoziierten Genres an die „harder, faster, louder-Ästhetik der 1990er Jahre“ an (Nye 2016, S. 133). Von dem Journalisten Simon Reynolds stammt der Begriff „digital maximalism“ (Reynolds 2011b), der darunter einerseits ästhetische Prinzipien versteht, andererseits als Paradigma von EDM seit den späten 2000er Jahren deutet (vgl. Nye 2016, S. 132f.). Wie Sean Nye kritisiert, handelt es sich beim Maximalismus weder um ein Paradigma, das die gesamte elektronische Tanzmusik berührt, noch ist dieser Teil einer vermeintlich linear verlaufenden Dynamik, die den Minimalismus von House und Techno der 2000er Jahre durch einen Maximalismus ersetzt hat (ebd., S. 134f.). Nye interpretiert dies eher im Sinne eines Pendelns zwischen „Reduktion und Exzess“ (ebd.) in der elektronischen Tanzmusik. Zwar hat Minimal Techno innerhalb der Technokultur an Einfluss verloren, dennoch ist Techno immer noch deutlich minimaler als sog. EDM. Der Maximalismus von EDM hat den Minimalismus im Techno nicht abgelöst, wie Reynolds behauptet, vielmehr handelt es sich hierbei um unterschiedliche Diskurse, die parallel verlaufen.

War Eurodance bereits eine Musik, deren Produzenten in erster Linie männlich, weiß sowie deutsch waren (vgl. Walter 2016, S. 146) und für die Aufführung gerne auf schwarze Sänger oder Darsteller setzte (Weheliye 2015), so gilt dies in vergleichbarem Maße auch für EDM. Der Unterschied besteht darin, dass viele Produzenten aus Europa als auch Amerika und nicht bloß Deutschland stammen¹⁴⁶. Ein weiterer Unterschied besteht in den EDM veröffentlichenden Labels, die Majors, Major-Sublabels oder Minors sind. Daher unterscheidet sich die zugrundeliegende Industriestruktur von EDM eindeutig von Techno, dessen Tonträgerwirtschaft auf Indie-Labels, -Vertrieben und unabhängigen Presswerken basiert. Deshalb kann die Technokultur mehr dem Bereich der autonomen Produktion zugeschlagen werden, während EDM dem temporellen Feld der heteronomen Produktion zugehörig ist.

¹⁴⁶ So stammen bspw. Zedd und Robin Schulz aus Deutschland, Calvin Harris aus Großbritannien, David Guetta und Martin Solveig aus Frankreich, The Bloody Beetroots aus Italien, Hardwell und Tiësto aus den Niederlanden, Avicii und Swedish House Mafia aus Schweden (vgl. Nye 2016, S. 133).

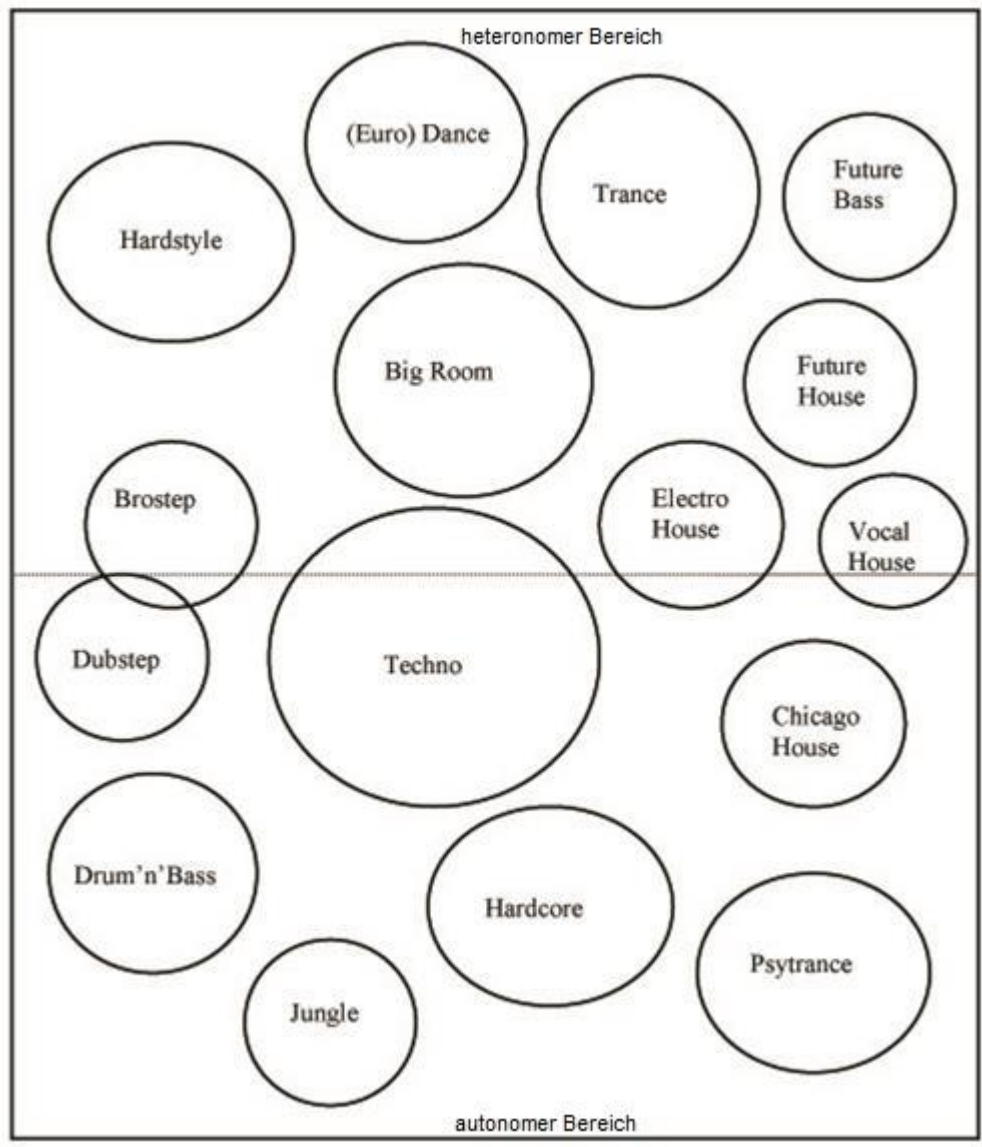


Abbildung 31: Das Feld der elektronischen Tanzmusik

10.5.2 Die Ästhetik von EDM bzw. Big Room

Die stilistische Einordnung von EDM bereitet aufgrund des Spektrums der dazugehörigen Genres zwangsläufig Schwierigkeiten. Zwar teilen manche gewisse Elemente mit Techno wie das rhythmische Gerüst, in punkto Struktur, Instrumentierung und Tempo divergieren sie jedoch. Im Folgenden wird das Subgenre Big Room vorgestellt, da es in der Praxis und Presse oft mit EDM gleichgesetzt wird.

Big Room-Stücke orientieren sich an einem Songschema mit abwechselnden Teilen, resp. einem Strophe-Refrain-Prinzip. Dabei stellen wiederkehrende Breakdowns (vgl. Mathei 2012, S. 69) und Drops wichtige Stilmittel dar. Gleiches gilt für die Erhöhung der Schlagzahl der Drums, meist Snare oder Claps, Gesang und sustainlastige Synthesizersounds, die auf das (Hard) Trance-Erbe verweisen. Pointiert formuliert funktionieren die meisten Big Room-Tracks wie *Smells like teen spirit* von Nirvana (1991). Es gibt eine reduzierte Strophe, dann folgt ein aufbauender Pre-

Chorus, der die Masse allmählich in Bewegung versetzt und seinen Höhepunkt im verzerrten Chorus findet.

Der typische Aufbau und die Elemente von Big Room werden anhand des Stücks *Animals* (2013) von *Martin Garrix* analysiert und beschrieben. *Animals* basiert in seinem Ablauf auf einem klar gegliederten achttaktigen Wechsel dreier Formteile, die Strophe, Build-Up und Drop beinhalten. Dies und die motivischen Variationen des Basses lassen bei diesem Stück eine offensichtliche Nähe zu Songstrukturen erkennen, die im Technostil eher vermieden werden¹⁴⁷. Den Formteilen vorgelagert ist die Mixing-Area, die auf einem eigenständigen Bassmotiv aufbaut, welches im Anschluss im Radio Edit nicht mehr auftaucht, jedoch im Original Mix den Schluss bildet.

Die Rhythmusgestaltung des Stücks weicht von dem für House und Techno typischen Beat aus On-, Off-, Backbeat ab. Das Tempo beträgt 128 bpm. Als markantes Merkmal von *Animals* sticht ein Motiv hervor, welches in mehreren Variationen erklingt. In seiner Grundform bildet es die Basis des Formteils A. In Formteil A* wird das Motiv harmonisch angereichert (Abbildung 32). Klatschen und Snare werden hinzugefügt und erzeugen einen Onbeat. Hierbei werden einerseits mehrere Synthesizer geschichtet, andererseits Cut off und Release erhöht. Daraus resultiert ein massiver und frequenziell breit aufgestellter Klang. Der hohe Grad an Kompression der Drums ist auch in den erwähnten Genres üblich.

Animals

The musical score for 'Animals' is presented in a multi-staff format. At the top, the tempo is marked as $\text{♩} = 128$. The score begins at measure 21. The Synthesizer part is written in a treble clef with a key signature of three flats (B-flat, E-flat, A-flat) and a 4/4 time signature. It features a complex, layered melody with many beamed notes. The Bass part is written in a bass clef with the same key signature and time signature, providing a steady, rhythmic accompaniment. The remaining instruments—Gestimmtes Klangholz, Stimme, Bass Drum, Snare Drum, Crash-Becken, and Klatschen—are represented by empty staves, indicating they are not active in this specific section of the score.

¹⁴⁷ Weitere Analysen von Techno und anderen Genres elektronischer Tanzmusik wurden u. a. von Wicke (1998b), Lothwesen (1999), Volkwein (2003), Pfeiderer (2006), Mathei (2012) durchgeführt.

25

Synth.

Bass

Gst. Klhz.

St.

B. Dr.

Sn. Dr.

Cr. Bkn.

Klt.

29

Synth.

Bass

Gst. Klhz.

St.

B. Dr.

Sn. Dr.

Cr. Bkn.

Klt.

The image shows a musical score for the first part (Formteil A) of Martin Garrix's track "Animals", starting at measure 33. The score is arranged in a multi-stem format with the following parts from top to bottom: Synth., Bass, Gst. Klhz. (Guest Keyboardist), St. (Strings), B. Dr. (Bass Drum), Sn. Dr. (Snare Drum), Cr. Bkn. (Cymbal/Hi-hat), and Klt. (Kicks). The key signature is three flats (B-flat major/C minor). The Synth. part features a complex, rhythmic melody with many beamed notes. The Bass part provides a steady, rhythmic accompaniment. The Gst. Klhz., St., B. Dr., and Cr. Bkn. parts are mostly silent, indicated by horizontal lines. The Sn. Dr. part shows a rhythmic pattern of snare hits. The Klt. part shows a consistent pattern of kick drum hits.

Abbildung 32: Analyse Martin Garrix "Animals" Formteil A

Die Formteile A und C (Drop) werden durch den Formteil B getrennt, der den Build-Up enthält. Dabei kommt es im Formteil B zu einem erneuten Wechsel des Bassmotivs, welches über einen dreitaktigen melodischen Aufstieg verfügt. Der Build-Up enthält eine sukzessive Erhöhung der Pulsrate der Snare. Die ersten vier Takte werden in 4teln, die anschließende zwei Takte in 8teln und die abschließenden in 16teln gespielt. Im Anschluss an diesen Aufstieg erfolgt ein eintaktiges Break, die das titelgebende und herunter gepitchte Sprachsample („We are fucking animals“) des Stücks präsentiert (Abbildung 33).

The image shows a musical score for the 'Build-Up' section of Martin Garrix's 'Animals'. It consists of two systems of staves, numbered 37 and 42. The instruments listed are Synth, Bass, Gst. Klhz. (Glockenspiel), St. (Strings), B. Dr. (Bass Drum), Sn. Dr. (Snare Drum), Cr. Bkn. (Crash Cymbal), and Klt. (Kicks). The key signature is three flats (B-flat major/D-flat minor). In the second system, the lyrics 'We are fu cking ani mals' are written under the string staff.

Abbildung 33: Analyse Martin Garrix "Animals" Build-Up

Im anschließenden Drop bzw. Formteil C gibt die Bass Drum den Onbeat wieder. Dieser wird durch den Bass gedoppelt, der abermals eine andere Motivik aufweist. In der Wiederholung unterstützt ein Becken den Onbeat. Formteil C beinhaltet das zweite markante Motiv dieses Stücks,

welches auf einer absteigenden Melodie digital erzeugter Klanghölzer fußt. Daneben erscheint im letzten Takt des Formteils C der Motivkopf des Basismotivs (Abbildung 34).

45

Synth.

Bass

Gst. Klhz.

St.

B. Dr.

Sn. Dr.

Cr. Bkn.

Klt.

48

Synth.

Bass

Gst. Klhz.

St.

B. Dr.

Sn. Dr.

Cr. Bkn.

Klt.

31

Synth.

Bass

Gst. Klhz.

St.

B. Dr.

Sn. Dr.

Cr. Bkn.

Klt.

34

Synth.

Bass

Gst. Klhz.

St.

B. Dr.

Sn. Dr.

Cr. Bkn.

Klt.

57

Synth.

Bass

Gst. Klhz.

St.

B. Dr.

Sn. Dr.

Cr. Bkn.

Klt.

60

Synth.

Bass

Gst. Klhz.

St.

B. Dr.

Sn. Dr.

Cr. Bkn.

Klt.

Abbildung 34: Analyse Martin Garrix "Animals" Drop & Formteil C

Nach dem ersten Durchlauf der drei Formteile erfolgt eine zweitaktige Pause. Im Anschluss wird Formteil A ausgelassen und direkt an den Formteil A* angeschlossen. Danach folgen die Formteile B und C in derselben Länge und demselben Schema, wie im ersten Durchgang.

10.5.3 EDM-Festivals

Eine andere Besonderheit von sog. EDM sind die großen Festivals, die sich zuerst in den USA um diese Musik herum gebildet haben und mittlerweile weltweit vorzufinden sind. Bei diesen ist Techno zwar präsent, steht aber neben anderen Genres elektronischer Tanzmusik. Zu den meistbesuchten Festivals in diesem Bereich zählen der „Electric Daisy Carnival“ in Las Vegas/USA mit 230.000 Besucher*innen (2011) und das „Tomorrowland“ in Boom/Belgien mit 110.000 Besucher*innen (2012). In Deutschland erreicht die „Nature One“ in Kastellaun 64.000 Besucher*innen (Kirschner et al. 2014, S. 106). Für die Umsetzung zeigen sich einige wenige Eventagenturen wie etwa Insomniac, die den EDC veranstalten, und der Monopolist LiveStyle (vorher SFX Entertainment), die hinter dem Tomorrowland und Nature One stehen (ebd.), verantwortlich. Beide Agenturen veranstalten über 1.000 Festivals pro Jahr und haben sich zu einer Marktmacht entwickelt (ebd., S. 105).

Die Festivals für EDM profitieren von der Eventisierung der basalen Kultur (Kirschner et al. 2014), die unterschiedlichste Gesellschaftsbereiche erfasst hat. Es kann aber keine Zunahme an Festivals im Allgemeinen festgestellt werden, wie oft behauptet wird (Grünewald-Schukalla et al. 2018, S. 171f.). Dennoch existiert in Bezug auf Veranstaltungen oder Konsumangebote ein Trend, in dessen Zuge sich das Angebot an Erlebnissen steigerte. Dieser Trend hat einerseits Festivals erfasst, andererseits bieten sich solche Veranstaltungen geradezu idealtypisch für eine Steigerung der Erlebnisdichte an. Diese offerieren außergewöhnliche Erlebnisse im Sinne der Erlebnisrationalität, da die Gäste Vieles und Besonderes für ihr Geld geboten bekommen.

„Events wie der ‚Electric Daisy Carnival‘(EDC) in Las Vegas lassen sich als aus dem Alltag herausgehobene, raumzeitlich verdichtete, performativ-interaktive Ereignisse beschreiben. Diese Anziehungskraft resultiert wesentlich aus dem Versprechen eines hohen, verschiedene Kulturformen übergreifenden Spaßerlebens.“ (Kirschner et al. 2014, S. 103)

Dadurch stechen Events in Relation zu anderen Veranstaltungen heraus. Die Wahrnehmung von Festivals als außergewöhnlich wird durch mediale Inszenierung von Agenturen und Selbstinszenierungen der Besucher*innen unterstützt (Grünewald-Schukalla et al. 2018). Wird ein Festival in Social Media zum Trend, kann sich dieses der Aufmerksamkeit der User sicher sein. Dies weckt Begehren bei anderen Menschen, ebenfalls an diesen besonderen Ereignissen zu partizipieren, um das eigene interessante Leben mit anderen via Social Media teilen zu können.

Damit Festivals als außergewöhnlich wahrgenommen werden, wird nichts dem Zufall überlassen und weit im Voraus geplant sowie vorproduziert. Dabei beginnt das Erlebnis bereits schon Monate vor dem eigentlichen Festival. Eventagenturen produzieren für die Festivals aufwendige Videos und gestalten die Websites gemäß dem aktuellen Design der Veranstaltungen. Diese werden, wie beim Tomorrowland, vorab mit einer Geschichte versehen, die das Thema und die Gestaltung des aktuellen Events determinieren. Die Geschichte wird für die Ticketverpackungen oder „Welcome Packages“ aufgegriffen. Bühnen sind aufwendig dekoriert und stellen eine „Leistungsschau“ „digitaler Möglichkeiten“ dar, die „‘maximale’ Laptop-Musik kombiniert mit Michael-Bay-Lightshows“ (Nye 2016, S. 133) bietet. Dies erinnert an die Stadionspektakel im Rock oder Metal. Die Gestaltung greift auf die anderen Bereiche der Festivalgelände über. Diese können aus temporären Dörfern bestehen, bei denen selbst Mülleimer dekoriert sind.

Die Vorproduktion solcher Festivals betrifft auch das Geschehen auf den Bühnen. Dass DJs, die dem Bereich der EDM zugerechnet werden, häufig mit vorgefertigten Sets arbeiten, ist ein offenes Geheimnis in der elektronischen Tanzmusik und wurde bereits mehrfach medial auf YouTu-

be dokumentiert. Exemplarisch kann hier der DJ Salvatore Ganacci angeführt werden, dessen Sets einer Performance gleichen, in der er u. a. singt, Liegestützen macht, auf dem Tisch tanzt und andere akrobatische Handlungen vollführt, aber nicht live mixt. Die Arbeit mit vorab gefertigten Sets, die im Playbackverfahren wiedergegeben werden, hat aber weniger mit einem Mangel an handwerklichen Fähigkeiten, wie es gerne unterstellt wird, sondern mehr mit der Inszenierung der DJ-Sets oder Konzerte zu tun. Zur Gewährleistung der bombastischen Bühnenshows werden die Sets im Voraus festgelegt und mit Lightshows, Visuals und Pyrotechnik synchronisiert.

Im Gegensatz zu Techno liegen in der ‚EDM‘-Kultur andere Werte in Bezug auf das Musicking vor. Während vom Handwerk in der Technokultur eine authentifizierende Funktion ausgeht, hat dies für Gäste von EDM-Festivals anscheinend wenig Bedeutung. Stattdessen liegt der Wert in der Show und der eigenen Partizipation daran. Die Technokultur reproduziert damit Aspekte der Rockideologie in Bezug auf Liveness, da der Aufführungswert eines DJ-Sets durch das Handwerk geprägt wird (vgl. Auslander 2008). Demgemäß werden den DJs unterschiedliche Werte zugewiesen. Zeigt sich die Wertigkeit von DJs im EDM an deren Starstatus, so bezieht sich diese in der Technokultur auf das Miteinander mit den DJs vor, während und nach den Sets. Diese sind nahbar und weiterhin eine(r) von uns. Durch die EDM-Festivals oder Eventisierung im Allgemeinen hat sich in einigen Kulturen der elektronischen Tanzmusik die Rolle der DJs in einigen Aspekten gewandelt, „weg vom traditionellen Plattenleger hin zum zentralen Anheizer der Party“ (Kirschner et al. 2014, S. 106). Deshalb werden die DJs auf den Bühnen stilisiert oder stilisieren sich selbst. Die Art des Auflegens auf EDM-Festivals unterscheidet sich auch hinsichtlich der Aneinanderreihung von Hits innerhalb eines Sets, die dem „Publikum eine maximale Erlebnisdichte pro Zeiteinheit“ (ebd.) offerieren. Dadurch ähneln sich Sets auf EDM-Festivals häufig in punkto der gespielten Stücke, da insbesondere aktuelle Hits von vielen DJs präsentiert werden. Während in EDM-Sets ein Höhepunkt nach dem anderen folgt, werden Techno-Sets aufgebaut, um Tanzende auf eine Reise zu schicken. Eine hohe Hitdichte ist in Techno-Sets ebenfalls unüblich.

Der Wandel der Rolle der DJs und deren Popularisierung hatten auch Konsequenzen für die Gagen. Bei großen Events der EDM liegen die Gagen für namhafte DJs zwischen 150.000 und 300.000 US-Dollar pro Auftritt. Befördert wird dies durch die Konzentration auf dem Eventmarkt und der Marktmacht von Insomniac und LiveStyle, die um sich die internationale DJ-Elite geschart haben (ebd., S. 105). Hier sticht vor allem LiveStyle hervor, die mit der Bookingagentur Live Nation Artists populäre Musiker*innen im Portfolio hat (Wikström 2013, S. 141). Allerdings sind die steigenden Gagen auch eine Folge des Wandels der Musikwirtschaft. Durch die Entwertung der Tonträger und den geringeren Umsatz im Verkauf hat sich die ökonomische Wertschöpfung von Musiker*innen in den Live-Markt verlagert (Tschmuck 2013a). Einnahmen im Live-Markt sind stark gestiegen, was sowohl auf die Erhöhung der Ticketpreise als auch die Erhöhung gespielter Konzerte durch Musiker*innen zurückzuführen ist (Wikström 2013, S. 139). Dies gilt ebenso für die Techno wie elektronische Tanzmusik im Allgemeinen.

10.6 The Ugly

Die Technokultur und ihre Szenen sind abhängig von externen Faktoren der basalen Kultur. Diese greift auf mehrartige Weise in die Technokultur ein. Das Eindringen der basalen Kultur manifestiert sich in Form von Inspiration. Die Situation Detroits Mitte der 1980er war für deren Sonic Bodies der Antrieb, den Ruinen eine neue Vision entgegenzusetzen (vgl. Städte-Kapitel). Die basale Kultur tritt in den Namen von Clubs in Erscheinung: Während das Stammheim in Kassel auf die Justizvollzugsanstalt Stuttgart verwies, übernahm die Berliner Szene zum Teil die alten Namen wie WMF, Kompakt machte sich das Kölner Stadtwappen für ihre Speicher-Serie und die PollerWiesen den Namen der Rheinwiesen in Köln-Poll zu eigen. Der Kölner Musiker Wolfgang Voigt bezieht sich mit seinem Projekt Gas auch auf die basale Kultur. Die Alben tragen Titel wie „Zauberberg“, nach dem gleichnamigen Roman von Thomas Mann, oder „Königsforst“, einem Wald in der Nähe Kölns (vgl. Rose 2001, S. 159ff.).

Wie sich in der Kulturgeschichte und dem Städte-Kapitel gezeigt hat, wirkt sich die basale Kultur am offensivsten in Form der Gesetzgebung und Verwaltung auf die Technokultur aus. An dieser Stelle kam und kommt es zu den häufigsten Wertekonflikten zwischen beiden Bereichen. So wurden die anvisierten oder durchgesetzten Anti-Rave- oder Anti-Drogen-Gesetze in Frankreich, Großbritannien, Australien und den USA mit dem Wert des Jugendschutzes legitimiert (vgl. Sicko 2010; Smith 2004; Vitos 2015). Dies war allerdings ein Angriff auf die Werte des Musicking und des Miteinanders der Sonic Bodies der Technokultur, die sich daraufhin neue Wege einfallen ließen, um ihr Musicking weiterverfolgen zu können. Vergleichbares gilt für lokale Technoszenen, deren Werte regelmäßig in Konflikt mit den Werten der öffentlichen Ordnung und Sicherheit stehen.

„Nur exogene Faktoren wie Kriege, Naturkatastrophen oder jenseits des Erlebnismarktes entstandene Rezessionen können die Entwicklung [des Erlebnismarkts] umkehren.“
(Schulze 2000, S. 446)

Dies geschah am 11. September 2001. Der Terroranschlag beendete zwar nicht das Feiern und den Technomarkt, allerdings zeigte sich der Markt für einige Wochen von den Anschlägen erschüttert. Die Bestellungen aus den USA gingen für einen Monate zurück, bis sie wieder auf dem normalen Niveau waren. Beim Reaktorunfall in Fukushima verhielt es sich anders, was auf Unterschiede in den basalen Kulturen der beiden Länder verweist:

Peta: „Japan hat einfach so eine Woche, glaube ich, ausgesetzt, vielleicht auch zwei, aber dann haben die so weiterbestellt, als wäre nichts weiter gewesen. Man hatte die ganz normalen Zahlen, die haben ganz normal bestellt und man hatte nicht den Eindruck, als wäre da irgendwas Weltbewegendes vorgefallen.“ (PHA 41:59 - 42:18)

Das Eindringen der basalen Kultur in die Technokultur ist tiefgreifend und erscheint in unterschiedlichen Formen. Zum Teil hat die Technokultur einen Anteil an diesen Entwicklungen gehabt. Die basale Kultur wandelt sich und damit wandeln sich in Folge die Bedeutungen innerhalb der Technokultur. Ein Wandel der basalen Kultur, der auch durch die Technokultur ausgelöst wurde und zu einem Bedeutungswandel in der Technokultur führte, betrifft die Eventisierung der Gesellschaft (Hitzler 2011). Was früher ein seltenes Ereignis war, ist zum Erlebnisnormalzustand geworden. Die Eventisierung macht dabei vor Musikfestivals, die bereits Eventcharakter besaßen, nicht halt (vgl. Kirschner et al. 2014, S. 103). Dadurch und aufgrund einer größeren Bedeutung von Juvenilität in der basalen Kultur sind Festivals ideale Orte für Erlebnisse sowie das Ausleben und Zeigen von Juvenilität (Kirschner et al. 2014). Ein Opfer der Eventisierung der Events war

die Loveparade selber. Auf der einen Seite gewann sie als Erlebnisangebot und Möglichkeit der ökonomischen sowie symbolischen Wertschöpfung an Bedeutung für die basale Kultur. Auf der anderen Seite, der Technokultur, büßte die Eventisierung an Wert ein und wurde zur Repräsentantin des Counter-ideal Values.

Techno trägt die Technologie bereits im Namen. Das Genre zeigt sich in der Tat stark von Technologie und deren Entwicklung gekennzeichnet (vgl. Diaz-Bone 2010, S. 371). Sie bilden die materielle Basis der Produktion. Diese wandelt sich mit der Markteinführung neuer Geräte, die im Umkehrschluss zu stilistischen Neuorientierungen führen können (ebd., S. 377). Allerdings stammen die Technologien von Geräteherstellern aus der basalen Kultur, sodass der Wandel und die Entstehung neuer klanglicher Werte von außen ausgelöst werden. Dadurch unterliegen sowohl die Kompositionen als auch der Klang von Techno einem sukzessiven Wandel. Dieser umfasst die Qualität der Aufnahmen und die Klangfarbe, die sich aus den Instrumenten speist.

Marco: „Wenn du dir einen Technotrack von vor 20 Jahren und heute anhörst, das ist ein Quantensprung in Sachen Soundqualität und Sounds an sich. Also das ist schon ein Riesenunterschied.“ (MSA 36:23 - 36:36)

Dirk: „Wenn man sich heute mal eine Platte von 1996 anhört, die komplett analog produziert war, und dem halt eine gut gemachte, rein am Computer hergestellte Platte von heute entgegenstellt, das sind Welten, das klingt einfach viel besser und das heißt, der Klang von Techno hat sich halt extremst verbessert in den letzten 15 Jahren. [...] Auch wenn ich heute noch so 2006er Minimalplatten höre, die klingen echt scheiße heutzutage, wenn man das heute vergleicht mit einer von Maceo Plex oder so was.“ (DMA 20:07 - 21:03)

Der Wandel des Klangs steht in Verbindung zur Entwicklung der Aufnahmeumgebung, die sich von anfangs analoger hin zu digitaler Produktion verlagerte. Der Wandel beinhaltet die Speichermedien, die der Aufnahme und Vervielfältigung zugrunde liegen, und über unterschiedliche Auflösungen verfügen. Die Verbesserung des Klangs von Technotracks verläuft parallel zur Entwicklung der Computer, deren Soundkarten und ihrer Auflösung. Wurde Techno zu Beginn mit Amiga 500 und ATARI produziert, wandelte sich dies mit dem Wechsel zu PC oder MAC. Seitens der Produktionstechnologien kam es auch zu einem Wandel. In den frühen und mittleren 1990er Jahren war es üblich mit Trackern, resp. Rastersequenzern oder Samplern zu arbeiten. Allerdings war der Klang der Samples von der Qualität der Aufnahme abhängig. Da zu Beginn keine vergleichbare Menge an Klangbibliotheken zur Verfügung stand, mussten Sounds aus Aufnahmen herausgeschnitten werden. Diese konnte jedoch von anderen Klängen überlagert sein. Eine weitere Änderung im Bereich der Produktion hatte eine Verbesserung des Klangs zur Folge gehabt. Mittlerweile werden einzelne Spuren eines Tracks separat und im Anschluss in der Gesamtheit komprimiert, wodurch die jeweiligen Instrumente sonisch durchsetzungsfähiger sind. Dies ist eine Folge des sog. „Loudness War“¹⁴⁸, der die Popmusik im Generellen betrifft (vgl. Vickers 2011; Binas-Preisendörfer 2016).

Der Wechsel von analogen zu digitalen Produktionstechnologien, wie DAW-Software und VST-Synthesizern, hat ebenfalls Auswirkungen auf den Klang von Techno gehabt. Digitale Technologien unterscheiden sich sonisch voneinander und besitzen zum Teil spezielle Klangcharakteristika. Dies hat einen Einfluss auf die Ästhetik von Techno und kann für einen gewissen Zeitraum digitale Signaturklänge erzeugen:

¹⁴⁸ Loudness War bezeichnet ein Phänomen in der Musikindustrie, bei dem die Lautheitspegel durch Kompression erhöht werden. Durch die Kompression gehen allerdings Dynamiken in der Musik verloren.

Ricardo Villalobos: „Man konnte Reaktor am Anfang immer sehr gut heraushören. Das hat sich als Klangästhetik und eigenständiger Sound entwickelt. Und auch die Art und Weise, wie Rhythmen gesprungen sind, wie bestimmte Sachen passiert sind. Ich habe auch immer absichtlich versucht, das nicht zu kaschieren.“ (Uhlig 2014, S. 54)

Folglich können sonisch-musikalische Umbrüche potenziell mit einem Update einer Software eingeleitet werden. Dabei sind die Zeitabstände zwischen den einzelnen Innovationsstadien mittlerweile verhältnismäßig kurz. Die Verlagerung auf digitale Produktionstechnologien hat distinktive Handlungen in Bezug auf die Kompositionen zur Folge. Gerade weil viele Produzent*innen auf VST-Software vertrauen, greifen andere zur Klangerzeugung verstärkt auf analoge Synthesizer zurück.

Obwohl der Computer seit den 1990ern ein fester Bestandteil der Produktion von Techno ist, stieg dessen Bedeutung in der Clubkultur exponentiell an. Aufgrund des tiefgreifenden Einschnitts, den die Digitalisierung in der Technokultur bzw. allen Clubkulturen auslöste, wird diese im Folgenden gesondert behandelt.

10.6.1 Digital turn

Die Technokultur hat einen medialen Wandel erfahren. Diese hat seit dem Jahr 2008 einen signifikanten ‚Digital Turn‘¹⁴⁹ erlebt, der sich sowohl auf Seiten der Distributions- als auch auf Seiten der Produktions-, resp. Aufführungsmedien vollzog. Dabei wurden Technologien vorrangig für die Clubkultur entwickelt, sodass der digitale Wandel über die Dynamiken in der generellen Medieninfrastruktur hinausgeht.

2004 unterschied sich die Situation der Technokultur in vielen Punkten von der des Jahres 2014. Die Vinyl-Maxi war das bestimmende Auflegformat gefolgt von der CD. Plattenspieler, vor allem Technics MKII, waren der Standard bei Auflegdispositiven, während sich CD-Player daneben allmählich etablierten. Im Gegensatz zum Auflegen mit CDs ist die Arbeit mit Vinyl durch den direkten Zugriff auf dessen Materialität charakterisiert, was DJs mehr als Handwerker erscheinen ließ (Wilke 2014, S. 71). DJs waren die Hauptabnehmer der Musik, sodass sie die Auswahl auf dem Dancefloor und die entsprechenden Charts bestimmt haben. DJs mit hohem subkulturellem Popularitätskapital veröffentlichten zu dieser Zeit regelmäßig eigene Charts in Szenemagazinen. Auf Seiten der Labels wurden bei erfolgreichen Stücken bis zu 20.000 Einheiten an Maxis gepresst und verkauft. Folglich konnten Labelbetreibende und Musiker*innen vom Musikverkauf ihren Lebensunterhalt bestreiten. Vertriebe für Techno wurden von Sonic Bodies gegründet und verbreiteten die Musik unabhängig von Majorvertrieben. Der Onlinevertrieb konzentrierte sich auf Vinyl-Maxis und -Alben. War eine Single ausverkauft, blieb nur die Hoffnung auf eine Wiederveröffentlichung oder die Platte im Gebrauchthandel zu erstehen. Dadurch grenzten sich DJs in ihrer Plattenauswahl durch exklusive Tracks, die nur sie besaßen, voneinander ab, woraus sich bei einigen Stücken in früheren Zeiten eine Clublebensdauer von mehreren Jahren ergab (vgl. Krischke-Ramaswamy 2007, S. 201f.). Dies wurde durch fehlende Vertriebskanäle begünstigt. Abgesehen von CD-Kompilationen erfolgreicher Stücke oder offiziell veröffentlichten DJ-Mixen gab es wenige Möglichkeiten für Fans, ihre Musik außerhalb der Clubs zu hören. Stattdessen dominierten kulturtypische informelle Verfahren, wie Kassettenaufnahmen von DJ-

¹⁴⁹ Zur Klärung des Digital Turn wird nicht auf die Definition von Westera (2013) zurückgegriffen, da dieser in der Technoszene durch zusätzliche medienspezifische Dynamiken beeinflusst wurde.

Sets, die im Rundfunk übertragen oder von DJs privat erstellt wurden. Plattenläden und Tanzflächen waren zu dieser Zeit die vorrangigen Orte, wo die Musik gehört, zelebriert, bewertet und mit Bedeutung aufgeladen wurde.

Die Promotion der Musik und der Musiker*innen war Aufgabe der Labels, die oft auf professionelle Agenturen in der Umsetzung der Kommunikationspolitik zurückgriffen. Zu den Werbekanälen zählten Szenepresse, Flyer, Poster, Radio oder in manchen Fällen Musikvideos. Daneben existierte mit der HR Clubnight ein Fernsehformat, welches die DJ-Performance in den Mittelpunkt stellte (Mathei 2012, S. 113). Als Informationsquellen und Konsekrationsinstanzen für die Technokultur dienten spezielle Magazine, die von Sonic Bodies wie *Sascha Kösch (De:Bug)* betrieben wurden. Partys und Touren waren ebenfalls wichtige Mittel in der Promotion von Musiker*innen, Labels und ihren Veröffentlichungen. Austausch unter den produzierenden und partizipierenden Sonic Bodies fand an den Orten der Szenen wie den Clubs, Festivals oder Plattenläden statt. Gleiches gilt für die Zugänge zur Technokultur, die maßgeblich über die Orte realisiert wurden.

2014 präsentierte sich die Technokultur in vielen Belangen in gewandelter Form, da Distribution, Produktion und Praxis digitalisiert wurden und sich die Distributions-, Kommunikations- und Produktpolitiken (vgl. Meffert et al. 2012) wandelten.

Den ersten großen Einschlag stellte ab dem Jahr 2008 der Aufstieg von Beatport und anderer Music Stores¹⁵⁰ für elektronische Musik dar. Dies ging einher mit der Aufhebung der Endlichkeit von Techno durch nicht-physische, digitale Musikformate. In Folge dieser Entwicklungen entstanden einerseits unzählige Digital-Labels, andererseits sahen sich etablierte Labels gezwungen, ihr Geschäft um den Verkauf von Files zu erweitern. Die Entwicklung der Onlinestores für elektronische Tanzmusik ist auf zentrale Szenefiguren zurückzuführen, die die Bedeutung des Digitalmarkts für die Clubkultur frühzeitig erkannten und eigene Portale abseits der namhaften wie iTunes oder Amazon etablierten. Der Digitalmarkt gewann für Techno zunehmend an Bedeutung, zumal in den letzten Jahren alte Stücke digital wiederveröffentlicht wurden. Auf diese Weise wandelten sich die Music Stores zu Archiven elektronischer Tanzmusik. Dadurch verloren DJs ihre Alleinstellungsmerkmale, die sie bei der Arbeit mit Vinyl noch besaßen. Trotz der umfangreichen Verfügbarkeit hat sich Halbwertszeit von Technomusik verringert (Wilke 2014, S. 67). Statt sich aus dem Archiv zu bedienen, besteht ein steter Bedarf an neuen Tracks. Durch das Erscheinen der Onlinestores wurde Techno für externe Investoren attraktiv, was aber die Gefahr der heteronomen Gewinnorientierung und Integration in das temporelle Feld wie in den 1990er Jahren erhöhte. SFX Entertainment des Medienunternehmers Robert F. X. Sillerman übernahm die Hauptanteile u. a. an Beatport (Gottfried 2013), dem Festival Tomorrowland (Mason 2013) sowie den Veranstalter I-Motion (Wieder 2013), der u. a. Ruhr in Love, Mayday und Nature One durchführt (vgl. Tschmuck 2013a, S. 296; Kirschner et al. 2014, S. 104f.). Mit dem Eintritt der Investmentakteur*innen haben sich Machtverhältnisse im Technodigitalmarkt zu Ungunsten der Sonic Bodies verschoben, die in einem Abhängigkeitsverhältnis, vor allem zu Beatport, stehen.

Die meisten Singles werden heutzutage in Form digitaler Formate gekauft. In Folge dessen stellen diverse Vertriebe (Web-Records.com¹⁵¹, Neuton Schallplatten [Steer 2008], Intergroove [Gabric 2014], Pinnacle [Ruopp 2008]) und auch Plattenläden ihre Aktivitäten ein. Das Wegbrechen der Plattenläden hat zu einem Wachstum von neuen Sammel- und Marktplätzen im Internet

¹⁵⁰ Juno Download, DJTunes, Trackitdown, DJShop, Tracksource, Whatpeopleplay.

¹⁵¹ Die Mitteilung über die Einstellung von Web-Records wurde über die Homepage bekannt gegeben. <http://www.web-records.com/>.

geführt, wie etwa Discogs. Diese Seite erfreut sich unter Sammler*innen von Musik großer Beliebtheit, da hier Informationen zu Veröffentlichungen und Platten bezogen werden können. Das Aufkommen des Onlinehandels hat in der Musikindustrie im Allgemeinen aber auch der Technokultur neue Ländermärkte hervorgebracht, die mehrheitlich auf digitaler Musik basieren (vgl. Tschmuck 2013a, S. 293).

Ümit: „Generell ist das so, dass viele natürlich auf die einfachen Systeme zurückgreifen. Da komme ich wieder auf die ärmeren Länder zu sprechen, wo es keine Vinylgeschäfte gibt. Die Digitalisierung, die hat wirklich Techno noch größer gemacht, weil man jetzt noch weniger braucht als ich, wo ich damals angefangen habe aufzulegen noch weniger. Du hast ja quasi deine Plattenspieler auch umsonst runtergeladen. [lacht]“ (ÜHA 2:49:37 - 2:50:05)

Die zweite Einflussgröße für den Digital Turn der Technokultur besteht im Aufkommen *digitaler DJ- und Aufführungstechnologien*. Im Jahr 2001 kam mit Final Scratch von Native Instruments das erste Digital Vinyl System auf dem Markt. Das DJ-Handwerk erfuhr eine Remediation nach Bolter und Grusin (2000), denn es handelt sich um eine Transformation einer analogen Praktik in einen digitalen Rahmen bei gleichzeitiger Loslösung von der Tonquelle. Dabei zeichnen sich digitale Auflegdispositive durch andere Charakteristika als die analogen aus. Zum einen richtete sich die Technologie auch an Nicht-DJs, zum anderen operiert sie nicht erfahrungsbasiert und damit losgelöst von phronēsis. Menschen werden befähigt, ihr eigener DJ im eigenen Wohnzimmerclub zu sein (Wilke 2014, S. 73ff.).

Bei digitalen DJ-Technologien werden keine physischen Medien, sondern Files abgespielt. Auf diese Weise haben sich DJs von Musik- zu Datenakkumulatoren gewandelt (ebd., S. 67). Digitales Auflegen erfolgt über eine Schnittstelle, die zwischen Laptop und dem entsprechenden Auflegdispositiv¹⁵² geschaltet wird. Zur Steuerung können wahlweise Plattenspieler mit Timecode-Platten, CD-Player oder Controller genutzt werden. Anstelle eines Tonträgers bearbeiten Digital-DJs ein Steuerungssignal, welches vom Computer in Klang übersetzt wird¹⁵³. Digitale Auflegdispositive haben den Zugang zum DJing aufgrund ihrer eingebauten Loop- und Synchronisationsfunktion erleichtert. Auf diese Weise können Anfänger*innen nach kurzer Zeit potenziell ein Set aufnehmen und Auftritte absolvieren. Digitales Auflegen hat mit dem Controller-DJ einen neuen Typus des DJs hervorgebracht (ebd., S. 76). Die Handwerker-Rolle der DJs wandelte sich zu der von tendenziell austauschbaren Programmnutzern (ebd., S. 71), die dennoch zu Stars werden und zu den großen Namen der elektronischen Tanzmusik zählen. Daneben bieten die digitale Auflegtechnologien Musiker*innen die Möglichkeit, das DJ-Handwerk innovativ zu erweitern, wie es Magda auf *She's a Dancing Machine* (2006) präsentiert. Für diese Mix-CD griff sie auf 72 Stücke zurück, die entweder komplett gespielt oder als Sample über einen anderen Track gelegt wurden. Daraus resultiert ein Mix, der Ähnlichkeiten zu den Arbeiten von Mash Up¹⁵⁴-Produzent*innen aufweist. Ebenfalls erweiterten Hersteller von Plattenspielern ihre Geräte um digitale Funktionen und Schnittstellen für USB-Sticks. Eine weitere und in Anbetracht des Stellenwerts schwerwiegende Folge des Digital Turn war der Produktionsstopp des Technics MK-1210, dem klassischen Plattenspieler der Clubkultur, im Oktober 2010¹⁵⁵.

¹⁵² Native Instruments Traktor, Serato Scratch.

¹⁵³ Daher ist es bei Timecode-Platten von keinerlei Bedeutung, an welcher Stelle des digitalen Vinyls, welches aus zahlreichen Endlosschleifen besteht, die Nadel aufgesetzt wird, da der jeweilige Track immer erst vom Anfang oder vorher festgelegter Cue-Points gestartet wird. Erst danach kann das Stück nach DJ-Manier bearbeitet werden.

¹⁵⁴ Im Mashup werden mehrere Quellen oft aus unterschiedlichen Genres miteinander verbunden. Mashups sind in der Regel illegale Remixformen (vgl. Girl Talk 2010).

¹⁵⁵ Pioneer brachte darauf mit dem PLX 1000 einen Nachbau des MK2 auf den Markt.

In Folge der Digitalisierung der Aufführungstechnologien wurden einerseits der Live-Markt mit Newcomer*innen übersättigt, andererseits haben die im Sinne des Wortes ‚leichten‘ Technologien einen Beitrag zum Entstehen der eintägigen Open Airs (Lange 2012; Busse 2014) geleistet, da sie im Gegensatz zu Vinyl und Plattenspieler leichter im Transport, schneller aufgebaut und komfortabel in der Live-Situation sind.

Produktions- sowie Aufführungstechnologien der Clubkultur erfuhren auch eine Digitalisierung, was einen steten Zuwachs an Produzent*innen zur Folge hatte. Der Laptop und insbesondere das Musikprogramm *Ableton* nehmen in dieser Entwicklung eine besondere Stellung ein. Mit diesem können in Echtzeit Arrangements umgesetzt und Parameter verändert werden. Als DAW-Software dient sie der Musikproduktion. Auf diese Weise wurde Ableton zum maßgeblichen Instrument der Produktion. Dadurch hielten in den letzten Jahren vermehrt Laptops und Geräte Einzug auf Bühnen.

Mit der Digitalisierung von DJ-Sets und Konzerten wandelten sich die Performances und der visuelle Beweis von Liveness (Auslander 2008) erhielt dabei einen Bedeutungszuwachs. Musiker*innen sehen sich mit dem Problem des fehlenden Sichtkontakts mit dem Publikum während des Auftritts konfrontiert, da die Aufführung über den Laptop gesteuert und kontrolliert wird. Auch steht die Laptop-Aufführung konträr zur traditionellen Aufführung, da auf ersten Blick keine besonderen Fertigkeiten vonnöten sind (Cascone 2003, S. 105). Um diesen Eindruck und außermusikalische Assoziationen, die der Laptop hervorruft, wie etwa das Lesen von Emails, zu vermeiden, haben die Musiker*innen einerseits mehr visuelle Elemente in die Auftritte integriert, andererseits wird der ganze Körper genutzt, um Liveness zu erzeugen (Butler 2016a, S. 214f.). Infolgedessen erfolgt das Bedienen des Controllers mit dem ganzen Körper, der „passion of the knob“, bei der sich die Musiker*innen während des Bedienens bspw. nach vorne oder hinten lehnen (ebd., S. 215). Die Nutzung des ganzen Körpers schlägt sich auch in der Mimik, Gestik und Bewegung der Aufführenden nieder. Dabei stellen die Passion of the knob-Momente eine Kommunikation zwischen Aufführenden und Publikum dar. Diese dient einerseits der Erzeugung des Feedbacks zwischen beiden Parteien, andererseits hat sich eine vermittelnde Funktion. Intensive Kommunikation mit dem Körper soll die Glaubwürdigkeit, Handlungsmacht, den Einsatz und die Persönlichkeit der aufführenden Person übermitteln (ebd., S. 218f.). Die Bedeutungszunahme von Liveness ist demnach eine direkte Folge des Digital Turns der Aufführungen in der Technokultur.

An dritter Stelle haben *Social Media* den Zugang zur Musik und Kultur Techno erleichtert. Insbesondere YouTube übernimmt dabei eine Archivfunktion. Dadurch ist Techno öffentlicher und in mancher Hinsicht populärer geworden. Profi- und Amateur-DJs, internationale und lokale DJ-Größen laden regelmäßig ihre Clubsets auf SoundCloud, Mixcloud, YouTube hoch oder nehmen speziell für diese Kanäle welche auf. Dadurch hat der Digital Turn einen großen Einfluss auf DJ-Bookings ausgeübt, da Newcomer*innen potenziell eher entdeckt werden können. YouTube-Channels wie Boiler Room präsentieren Sets von Stars sowie Newcomer*innen der elektronischen Tanzmusik. Dabei wird die Performance der DJs entgegen der ursprünglichen Technoideologie in den Fokus gerückt und somit der Konsekration und der Aura des DJs zugespielt. Dies scheint symptomatisch für die derzeitige Musikkultur und Gesellschaft zu sein, in welcher DJs das Äquivalent zu Popstars bilden und allgegenwärtig sind (vgl. Wilke 2014, S. 64).

Der leichte Zugang zu Techno hat zu einem Zustand geführt, den Stefan Goldmann als „Techno-Autonomie“ (2016, S. 164) bezeichnet. In dieser wird die Musik abseits eines Aufführungskontexts, wie dem Club, und damit abseits aller kulturellen Bezüge als MP3 kennengelernt. In Konsequenz ist es möglich, eine Karriere als Produzent*in ohne eigene Club- bzw. Feiererfahrung zu

erreichen. Hinzu kommt noch, dass Tracks ohne Kenntnis der historischen, formalen und technologischen Prozesse, wie etwa eine Tontechnik-Ausbildung, gehört und produziert werden (Goldmann 2016, S. 165). Dies ist auch eine Folge der neuen Musikwirtschaft, die es Amateur*innen ermöglicht, eigene Produktion zu erschaffen, zu remixen und zu verbreiten (vgl. Wikström 2013, S. 149). In diesen Prozessen übernimmt YouTube ebenfalls eine wichtige Funktion durch Anleitungsvideos, die etwa erklären, wie Tracks eines bestimmten Genres produziert werden. Dies führt zu Imitationsprozessen, in denen zunächst die Software und Geräte an die Produktionsparadigmen angepasst werden, um anschließend bekannte Vorbilder in der Produktion zu imitieren. Je nach Mittel werden dadurch neue Variationen erzeugt (Goldmann 2016, S. 165). In konkretem Bezug auf Techno machten einige Interviewte die wachsende Anzahl an Laien-Produzent*innen, die über kein musikalisches Wissen verfügen, für das Schwinden kompositorischer Qualität verantwortlich.

Massimo: „Ich glaube, dass mehr Leute zu Techno jetzt gehören, die einfach keine Musiker sind. Die null Ahnung von Musik haben, von Noten und dem ganzen Zeug und einfach Musik nach einem gewissen Konzept produzieren: Es muss langsam sein, es muss deep sein [ironisch], aber achten nicht auf Harmonien, achten auf nichts. Nur so langweilig wie möglich, so sehe ich das.“ (MASA 57:38 - 58:09)

Dieser Umstand wird zusätzlich durch das Aufkommen von Digitallabels oder On-demand-Produktionen von Vinyl befeuert. Dadurch haben die Vinyl-Labels einen Teil ihrer Bedeutung als Gatekeeper eingebüßt, die sie vormals exklusiv innehatten. Daher dringen mehr Produzent*innen in den Markt.

Massimo: „Es ist ja so, früher hattest du die Labels und ohne die – Tschüss! Und die waren auch sehr kritisch, gut so. Aber heutzutage, hör dir das bitte schön mal an. Ich selber habe Sachen gemastert, die für Vinyl waren und gedacht: Was ist los? Ist doch klar, dass niemand, aber auch niemand diese Platte anfasst und das ist auch gut so.“ (MASA 42:55 - 43:20)

Social Media haben produzierende und partizipierende Sonic Bodies der Technokultur enger zusammengeführt. Konsumierende und Fans können einerseits bequem die Aktivitäten der DJs und Produzent*innen verfolgen, andererseits mit diesen in Kontakt treten. Dabei handelt es sich nicht um ein einseitiges Verhältnis. Diverse Interviewte hoben die Bedeutung der Kommunikation mit den Fans hervor.

Ümit: „Aber ich finde, das ist sehr, sehr wichtig, dass du den Bezug zu den Leuten hast. Also ich habe eine sehr starke Bindung zu denen. Ich helfe den Leuten auch, wenn die irgendwelche Fragen haben oder [...] ich höre mir das an und gebe mein Feedback ab.“ (ÜHA 2:06:02 - 2:06:18)

Der einfachere Zugang zu Techno durch Social Media hat zu einer Internationalisierung¹⁵⁶ der Technokultur beigetragen, im Zuge dessen vormals nicht belieferte Ländermärkte die Musik entdecken konnten. Dies befördert einerseits neue DJs und Produzent*innen in den internationalen Technomarkt, andererseits öffnen sich die Ländermärkte für Auftritte internationaler DJs. Bestehende Beziehungen unter den Sonic Bodies können aufgrund regelmäßiger Kommunikation über Social Media gefestigt und zu Netzwerken ausgebaut werden.

Michael: „Und jetzt ist man über das Internet mit allen verbunden. Das ist zwar nicht mehr so real, aber ich glaube, man bildet sich fast schon ein, das wäre real. Es hat ja auch schöne Seiten.

¹⁵⁶ Die Internationalisierung durch Social Media scheint dabei ein generelles Phänomen derzeitiger Indie-Kulturen zu sein, wie die Ausführungen des Produzenten Steve Albini (2014) in seiner Key Note bei der Face the Music 2014 Tagung nahelegen.

Ich habe so viele Leute im Ausland kennengelernt, da ist es gar nicht anders möglich, als so zu kommunizieren. Man bleibt so im Kontakt und im Gespräch und das heißt, mit jemand, bei dem ich vor drei Jahren in Lissabon gespielt habe, komme ich immer noch gut klar. Früher hat man sich leider einfach drei Jahre nicht gesehen und hat sich vergessen. Und das heißt, der kriegt auch immer noch meine Musik und das, was ich mache, mit und hat das auf dem Schirm. Und wenn sich das so multipliziert mit mehreren Menschen, dann wird das natürlich auch alles immer größer. Und es ist halt einfach gut. Die Leute hören es. Sie kriegen es viel mehr zu hören, weil es die auch kostenlos im Internet gibt; YouTube, SoundCloud. Das heißt, auch sozial Schwächere, was ja die Meisten, 90% auf dem Erdball [sind]. Oder in Indien kannst du ja auch Tracks für sieben Cent kaufen auf Beatport; also in Entwicklungsländern. Ich habe ja auch schon in solchen Ländern gespielt. Oder [Labelmitbetreiber, Produzent/DJ] war neulich in Sri Lanka, Kenia und Palästina und so weiter. Also kommst du auch an ganz andere Klientel ran. Dann findet das einer gut, erzählt das all seinen Freunden und dann finden die das alle gut; das ist so ein Multiplikator.“ (MSCHA 38:57 - 40:24)

Onlineplattformen sind wichtige Kanäle der Kommunikationspolitik (vgl. Wikström 2013, S. 162). Labels, Veranstaltende, DJs und Produzent*innen informieren via Facebook über Release Dates, Tourdaten, Aktivitäten und Veranstaltungen. Trotz dieser Entwicklung bleibt die Interaktion im Club trotzdem eine der wichtigsten Kommunikationsformen (Grote 2014; Paulus/Winter 2014). Einige Sonic Bodies produzieren Musikvideos zu ihren Veröffentlichungen und laden diese bei YouTube oder Vimeo hoch. Andere kündigen anstehende Veröffentlichungen mit daraus entnommenen Samples auf SoundCloud an. Als Konsequenz davon haben vor allem kleine Labels ihre Werbeaktivitäten komplett in das Internet verlagert, sodass nur noch wenige Plattenfirmen Anzeigen in Szenemagazinen schalten. Der Werbeeinnahmenverlust der Szenepresse geht einher mit einem Verlust an Relevanz und Konsekrationsmacht. Dies führte zur Einstellung von Szenemagazinen, wie Raveline und De:Bug (Kösch 2014). Im Zuge dieser Entwicklungen gewannen Webseiten, wie Resident Advisor (<http://www.residentadvisor.net>) und Blogs an Bedeutung.

Mit der Verlagerung der Werbung auf Social Media geht eine Entwicklung einher, derer sich Sonic Bodies und Gemeinschaften bedienen: Fanpromotion. Diese Art der Promotion wird mittels der Konsument*innen initiiert und nutzt die Netzwerklogik der Social Media. Technotracks werden mit einem Standbild oder selbstproduzierten Videos auf YouTube hochgeladen und teilweise mit einem Link zu einem Music Store versehen, wo der Track gekauft werden kann. Manche Fans verbreiten die Musik illegal als Stream über ihr SoundCloud-Profil oder als Posting auf Facebook. Über die letztgenannte Plattform bewerben und bewerten Fans die Musiker*innen und Veranstaltungen. Organisationen versuchen Fans in ihre eigenen Marketingkampagnen einzubinden, um größere Aufmerksamkeit zu erzeugen (vgl. Wikström 2013, S. 93; Paulus/Winter 2014). Dadurch werden diverse unterschiedliche Akteurstypen, wie regelmäßige und unregelmäßigen Partizipierende, Außenstehende und zentrale Szenefiguren, Fans und Gelegenheitshörer*innen, zu viralen Verbreitern der Musik und anderer Güter der Technokultur. Auf diese Weise sind Onlineplattformen die neuen Orte der Zusammenkunft neben dem Dancefloor geworden. Sie sind die Orte, wo Profis und Amateur*innen, etablierte Musiker*innen und Newcomer*innen, produzierende und partizipierende Sonic Bodies miteinander abseits der Clubs kommunizieren. Sie sind die Orte, wo die Musik abseits der Tanzflächen gehört wird und haben Techno einem größeren Publikum inner- sowie außerhalb der Technokultur zugänglich gemacht.

Der Digital Turn hat ein vormals in sich greifendes Bewertungs- und Konsekrationssystem aus Plattenläden, DJ-Größen, Journalist*innen sowie Verkaufszahlen durcheinandergewirbelt und

zum Erscheinen *neuer ‚Mitbewertenden‘* geführt. Diese beteiligen sich nun ebenso an der Konsekration und kommerziellen sowie symbolischen Bewertung von als auch Kommunikation über Techn. Zur Klärung dieses Prozesses erfolgt erneut ein historischer Rückblick:

2004 brauchten Stücke einen längeren Zeitraum als heutzutage, um Hits inner- und außerhalb der Technokultur zu werden. Es mussten zuerst genügend DJs den Track kaufen und spielen, damit das Stück eine Position und Konsekration in den Szene- und Verkaufscharts erhalten konnte und somit hör- und sichtbar wurde. Jedoch war eine größere Vorhersehbarkeit bei einigen Stücken gegeben, sobald diese von DJs mit hohem subkulturellem Popularitätskapital gespielt oder in deren Charts veröffentlicht wurden. Daher griffen in der Technokultur ähnliche Regeln wie in anderen popmusikalischen Bereichen hinsichtlich der Bekanntheit von Musiker*innen und dem daraus resultierenden Erfolg.

Gabriel: „Früher war das ein bisschen berechenbarer. Früher haben die großen DJs deine Musik gespielt. Da hat Sven Väth gesagt: ‚Geil! Super!‘. Der hat Stücke von mir teilweise dreimal am Abend gespielt.“ (GAA 1:07:28 - 1:07:40)

Dies hat sich in manchen Punkten gewandelt, sodass heutzutage Labels schneller sehr erfolgreich sein, danach jedoch umso schneller an Bedeutung verlieren können (Waltz 2014). Für diese Prozesse leisten die Partizipierenden der Technokultur einen großen Beitrag. Zwar haben diese schon immer durch Einstellen des Tanzes oder Verlassen der Tanzfläche einen Anteil an der Bewertung der Musik im Club gehabt. Dies ist aber eine Abstimmung zweiten Grades, da die Tänzer*innen erst im Nachhinein auf den Kauf des DJs reagieren. Heutzutage bewerten die Partizipierenden die Musik aus erster Hand durch Aufrufe, Downloads und eigene Käufe. Dies geschieht bspw. auf herkömmlichem Weg, indem der DJ nach einem Stück gefragt oder ein Track per Musikerkennungs-Apps identifiziert wird. Dies hat die Nachfrage beim DJ überflüssig und ein vormals eher exklusives Wissen der Allgemeinheit zugänglich gemacht. Nach dem Clubbesuch können sich Partizipant*innen umgehend über YouTube oder SoundCloud den Track anhören. Sie können ihn in einem Onlineshop erwerben. Durch das Aufrufen über eine Onlineplattform oder den Kauf in einem Onlinestore beteiligen sich die neuen Mitbewerter*innen und auch neue DJs an der Bewertung von Techno. Auf diese Weise haben DJs ihren exklusiven Status als Musikakkumulatoren eingebüßt (Wilke 2014, S. 67). Die neuen Mitbewertenden tragen zur Verbreitung der Musik außerhalb der Technokultur bei. Aus passiver Sicht durch das reine Hören, welches als Information an das eigene Facebook-Netzwerk geschickt wird. Aus aktiver Sicht durch das Teilen von Liedern und Musikvideos über das eigene Profil.

Es haben sich die Wege vervielfältigt und die Geschwindigkeit erhöht, mit der DJs und Produzent*innen bekannt werden können. Einzelne Technotracks erreichen dadurch eine große Öffentlichkeit. Dies bildet jedoch nur einen kleinen Bereich ab. Tracks werden weiterhin über Filesharingportale¹⁵⁷, wie BitTorrents (bspw. UTorrent), oder Filehostingportale¹⁵⁸, wie Sharehoster (bspw. Megaupload), illegal verfügbar gemacht. In beiden Fällen werden Daten wie MP3s abseits des offiziellen Verkaufs von Privatpersonen unentgeltlich zum Download zur Verfügung gestellt.

Anhand des Musikers Wankelmut werden die neuen Verbreitungslogiken im Techno vorgestellt, die bei Veröffentlichungen der letztgenannten bis in die internationalen Charts führten. Im Fall des Berliner DJs und Produzenten Jacob Dilbner, alias Wankelmut, führten die neuen Wege der Popularisierung 2012 in die internationalen Charts mit seinem Stück *One day/Reckoning song*,

¹⁵⁷ Beim Filesharing werden Daten zwischen den Nutzern einer entsprechenden Plattform geteilt und weitergegeben.

¹⁵⁸ Filehostingportale stellen ganzen Dateien als Download zur Verfügung.

welches in den Ländern Belgien, Griechenland, Italien, Niederlande, Österreich, Polen, Schweiz und Slowakei Platz 1 erreichte. Der Erfolg des Stücks ist zum einen auf die kompositorische Ausrichtung zurückzuführen, die Gesang, eine Gitarre und eine Songstruktur aufweist. Diese stammen von Asaf Avidan, denn bei Wankelmuts Stück handelt es sich um einen Edit. Ein Edit bezeichnet einen nicht geklärten Remix, bei dem nur auf das gesamte Stück und nicht einzelne Spuren zurückgegriffen werden kann. Dieser war in erster Linie als Abschlusstrack für die Sets von Wankelmut gedacht. Zum anderen resultiert der Erfolg aus spezifischen stilistischen sowie kulturellen Entwicklungen innerhalb der Technokultur, die *One day/Reckoning Song* symptomatisch erscheinen lässt und im Zusammenhang mit Open Airs und dem Bar 25-Sound steht (vgl. Kapitel Städte). Nachdem Wankelmut im Winter 2011 *One day*¹⁵⁹ auf seinem SoundCloud-Profil hoch lud, wurde es via YouTube schnell zu einem Hit, der die Aufmerksamkeit des Labels Four Music erlangte. Die Plattenfirma veröffentlichte im Anschluss den Track, der in die Charts einstieg.

Mit *One day/Reckoning song* schuf Wankelmut die Blaupause für einige erfolgreiche Stücke, wie Alle Farben *She moves (Far away)* (2014), Lilly Wood and the Prick *Prayer in C (Robin Schulz Remix)* (2014) oder Lost Frequencies *Are you with me* (2015), die Parallelen in punkto Struktur- und Gestaltung aufweisen. Zwar gelangten House- und Technotracks schon öfters in die Charts, dennoch ist dies eher ungewöhnlich, da die wenigen Technohits, die sich in den Szene- und *Media Control*-Charts behaupten konnten, deutlich mehr Zeit brauchten¹⁶⁰ (vgl. Waltz 2014). Ein Track musste erst eine Inkubationszeit innerhalb der Technokultur aufweisen, bis dieser diese verließ. Außerdem fungierten die klassischen Distributionskanäle für Musik wie das Radio als Ausschlussmechanismen, die erfolgreiche Tracks ignorierten, somit nicht zugänglich machten. Heutzutage lernen die Konsument*innen außerhalb der Technokultur einen Track über die sozialen Netzwerke kennen. Durch die Netzwerklogik erhalten sie Informationen über die Musik und über den Geschmack ihrer Freund*innen. Kulturgüter sind riskante Güter, da sich Gefallen und Nutzen erst während des Konsums zeigen. Freunde helfen im Vorhinein, Unsicherheiten in Bezug auf das Musikobjekt durch Vertrauen abzubauen (Farchy 2005, S. 194; Wikström 2013, S. 20ff., S. 164), was das Explorationspotenzial erhöht.

¹⁵⁹ Der Track musste umbenannt werden, um die Urheberschaft *Asaf Avidans* zu verdeutlichen. Zuerst hieß er nur *One day*.

¹⁶⁰ Der Track *From: Disco To: Disco* von *Whirlpool Productions* wurde 1996 veröffentlicht und war 1997 in Italien auf Platz 1. *Wamdue Project* brachten *King of my Castle* 1997 heraus, der erst 1999 in die deutschen und englischen Charts einstieg. Der Gewinner des Dance Award 2005 *Rocker* von *Alter Ego* wurde am 8. März 2004 veröffentlicht und erreichte im Dezember 2004 die englischen und im Februar 2005 die deutschen Charts. Wiederum benötigte der Track 3 Tage wach, der über YouTube mit einem Video beworben wurde, von *Lützenkirchen* im Jahr 2008 nur zwei Monate für seinen Charteinstieg (vgl. Wellinger und Gottfried 2012; Waltz 2014).

11 Sonische Festivals: Fusion vs. Tomorrowland

In diesem Kapitel werden sowohl die Werte-Schöpfung auf Festivals als auch deren zugrundeliegenden ideologischen Werte thematisiert. Musikfestivals bieten zunächst zahlreiche Arten von Musicking und daraus resultierender Werte-Schöpfung für Partizipierende. Der Wert von Festivals unterscheidet sich laut Frith (2013, S. 14) qualitativ von der normalen Konzertroutine. Sie offerieren diverse Erlebnisse und das Potenzial zur Erfahrung. Aufgrund von Social Media hat sich die Werte-Schöpfung um den digitalen Raum erweitert, sodass auch während und nach der Veranstaltung Werte geschöpft werden (Grünewald-Schukalla et al. 2018, S. 169). Auf Musikfestivals wird ebenso ökonomische Wertschöpfung betrieben. Diese ist von den ideologischen Werten abhängig, auf denen die Festivals basieren. Zentral ist daher die Frage: Für welche Werte stehen die Festivals ein?

11.1 Vorbemerkung

Zur Klärung werden das Tomorrowland und die Fusion miteinander verglichen, da sie Parallelen teilen, aber zugleich Differenzen aufweisen. Die Auswahl der Festivals erfolgte nach dem Prinzip der maximalen Kontrastierung. Zwar präsentieren Fusion und Tomorrowland elektronische Tanzmusik und bringen Geld in den ländlichen Raum. So fließen etwa beim Tomorrowland 100 Millionen Euro in die lokale Wirtschaft. Auch berichten Partizipierende beider Festivals von besonderen Atmosphären, Erfahrungen, Stimmungen und gemeinsamen Miteinander. Damit enden die Gemeinsamkeiten zwischen den Festivals. Tomorrowland und Fusion stehen in diversen Aspekten konträr zueinander. Differenzen sind auf unterschiedliche Wertpriorisierungen der Veranstaltenden zurückzuführen. Diese sprechen in Teilen ein anderes Publikum an, die vergleichbare Vorstellungen über das Wünschenswerte besitzen. Während Tomorrowland eine hochprofessionelle Veranstaltung der Superlative mit unterschiedlichsten Erlebnismöglichkeiten ist, betreibt die Fusion laut ihrer Selbstbeschreibung sog. „Ferienkommunismus“. Beide Veranstaltungen divergieren in punkto ihrer Atmosphären und ihren Mitteln zur Atmosphärenproduktion.

Die Wertentstehung erfolgt beim Tomorrowland a priori durch Geschichten und die Vorproduktion von Erlebnissen. Bei der Fusion realisiert sich diese stärker a posteriori auf der Grundlage von Erfahrungen, die die Gäste auf dem Festival gemacht haben (können). Das Verhältnis zwischen Gästen und Musiker*innen unterscheidet sich, was gemäß Attali (2009, S. 118) Aussagen über den Zustand und die Entwicklung der Gesellschaft erlaubt. Während bei der Fusion laut Babette Kirchner eine Degradierung der Musizierenden und Aufwertung der Partizipierenden (Kirchner 2011, S. 57) und damit Antizipation vorherrscht, affirmiert das Tomorrowland bestehende Verhältnisse sowohl zwischen Publikum und DJs als auch zur Gesellschaft.

Die Daten für die Analyse stammen zum einen aus teilnehmenden Beobachtungen bei der Fusion, zum anderen aus unterschiedlichen Videos, Reportagen und Dokumentationen (Dammertz 2013; ID&T 2018, 2019; Katzer und Thiele 2019; Pietrobono 2019; Thurston 2019). Dabei fallen bereits bei den Videos Unterschiede auf. Während diese beim Tomorrowland professionell produziert und offiziell veröffentlicht werden, handelt es sich bei der Fusion fast ausschließlich um inoffizielle Aufnahmen der Gäste mit Ausnahme der Langzeitdokumentation des Kulturkosmos und Reportagen (siehe unten).

11.2 Tomorrowland: Das optimierte Erlebnis

Das Tomorrowland lockt insgesamt 400.000 Gäste an zwei Wochenenden im Juli in die belgische Kleinstadt Boom mit 17.000 Einwohnern. Es präsentiert auf 17 Bühnen (2018) unterschiedliche Genres der elektronischen Tanzmusik, darunter auch Techno. Der Schwerpunkt der Mainstage liegt vor allem im Bereich der mit EDM assoziierten Genres.

Das Tomorrowland wurde zum ersten Mal 2005 von dem niederländischen Veranstalter ID&T organisiert, der in den Niederlanden das vergleichbare Festival Mysteryland veranstaltet. Im Jahr 2013 erwarb das amerikanische Unternehmen SFX Entertainment 75% der Anteile von ID&T, die sich weiterhin für die Organisation verantwortlich zeigt. SFX musste im Jahr 2016 Insolvenz anmelden. Die Firma operiert nun unter einer neuen Geschäftsführung und dem Namen LiveStyle (vgl. Wikström 2013, S. 141; Tschmuck 2013a, S. 296). Im Zuge der Übernahme durch SFX erhielt das Tomorrowland diverse Ableger, wie TomorrowWorld in Chattahoochee Hills (Georgia/USA) und Tomorrowland Brasil in Itu. Beide Veranstaltungen wurden nach zwei Ausgaben eingestellt¹⁶¹. Ein neuer Ableger ist seit 2019 Tomorrowland Winter in Alpe d'Huez (Frankreich). Zeitgleich zum Festival finden weltweit in diversen Städten die Partys „Unite with Tomorrowland“ statt. Hierbei wird das Programm der Mainstage auf Bühnen im Design des Festivals ausgestrahlt.

Tickets für das Festival sind innerhalb weniger Minuten verkauft, sodass der Kauf bereits ein Ereignis darstellt. Die Preisspanne schwankt zwischen erschwinglich bzw. im Rahmen anderer Festivals liegend bis hin zu äußerst kostenintensiv. Dies ist auf unterschiedliche modulare Optionen und Zusatzangebote für Tages- und Wochenendtickets zurückzuführen¹⁶². Im Wochenendticket ist nicht das Camping in DreamVille enthalten. Dieses muss in einem separaten Paket erstanden werden, das neben der Unterbringung auch noch den Zugang zum Marktplatz, den Sanitäranlagen und der Auftaktparty The Gathering auf dem Campingplatz enthält. In puncto des Campings hält das Tomorrowland ebenfalls diverse Optionen bereit. Zum einen existieren eine Standard- und Comfort-Variante, zum anderen können die Gäste Zelte, Hütten oder Bungalows mit Butler-Service mieten¹⁶³. In der Camp2Camp-Variante schlafen die Gäste in einem recycelten Zelt, um auf diese Weise Müll zu reduzieren und Ressourcen zu sparen.

Die Organisation der Anreise per Bus, Flugzeug und Zug kann ebenfalls dem Tomorrowland anvertraut werden. In diesen Fällen beginnt das Festival schon während des Transfers, bei dem bspw. namhafte DJs während des Flugs in Flugzeugen von Brussels Airlines im Tomorrowland-Design auflegen. Auch die Empfangshalle des Brüsseler Flughafens wird von DJs bespielt. Gäste können auch Reisen durch Belgien oder in andere europäische Städte über den Veranstalter kaufen, um so das Festival zu verlängern.

¹⁶¹ Bei TomorrowWorld 2015 sorgte ein Unwetter für organisatorische Probleme. Das Ende der Veranstaltung hängt aber auch mit der Insolvenz von SFX Entertainment zusammen. Aus Brasilien zogen sich die Veranstalter aufgrund der instabilen ökonomischen Situation des Landes zurück.

¹⁶² Preise für die Tagestickets changierten 2019 zwischen 105 € und 200 €. Dabei wird zwischen der Standard-, Pleasure- und der Comfort-Variante unterschieden. Letztere beinhaltet etwa den Zugang zur VIP-Comfort Zone an der Mainstage, während die Standardoption nur zum Zugang des Festivalgeländes berechtigt. Ähnliches gilt für die Wochenendtickets, die eine Standard- und Comfort-Option bieten und zwischen 250 € und 500 € liegen.

¹⁶³ Die Übernachtung mit dem eigenen Zelt kostet zwischen 320 € und 590 €, die Unterbringung in einer Ensuite Cabin zwischen 4080 € und 4600 €. Die Hospitality Packages sind noch exklusiver und die Preise nur auf Anfrage erhältlich. Zelte können auch gemietet werden, wobei es auch hier zwei Varianten gibt.

Für den Preis bekommen die Besucher*innen sehr viel geboten. Das Tomorrowland präsentiert die internationale DJ-Elite und aufstrebende Newcomer aufgrund der vielen Bühnen in einer sehr hohen Dichte. Dabei hat das Festival für annähernd jeden Geschmack etwas im Programm. Während sich laut Paul van Dyk (Dammertz 2013, 38:42-38:53) die „Happening-Seeker“ vor der Mainstage versammeln, suchen diejenigen, die mehr Wert auf die Musik legen, die kleineren Bühnen auf. Das Festival deckt die meisten Genres der elektronischen Tanzmusik ab, präsentiert aber auch genrefremde Musik. Die Bühnen sind aufwendig gestaltet und erinnern an Freizeitparks wie Disney oder Universal Studios. Sie sind umfangreich mit Technik versehen. Neben zahlreichen Lichtern und Projektionsflächen warten die Bühnen mit unterschiedlichen Varianten an Pyrotechnik oder bspw. einem Wasserfall auf. DJ-Sets werden als Spektakel inszeniert. Gegenüber den Bühnen befinden sich VIP-Logen, die separat gebucht werden müssen. Hymnen werden eigens für das Festival komponiert, u. a. von Hans Zimmer.

Abseits der Bühnen existiert ebenfalls ein großes Unterhaltungsangebot, wozu etwa ein Riesenrad oder diverse Walking Acts und Schauspieler*innen zählen. Auf dem Festivalgelände gibt es u. a. ein Friseurstudio, Tätowierstudio, Juwelier oder Modegeschäfte von bekannten Bekleidungsketten. Gäste können sich sportlich betätigen, bspw. mit Yoga oder Tennis. Um das Festival vor Hagel zu schützen, setzt der Veranstalter auf Schall basierende Hagelkanonen ein: „Sonic Warfare“ (Goodman 2012) gegen die Natur im Dienst des Erlebnisses. Kulinarisch wird den Gästen auch Vielfalt geboten. Neben einer Bäckerei und Metzgerei offeriert das Festival zahlreiche Speisen aus unterschiedlichen Ländern. Dabei reicht das Angebot von Pommes über Tapas, Pizza, Vietnamesisch bis zu Sterne-Küche.

Sonic Bodies des Tomorrowlands kommen aus der ganzen Welt nach Belgien, was anhand der Praktik des Mitbringens und Zeigens von Nationalflaggen gut ersichtlich ist. Die Körper entsprechen oftmals den aktuellen Social Media-Schönheitsidealen.

Das besondere Erlebnis, welches das Festival bietet, ist auf die Geschichte und entsprechende Inszenierung zurückzuführen, die jedes Jahr anders ist. Bspw. waren in den letzten Jahren „The Secret Kingdom of Melodia“ oder „The Story of Planaxis“ die Mottos und Geschichten des Tomorrowland. Planaxis ist eine fiktive Unterwasserwelt, die durch ein Seepferdchen repräsentiert wurde. Dieses befand sich als Dekorationselement in der Mitte der Mainstage. Der Rest der Bühne war auch mit Wasserlebewesen und -landschaften versehen. In die Erzählung wurden die Gäste vorab eingeführt. Die Eintrittskarte für das Festival wird in einem Kästchen verschickt, das neben Informationen auch die Geschichte näherbringt.

Der Erfolg des Festivals beruht zu großen Anteilen auf dessen Medienarbeit (vgl. Grünewald-Schukalla et al. 2018). Es ist auf den relevanten Social Media-Plattformen vertreten und erreicht hierüber mehrere Millionen Menschen. So war das Tomorrowland im Jahr 2017 bspw. das größte Social Media-Ereignis mit 1 Milliarde Views. Besonders der YouTube-Kanal mit mehr als 7 Millionen Abos ist ein wichtiger Baustein der Kommunikationspolitik. Neben Teasern und Trailern werden hierüber die Aftermovies der jeweiligen Festivalausgaben präsentiert. Diese nehmen im Marketing eine zentrale Funktion ein, da sie die Geschichte mit Bildern versehen. Die Bilder dienen als Anreiz für zukünftige Gäste und als Rechtfertigung für den Preis des Festivals. Auf dem Kanal des Tomorrowlands werden auch DJ-Sets der aktuellen Veranstaltungen hochgeladen. Auf diese Weise ermöglicht der Kanal den Menschen, die bspw. kein Ticket bekommen haben, die mediale Partizipation an den Auftritten der DJs der Hauptbühnen. Dies dient aber auch der Öffentlichkeitsarbeit.

Trotz der zahlreichen Möglichkeiten, die das Festival den Gästen bietet, erteilt es diesen auch Verbote. Drogen unterliegen einer Null-Toleranz-Politik. Deren Konsum führt zum Platzverweis. Dies ist einerseits auf die belgischen Drogengesetze zurückzuführen, dient andererseits jedoch der Verkaufsförderung von Alkohol auf dem Festival. Weiterhin sind auf dem Campinggelände aufgrund der Verletzungsgefahr bspw. keine Flaschen oder Trockeneis erlaubt. Die Durchsetzung der Verbote beginnt schon vor der Veranstaltung in Form eines Social Media-Profilings der Gäste. Deren Profile werden in Zusammenarbeit mit der belgischen Polizei etwa auf Äußerungen zu Gewalt oder Drogenkonsum hin überprüft. Profilings finden auch während des Festivals statt.

11.3 Fusion: Lärzklopfen, Negation des Alltags und DIY

Die Fusion wird seit 1996 meist Ende Juni auf einem ehemaligen sowjetischen Militärflughafen in Lärz, Mecklenburg-Vorpommern, veranstaltet. Für die Durchführung zeigt sich der 1999 gegründete Kulturkosmos Müritzsee e. V. verantwortlich. Dieser veranstaltet auf dem Areal auch das Theaterfestival at.tension. Da es sich hier um einen Verein und nicht einen Konzern handelt, ist nicht der Profit das Ziel, sondern der Selbsterhalt. Die Organisator*innen waren bereits in den 90er Jahren als Kollektiv u-site aktiv und veranstalteten zunächst ohne Anmeldung Partys auf dem Areal. Viele von ihnen stammen aus der Hausbesetzer- oder links-alternativen Szene. Ein gewisser Teil der Besuchenden und Helfer*innen des Festivals rekrutiert sich aus der Antifa. Mit ihrer stetigen, langjährigen Fortentwicklung aus dem DIY-Gedanken heraus stellt die Realisation der Fusion ein Gegenstück zur professionellen Umsetzung des Tomorrowlands dar. 2003 konnte der Kulturkosmos das Gelände erwerben. Aufgrund des Status als Privatgelände kommt es zum Ausschluss der Presse und Polizei.

Die Fusion ist zu einem Treffpunkt für einen Teil der House/Technokultur geworden, die diese Stile auf ca. fünf Floors erschallen lässt. Stile wie Big Room werden nicht präsentiert, dafür u. a. Drum'n'Bass, Dubstep und Psytrance. Das Festival bietet deutlich weniger Annehmlichkeiten. Alle bis auf die Helfenden zahlen bei der Fusion denselben Preis von 120 Euro (2018) inklusive 10 Euro Müllpfand. Gäste können die Karten nicht im regulären Verkauf erwerben, sondern müssen an einem Ticket-Bingo bestehend aus drei Runden teilnehmen, bei dem das Losglück entscheidet.

Die Fusion betreibt, wie erwähnt, „Ferienkommunismus“, für den Offenheit, Gemeinschaftlichkeit, Solidarität, Selbstbestimmung, Toleranz und eine nicht kommerzielle bzw. kapitalismuskritische Ausrichtung (vgl. Grünwald-Schukalla et al. 2018, S. 180) grundlegend sind. Ziele des Kulturkosmos sind das gemeinschaftliche Erleben und Schaffen von Freiräumen. Als Regeln der Fusion identifiziert Babette Kirchner (2011, S. 103): Transgression, Inversion, Subversion, Toleranz und Pazifismus. Die Fusion gründet stark auf dem Einbringen (Spirit) sowie der Gemeinschaft, die zusammen eine Atmosphäre (Vibe) schaffen. Kulturelle und gesellschaftspolitische Werte stehen im Vordergrund. Der Kulturkosmos und alle Helfer*innen möchte gemeinsam mit den Gästen eine Erfahrung erreichen. Die Bedeutung non-kapitalistischer Wertvorstellungen findet Ausdruck in den zahlreichen Vorträgen zu politischen und gesellschaftlichen Themen, Workshops und Infoständen. Das Müllsammeln oder die Kompost-Toiletten sind auch Manifestation der auf der Fusion waltenden Werte. Hier wird nicht nur über Ökologie oder eine bessere Welt geredet, sondern aktiv mitgewirkt.

Für die Realisierung des Festivals zeigen sich ca. 200 verschiedene Vereine und selbstständige Gruppen sowie zahlreiche Helfer*innen und Ehrenamtliche verantwortlich, welche die Floors, Wege, Bars, Plätze, Installationen, etc. gestalten und bespielen. Dabei steht nicht Perfektionismus, sondern Kreativität und Eigenkreation im Vordergrund. Die Vereine generieren bspw. aus dem Getränkeverkauf ihre Einnahmen für ihre Vereinsarbeit. Die Gestaltung des Areals und teilweise der Bühnen ist detailverliebt, es kommt aber auf den Bühnen zu keiner maximalistischen Show mit synchronisiertem Licht, Visuals, Pyrotechnik oder anderen aufwändigen Dekorationen. Daneben gibt es noch ein Theater und ein Kino sowie unterschiedliche (Kunst-)Performances.

Der DIY-Gedanke und der Wert des Einbringens betreffen auch die Gäste. Diese sollen am Festival mitwirken und Verantwortung für dieses übernehmen, statt passiv unterhalten zu werden. Gäste können bspw. bei Geldknappheit diverse Aufgaben beim „Arbeitsamt“ der Fusion übernehmen. Alle Besucher*innen werden aufgefordert, einen vollen Müllsack abzugeben, um das

Müllpfand zu erhalten. Wenn dieser nicht voll genug ist, gibt es entweder eine Ermahnung¹⁶⁴ durch die Helfer oder die Gäste müssen zusätzlichen Unrat sammeln, ergo das Gelände aufräumen.

Aufgrund des DIYs kann die Fusion trotz ihrer der Größe des Areals und Anzahl der Gäste die Kosten in Relation zu anderen Festivals geringhalten. Auch das Fehlen namhafter und kostenintensiver Headliner hält den finanziellen Aufwand niedrig.

Die Toleranz der Fusion zeigt sich anhand der unterschiedlichen anwesenden Sonic Bodies. Darunter fallen zunächst Menschen unterschiedlicher Nationen und Herkunft. (Hunde-)Punks, Hippies und Menschen mit Rastalocken säumen den Weg. Einige Frauen tragen Körperbehaarung und laufen mit freien Brüsten herum. Dazu gesellen sich einerseits Frauen im Coachella-Look, andererseits Kostümierte. Andere Gäste kleiden sich wiederum, wie es auch bei Festivals wie Rock am Ring oder Nature One üblich ist. Fusionist*innen begreifen sich als eine (temporäre) sozio-politische selbst gewählte Gemeinschaft und nicht als Gäste einer Veranstaltung im traditionellen Sinne.

Die vom Kulturkosmos geforderte Toleranz tritt auch in Form des Nichtsanktionierens von Drogenkonsum auf. Es besteht kein Verbot und auch keine Limitierung von selbstgekauftem Alkohol auf dem Festivalgelände. Der Wert der Toleranz der Fusion hat Grenzen: Faschismus, Rassismus und Sexismus. Rechtsextreme erhalten keinen Eintritt und sollte sich doch „national gesinntes Gesindel und ewig Gestrige jeglicher Couleur“ auf dem Festival wiederfinden, dann soll dies an die „durchsetzungsfähige Security“ (Kulturkosmos 2018) gemeldet werden. Auch zeigt sich der Kulturkosmos gegenüber Graffiti-Tags und Lautstärke auf den Campingplätzen wenig tolerant (vgl. Kirchner 2011, S. 78).

Die Fusion zeichnet sich gewissermaßen durch einen Minimalismus im Maximalen aus. Es herrscht Vielfalt statt Massengeschmack vor. Trotz der Tatsache, dass das Festival 2018 über 24 offizielle Floors verfügte, deren Genres neben diversen Stilen elektronischer Tanzmusik, über Punk, Metal, Indie, Noise Rock, Weltmusik, Jazz, Klezmer, Hardcore, Hip-Hop bis Blasmusik reichen, setzt es in vielen Punkten auf Beschränkung. So wurde die maximale Besucherzahl auf 70.000 Gäste festgelegt. Organisator*innen und das Festival nahmen 2017 eine Auszeit, um das Areal und einige Floors umzugestalten oder zu sanieren.

Zwar deckt die Fusion einen Zeitraum von Mittwoch bis Montag ab, in dem die Musiker*innen und sonstigen Aktionen vonstattengehen, jedoch hat sie de facto weder einen fixen Anfang noch ein Ende. So gibt es nicht den einen großen Headliner, den sich alle zum Abschluss anschauen oder den einen großen Abreisemoment. Während einige schon Tage vorher auf dem Areal oder in der Nähe campen, bleiben andere noch Tage nach Abschluss auf dem Gelände oder in der Region.

Auffallend ist bei der Fusion das Fehlen von Werbung. So gibt es keine Werbung für das Festival in Festivalplanern, auf Plakaten oder Werbeanzeigen. Auch das Line-Up wird nicht vorab veröffentlicht. Die Kommunikation mit den Gästen erfolgt über Newsletter und ein Internetforum. Auf dem Festivalgelände selbst gibt es ebenfalls keine Werbung. Da die Fusion auf Sponsoring verzichtet, fehlen entsprechende Logos. Eine Ausnahme vom Werbeverzicht stellen Plakate für Veranstaltungen, wie andere kleine Festivals, Antifa-Camps oder Demonstrationaufrufe dar. Kooperativen, Kollektive, Vereine usw. dürfen sich und ihre Arbeit an ihren Ständen auch bewerben.

¹⁶⁴ Persönliche Erfahrung des Autors.

Ein markantes Merkmal der Fusion ist das Fehlen der Gewinnorientierung, die auf den Vereinsstatus des Kulturkosmos zurückgeführt werden kann, der keinen Gewinn erwirtschaften darf. Die Unkommerzialisierung tritt außerdem in Form von Spenden z. B. bei einigen Kaffeebuden in Erscheinung. Daneben spendet der Kulturkosmos einen Teil der Einnahmen an unterschiedliche Projekte.

Eine andere Einschränkung spiegelt sich im Essensangebot der Fusion wider. Essensstände offerieren nur vegetarische oder vegane Speisen. Wer Fleisch essen möchte, muss es selbst mitbringen. Eine weitere Beschränkung gerade auch im Vergleich zu anderen Festivals besteht in der Foto-Vermeidung, die auch explizit im Festivalguide erwähnt wird:

„Natürlich könnt ihr eure Erlebnisse für den privaten Gebrauch fotografisch festhalten, allerdings finden wir es unschön, wenn jeder mit 'ner Kamera rumläuft und meint, das Erlebte auf seinem Mikrochip mit nach Hause tragen zu können. Wir können auch gut verzichten auf Tausende von schlechten Photos und langweiligen Filmchen, die kurz nach dem Festival auf Flickr und YouTube erscheinen und die wirklich niemand sehen will.“
(Kulturkosmos 2018)

Dabei handelt es sich einerseits um eine übliche Praktik der linken Szene bzw. um ein altes Clubkultur-Erbe, da das Fotografieren im Club meist unerwünscht ist, andererseits richtet es sich auch gegen die Selfie- und Instagramkultur, die Smartphones und soziale Medien hervorgebracht haben. Dadurch verzichtet die Fusion zwar einerseits auf zusätzliche Werbeeffekte durch Fotos und Videos der Gäste auf den Plattformen der sozialen Medien (Grünwald-Schukalla et al. 2018), rückt aber andererseits die ganzheitliche Erfahrung in den Mittelpunkt: „Keep the good memories in your heart – not on a chip!“ (Kulturkosmos 2018). Die Fusion lebt nicht von durch PR-Agenturen erstellten Geschichten, sondern von Mythen. Die Fotovermeidung ist daher im Sinne der Mythenbildung zu sehen, die den visuellen Narrationen entgegensteht.

Der Wert der Fusion besteht in einem Erlebnis mit dem Potenzial zur Erfahrung, da viele gesellschaftliche Werte und Normen außer Kraft gesetzt sind. Es bietet Erfahrungen, „die nicht mit Geld erworben werden können“ (Grünwald-Schukalla et al. 2018, S. 189). Allerdings provoziert die temporäre Außerkraftsetzung gewisser gesellschaftlicher Werte und Normen diverse Werte-Konflikte zwischen dem Festival, dessen Organisierenden und den Gästen auf der einen Seite und der basalen Kultur auf der anderen Seite, vertreten durch Politik, Polizei und Presse. So wird der Wert des Freiraums gegen den Wert der ‚Sicherheit‘ bzw. der Durchsetzung von Gesetzen ausgespielt. Zutage treten diese Konflikte bspw. bei den Kontrollen der Fusionist*innen bei der An- und Abreise an Bahnhöfen, Landstraßen und auch Autobahnraststätten durch die Polizei. Im Jahr 2019 versuchte der Polizeipräsident auf dem Festivalgelände eine Polizeistation zu installieren und Polizist*innen anlasslos auf dem Areal – auch verdeckt – patrouillieren zu lassen. Bisher hatte der Kulturkosmos als Eigentümer des Geländes dies verhindert und die Polizei außerhalb des Areals positioniert. Der Schutz des Werts der Sicherheit erscheint gerade bei der Fusion fragwürdig, da auf dem Festival laut Aussagen der Polizei die Anzahl an Körperverletzungs- oder Raubdelikten im einstelligen Bereich und damit weit unter dem Niveau eines Stadtfestes liegt (Katzer und Thiele 2019).

Leidtragende dieses Werte-Konflikts wären, falls es zu einer Absage des Festivals käme, neben dem Kulturkosmos und seinen Anhänger*innen auch die Region. Die Fusion und at.tension haben als größte Kulturfestivals einen Image-Wert, von dem die Region Müritzersee mehrfach profitiert: Das Festival bietet Arbeit oder zumindest Freizeitgestaltung für junge Menschen in der Region. Durch den Tourismus wird diese einerseits entdeckt, andererseits profitiert sie vom Konsum

der Festivalgäste. Im Verlauf des Streits wandte sich das Festival an die Öffentlichkeit. Dabei erfuhr die Fusion eine große Solidarität außerhalb, aber besonders innerhalb der Region, die ein mögliches Ende mit Sorge verfolgte. Bürger organisierten Demonstrationen und der ehemalige Polizeichef Siegfried Stang übte Kritik an dem neuen Polizeipräsidenten und warf ihm Profilierungsversuche vor. Am Schluss wurde ein Kompromiss gefunden, der eine kleine Wache außerhalb des Geländes vorsah. Bei der Fusion 2019 kam es zu sieben Strafanzeigen. Neben den wirtschaftlichen wurden in der Diskussion besonders die sozialen Werte des Festivals wie Friedlichkeit oder Diversität von den Bürgern der Region betont. Es ist gerade in einer Region, die mehrheitlich konservativ wählt, erstaunlich, dass sich die Bevölkerung vor ein linksalternatives Festival stellt, das für liberale Werte eintritt (Katzner und Thiele 2019; Kords 2019; Reuter 2019).

11.4 Ideologische Werte der Festivals

Festivals stellen mit Foucault (1993) eine Selbsttechnologie für die Besuchenden dar, die ihrerseits unterschiedliche Selbsttechnologien praktizieren. Dabei ermöglichen Technologien des Selbst den Menschen, „aus eigener Kraft oder mit Hilfe anderer eine Reihe von Operationen an seinem Körper oder seiner Seele, seinem Denken, seinem Verhalten und seiner Existenzweise vorzunehmen, mit dem Ziel, sich so zu verändern, dass er einen gewissen Zustand des Glücks, der Reinheit, der Weisheit, der Vollkommenheit oder der Unsterblichkeit erlangt“ (Foucault 1993, S. 26). Daneben identifiziert Foucault noch die Technologien der Produktion, die Technologien von Zeichensystemen und die Technologien der Macht, „die das Verhalten von Individuen prägen und sie bestimmten Zwecken oder einer Herrschaft unterwerfen, die das Subjekt zum Objekt machen“ (ebd.). Zwischen den Technologien der Macht und des Selbst besteht eine Verbindung, die Foucault (ebd., S. 27) als „Kontrollmentalität“, später „Gouvernementalität“, bezeichnet.

Mit dem Wandel der Macht und der zugrundeliegenden Ideologie wandeln sich auch die Sorge um sich selbst und die Selbsttechnologien. Foucault zeigt dies am Wechsel von der Philosophie des Hellenismus zum Christentum des Römischen Reichs auf. Die Postmoderne fußt auf anderen Ideologien, die aus dem gesellschaftlichen Wandel resultieren. Darunter fallen einerseits der vorherrschende Neoliberalismus und (Kultur-)Kapitalismus, andererseits Ideologien wie Anarchismus oder Kommunismus, die zwar weniger dominant, dafür aber in neuen Formen, wie Occupy, auftreten. Hier kann noch ein Neo-Ökologismus bzw. weniger prominent ein, an dieser Stelle als solcher bezeichneter Ökosophismus angeführt werden, der in Teilen aber auch neoliberal unterwandert sein kann.

Ökosophie nach Felix Guattari (2008) beschreibt ein System aus mentalen Ökologien, Ökologien der sozialen Relationen und der Umwelt, die miteinander interagieren und einander beeinflussen. Ökosophistische Ansätze treten in diversen ökologischen Praktiken, Phänomenen und Bewegungen zutage. Nach der Sinus-Studie (2018) macht das sozialökologische Milieu sieben Prozent der Bevölkerung aus. Dieses wird als engagiert gesellschaftskritisch „mit normativen Vorstellungen vom ‚richtigen‘ Leben“ (S. 16) beschrieben. Dies umfasst gleichermaßen ein ökologisches sowie soziales Gewissen, etwa in Bezug auf Diversität. Im Zuge des Klimawandels haben neoökologische und ökosophistische Ansätze zunehmend an Öffentlichkeit gewonnen. Ökologische Konzepte bzw. Bewegungen, wie Achtsamkeit, Permakultur oder Transition, setzen explizit auf die Verbindung von inneren, sozialen und natürlichen Ökologien.

Die unterschiedlichen Ideologien, die dem Tomorrowland und der Fusion zugrunde liegen, erscheinen sowohl in der Produktion der Festivals als auch den Gästen. Dabei sind je nach Festival andere Selbsttechnologien für die Besucher*innen bedeutender bzw. wertvoller. Die Gäste der Festivals praktizieren unterschiedliche Formen der Fürsorge, die auf die jeweilige Ideologie verweisen. Ideologien beinhalten Vorstellungen über das Wünschenswerte, die auch als fiktive Regulationen wirken. Ideologiegeleitetes Handeln basiert auf Werten. Jedoch sind sich die Menschen, besonders im Neoliberalismus, oftmals nicht darüber bewusst. Die Wahl der Festivals wird daher durch die Ideologien determiniert, für die diese einstehen und die die Gäste als wertvoll, da deckungsgleich zu ihren Ideologien, erachten.

11.4.1 Tomorrowland: Neoliberalismus und Konsumismus

Das Tomorrowland ist von Profitmaximierung und Selbstoptimierung durchzogen. Sowohl das Festival als auch die Gäste unterliegen unterschiedlichen Valorisierungsprozessen, die der Profitmaximierung und Selbstoptimierung zuarbeiten. Auf diese Weise zeigt sich die Regierbarkeit der Menschen im fortgeschrittenen Neoliberalismus. Dieser ist attraktiv und wirkt umfassend. Er zielt auf die Organisation der gesamten Lebensführung der Menschen ab (Demirović 2008, S. 19). Dabei ist der Neoliberalismus als praktische Ideologie in der Lage, sich mit anderen ideologischen Komponenten zu verbinden, was seine Attraktivität und Wandlungsfähigkeit unterstreicht (ebd., S. 21).

Der das Tomorrowland durchziehende Neoliberalismus tritt am markantesten an der *Selbstoptimierung des Festivals und der Gäste* in Erscheinung. Das Festival muss immer erlebnisreicher, die Shows bombastischer, das Angebot vielfältiger und Abläufe effizienter werden. Die Gäste betreiben unterschiedliche Praktiken der Selbstoptimierung, die als Selbsttechnologien wirken und zum Teil vom Festival angeboten werden. Die Besucher*innen sind Aufmerksamkeitsunternehmer ihrer selbst. Sie bilden quasi die Vorstufe zu Influencer*innen.

„Dazu kommt: Sich via Profil zu singularisieren, wird zu einer Daueraufgabe des Subjekts; es vollzieht unablässig Singularisierungsarbeit in eigener Sache.“(Reckwitz 2017, S. 248)

Dabei eint die Shows und die Körper des Tomorrowlands vor allem eins: das Glatte. Die Inszenierungen der Bühnen sind zwar spektakulär, sie ecken aber nicht an. Die Gäste erhalten, was sie erwarten: Star-DJs und Hits. Es kommt zu keinen Brüchen in der Erwartungshaltung. Während bei den Frauen der Coachella Look¹⁶⁵ oder freie Oberkörper mit BH bzw. Bikinioberteil häufig anzutreffen sind, präsentieren viele Männer ihre freien, trainierten und glatt rasierten Oberkörper. Deren Inszenierung erfolgt mit dem Smartphone, das sich durch seine glatte Oberfläche auszeichnet. Der Philosoph Byung-Chul Han (2015) identifiziert das Glatte als „Signatur der Gegenwart“ (2015, S. 9). Es verbindet das Smartphone, Brazilian Waxing, die Kunst von Jeff Koons oder eben das Tomorrowland und die Körper der Gäste. Vom Glatten geht keine Gefahr der Verletzung aus, es beseitigt die Negativität. „Es verkörpert nämlich die heutige Positivgesellschaft“ (ebd.). Zentral ist für diese der Ekel vor der Negativität (ebd., S. 18).

Ausdruck dieser Positivgesellschaft sind Social Media-Profile. Diese „institutionalisieren eine affektive Positivkultur des digitalen Subjekts, weil die Affizierungen, die hier verhandelt werden, nahezu durchgängig von positiver Valenz sind“ (Reckwitz 2017, S. 251) und in Form der Likes erscheinen. Das spätmoderne Subjekt will ‚ich selbst sein‘ und zwar auf authentische Weise (ebd., S. 246). Dabei entspricht es den Vorgaben des „Digitalschönen“ (Han 2015, S. 36). Anstelle von Alterität und Fremdheit lässt das Digitalschöne nur „konsumierbare, verwertbare Differenzen“ (ebd.) zu. Die Bandbreite dieser Differenzen zeigt sich exemplarisch an den Körpern und Kleidung der Besucher*innen des Tomorrowlands. Diese sind Resultate von Sichtbarkeits- und Valorisierungswettbewerben auf den Attraktivitätsmärkten (Reckwitz 2017, S. 245). Zu stark Abweichendes oder Fremdes wird in diesem Zusammenhang entweder nicht wahrgenommen oder im Shitstorm niedergemacht.

Für die Singularisierung des spätmodernen Selbst zeigen sich maßgeblich die digitalen Technologien verantwortlich. Diese erlegen den Subjekten einerseits eine spezifische Form der Singula-

Das Coachella Valley Music and Arts Festival ist ein Musikfestival in Kalifornien. Der Coachella Look setzt sich aus Anteilen von Kleidung zusammen, die von der Hippie-Generation und indigener Kleidung inspiriert ist.

risierung auf, andererseits betreiben die Subjekte dies aktiv selbst (ebd., S. 244). Die glatten und trainierten Oberkörper sind gleichermaßen Ausdruck der eigenen Selbstoptimierung als auch von gegenwärtigen Idealen des Digitalschönen, die via Social Media verbreitet, ausgestellt und valorisiert werden. Sie zeigen das Resultat der harten Arbeit und der Sorge um sich selbst an. Eine geglückte Transformation, wie etwa die „Boss-Transformation“ von Kollegah, steigert zum einen das Selbstvertrauen aufgrund der eigenen Selbstwirksamkeit, zum anderen den symbolischen Mehrwert der transformierten Person, der sich in Disziplin, Ehrgeiz und Willensstärke zeigt (Duttweiler 2016). Das Sportangebot auf dem Tomorrowland richtet sich daher an transformierte Körper oder diejenigen, die die Transformation noch vor sich haben. Das Workout im Rahmen des Festivals zeugt von Disziplin und besonderer Sorge um sich selbst. Der Sorge um den eigenen Körper wird noch anderweitig Rechnung getragen, und zwar in Form von Wellness. Dies stellt ebenfalls eine Praktik der Selbstoptimierung dar, wenn auch in sanfterer Form. Menschen, die Wellness betreiben, suchen den Ausgleich von der beruflichen oder körperlichen Belastung. Diese Arbeit am eigenen Wohlbefinden zeugt von Selbstführungs kompetenz und dem Wissen um die eigene Balance (ebd.). Deshalb zielt das Wellness-Angebot auf dem Tomorrowland nicht nur darauf ab, sich von den Strapazen des Wochenendes zu erholen, sondern auch wieder für sich und andere – den Arbeitgeber – produktiv zu sein. Selbsttechnologien „etablieren einen Zirkel aus kontinuierlicher Evaluation des eigenen Zustandes und daraus abgeleiteten Anpassungen der Selbstführung“ (ebd.).

Dadurch erscheinen die Selbsttechnologien als Repräsentanten der Lebensführung im Kulturkapitalismus, in welcher permanente Prozesse der Valorisierung herrschen (Reckwitz 2017). Das Glatte waltet ebenfalls bei den „polierten Profilen“ (Reckwitz 2017, S. 251) der Social Media. Die Profile und deren Chroniken erscheinen als Aneinanderreihung besonderer Erlebnisse und Momente, die das Subjekt als einzigartig und authentisch darstellen sollen. Negativität findet keine Berücksichtigung. Das Authentische ist zu einem Wert geworden, der über die Profile performt wird (ebd., S. 246). Die Authentizitätsperformanz ist aufmerksamkeitsökonomisch gerahmt und erscheint in Form eines Kampfes um Sichtbarkeit und Wertschätzung (ebd., S. 247). Damit sich das Subjekt erfolgreich in diesen Kämpfen behaupten kann, muss es auf „authentische und interessante Weise als einzigartig wahrgenommen“ (ebd.) werden. Erst dadurch erhält es sein Singularitätskapital.

Eine Technik der Performance von Authentizität ist das Selfie. Es dient nicht nur dazu, das Gesicht des Subjekts in den Mittelpunkt zu stellen, sondern auch ihr Erleben anschaulich zu machen. Hierfür eignen sich besonders Aufnahmen, die ‚mitten im Geschehen‘, etwa vor der Mainsstage des Tomorrowland, gemacht werden. Gerade das Unperfekte solcher Fotos, Videos oder Live-Streams zeugt von der Authentizität des Erlebens, das die Betrachtenden unmittelbar mit- oder nacherleben (ebd., S. 250). Das Social Media-Profil samt Chronik stellt daher eine Selbsttechnologie dar. Allerdings ist in dieser die Sorge um sich selbst gleichbedeutend mit der Sorge um die eigene Attraktivität und Authentizität. Subjekte vermarkten sich selbst und „werden zu Gütern des medialen Attraktivitätsmarkts“ (ebd., S. 252). Sie und ihr Leben werden zu valorisierbaren Waren.

„Bereits wer behauptet, Leben sei ein Wert an sich [...] hat sich der kapitalistischen Logik unterworfen, die eine Logik der Werte, des Wertaustausches ist.“ (Sommer 2016, S. 75)

Große Festivals bieten zahlreiche Angebote und Spektakel, die der Erlebnisintensivierung dieser Veranstaltungen dienen (vgl. Kirschner et al. 2014, S. 103). Auf das Tomorrowland bezogen be-

deutet dies, dass die Gäste alles Begehrte innerhalb des Erlaubten geboten bekommen – und das sind vor allem: Erlebnisse.

Das Tomorrowland stellt ein Erlebnis an sich mit zahlreichen zusätzlichen Erlebnissen dar. Das Begehren nach dem Festival und den Erlebnismöglichkeiten ist ein auf Daten basierendes und narrativ-medial erzeugtes. Auf der Basis von Big Data sind Unternehmen in der Lage, die Wünsche der Menschen auszulesen und zu steuern. Big Data ist „ein sehr effizientes psychopolitisches Instrument, das es erlaubt, ein umfassendes Wissen über die Dynamiken der gesellschaftlichen Kommunikation zu erlangen“ (Han 2014, S. 22). Dadurch lassen sich Kommunikationen steuern und gleichzeitig den Menschen per Micro Targeting Wünsche implementieren, die auf Emotionen basieren (ebd., S. 67). Erlebnisse und Emotionen sind Ausdruck einer neoliberalen Psychopolitik, die das Subjekt lenken und unterwerfen (ebd., S. 104).

Die Videos, die das Tomorrowland produzieren lässt, erzeugen Begehren. Sie zeigen Menschen in Momenten, in denen sie ihren Emotionen freien Lauf lassen, in denen sie frei sind (vgl. ebd., S. 64). Das Begehren nach Teilhabe an solch emotionalen Momenten treibt die Menschen zum Wunsch nach Teilnahme am Tomorrowland an. Dies arbeitet dessen Profitmaximierungsstrategie zu. Gäste sind Konsumenten, deren Wünsche gegen Bezahlung befriedigt werden. Ganz gleich, ob es sich um Essensvorlieben oder ein gutes Gewissen handelt, das etwa mit der Buchung eines recycelten Zelts, das nicht selbst abgebaut werden muss, erworben werden kann und an Slavoj Žižeks Bemerkungen zu Starbucks in *The Pervert's Guide to Ideology* (Fiennes 2012) erinnert.

Festivals wie das Tomorrowland inszenieren gleichermaßen ihre Singularität (vgl. Reckwitz 2017), werden aber auch unabhängig davon so wahrgenommen. Sie basieren auf zahlreichen *vorproduzierten Erlebnissen*, die ebenfalls einmalig erscheinen sollen. Sie sind aber nicht einmalig im Sinne der Situation entspringend, sondern vorab festgelegt und auf ihre Wirkung hin valorisiert. Zentral ist hierbei die Auswahl an Stars und Hits, die einen möglichst hohen Grad an Identifikationen bieten.

Die Inszenierung der Einzigartigkeit erfolgt beim Tomorrowland durch Geschichten und somit durch Praktiken der Bereicherungsökonomie (Boltanski/Esquerre 2018). Diese sollen einerseits den Wert der Ware determinieren, andererseits die Einmaligkeit des kommenden Festivals prophezeien. Grundlegend dafür sind Momente des Vorjahres, die professionell in Szene gesetzt und medial aufbereitet werden. Herausgestellt werden sowohl die Singularität des Festivals als auch die der Gäste, damit diese als attraktiv und als lohnende Investition in das eigene Attraktivitätskapital wahrgenommen zu werden.

Die Einmaligkeit muss jedes Mal gesteigert werden: größer, länger, mehr. Der „digitale Maximalismus“ (Nye 2016, S. 122) der Shows muss noch beeindruckender und besser angepasst an das DJ-Set sein. Dadurch steigert sich der Aufwand für die Vor-Produktion der Erlebnisse und vermeintlichen singulären Momente. Diese sind deswegen vermeintlich singulär, da sie theoretisch auf der Produktionsseite immer wieder reproduziert werden können, da sie festgelegt wurden. Dabei bedient das Tomorrowland die Bedürfnisse einer ‚YOLO‘¹⁶⁶-Kultur, die sich gewissermaßen durch sozio-digitalen Maximalismus auszeichnet. Es darf nichts verpasst, alles muss mitgenommen werden. Partys müssen episch und Erlebnisse nachhaltig sowie via Social Media teilbar sein. Für solche Bedürfnisse hält das Tomorrowland diverse Zusatzoptionen bereit, die die Entscheidung schwer machen. Bereits in den 90er Jahren attestierte Gerhard Schulze den Erlebnissuchenden: „Zur Angst vor Langeweile gesellt sich die Angst etwas zu versäumen“ (Schulze 2000,

¹⁶⁶ Abk. für You Only Live Once.

S. 65). Diese findet heutzutage Ausdruck in dem Begriff „FOMO“ als Abkürzung für Fear of missing out. Diese Angst nimmt mit Zunahme der Erlebnisangebote und der vernetzten Kommunikation über diese zu. Eine Wahl zu treffen bedeutet gleichermaßen, andere Optionen auszuschlagen (ebd.).

Die Einzigartigkeit der Festivals hängt aber auch ab von der Valorisierung durch die Gäste. Gäste stellen via Social Media ihre eigene Einmaligkeit heraus, die sich in ihrem interessanten Leben oder deren Erlebnissen manifestiert. Die Teilnahme am Tomorrowland stellt eine Investition in das eigene Singularitäts- oder Attraktivitätskapital (Reckwitz 2017) dar, die noch durch diverse Zusatzoptionen, die das Festival bietet, gesteigert werden kann. Die Profitmaximierung durch käuflich erwerbbarer Zusatzoptionen erinnert an die DLCs¹⁶⁷ in der Games-Industrie, die ein Spiel teils erst komplettieren. Um ein vollständiges Festival zu erhalten und dadurch als besonders interessant wahrgenommen zu werden, müssen zunächst finanzielle Investitionen getätigt werden. Aufgrund der Sichtbarkeit und Aufmerksamkeit, die das Tomorrowland genießt, verspricht der Besuch ebenfalls eine gesteigerte Sichtbarkeit unter ihren Social Media-Followern.

„Der Homo oeconomicus ist der Mensch, der in eminenter Weise regierbar ist.“ (Foucault 2006, S. 372)

Die Regierbarkeit ist jedoch keine Folge von Zwang, sondern negativen und positiven Anreizsystemen, die mit Freiheiten belohnen oder Strafen sanktionieren. Dies folgt einem rationalen Kosten-Nutzenprinzip. Nach Foucault stellt der Liberalismus Möglichkeiten zur Freiheit bereit. Er richtet alles so ein, dass jeder frei ist, frei zu sein. Freiheit im Liberalismus bedeutet aber nicht: Sei frei (Foucault 2006, S. 97). Die Freiheit stellt vielmehr ein Mittel einer spezifischen Regierungsweise dar, das erlaubt, das Individuum zu kontrollieren. Für Foucault bedeutet Freiheit stets das „Verhältnis zwischen Regierenden und Regierten“ (Foucault 2003, S. 206). Die Regierbarkeit erfolgt durch Verführung. Erst durch die Freiheit, eine Auswahl treffen zu können, wird das Subjekt beeinflussbar. Dafür stellt der Liberalismus den Individuen gewisse Handlungsoptionen bereit.

Der Zuwachs an Freiheiten geht immer mit einem Zuwachs an Kontrolle einher. Sie tritt aber nicht in Form von Einkerkung in Erscheinung, sondern in Form der Disziplin, die die Gesellschaft durchdrungen hat (Foucault 2015, S. 285). Die neoliberale Regierungsweise ist an Formen der Selbstregierung oder Regulationen des Selbst gekoppelt. Menschen disziplinieren sich selber, da dies ihnen ein Mehr an Freiheit verspricht. Dabei ist die Freiheit an eine Vorstellung von Sicherheit gebunden. Die Regierungsweise ist abhängig von der Sicherheit, die aber nicht festgelegt werden darf. Die Freiheit sieht sich permanent von Unsicherheit, wie Arbeitslosigkeit, Massenpaniken bei Veranstaltungen oder Terrorismus bedroht, woraufhin sich die Gestalt der Sicherheit wandelt (Lemke 2001).

Das Tomorrowland verführt seine Gäste mit der Versprechung auf *käuflich erwerbbarer Freiheiten*. Auf dem Festival dürfen diese sie selbst sein und sich frei entfalten. Dabei genießen manche Gäste noch mehr Freiheit als andere, etwa durch VIP-Pakete, die den Handlungsspielraum auf dem Festival erweitern. Die Freiheit ist aber an unterschiedliche Formen der Sicherheit gekoppelt. Diese beginnt bei dem Verbot von Glasflaschen auf dem Camping, dem Abschrauben von Flaschenverschlüssen, um Stürze zu vermeiden, oder dem Profiling der Besucher*innen.

Die eminente Regierbarkeit der neoliberalen Menschen erscheint beim Tomorrowland zunächst in der Akzeptanz der Überwachung und Verbote. Dadurch wird ein Anreizsystem geschaffen, bei

¹⁶⁷ Download Content; weitere Inhalte eines Spiels müssen käuflich erworben werden.

dem sich die Gäste entscheiden müssen, ob die positiven Anreize des Festivalbesuchs und die Freiheiten, die es ermöglicht, wertvoller sind, als ein potenzieller Ausschluss davon vor oder während der Veranstaltung. Formen der Selbstdisziplinierung sind in diesem Fall das Säubern des Profils von problematischen Inhalten und der Drogenverzicht oder zumindest das schlechte Gewissen beim Konsum. Die Masse digitalschöner Körper ist in diesem Zusammenhang ebenfalls eine Folge der gegenseitigen Überwachung und Selbstüberwachung der Subjekte. Die Freiheit, selbst zu sein, erhält einen Rahmen.

11.4.2 Fusion: Ferien-Anarcho-Kommunismus

Zunächst: Die Fusion und vor allem deren Gäste können nicht von Neoliberalismus freigesprochen werden. Dafür ist dieser zu wirkmächtig, allgegenwärtig und verführerisch (vgl. Han 2014; Demirović 2008). Daher kleiden und gestalten einige Gäste ihre Körper gemäß dem Digitalschönen. Auch betreiben sie off- und online Aufmerksamkeitsarbeit für sich selbst. In der Summe fällt dies aber geringer aus als beim Tomorrowland.

Die Fusion problematisiert den Neoliberalismus oder gesellschaftliche Missstände. So ist die Ablehnung von Kameras und Social Media-Uploads gleichermaßen Ausdruck der Ablehnung der Aufmerksamkeitsökonomie, des Kulturkapitalismus und der Überwachung, für den insbesondere die Kamera das Symbol darstellt (Katzner/Thiele 2019, 11:58). Die Kritik am Neoliberalismus tritt bei der Fusion noch in Handlungen und Objekten auf, die um ihrer selbst willen praktiziert werden. Darunter fallen etwa Kunstobjekte, Installationen, die Gestaltung der Areale und alle Handlungen, die der Selbstoptimierung entgegenstehen: Tanzen bis zur völligen Erschöpfung, Drogenkonsum oder zielloses Flanieren. Hierbei handelt es sich um „unproduktive Verausgabungen“ nach Georges Bataille (1985), die keinem Ziel dienlich sind, sondern sich in sich selbst erschöpfen. Die Handlungen stellen keine Investitionen in sich selbst im Sinne eines neoliberalen homo oeconomicus dar. Dabei kommt es im Erleben von Erfahrungen jedoch zu anderen Formen der Investition. Die unproduktiven Verausgabungen bilden ihrerseits eine Kritik an der Verfassung der gegenwärtigen Gesellschaft, denn das „Fusion Festival verdeutlicht damit, dass unproduktiver, exzessiver Spaß im Alltag nicht erwünscht ist“ (Kirchner 2011, S. 115). Unproduktives Handeln, Verweigerung jeglicher Verpflichtungen, Irrationalität, übersteigerte Korporalität und intim-familiärer Umgang sind Formen psychischer Existenzbewältigung, mit denen die Fusionist*innen den neoliberalen Alltag hinter sich lassen wollen (ebd., S. 85).

Der Kommunismus erscheint einerseits in der Selbstcharakterisierung der Fusion, andererseits in der Gleichstellung. Musiker*innen erfahren laut Babette Kirchner (2011) im Vergleich zu anderen Musikfestivals eine Degradierung im Sinne einer Gleichbehandlung von Musikern und Gästen, während letztere wiederum zu Produzierenden aufgewertet werden. Durch das „Arbeitsamt“ der Fusion ist es möglich, das Festival noch aktiver mitzugestalten und Geld zu verdienen. Kirchner (2011, S. 148) sieht in der Fusion kommunistische Merkmale walten, jedoch keine anarchistischen. Diese Sicht erkennt einerseits die historische Verbindung bzw. Komplizenschaft beider Ideologien und Ausprägungen, wie kommunistischen Anarchismus, andererseits die Realität des Festivals. Symbole des Anarchismus, wie etwa die rot-schwarze Flagge, sind auf der Fusion allgegenwärtig. Die Regeln des Festivals decken sich mit den Kernideen des Anarchismus nach George Woodcock (1962, S. 38), was den Glauben an den Anstand der Menschen, Sehnsucht nach Freiheit und Unduldsamkeit gegenüber Herrschaft umfasst (Seyferth 2015, S. 18). Allerdings ist Anarchismus schwieriger zu greifen als Kommunismus, da es sich hierbei um eine Einstellung handelt, die bisher kaum theoretisch untermauert wurde (ebd., S. 14). Auch gibt es

nicht den Anarchismus, sondern Anarchismen¹⁶⁸, die in ihren jeweiligen Konzeptionen teils konträr zueinander stehen wie Insurrektionalismus und pazifistischer Anarchismus (vgl. Kellermann 2015; Schuhmann 2015). Gemeinsam ist den Formen, dass sie eine Herrschaftskritik darstellen (Seyferth 2015, S. 23). Die Negation des Alltags auf der Fusion (Kirchner 2011, S. 59) und die daraus entspringenden potenziellen Momente der Freiheit sind eine Art der Herrschaftskritik, die sich gegen den Kapitalismus und Neo-Liberalismus wendet. Die auf der Fusion waltenden anarchistischen Aspekte können im Sinne eines Neo-Anarchismus gedeutet werden, der einer Logik langsamer sozialer Transformation folgt und Aspekte wie Tierbefreiung als auch ökologische Themen umfasst (vgl. Janicka 2017, S. 155). Der ideologische Unterbau der Fusion basiert auf einer Art Ökosophismus. Dieser wird als solcher aber begrifflich nicht thematisiert. Dennoch zeichnen sich die Fusion und ein Teil der Besucher*innen durch eine Philosophie und Weltanschauung aus, die deutliche Parallelen zu Guattaris „Drei Ökologien“ (2008) haben.

Die Fusion bricht mit Erwartungshaltungen und Logiken anderer Festivals. *Sie eckt an*. Dies tritt zunächst in der Degradierung der Musiker*innen und damit einer Star-Logik zutage. Dadurch wird die Trennung zwischen Produzierenden und Konsumierenden aufgehoben. Alle Anwesenden sind gleichberechtigte Produzierende, die den Ort in den Raum Fusion verwandeln. Es kommt zu keiner Vor-Produktion und Hierarchisierung von Ereignissen, etwa in Form von Headliner. Der Kulturkosmos übt keinen Einfluss auf den Ablauf aus (vgl. Kirchner 2011, S. 18). Die Programmierung nimmt auch keine Rücksicht auf zeitliche Überschneidungen bekannterer Namen auf unterschiedlichen Bühnen. Gäste müssen sich entscheiden oder pendeln.

Eine produktive Verausgabung, die aber keinen Investitionsgewinn verspricht, ist das Wegräumen des eigenen Mülls und ggf. Aufräumen des Festivals. Mit dieser Praktik eckt die Fusion bei manchen Gästen allerdings an, besonders wenn diese einen Komplettservice erwarten. Das Festival eckt noch auf andere Weisen an. Da wären zunächst die gesellschafts-, geschlechts- oder umweltpolitischen Vorträge, sodass die Fusion ein Bewusstsein für diese Themen schafft und den Debattenraum erweitert. Ähnliches gilt für die präsenten politischen Parolen oder Aufrufe zu Demonstrationen oder Aktionen zivilen Ungehorsams durch die „Antifa“¹⁶⁹.

Das Anecken bezieht sich auch auf die Musik, Musiker*innen und Kunst der Fusion. Die Fülle des musikalischen Angebots und die offene Struktur des Festivals ermöglichen es den Gästen, innerhalb von zwei bis drei Minuten verschiedenste musikalische Eindrücke auch weit abseits des eigenen Geschmacks zu erhalten. Performances von Musiker*innen weichen von den Spektakeln großer EDM-Festivals ab, sind zum Teil queer(-politisch) ausgelegt oder werden mit gesellschaftspolitischen Reden oder Forderungen versehen. Die Diversität der Besucher*innen bricht mit herkömmlichen Geschlechterbildern und -rollen. Der gesellschaftliche Körper-Mainstream ist hier ein Entwurf unter vielen. Aufgrund dieses Aneckens wird die Wahrnehmung anders als beim Glatten nicht sediert (vgl. Han 2015, S. 15). Es kommt zu Brüchen mit der Erwartungshaltung oder den eigenen Vorstellungen über das Wünschenswerte. Dies betrifft bspw. die Geheimhaltung des Line-Ups oder die Unisex-Duschen.

Zuletzt eckt die Fusion mit ihrer Praxis des Verzichts an, die als Erfahrung wirken kann. Das Festival verzichtet auf aufwendige Bühnenshows, Profitmaximierung, Fleischgerichte, präsenten Sicherheitsvorkehrungen oder Kontrollen an den Eingängen. Eine andere Bezeichnung für Ver-

¹⁶⁸ Anarchismusformen umfassen u. a. individualistischen, kommunistischen, klassischen, pazifistischen, postmodernen Anarchismus, Insurrektionalismus oder Anarcho-Primitivismus.

¹⁶⁹ Auf dem Fusion-Gelände hängen diverse Plakate, die bspw. Demonstrationen gegen Rechtsruck oder die Schließung autonomer Zentren bewerben. Dazu zählten auch Aufrufe zur Besetzung des Hambacher Forsts.

zucht ist *Askese*. Hierbei handelt es sich um eine Selbsttechnologie, die bei den Stoikern praktiziert wurde. „Askesis“ stellt dabei einen „Akt des Erinnerns“ (Foucault 1993, S. 46) dar. Dieses Erinnern bezieht sich bei der Fusion auf die Reduktion auf das Wesentliche eines Musikfestivals: Musicking, das Soziale und Momente. Daneben setzt sie auf Gleichberechtigung, Solidarität, Selbstbestimmung und -organisation. Das Außerkraftsetzen gewisser gesellschaftlicher Normen, ihre Kompensation durch Spenden, Tausch, Erfahrungen, Allmende oder niedrige Preise und der Verzicht stellen Akte des Erinnerns dar, was Leben und Sozialität einst auszeichnete und im postmodernen Alltag verloren gegangen ist.

Die Fusion ermöglicht in diesem Zusammenhang diverse Singularitäten. Diese sind allerdings nicht vor-produziert, sondern situiert. Die Einzigartigkeit bezieht sich auf potenzielle individuelle Erfahrungen, die den Gästen widerfahren können. Das Festival zeichnet sich durch flüchtige Identifikationen aus, es macht aber selber nur ein geringes Identifikationsangebot. Zum einen ist vorab nicht bekannt, welche Musiker*innen auftreten, zum anderen sind diese meist keine international bekannten Stars. Die flüchtigen Identifikationen stellen sich beim Tanzen ein, wenn sich Tanzende mit einem Klang oder untereinander identifizieren (vgl. Bonz 2008). Solche Erfahrungen können sich beim Flanieren und Entdecken des Geländes einstellen. Genauso gut können sie in Form von Sorge um Andere erscheinen, die bspw. verloren, traurig oder überdosiert erscheinen. In allen Fällen sind sie an die Situation gebunden, die als Erfahrung wirken kann. Besucher*innen sehen etwas beim Flanieren, sie erfahren ihren Körper durch Tanz und/oder Drogen anders, sie nehmen sich und den Körper anders bei der öffentlichen Dusche am Showertower wahr, sie unterhalten sich mit anderen oder verbringen mit diesen das Festival, sie beobachten die Massen und das Handeln Einzelner von den Spitzen der Hangars oder erfahren Unterstützung und Fürsorge durch andere. In allen Fällen kann es zu einer kurzfristigen Entrückung kommen, die als Erfahrung den Blick auf die Welt verändert.

„Im Gegensatz zum Erlebnis beruht die Erfahrung auf einer Diskontinuität. Erfahrung bedeutet Verwandlung. [...] Subjekt-Sein bedeutet Unterworfen-Sein. Die Erfahrung reißt es aus seiner Unterworfenheit heraus.“ (Han 2014, S. 104)

Die Erfahrung steht konträr zur neoliberalen Psychopolitik des Erlebnisses, weil sie das Subjekt von sich selbst entrückt, während das Erlebnis von einem Flow gekennzeichnet ist. Im Bruch, den das Ereignis erzeugt, eröffnen sich neue Freiräume (ebd., S. 103).

Die *Fusion stellt eine Selbsttechnologie dar*. Auch dieser liegt die Sorge um sich selbst zugrunde, allerdings mit einem anderen ideologischen Unterbau. Die Sorge erfolgt nicht in einem buchhalterischen Sinne, in der Bilanz gezogen wird über die Erlebnisse, die selbst und online durch andere valorisiert werden. Stattdessen erscheint sie eher im Sinne eines Sammeln und Reflektieren von Erfahrungen, die das Subjekt bereichern.

Der von der Fusion propagierte Ferienkommunismus kann ein wirklicher kurzfristiger Ausflug vom gesellschaftlichen Alltag des Neoliberalismus sein. Der Alltag, dem die Fusionist*innen entfliehen wollen, zeigt sich geprägt von Attributen neoliberaler Ideologie, wie Leistungsdruck, Rationalität, Entkörperlichung sowie Entfremdung (Kirchner 2011, S. 85). Entsprechend erscheint die Flucht vor Alltag als Flucht vor dem Neoliberalismus und dem eigenen Subjekt. Im Gegensatz zum Tomorrowland, bei dem sich die Subjekte singularisieren, steht das Aufgehen in der Gemeinschaft der Fusion und das Spiel mit Subjektivierung und Identität im Mittelpunkt. Fusionist*innen können für einige Tage die Person sein, die sie eigentlich sind, aber im Alltag unterdrücken müssen. Begünstigt wird dies durch die Koproduktion bzw. das Prosuming, welches die Gäste aus der Rolle der Konsumenten entlässt, die sie im Alltag innehaben. Ein anderes

Beispiel betrifft die Fusionella¹⁷⁰, die es Frauen ermöglicht, im Stehen zu urinieren. Dies ist sowohl ein Akt der Gleichstellung als auch eine Erfahrung, die Frauen im Alltag verwehrt bleibt. Das Festival erscheint als eine „temporäre autonome Zone“ (Bey 1994), in der kurzzeitig die Regeln der Herrschaft durch die der Fusion und des Kulturkosmos ersetzt werden. Der spielerische Umgang mit Dingen der Herrschaft stellt eine Profanierung dar.

„’Profanierung’ bedeutet, die Dinge, die den Göttern gehörten und dadurch dem menschlichen Gebrauch entzogen waren, wieder dem freien Gebrauch der Menschen zurückzugeben.“ (Han 2014, S. 73)

Die Fusion führt dabei Dinge dem Spiel zu, die für andere Festivals und ihre Organisatoren sakrosankt sind und einen Wertekonflikt darstellen würden. An erster Stelle steht das Festival selbst, das einem Spiel gleicht, wenn auch einem ernstem. Es entzieht sich der wirtschaftlichen Wertschöpfung, da es von einem Verein betrieben wird. Die Fusion profaniert das Gelände, welches vormals ein Militärflughafen war, und verwandelt es in einen Abenteuerspielplatz für Erwachsene – und ggf. deren Kinder (Kirchner 2011, S. 63).

Als Selbsttechnologie kann die Fusion ggf. animieren, in Vergessenheit geratene oder andere Praktiken in den Alltag zu reintegrieren. Die Sorge um sich selbst beinhaltet daher zu einem großen Maße auch die Sorge um andere und die Umwelt. Fusionist*innen fallen durch Hilfsbereitschaft und gegenseitige Rücksichtnahme auf (vgl. ebd., S. 81). Die Fusion erscheint als temporäre Heterotopie (ebd., S. 112f.). In ihr realisiert sich für einige Tage das Ideal einer anderen Gesellschaft. Für Menschen mit Behinderung wurden barrierefreie Wege und Unterbringungsmöglichkeiten geschaffen. Das Festival öffnet seine Pforten auch für Menschen aus der Umgebung, die sich einen persönlichen Eindruck verschaffen wollen. Das Ideal einer anderen Gesellschaft findet auch Ausdruck im Fleischverzicht. Die Heterotopie der Fusion ist eine nicht-revolutionäre Form sozialen Wandels und damit neo-anarchistisch. Das Festival ähnelt einer Affinitätsgruppe, welche die Basiseinheit gegenwärtigen Anarchismus ist (Janicka 2017, S. 171f.). In ihr ist es möglich, „to enact a society that one wishes to live in rather to wait for a revolution to happen“ (ebd., S. 171). Neo-Anarchismus ist gekennzeichnet durch langsame soziale Transformation. In ihm kommt es nicht zum Bruch, sondern zur Ansteckung durch Wandel (ebd., S. 172). Das widerständige Potenzial der Fusion gegenüber der neoliberalen Kapitalismusgesellschaft sickert auf diese Weise langsam in den Alltag ein. Menschen stürmen zwar nicht zu den Barrikaden, dafür hat sich aber ihr Denken und Blick auf die Gesellschaft verändert. Das Festival soll nachwirken und trotz der Selbstdefinition mehr als ein Urlaub vom Alltag sein:

„Aber wir wollen hier deutlich sagen, dass die politische Relevanz der Fusion als Melting-Pot linker Utopien sich nicht daran misst, wie wir für fünf Tage in einer Parallelgesellschaft an unseren Utopien basteln und gemeinsam abfeiern. Sondern darin, wie wir außerhalb der Fusion unseren Arsch hoch bekommen und uns gegen den zunehmenden Wahnsinn auflehnen, den Widerstand organisieren, um den drohenden Albtraum abzuwenden!“ (Kulturkosmos 2019)

Askese und Erfahrungen abseits des neoliberalen Regimes wirken sich auf die mentalen Ökologien gleichermaßen aus wie die Diversität in der sozialen Ökologie der Fusion. Die sozialen Relationen basieren auf Solidarität und Selbstbestimmung und sollen auch außerhalb des Festivals gelebt werden. Dies umfasst ebenfalls die Solidarität mit der Natur statt ihrer Ausbeutung. Achtsamkeit gegenüber der Ökologie des Festivalgeländes oder präsentierte Umweltschutzkonzepte

¹⁷⁰ Urinierhilfe für Frauen, um im Stehen zu urinieren.

sollen in den Alltag getragen werden. Freiheit sowie individuelle und kollektive Selbstbestimmung können erfahren werden. Die Gäste können fast alles machen, was sie wollen, sonst aber reglementiert oder verboten ist. Sie werden gleichberechtigt behandelt. Die mentalen Ökologien erfahren auf der Fusion die Möglichkeiten eines anderen inneren, sozialen und ökologischen Lebens. Die Veränderung des Denkens und Handelns kann die sozialen Relationen und den Umgang mit der Natur wandeln. Vielleicht war dies ein Grund, dass sich die Region im Streit um die Anwesenheit der Polizei auf dem Gelände mit der Fusion solidarisierte. Das Festival als soziale Relation hat seine direkte Umwelt – die Region – in ihrem Sinn beeinflusst.

12 Sonische Ökonomie

*„Hier geht es um Musik, auch wenn dir das nicht liegt.
Und wenn der Sound mir so gefällt, dann geht es nicht um Geld.“*

Andrea Dorau „So ist das nun mal“ (1997)

*“Ich hab‘ ‘ne super Idee, Alter, voll der Kracher, das wird lustig,
aber – Geld gibt’s natürlich erst mal keins.“*

„Klar, das wusst’ ich“

Schnuffel das total süße Eichhörnchen „Wichtig“ (2008)

*„Ich bin reich, ich bin reich, ich bin reich, ich bin reich,
ich bin reich, ich bin reich, ich bin reich, ich bin reich.“*

Money Boy „Ich bin Rich“ (2018)

Dieses Kapitel fokussiert das Wirtschaften und damit verbundenes Werte-Schöpfen der Sonic Bodies und Gemeinschaften der Technokultur. Das Erkenntnisinteresse besteht in der Offenlegung der wirtschaftlichen Prozesse, die in diversen Punkten von traditionellen Verständnissen des Wirtschaftens in Medienindustrien abweichen. Die Perspektive changiert zwischen Makro- und Mikro-Ebene. Einerseits werden Industrie und Märkte, andererseits Culturepreneure und Organisationen behandelt. In Bezug auf Industrie und Märkte werden deren Strukturen, Merkmale und Dynamiken thematisiert. Sie bilden den Handlungsrahmen des Wirtschaftens. Bei den unternehmenden Sonic Bodies konzentriert sich die Betrachtung auf deren „Existenzbasteln“ (Hitzler 2001) und Handeln in der Technomusikwirtschaft. Dabei wird der Fokus auf spielerisches, taktisches und strategisches Handeln (de Certeau 1988) gelegt. Existenzbasteln und Handeln sind im hohen Maße von unterschiedlichen Werten und Wertpriorisierungen geleitet. Dem wirtschaftenden Handeln unterliegen zwei unterschiedliche Logiken, die aus der Feldposition und Bewegungen im Feld resultieren.

12.1 Industrie

Die Musikwirtschaft der Technokultur unterscheidet sich in diversen Punkten von der kulturindustriell operierenden Majormusikindustrie. Ein signifikanter Unterschied betrifft die Spezifik der Dienstleistungen und Waren, die in einigen Aspekten von herkömmlicher Popmusik abweichen. Techno kommt meist ohne Stimme aus. Musiker*innen verschleiern ihre Identitäten und verweigern sich üblichen Marketingkonzepten der Musikindustrie (Sicko 2010, S. 5). Der Tonträgermarkt richtet sich mehrheitlich an eine Spezialkundschaft: DJs.

Die Technomusikwirtschaft zeichnet sich als eine Selbstständigenkultur aus (vgl. Lange 2007; Diaz-Bone 2010, S. 352; Schwanhäüßer 2010; Kühn 2017), in der Sonic Bodies unterschiedliche unternehmerische Ausrichtungen verfolgen. Neben Herstellung, Vertrieb und Veranstaltungswesen zählen u. a. kleine Unternehmen für Mode, Wellness oder Getränkedienstleistungen hierzu (Schwanhäüßer 2010, S. 125f.). Die Musikwirtschaft ist durch die Vermischung von Beruf und Privatem bzw. Vermischung unterschiedlicher Werte charakterisiert. Anstelle eines rational abwägenden Homo oeconomicus tritt die Logik des Neo-Tribalismus, in dem affektive Ansteckungen, Solidarität und Verflüssigungen zentral sind (Maffesoli 1996). Dadurch kommt es innerhalb

der Musikwirtschaft zu unterschiedlichen temporären oder langfristigen Zusammenschlüssen und Vernetzungen.

Die Technomusikwirtschaft ist dadurch charakterisiert, dass in gewissen Feldabschnitten der „Underground“ als Modus operandi fungiert. Dieser hilft, sich vor unerwünschten Einflüssen und Entwicklungen abzuschirmen, die der Erlebnisrationalität zuwiderlaufen (Kühn 2017, S. 192ff.). Daher sind Distinktionen sowie Unabhängigkeit in der Technowirtschaft signifikant. Obwohl die Musikwirtschaft der Technokultur in diversen Aspekten subkulturellen Prinzipien folgt, operiert ein Teil nach den herkömmlichen kulturindustriellen Prinzipien. Es kommt zur Vernetzung zwischen Musiker*innen sowie Labels der Technokultur, Majors und andere Industrieunternehmen. Sonic Bodies greifen auch auf erprobte Instrumente der Tonträgerwirtschaft zurück, um die Musik zu bewerben (vgl. Garnier/Brun-Lambert 2005, S. 124ff.). Gewinne, die mit Techno erzielt werden können, provozierten in der Vergangenheit die (Aus)Nutzung von Macht durch die Majors (vgl. Kapitel Sonische Kultur und Transitionen).

12.1.1 Industriestruktur

Bei der Analyse der Industriestruktur von Techno stehen als Schwerpunkte die Strukturmerkmale, Verteilung, Vernetzung, Machtstrukturen und Wandel im Fokus. Die Technomusikwirtschaft ähnelt der Form der Kreativwirtschaft, in welcher unzählige kleine und in Konkurrenz zu einander stehende Firmen unterschiedliche Produkte auf den Markt bringen (Peterson/Anand 2004, S. 316).

Dirk: „Wenn ich die Wertschöpfungskette von der Musikindustrie nehme, dann wird die eins zu eins abgebildet. Ich habe einen Künstler, ich habe das Label, das herstellt und vervielfältigt, ich habe den Vertrieb, der das an den Kunden bringt, ich habe den Werbemarkt. Die Strukturen sind intakt und funktionieren auch ganz genauso wie beim Major.“ (DMA 1:38:05 - 1.38:34)

Auffälligstes Strukturmerkmal sind Parallelen in den Wertschöpfungsbereichen zwischen Technomusikwirtschaft und Major-Plattenfirmen. Sie unterscheiden sich aber in qualitativer Natur. Die Technomusikwirtschaft zeichnet sich durch niedrigere Einstiegsbarrieren aus. Sie deckt fast alle der sechs Wirtschaftsbereiche der Musikwirtschaft ab (Kromer 2008, S. 27). Auch lassen sich Entwicklungen der Gesamtmusikindustrie in ihr aufzeigen, wie etwa die gewachsene Bedeutung von Lizenzierungen (Wikström 2013), allerdings unter anderen Voraussetzungen und Ergebnissen. Techno verfügt über urheberrechtlich geschützte Musiker*innen, Labels, Verlage, Vertriebe, Live-Entertainment, aber bspw. keine eigenen Presswerke¹⁷¹. Bei den Begleitindustrien ist sie weniger autonom und breit aufgestellt. Zu ihren besonderen Merkmalen gehören die eigenen Musikvertriebe wie Diamond & Pearls, Kompakt oder wordandsound.

Techno verfügt über eine geringere Reichweite und eingeschränkte wirtschaftliche Möglichkeiten. Es besteht zwischen den Wertschöpfungsbereichen ein Unterschied bei den Endkund*innen, die sich in der Technokultur aus konsumierenden und produzierenden Kund*innen und den Orten der Werte-Schöpfung zusammensetzt. Zwar ähneln sich die Wertschöpfungsbereiche der Major-musikindustrie und der Technokultur, sie unterscheiden sich aber in ihren dahinter liegenden Märkten. Während Werte im Feld der Massenproduktion im Handel geschöpft werden, findet

¹⁷¹ Einige Sonic Bodies der Kölner Szene lassen daher beim französischen Medienhersteller und -vervielfältiger MPO pressen, der eine Dependence in der Stadt unterhält. Die eigentliche Pressung findet allerdings in Frankreich statt.

dies in der Technomusikwirtschaft bei Veranstaltungen statt, in denen der Auftritt die zentrale Produktionseinheit ist (Bürkner/Lange 2010). Diese weisen unterschiedliche Grade der Formalisierung auf, wie illegale Partys oder etablierte Clubs. Produktion findet in teils ephemeren Netzwerken statt.

Die Technomusikwirtschaft besteht in der Masse aus kleinen Firmen, die zwar wirtschaftlich in Konkurrenz zu einander stehen, aber keiner ausgeprägten Wettbewerbslogik folgen. Stattdessen kommt es aufgrund der neo-tribalen Basis der Gemeinschaften zu Solidarisierungen und zum Nomadisieren. Die Verteilung der Sonic Bodies und Organisationen innerhalb der Industriestruktur Techno legt unterschiedliche Hierarchien offen. Auf den ersten Blick erscheint sie in zwei komplementäre Bereiche unterteilt. Da wären einerseits die „Großen“ (MSCHA 2:03:10), „Marktführerlabels“ (GAA 1:45:07-08) und „Top 50-DJs“ (MSCHA 21:25), andererseits die „kleinen Labels“ (DMA 47:41-42) und „Hobbylabels“ (PHA 54:07-08). Die Anzahl an solchen „Großen“, die unterschiedliche Positionen innehaben, wurde mit 20 bis 30 beziffert. Begriffe wie Top 50-DJs oder Top Ten-Labels sollten nicht wörtlich verstanden werden (Abbildung 35).

Der zweite Blick lässt die Verteilung in der Technokultur differenzierter und vielschichtiger erscheinen. Wie das Technofeld ist die Industriestruktur in drei Abschnitte unterteilt. Während der untere Abschnitt von Abhängigkeit gekennzeichnet ist, verfügt der mittlere zum Teil über eine eigene Vertriebsstruktur. Der obere Abschnitt besitzt eine eigene Vertriebsstruktur oder greift auf die von Majors zurück. Die Bereiche sind in sich abermals hierarchisch gegliedert. In Folge ist die Industriestruktur in fließenden Übergängen in kapitalstarke und -schwache sowie subkulturell-kapitalstarke und -schwache Organisationen unterteilt. Entsprechend der Kapitalzusammensetzung nehmen sie verschiedene Positionen ein. Auf Seiten der „Großen“ sind Labels und Musiker*innen zu finden, die sowohl eine heteronome als auch autonome Orientierung aufweisen. Gleichzeitig verfügen diese über ein unterschiedliches Maß an relevanten Kapitalarten. Neben Clubs, Partys und Festivals mit einer Kulturorientierung existieren massenproduktionsorientierte Varianten, die im Überschneidungsbereich operieren oder dem Feld der Massenproduktion entstammen. Ein ähnliches Bild zeigt sich bei Vertrieben, Music Stores und Clubs. Es existieren Vertriebe divergierender Größe, die sich exklusiv auf den Vertrieb konzentrieren, während andere als Teil eines Labelkonglomerats betrieben werden. Einige Vertriebe verfügen über eine stärkere heteronome Gewinnorientierung und bieten Musik aus verschiedenen und kommerziellen Genres an. Andere verfolgen stärker eine asketische Orientierung und beschränken ihr stilistisches Angebot. Dasselbe lässt sich hinsichtlich der Top-DJs feststellen, die ebenfalls untereinander eine Hierarchie bilden, die durch die Orientierungen strukturiert werden.

Auf Seiten der ‚Kleinen‘ und ‚Mittleren‘ lassen sich ähnliche Hierarchien identifizieren. Zu diesem Bereich gehören Hobby-Labels, „Autorenlabels“ (DMA 1:02:09-10), Selbstvermarkterlabels, lokale Musiker*innen und Privatveranstalter*innen. Da in diesem Segment der Technokultur die Askeseorientierung bestimmender ist, fallen die Organisationen stärker durch dezidierte kulturelle Praktiken auf. Dazu zählen bspw. Labels, die ausschließlich Vinyl vertreiben, oder Veranstalter*innen, die exklusiv illegale Praktiken verfolgen. Dennoch gibt es in diesem Kulturabschnitt Sonic Bodies und Organisationen, die eine heteronome Gewinnorientierung verfolgen, aber nicht die Erfolge vorweisen können, um im Feld aufzusteigen.

Anstelle einer Industrie existieren verschiedene industrielle Konfigurationen. Die Industriestruktur erscheint eher als offenes System, in welchem Sonic Bodies und Organisationen verschiedene Handlungsorientierungen gemäß ihrer Wertpriorisierungen verfolgen.

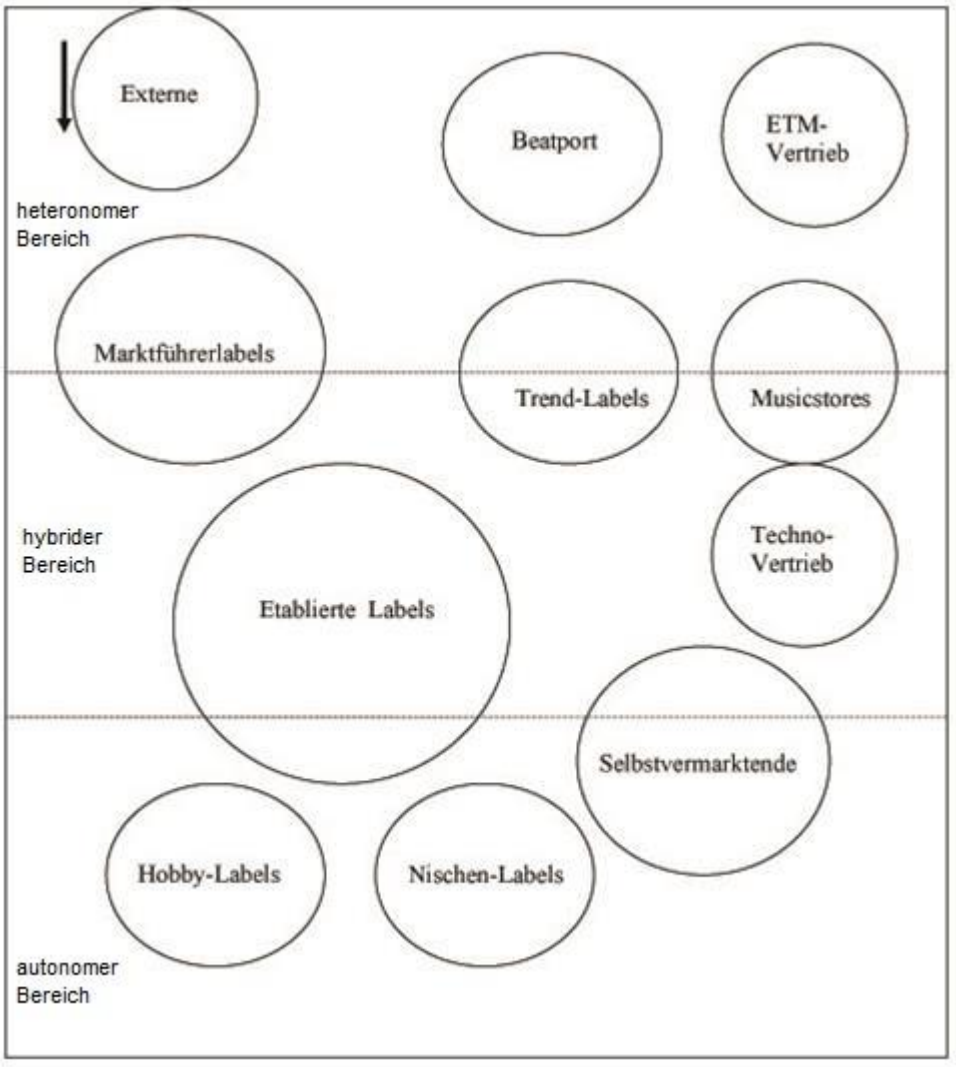


Abbildung 35: Industriestruktur und Organisationen im Technofeld

Die Industriestruktur der Technokultur ist von interner und externer Vernetzung geprägt. Diese findet unter Organisationen und Sonic Bodies mit unterschiedlichen Feldpositionen und teils aus anderen Feldern statt. Auf der einen Seite ist Vernetzung für kulturelle Produktion im Allgemeinen, aber insbesondere für die Musikwirtschaft charakteristisch (Paulus/Winter 2014, S. 135; vgl. Winter 2012). Sie ist auf der anderen Seite das symbolische künstlerische Kapital (Diaz-Bone 2010, S. 339) bzw. der zentrale Wert für zukünftige Werte-Schöpfung (Paulus/Winter 2014). Die Technokultur erscheint als ein Gebilde, das sich aus zahlreichen Organisationen zusammensetzt, die untereinander und über Hubs miteinander vernetzt sind. Gemäß ihrem vorhandenen Kapital und soziokulturellen Kapitalia bilden diese die Hierarchien ab und Allianzen untereinander aus.

Gunnar: „Wenn hierarchisch meint, dass es gewisse Labels gibt, die aufgrund ihrer Größe, aufgrund ihrer Kontakte auch fest im Sattel sitzen oder gewisse Möglichkeiten haben, die andere Labels nicht haben, dann gibt es eine Hierarchie. Man muss ja nur schauen, wenn man sich die vermeintlich wichtigen Clubs anschaut Watergate oder Berghain oder Weekend, welche Labels dort sozusagen immer platziert sind, die sich sozusagen über die Jahre hinweg, aber eben auch durch Kontakte festgesetzt haben und natürlich haben die andere Möglichkeiten und sind vielleicht auch tonangebend, wenn man das so sagen kann.“ (GLA 1:26:53 - 1:27:42)

Bei der internen Vernetzung bilden sich Netzwerke, die auf Gemeinsamkeiten und taktischen Erwägungen beruhen. Kooperationen unter den Organisationen und Sonic Bodies zeugen von einem hohen Maß an Kodependenz, die neben der Realisierung der Produktionen durch den Kampf um Aufmerksamkeit motiviert wird. Kooperationen versprechen Aufmerksamkeitszuwächse in den verschiedenen Netzwerken. Externe feldübergreifende Vernetzung findet sowohl zwischen unterschiedlichen Musikkulturen autonomer Produktion als auch zwischen dem temporellen Feld statt. Unter den Feldern autonomer Produktion sind Kooperationen mit oder unter Vertrieben vorzufinden.

Peta: „Das [Beliefern von Handelsketten] machen wir über Rough Trade¹⁷², weil der Aufwand, die zu beliefern, ist einfach wahnsinnig groß. Du brauchst in der Regel Handelsvertreter. Wenn du an Amazon liefern willst, müssen die dich erstmal als Lieferanten akzeptieren, was mittlerweile, glaube ich, auch für eine Firma in unserer Größe gar nicht mehr möglich ist. Insofern sind wir einfach darauf angewiesen und machen das auch so ein bisschen aus einer vielleicht gewissen Bequemlichkeit, dass man halt einfach auch so klein bleiben kann, aber trotzdem diese Ketten beliefern kann, dass wir das über Rough Trade abwickeln lassen. Also in Deutschland tun wir quasi so, als wären wir kein Vertrieb und geben Rough Trade unsere Sachen, die das an die Ketten und Amazon weiterliefern, während wir in Deutschland eigentlich nur die Indie-Shops beliefern. Weltweit beliefern wir natürlich in der Regel Vertriebe, die sich dann in dem jeweiligen Land darum kümmern, dass das an die Shops geht.“ (PHA 29:44 - 30:59)

Auf diese und andere Weise kommt es zwischen Organisationen der Technokultur und der Massenproduktionen zu feldübergreifender Vernetzung. Die meisten Sonic Bodies der Studie unterhielten keine Verbindung zu Majorplattenfirmen. Als Erklärung führen einige ihre eigene Irrelevanz oder die der Technokultur für den Markt der Massenproduktion an. Bei den Labels, die mit Majors vernetzt sind, realisiert sich dies in Form von Lizenzierungen für Compilations. Dabei werden Tracks für Kompilationen oder Studio-DJ-Sets von anderen Labels lizenziert. Im Rahmen der Studie sind dies diejenigen mit großem subkulturellem Popularitätskapital. Vernetzung zu Majors steht in Abhängigkeit zur Position der jeweiligen Labels. Je mehr sich diese dem Feld der Massenproduktion oder dem Bereich der Gewinnorientierung nähern, umso eher kommt es zu Vernetzungen. Diese können strukturellen Problemen der Organisationen geschuldet sein, die aus der Position resultieren, etwa in dem Fall, wenn Labels die Arbeiten nicht mehr per DIY oder kulturintern gelöst bekommen (Hesmondhalgh 1999).

Gunnar: „Deswegen arbeiten Independent-Labels ja dann auch mit Majorlabels zusammen, weil sie da an ihre Grenzen stoßen, weil sie genau wissen, okay, hier komme ich mit meinen Strukturen nicht weiter und ich benötige sozusagen die Hilfe von dem Majorlabel.“ (GLA 2:04:32 - 2:04:46)

Die beschriebene Hilfe kann sich in Form von Kooperationen im Vertrieb manifestieren bspw. bei internationalen Hits. Indie-Vertriebe sind oft nicht imstande, in sämtlichen relevanten Märkten große Handelsketten zu beliefern, um ein Publikum mit heteronomer Orientierung zu erreichen. An dieser Stelle springen Majorvertriebe ein und beliefern die Märkte.

Im Vergleich zu den 1990er Jahren besteht insgesamt ein geringeres Interesse seitens der Majors an der Technokultur. Waren die Verflechtungen der Technotonträgerwirtschaft mit Technolabels in den 1990er Jahren noch sehr ausgeprägt, so haben sich diese marginalisiert. Als Erklärung wurde ein Bedeutungsverlust von Techno als Jugendkultur angeführt, die weniger im Interesse

¹⁷² Ein großes Indie-Label und unabhängiger Vertrieb.

der A&Rs von Majors steht, die auf entsprechende Käufer*innen abzielen. Dass ein Bedarf an elektronischer Tanzmusik für ein junges Publikum gegeben ist, zeigt sich am Aufkommen und Bedeutung von sog. EDM. Da sich Techno stilistisch von den mit EDM assoziierten Genres unterscheidet, wird das Angebot, welches die Technokultur offeriert, anscheinend nicht den Bedürfnissen der jungen Generationen gerecht. Aufgrund des Verlusts an Anziehungskraft ist es heutzutage für Majors ein typisches Vorgehen, erfolgreiche Musiker*innen der Technokultur einem größeren Publikum zugänglich zu machen, nicht aber das Genre.

Als Instrument der und weiterer Form der Vernetzung dienen Remixaufträge an Produzent*innen aus der Technokultur für Veröffentlichungen von Majormusiker*innen. Eine andere Form sind Lizenzierungen für Filme, Werbespots oder Games. Besonders der Bereich der Computerspiele hat sich in den letzten Jahren innerhalb der Medienindustrien signifikant vergrößert. Spielehersteller wurden in diesem Zusammenhang auch als „Major“ (PHA 1:26:36-1:26:40) bezeichnet. Vernetzungen zu Organisationen aus Feldern der Massenproduktion können noch in Form von Sponsoring realisiert werden. Dies betrifft sowohl den Veranstaltungsbereich als auch die Tonträgerwirtschaft der Technokultur. Prominent zeigt sich dies an der Firma Red Bull, die seit längerer Zeit als Sponsor in Erscheinung tritt, indem sie Veranstaltungen finanziert oder Clubs mit kleinen Kühlschränken für die DJs versieht. Während Partys für Getränkehersteller und Hersteller anderer Lifestyleprodukte attraktiv sind, erfuhren Labels und Musiker*innen Unterstützung durch die Telekom und deren Magazin Electronic Beats.

Unabhängig von der jeweiligen Position können interne wie externe Dynamiken Bewegungen innerhalb der Technokultur auslösen. Musiker*innen und Labels, die bspw. von einem Hype profitieren, steigen zunächst im Feld auf, büßen aber beim Übertritt der subkulturellen Schwelle und nach dem Abflachen des Hypes ihre Position ein. Star-DJs können im Laufe der Zeit an Relevanz verlieren oder die subkulturelle Schwelle überschreiten, während Newcomer*innen ihre Plätze einnehmen. Ähnliches gilt für externe Dynamiken wie den Digital Turn. Während einige Sonic Bodies und Organisationen dessen Bedeutung frühzeitig erkannten und dadurch aufstiegen, verloren andere, die erst später den Wechsel in die digitale Welt vollzogen haben, ihre Position.

Michael: „Wir waren ja Hype als Label; also sehr groß und Label des Jahres oder zumindest in den Top5 in den Magazinen und wirklich wahnsinnige Verkaufszahlen gehabt. Und dann haben wir dieses Social Media ein bisschen verpasst, beziehungsweise nicht ernst genommen. Und wir haben das Geld, was wir verdient haben, nicht in Werbung investiert und in Promotion. Das wäre eigentlich das gewesen, was wir hätten machen müssen.“ (MSCHA 30:25 - 30:54)

12.1.2 Machtstrukturen

Wolfgang: „Natürlich gibt es wie überall sonst auch gewisse Machtstrukturen. Ich würde aber sagen, dass in der Technomusikwirtschaft die künstlerische Freiheit und die geschäftlichen Auswahlmöglichkeiten immer noch besser sind als bei großen Industrielabels.“ (schriftlich)

Zwar wurden die *Machtstrukturen* in der Technomusikwirtschaft besonders unter den Labels als unausgeprägt beschrieben. Dennoch wird vor allem horizontale Marktmacht sowohl im Bereich der Tonträgerwirtschaft als auch des Veranstaltungswesens mal mehr, mal weniger aggressiv ausgespielt. Professionell arbeitende Labels mit hoher Position sind eher imstande, Trends zu kopieren und zu verbreiten. Sie erweisen sich als dessen Nutznießer, da sie aufgrund von Kapitalmacht professioneller in Arbeitsteilung agieren und Trends in den Markt bringen können. Aus

ihrer gehobenen Position heraus sind solche Labels imstande, Forderungen an Vertriebe, Music Stores oder Clubs zu stellen und mit Geschäftsabbruch zu drohen. Diese sind in der Lage, sich neue Einnahmekanäle, wie Merchandising oder Lizenzierungen, zu erschließen. Eine weitere Form der Nutzung von Macht besteht in der Bevorzugung sozialkapitalstarker und mit dem Label assoziierter Musiker*innen gegenüber Newcomer*innen.

Die Macht der Vertriebe liegt in ihrer Funktion als Gatekeeper begründet, die Labels den Zugang zum Markt versperren können. Die Aufnahme in das Portfolio ist deswegen erstrebenswert. Wie Labels verfügen die subkulturkapitalstarken Vertriebe über eine größere Reichweite in punkto Aufmerksamkeit und Verteilermärkte.

Dirk: „Also wenn der Vertrieb das Label ist, dann ist das Label der Künstler. Du musst dann auch gucken, dass du bei einem der drei großen Labels unterkommst, was wir Gott sei Dank geschafft haben.“ (DMA 1:01:04 - 1:01:15)

Subdivisions von Majors oder Minors nutzen ihre Machtstellung aus, um Musiker*innen an sich zu binden. Mittel zum Zweck sind Künstlerverträge, die wenig bis gar keine Vorteile für die Produzent*innen bieten. Hinsichtlich der Nutzung von Macht wurden Music Stores und insbesondere Beatport hervorgehoben. Da dieser der derzeit bekannteste und meist frequentierte Music Store ist, verfügt er über eine besondere Machtstellung. Beatport hat mit Exklusivverträgen renommierte Labels an sich gebunden, womit anderen Music Stores nur die Konzentration auf asketische Themen oder den Backkatalog von Majors verbleibt. Den Labels werden einerseits Einstiegs-, andererseits Umsatzmaßstäbe auferlegt. Ein Label muss bspw. zuerst über einen anderen Music Store vertrieben werden, bevor Beatport dieses aufnimmt. Labels müssen pro Quartal einen Mindestumsatz erwirtschaften, da sie ansonsten von der Plattform genommen werden.

Die Sorge vor Monopol- und Machtstellung von Beatport innerhalb der Technokultur wuchs mit der Übernahme der Firma durch das amerikanische Unterhaltungskonglomerat SFX Entertainment (Gottfried 2013), jetzt LiveStyle. Der Eintritt dieses Unternehmens und anderer Investoren, wie etwa im Fall von DJTunes dem MP3-Mitentwickler Karlheinz Brandenburg, den High-Tech Gründerfonds (Deutsche Startups o. J.) und der Beteiligungsmanagement Thüringen GmbH (Hüsing 2008), in die Techno- und EDM-Musikwirtschaft manifestierte eine Entwicklung, die sich mit dem Aufkommen von Technikanbietern, wie Apple, anbahnte. Insbesondere bei Investoren besteht die Gefahr zu starker inhaltlicher Einflussnahme auf ein Musikportal. Im Zuge des Digital Turn gewannen Music Stores als Marktplätze an Bedeutung, die die Plattenläden marginalisierten, und dadurch ihre Hegemonialstellung in der Technotonträgerwirtschaft festigten.

Peta: „Die [Beatport] haben immense Möglichkeiten, da auch ihre Macht auszuspielen. Wenn von heute auf morgen die Beatport-Verkäufe wegbrechen würden, dann hätte man schon ein Problem. Und wenn Beatport jetzt daher gehen würde und sagt: ‚Ich hätte gerne statt 40% der Einnahmen, hätte ich jetzt gerne 50% oder 60% und jeder, der nicht zustimmt, fliegt raus.‘ Also dann glaube ich schon, dass das Viele trotzdem mitmachen würden und da wäre ja natürlich auch sehr viel Macht im Spiel, die da benutzt wird. Ein anderes Beispiel ist iTunes. Da wird es wohl bald soweit sein, dass die auch Streaming anbieten und ich glaube, dass die da nicht großartig fragen, wer da mitmachen möchte. Ich glaube eher, dass die sagen: ‚So, und wer jetzt nicht mitmacht, der ist auch bei iTunes raus. Und zwar nicht nur für Streaming sondern auch für die Downloads.‘ Und das kann sich eigentlich keiner leisten.“ (PHA 1:16:59 - 1:17:59)

Da die Sicherheit des Onlinehandels durch Zertifizierungen bestätigt werden muss, führte dies zu einem wachsenden Einfluss von Finanzunternehmen und Zertifikat-Händlern. Andere externe Organisationen in Machtpositionen entstammen dem Bereich der Technikanbieter oder Social

Media-Unternehmen. Aus wirtschaftlicher Perspektive verfügen Torrent-, Filesharing- und Filehostinganbieter über ein signifikantes Machtpotenzial, um sich negativ auf den Markt und die zugrunde liegende Industriestruktur von Techno auszuwirken. Facebook wurde auch eine besondere Machtstellung zugesprochen, die im Zusammenhang mit dessen Funktion als Werbeplattform steht und für die Kommunikationspolitik der Organisationen wichtig ist. Zum einen hat diese Plattform die Promotion großteils monopolisiert, zum anderen zunehmend monetarisiert.

12.1.3 Industriewandel

Im Vergleich zu der frühen Technokultur hat sich deren Musikwirtschaft im Zuge ihrer Entwicklung zunehmend kommerzialisiert (vgl. Hitzler 2001; Kirschner et al. 2014). So waren etwa zur damaligen Zeit nur wenige Musiker*innen bei der GEMA angemeldet. Produzent*innen professionalisierten ihr musikalisches sowie unternehmerisches Handeln.

Michael: „Ich kann Dir versichern, dass jeder, der da oben ist, ein genauso guter Businessman wie Musiker ist. Das heißt, du musst eigentlich beide Talente voll da haben, ja. Am besten Toningenieur, der auch VWL studiert hat oder BWL.“ (MSCHA 31:00 - 31:13)

Die Bedeutung einer Toningenieurausbildung für das Musicking konnte in dieser Studie identifiziert werden. In Bezug auf die Labelmacher*innen und Veranstalter*innen konnten auch Professionalisierungen festgestellt werden. Einige besitzen eine formelle Ausbildung als Medienkaufmann oder Webmanager.

Den stärksten Wandel erfuhr die Industriestruktur von Techno durch den Digital Turn. Zwei markante Folgen sind das Erscheinen des Digitalhandels, die Demokratisierung oder Liberalisierung sowie tendenzielle Entwertung der Musikproduktion und -distribution. Das Wachstum des Digitalhandels zeigt sich vorrangig an einem an Zuwachs an Digitallabels und Music Stores.

Lars: „Es ist mittlerweile so einfach geworden, ein Label zu haben. Hast Du ein Label? [Autor verneint] Du könntest sofort eins haben, wenn du wolltest. Du beantragst so einen Labelcode, das kostet 20 Euro, 50 Euro, und bist von heute auf morgen Inhaber deines eigenen Labels. Und jeden Tag, wenn du mal auf Beatport oder iTunes oder Amazon guckst, schießen tausende von neuen Labels aus dem Boden, habe ich das Gefühl.“ (LLA 53:40 - 54:12)

Das Labelwachstum ist auf die niedrigen Markteinstiegsbarrieren im digitalen Musikverkauf zurückzuführen. Im Gegensatz zu analog vertreibenden Plattenfirmen fallen bei Digitallabels gewisse Produktionsabläufe und daraus resultierende Produktions- und Transaktionskosten weg. Der Wegfall des Pressungsprozesses hat den Ausfall der Produktionskosten für die Pressung und Abwicklungskosten für den Transport zur Folge. Anfallende Kosten für ein Digitallabel sind relativ gering und setzen sich aus den Ausgaben für Webspace, ggf. Mastering und Artwork zusammen. Allerdings können sie auf die beiden letztgenannten Posten verzichten oder diese per DIY umsetzen. Der Wegfall der Pressung hat eine Beschleunigung der Produktionsprozesse und Verkürzung der Veröffentlichungsabstände zur Folge gehabt. In Konsequenz ist der Digitalhandel von größerer Dynamik und Schnellebigkeit gekennzeichnet.

Massimo: „Ein Digitallabel hört sich ein Demo an und sagt: ‚Gefällt mir‘, tut das zur Seite, sagt dem Typ: ‚ja, wir machen das‘, lässt ein Cover machen oder nimmt ein Labelcover und in ein paar Wochen bringt man das raus. Platte ist ja ganz anders. Man entscheidet sich, man hört genau, wie es klingt, man lässt sich dann eine ungemasterte Version schicken, eine Platte muss gemastert werden, dann geht es zum Schnitt, dann wird die Musik in die Matrize geritzt und dann

wird eine Testpressung gemacht, gehört, wenn das okay kommt, werden sie gepresst, dann kommen sie an und dann fängt erst die Promotion an, dann wird ein Teil verschenkt und dann fängt erst mal der Verkauf an. In der Zeit unterscheidet es sich ganz groß. Digital kannst du innerhalb von Wochen anfertigen, das andere innerhalb von Monaten. Verkaufszahlen sind ganz anders.“ (MASA 39:41 - 41:06)

Die Beschleunigung der Produktionsprozesse im digitalen Handel hat zum einen zu einer Erhöhung des Ausstoßes an, zum anderen zu einer Verkürzung der Vorlaufzeiten für Veröffentlichungen geführt. Da der zeitintensive Pressungsprozess umgangen wird, bietet ein Digitallabel die Möglichkeit, Stücke, die den Sonic Bodies ein Anliegen sind, spontan und ohne Vorausplanung zu veröffentlichen.

Michael: Es ist einfach alles viel schneller, viel mehr Tempo und das kann ja auch sehr positiv sein. Wenn du halt jetzt was Gutes hast und möchtest, dass das rauskommt, und profitierst davon als Labelbesitzer oder Künstler, dann ist das natürlich schon sehr praktisch, dass du es sehr schnell an den Mann bringen kannst, während das bei Vinyl eben einfach drei Monate dauert und du fast verzweifelst. Vor allem bei so einem Album verzweifelt man erst richtig, wenn man so lange dran gearbeitet hat und, sagen wir mal, zwei, drei Monate im Studio war und dann muss man auf einmal sechs Monate warten, bis es rauskommt.“ (MSCHA 1:52:58 - 1:53:28)

Das Digitallabelwachstum und die Erhöhung des Ausstoßes an Techno haben zu einer größeren Konkurrenzsituation in der Technokultur geführt, vor allem im Kampf um Aufmerksamkeit. Die stetig zunehmende Zahl an Sonic Bodies, Labels und Veröffentlichungen verringert deren Sichtbarkeit im Markt. Interne und externe Music Stores sind wichtige Verkaufsportale geworden. Während Portale, wie iTunes, sich an den Markt der Massenproduktion wenden, hat die Technokultur mehrere Music Stores, die aus der Clubkultur heraus entstanden sind. Damit verfügte die Technokultur ab einem gewissen Zeitraum über die nötige digitale Infrastruktur, die den Digital Turn und den Wandel der Industriestruktur mit auslöste.

Die Demokratisierung der Produktion und Distribution von Techno präsentiert sich noch in anderen Formen, die Bestandteil des Wandels der Industriestruktur sind. Dessen Motoren sind digitale Produktions- und Aufführungstechnologien, die ein ergebnisorientiertes Produzieren ohne formales oder artisanales Vorwissen ermöglichen. Dies führte zu einem Zuwachs an Musiker*innen auf Seiten der Produktion und/oder auf Seiten der Aufführung. Eine Folge dieser Entwicklung ist eine Diskrepanz zwischen produzierenden Sonic Bodies und vertreibenden Organisationen. Dieses Ungleichgewicht hat zwei andere Entwicklungen angestoßen. Auf der einen Seite bieten Vertriebe oder Music Stores die Möglichkeit, die Musik von Amateur*innen, resp. labellosen Produzent*innen in das Portfolio aufzunehmen oder Vinyl on demand¹⁷³ herzustellen. Auf der anderen Seite hat diese Entwicklung ein Wachstum an Selbstvermarkter*innenlabels ausgelöst.

Markant sticht die zunehmende E-Commerce-Logik heraus, die das Gegenteil zu der selektiven und zeitintensiven Logik des Analogverkaufs darstellt, da im E-Commerce Erfolg über die Masse des Angebots und „Long Tail“-Effekte (Anderson 2007) erzielt wird. Die Bereitstellung eines großen Angebots kann eine Minderung qualitativer Maßstäbe zur Folge haben, weil sich Labels gezwungen sehen, zwischen künstlerischer Qualität und marktorientierter Quantität abzuwägen, da sie veröffentlichen müssen.

Die Technokultur verzeichnete einen Zuwachs an Labels, die als dezidiertes Hobby betrieben werden, womit sich der Druck für gewinnorientierte Labels nochmals erhöhte. Die Entwertung

¹⁷³ Web-Records.com bot bspw. Vinyl on demand an.

des Tonträgerverkaufs hat die Logik der Labels gewandelt, dass sie nunmehr ‚Bookinglabels‘ sind, die einen Teil ihrer Einnahmen aus dem Livesegment generieren. Vertriebe sahen sich gezwungen, ihre traditionellen Produkt- und Programmpolitiken um digitale Inhalte zu erweitern sowie ihre Strukturen und Distributionspolitik an den digitalen Markt anzupassen, um Einnahmen aus verschiedenen Quellen generieren zu können. Der Wandel hat zu größerer Unsicherheit beim wirtschaftlichen Handeln geführt.

Peta: „Wenn ich jetzt Rough Trade mal als Vertrieb sehe, die da immer auch ein bisschen schneller sind als wir, wir müssen uns vieles anders erschließen, die machen ihre Einnahmen über YouTube. Das heißt, die schalten Werbung auf YouTube, die einzelnen Labels haben ihre Videokanäle auf YouTube, da werden permanent Sachen hochgeladen, die Leute gucken sich das an, Rough Trade generiert die Einnahmen und schüttet einen Teil an die Labels aus und den anderen Teil behalten die. Da gibt es durchaus noch genug Möglichkeiten: man kann einen Verlag gründen, man kann ins Lizenzgeschäft einsteigen, es gibt, glaube ich, da viele Möglichkeiten, auch heute noch mitzumischen und andere Erwerbsquelle zu erschließen. Aber es ist nicht mehr so berechenbar. Wenn ich jetzt eine tolle Lizenz für einen Werbespot bekomme, dann ist das oftmals auch nur aus Zufall und damit kann ich nicht irgendwie planen und das konnte man früher als Vertrieb natürlich ganz gut. Ich habe zehn Releases die Woche, in der Regel verkaufen die so und so oft, also heißt das irgendwie, das hole ich in der Woche rein und das habe ich an Ausgaben. Das konnte man relativ einfach gegenüberstellen. Das ist schwieriger geworden. Es sind mehrere kleinere Baustellen, wo man das Geld quasi verdienen muss.“ (PHA 45:26 - 46:57)

Der Digital Turn war deshalb so folgenreich, da er zum einen den physischen Tonträgerverkauf marginalisierte und umdeutete, zum anderen diesen tendenziell entwertete. Im Digitalverkauf werden nicht dieselben Margen generiert wie im Analogverkauf. Vom Umsatz der Digitalverkäufe behält bspw. Beatport einen Anteil von derzeit 40%. Dadurch wurde den Sonic Bodies die maßgebliche Finanzgrundlage entzogen. Diese sahen sich mit der Situation konfrontiert, neue Einnahmekanäle erschließen zu müssen. Dabei sticht das Ausweichen auf das Veranstaltungswesen heraus. Die Maxi-Single erfuhr eine Umdeutung und fungiert als Liebhaber- oder Sammlerstück statt als Arbeitsmittel der DJs. Sie dient aufgrund des inhärenten subkulturellen Kapitals dieses Mediums als Visitenkarte oder Türöffner für Auftritte, welches von asketischer Kulturorientierung zeugt. Dies ist auf ihren jahrzehntelangen Status als grundlegendes Arbeitsmedium der Technokultur zurückzuführen. Entsprechend genießen diese Tonträger bei einigen ein hohes Ansehen. Sie agieren als Filter und Qualitätsmaßstab für den Verkauf digitaler Tonträger sowie als Werbung für das Albumformat. Der Digital Turn hat auch zu einem Bedeutungszuwachs des Albumformats geführt.

12.2 Märkte der Technokultur

Die Technokultur setzt sich auf den ersten Blick aus mehreren Märkten zusammen: Tonträger-, Lizenz-, Aufführungs- und Bookingmarkt. Ein Markt ist „ein performativer, verhandelbarer und dadurch unmittelbar sozialräumlicher Gegenstand“ (Lange/Mieg 2006, S. 229). Der zweite Blick offenbart den Aufmerksamkeitsmarkt, der den anderen unterliegt (vgl. Franck 1998). Aufmerksamkeit ist ein hohes Gut, welches in allen Feldabschnitten gehandelt wird und Partizipierende umfasst. Unabhängig von der jeweiligen Handlungsorientierung und angehäuften Kapitalarten sind Sonic Bodies und Organisationen auf sie angewiesen, um sowohl in ihren Feldabschnitten als auch dem Aufführungs-, Tonträger- oder Lizenzmarkt angemessene Ergebnisse zu erzielen. In den Märkten wirkt zusätzlich eine Bereicherungsökonomie (Boltanski/Esquerre 2018), die sich in den Warenformen der Standard-, Sammel-, Trend- und Anlageform, wobei letztere in der Sammelform aufgeht, manifestiert. Besonders die Trendform greift auf aufmerksamkeitsökonomische Mittel zurück, um Wahrnehmung auf sich zu vereinen.

12.2.1 Merkmale der Märkte

Der Aufmerksamkeitsmarkt stellt das verbindende Glied zwischen den einzelnen Märkten dar. Hohe Verkaufszahlen an Tonträgern generieren Aufmerksamkeit, die für Auftritte und Lizenzierungen produktiv gemacht werden. Eine höhere Stellung im Tonträgermarkt ermöglicht mehr Auftritte an renommierten Aufführungsorten mit höheren Gagen. Clubs und Partys sind primäre Instanzen der Werte-Schöpfung, da hier kollektiv der Wert der Musiker*innen, Musik und Party verhandelt wird (Bürkner/Lange 2010). Gleiches gilt in umgekehrter Weise für Auftritte in Clubs oder bei Festivals mit hohem subkulturellen oder kulturindustriellen Popularitätskapital, was sich positiv auf den Tonträgerverkauf als auch zukünftige Auftritte auswirkt. Deshalb ist die Produktion von Sichtbarkeit durch Promotion eines der wichtigsten Anliegen und eine zentrale Arbeitsaufgabe der Sonic Bodies und Organisationen. Hierbei sind insbesondere Social Media in den letzten Jahren äußerst relevant geworden.

Dirk: „Das ist halt ein zusammengebrochener Markt, der trotzdem noch am Leben gehalten wird, weil man es halt gerne macht. Und er hat natürlich einen Einfluss auf den Markt, den es da eben noch gibt und das ist der Eventmarkt.“ (DMA 1:37:12 - 1:37:26)

Techno bringt aufgrund seiner Industriestruktur die Marktsituation hervor, bei dem das Angebot die Nachfrage übersteigt. Dies gilt vor allem für den Tonträger-, aber in Bezug auf Berlin auch für den Aufführungsmarkt. Diese Situation hat sich durch den Digital Turn verschärft, da zunehmend Amateur*innen neben die etablierten Musiker*innen treten und mit diesen um Aufmerksamkeit, Auftritte und Labelzugänge konkurrieren. Da viele Amateur*innen ihre Produkte frei zur Verfügung stellen, findet keine materielle Wertschöpfung statt (Bürkner 2018). Die Dreiteilung des Felds schlägt sich im Markt nieder. Labels und Musiker*innen mit hohen Feldpositionen sind in der Lage, mehr Ausstoß zu erzeugen und Aufmerksamkeit zu generieren. Dies nimmt sukzessive ab, je weiter diese vom oberen Feldabschnitt entfernt sind. Dennoch erfüllen der untere und mittlere Bereich des Markts wichtige Zulieferfunktionen.

Der markanteste Aspekt der Logik des Tonträgermarkts Techno besteht darin, nicht hit-getrieben zu sein. Dies ist zwar eine gewisse Vereinfachung, da dieser sehr wohl Hits hervorbringt. Er ist aber nicht auf Hits angewiesen wie das Feld der Massenproduktion und insgesamt weniger star-getrieben, was ebenfalls nicht bedeutet, es gäbe keine Stars im Techno. Hits erhöhen die Reich-

weite von Musiker*innen und Labels und damit deren Position sowie Popularitätskapital. Gleichzeitig erzeugt eine gesteigerte Hitrate das Vertrauen in ein Label. Zu große Aufmerksamkeit und Bekanntheit eines Tracks oder einer Musiker*in, insbesondere an den Kulturrändern, kann zu distinktiven Handlungen führen:

„So ist z. B. der weit über die Szenegrenzen bekannte DJ und Labelbetreiber Richie Hawtin dafür bekannt, subkulturell besonders angesagten Clubs sehr niedrige Gagen anzubieten, um überhaupt noch in interessanten Clubs spielen zu können. Auf seinen als kommerziell und szenefern wahrgenommenen Großevents hingegen versucht er wiederum, sein subkulturelles Popularitätskapital in viel Geld umzuwandeln, das er damit gleichzeitig wieder verspielt.“ (Kühn 2017, S. 261)

Erfolg wird zum Gegenstand diskursiver Prüfung durch die Beteiligten der Technokultur (Diaz-Bone 2010, S. 361). Er erzeugt Aufmerksamkeit, die negativ oder positiv valorisiert werden kann. Wurde mit dem Erfolg die „subkulturelle Schwelle“ (Kühn 2017, S. 262) überschritten, produziert dies im autonomen und hybriden Abschnitt negative Aufmerksamkeit. Daneben ist der Technomarkt aktualitätsgetrieben, da der Eventmarkt permanent nach neuen, unbekanntem Stücken und Musiker*innen verlangt. Dies übt einen Veröffentlichungsdruck auf Labels aus, diesen mit Tracks zu beliefern, um die Aufmerksamkeit aufrecht zu erhalten.

Zu den Merkmalen des Tonträgermarkts zählt die Untergliederung in Teilmärkte. Da wären der Analog- und der Digitalmarkt, die beide in einen Maxi- und Albummarkt unterteilt sind. Dabei sticht die stilistisch breitere Aufstellung des Albummarkts hervor, der weniger funktional als der Maximarkt ist, der sich stärker an den Bedürfnissen der Tanzflächen orientiert. Als Folge des analogen und digitalen Markts verfügt die Technomusikwirtschaft über eine Bandbreite an physischen und nonphysischen Tonträgermedien, die sich auf der einen Seite aus 7'', 10'', 12'', Album, Special-Editions, CD und Kassette, auf der anderen Seite aus MP3, WAV, AIFF oder OGG zusammensetzen. Der Digitalmarkt kann noch in einen unentgeltlichen und einen monetären Markt eingeteilt werden. Während sich der monetäre in Form der Music Stores manifestiert, verdankt der unentgeltliche oder symbolische Markt seine Existenz den Social Media-Plattformen. Der unentgeltliche Markt muss nicht zwangsläufig zu einer Entwertung führen, sondern kann ins Gegenteil umschlagen (vgl. Kapitel Sonische Transitionen).

Der Digitalverkauf bietet aufgrund seiner Zentralisierung und Entkörperlichung die Möglichkeit, neue Märkte in anderen Ländern zu erschließen, die bisher vom Vinylvertrieb ausgeschlossen waren. Dessen Erscheinen hat in Konsequenz zu einem Wandel in den Verteilermärkten geführt. Am deutlichsten zeigt sich dies am Wachstum der Music Stores und der Marginalisierung der Plattenläden für Techno. Zwar schufen große Handelsketten, wie Saturn oder Media Markt, in diesem Zeitraum wieder Vinylabteilungen, der Anteil an Techno ist aber zum einen gering, zum anderen beinhalten sie nur Alben und keine Maxis, die das Standbein der Technoplattenläden sind. Music Stores als neue Verteilerarenen haben einen Teil des Technomarkts in das Feld der Massenproduktion überführt, wie etwa iTunes.

Die Marginalisierung des Gewinnprinzips im Technomarkt hat dessen Logik insofern gewandelt, dass der unentgeltliche Markt und dessen symbolische Ausschüttungen an Bedeutung gewonnen haben. Diese versprechen bei einer entsprechenden Höhe ein Mehr an Aufmerksamkeit und ein Wachstum soziokultureller Kapitalia. Der Tonträgermarkt hat den Status eines Zulieferermarkts erhalten, der vorrangig der Bekanntmachung und Generierung von Aufmerksamkeit für den Livemarkt dient.

Der Aufstieg von Techno in den 1990er Jahren ließ den Markt in kürzester Zeit immens wachsen. Manche Maxis erreichten die Höhe von 50.000 verkauften Einheiten. Zwar sanken mit dem Abflachen des Hypes um Techno die Verkaufszahlen, im Markt wurden aber noch genügend Einheiten umgesetzt, um davon den Lebensunterhalt bestreiten zu können. Wiederum fielen die Gagen Mitte der 2000er Jahre um das Zwei- bis Dreifache höher aus. In den folgenden Jahren brach der Tonträgermarkt zusammen und geriet um 2008 in eine Rezession.

Peta: „Wir [der Vertrieb] hatten ja steigende Monatsgewinne von 2000 bis ins Jahr 2008 meines Wissens. Also das waren so 2006 bis 2008 die goldenen Jahre, wo einfach auch alles wahnsinnig gut verkaufte. [...] Danach ist auch jeder auf den Zug aufgesprungen und dann hast du teilweise Vertriebe gehabt, die in einer Woche 40 Releases hatten und irgendwann geht so was nicht mehr. Und irgendwann denkst du auch als Technoliebhaber und Kunde: Ich habe jetzt irgendwie 2.000 Platten zu Hause, die neue macht auch nur noch Bumm-Bumm. Und irgendwann kommst du an eine Grenze, wo du denkst: es verliert so ein bisschen an Wichtigkeit, wenn das so zugemüllt wird. Das war auch, glaube ich, das Jahr, wo Beatport allmählich sehr stark wurde und da hat man schon gesehen, dass viele jetzt auch aus mitunter finanziellen Gründen sagen: Bevor ich mir jetzt eine Maxi kaufe, kaufe ich mir lieber acht Digitalreleases. Ab da ging es mit dem physischen Bereich definitiv bergab.“ (PHA 39:41 - 41:10)

Die Rezession ist auf zwei Faktoren zurückzuführen: Marktsättigung und Digital Turn (vgl. Steer 2008; Wellinger und Gottfried 2012, S. 14). Vor dem Zusammenbruch des physischen Markts erfuhr dieser einen stetigen Zuwachs vor allem an Minimal-Labels, die die Anzahl an wöchentlichen Veröffentlichungen in die Höhe stiegen ließ. Irgendwann war der Markt gesättigt. Gleichzeitig vollzog sich der Digital Turn, der den Digitalmarkt entstehen ließ und digitales Auflegen forcierte. Im Zuge dessen brach der analoge Maxi-Markt ein und verharrt seitdem mehrheitlich im Kleinstauflagenbereich. Dieser hat sich in Teilen in Richtung eines Liebhaber- oder Sammlermarkts für Produzierende und Konsumierende entwickelt, der vorrangig aus Leidenschaft und Idealismus betrieben wird. An den Folgen des Marktzusammenbruchs leidet die Tonträgerwirtschaft von Techno noch immer. Zwar konnte der Album-Markt wachsende Umsätze verzeichnen, allerdings sind nur wenige Labels imstande, pro Jahr mehrere Alben auf Vinyl zu veröffentlichen.

Peta: „Und Alben, würde ich denken, haben eine ganz andere Gewichtung bekommen als früher. Heute verkauft man im physischen Bereich überwiegend Alben, also wenn es gute Verkäufe gibt, dann sind es Alben.“ (PHA 37:40 - 37:53)

Das Wachstum des Digitalmarkts hat die Situation in der Tonträgerwirtschaft zusätzlich verschärft, da sich der Markt aufgrund stetig neu hinzustoßender Produzent*innen und Labels „nicht gesund schrumpfen kann“ (MSCHA 2:04:21). Durch die Liberalisierung der Musikproduktion und -distribution erfuhr die Technokultur einen Zuwachs auf der Produktionsseite, während die Kundschaft nicht im selben Umfang mitwuchs. Mehrere Interviewte sprachen hierbei von einer Schwemme an Veröffentlichungen. Hinzu kommt die Situation, dass Labels zwar aus dem Tagesgeschäft, aber nicht aus dem Markt verschwinden.

Peta: „[überlegt] 10%, 15% [der Labels verschwinden]. Es gibt viele, die auch nach wie vor existent sind, sei es weil der Backstock noch gelistet ist oder weil einmal im Jahr vielleicht ein Digitalrelease raus kommt, aber de facto sind sie ja noch da. Das heißt, es gibt, glaube ich, nur ganz wenige, die dann auch einen Schlussstrich ziehen und uns mitteilen: ‚Uns gibt es nicht mehr‘. Da gehört ja dann auch immer noch zu, dass man, denke ich, das Ding beim Finanzamt abmeldet, dass man das Gewerbe abmeldet und so weiter und das machen, glaube ich, die Allerwenigsten.“ (PHA 1:02:23 - 1:03:05)

Das Verschwinden analoger Labels geht mit dem Wegfall von Filterinstanzen und Gatekeepern einher.

Gabriel: „Also früher gab es halt einfach noch die Labels, die haben die Musik erstmal gefiltert, weil eine Platte sich ja verkaufen muss. MP3s pprrrt [ahmt Flatulenzgeräusch nach] kannst du jeden Monat irgendwie 100 veröffentlichen, kostet ja nichts.“ (GAA 23:34 - 23:45)

Unter diesen Voraussetzungen ist es für Sonic Bodies von Relevanz, auf unterschiedliche Weise im Tonträgermarkt Aufmerksamkeit zu erzeugen, um davon auf dem Livemarkt profitieren zu können. Dieser stellt in der Regel die Haupteinnahmequelle für Musiker*innen und teilweise Labels dar. Der Zuwachs an DJs hat in diesem Markt die Umsätze schrumpfen lassen. Primär schlägt sich dies aufgrund des Überangebots an DJs in der Verringerung der Gagen und dem schwierigeren Zugang zu Bookings nieder.

Die Anzahl an Organisationen im Technomarkt steht in einem deutlichen Missverhältnis zwischen Big Sellern und anderen Labels. Es wurden 20 bis 30 Labels angeführt, welche die Big Seller mit einer hohen Dichte an Veröffentlichungen sind. Dazu zählen u. a. Ostgut Ton, Toolroom, Get Physical, Minus, BPitch, Kompakt, Pampa, Cocoon, Traum, Trapez oder MBF. Demgegenüber steht eine unbekannte Zahl an Labels mit geringerer Veröffentlichungsdichte und geringeren umgesetzten Stückzahlen. Die Verteilung zwischen den Big Sellern und den anderen Labels ähnelt einer Pareto-Verteilung, in der die namhaften Plattenfirmen 80% bis 90% des Umsatzes erwirtschaften (vgl. Hutter 2006, S. 66). Zusätzlich wird dies durch den besseren Zugang großer Labels zu Handelsketten begünstigt. Der Marktanteil von iTunes und Beatport wurde ebenfalls mit 80% bis 90% beziffert¹⁷⁴.

Riley: „Es gibt keine Marktführer, die sagen, wie das auszusehen hat.“ (RRA3 1:15:39 - 1:15:41)

Labels der Technowirtschaft sind nicht in der Lage, den drei Funktionen der Kulturindustrie nachzukommen, die Martin Seeliger (2011, S. 213) bemerkt. Zwar erfüllen sie die Distributionsfunktion, aber aufgrund der Struktur des Markts nicht die Agenda-Setting- und Kanonisierungsfunktion. Einzig Music Stores vereinen diese Merkmale auf sich. Die Technomärkte weisen keine beeinflussenden Marktführer auf, dennoch walten Machtstrukturen in ihnen. Dabei stechen Labels, DJs, Produzent*innen, Clubs und Festivals heraus, die aufgrund ihrer soziokulturellen Kapitalia in der Lage sind, größere Aufmerksamkeit zu erhalten und Impulse in die Technomärkte zu senden.

Peta: „Ein großes Label hat mehr Aufmerksamkeit, kann sich dadurch auch eher mal was Skurrileres leisten und kann natürlich auch eher mal den Geschmacksdiktator spielen, weil es wird definitiv schneller, eher wahrgenommen, als wenn ein kleines Label ein Release raus bringt. Insofern hat man eher die Möglichkeit, inhaltlich eine Diskussion breitzutreten oder auch was zu verändern, das haben kleine Labels ja eigentlich in der Regel nicht.“ (PHA 1:16:14 - 1:16:47)

Subkulturelles und kulturindustrielles Popularitätskapital räumt mehr Handlungsmöglichkeiten ein. Für die Sichtbarkeit an den Märkten zeigen sich Kapital und soziokulturelle Kapitalia der Musiker*innen, Labels und Vertriebe maßgeblich verantwortlich. Auf diese Weise profitieren bspw. Newcomer-Musiker*innen oder -Labels von dem Renommee eines Labels oder eines Vertriebs, die ihnen mehr Aufmerksamkeit im Markt zukommen lässt. Die „Macht der Bekanntheit“

¹⁷⁴ Hinsichtlich der illegalen Verteilerarenen wird ebenfalls eine Pareto-Verteilung vermutet. Dies erscheint naheliegend, da der illegale Markt letztendlich den legalen digitalen widerspiegelt. In diesem Zusammenhang laufen die erfolgreichen Tracks eher Gefahr, auch illegal bereitgestellt zu werden.

(MASA 24:35-38) ermöglicht, Grenzen auszutesten und Trends zu protegieren oder zu verhindern.

Peta: „Es müssen meiner Meinung nach ein paar Keyplayer einen Track zur richtigen Zeit spielen und den unaufhörlich nach irgendwie vorne pushen und wenn der auf fruchtbaren Boden fällt bei den Leuten, dann kann es soweit sein.“ (PHA 1:58:05 - 1:58:25)

Zwar treten Sonic Bodies mit hohem Popularitätskapital als einflussreiche „Sprecher mit Definitionsmacht“ (Diaz-Bone 2010, S. 362) auf, sie genügen aber nicht, um alleine stilistische Dynamiken anzustoßen. Clubs und Festivals, die aufgrund ihrer Hubfunktion als Katalysatoren von Tracks fungieren, müssen sich diesen annehmen. Es braucht alle Parteien, um einen Trend zu starten. Dieser muss von Musiker*innen und Clubs, Partizipierenden und Konsekrationsinstanzen, wie Charts, Szenepresse und Social Media, gemeinsam „untermauert werden“ (PHA 1:58:40), was die kollektive Dimension von Hits und dem stilistischen Wandel unterstreicht.

Sichtbarkeit von Musiker*innen und Labels wird durch Hits beeinflusst, die diesen einen Aufmerksamkeitsschub schenken, welcher sich verstetigen kann. Hits haben mehr Auftrittsmöglichkeiten in soziokulturkapitalstarken Clubs zur Folge, woraufhin sich Aufmerksamkeit und soziokulturelle Kapitalia der Musiker*innen erhöhen. Obwohl Szenepresse und andere Pressevertreter als Konsekrationsinstanzen generell an Bedeutung für die Technokultur und ihren Markt eingebüßt haben, sind sie für die Sichtbarkeit von Alben von Relevanz. Rezensionen bewirken noch immer ein Mehr an Aufmerksamkeit und nehmen für manche Märkte eine besondere Stellung ein:

Peta: „Für Alben sind sie sehr wichtig. In England haben wir das Phänomen, dass unser Vertrieb extremst darauf angewiesen ist, Rezensionen zu bekommen, damit er einen guten Vorverkauf machen kann und dementsprechend ordentlich bestellen kann. Hat er keine Rezensionen, sind definitiv die Bestellungen sehr viel geringer.“ (PHA 52:22 - 52:42)

12.2.2 Kunden

In Bezug auf die Kund*innen und Partizipierenden fällt die demographische Breite auf, die äquivalent zur Demographie der Technokultur ist.

Peta: „Da gibt es immer wieder junges Publikum, was nachkommt. Da haben wir eigentlich alles vom 50-jährigen Bänker, der mit Schlips und Hemd reinkommt, bis zum 18-jährigen, der gerade House Music für sich entdeckt.“ (PHA 1:06:51 - 1:07:08)

Die Bandbreite setzt sich bei den Typen an Kund*innen fort. Derzeit basiert der Technomarkt auf Vinyl- und/oder Digitalformat-Konsument*innen. An dieser Stelle muss zwischen beiden Typen unterschieden werden, da Vinylkäufer*innen häufig distinktiv auftreten und einen Kult auf Basis des Vinyls konstruieren. Diese werden als „Nerds“ (PHA 38:02; GBA4 20:44) bezeichnet, die stetig auf der Suche nach musikalischen Entdeckungen sind. Vinylkäufer*innen wird eine intensivere Auseinandersetzung und Identifikation mit der Technokultur attestiert, was sich in gesteigertem subkulturellem Kapital äußert.

Gabriel: „Ich habe das Gefühl, dass sich Vinylleute wirklich komplett bis zur Unterhose mit der Szene identifizieren und auch wirklich einfach das komplette Erlebnis haben wollen. Und sich meistens auch sehr gut auskennen und sehr gezielt kaufen oder sich auch teilweise mal gerne

beraten lassen. Ich weiß nicht, das ist dann mehr so der romantischere Typ, der sich wirklich mit der Szene auseinandersetzt.“ (GAA 24:38 - 25:02)

In Bezug auf die MP3-DJs und -Käufer*innen muss ein Merkmal erwähnt werden, welches diesen vorbehalten ist. Sie können einen Schattenmarkt von Techno bilden, der sich nicht in realem Umsatz niederschlägt. Unter DJs konnten Nutznießer*innen identifiziert werden, die sich die Festplatten von befreundeten DJs kopierten, oder Musik aus dem Internet illegal herunterluden.

Käufer*innen und Fans haben eine große Macht über den Markt, über die sich diese oftmals nicht bewusst sind. Kund*innen beeinflussen den Technomarkt durch ihre Käufe und darauffolgenden Konsekrationen. Da diese durch die Chartsysteme der Music Stores eine größere Sichtbarkeit erfahren haben, greifen Aufmerksamkeitseffekte, die erfolgreiche Stücke weiter vorantreiben. Die Macht der Kund*innen ist kommunikativer Natur, die performativ wirken kann. Mundpropaganda innerhalb Social Media kann Tracks, Musiker*innen, Clubs oder einen Trend sowohl beflügeln als auch beenden.

Martin: „[Fans] können eine komplette Musikrichtung stürzen. Mit wenigen Mausklicks kann man ganze Musikrichtungen kippen. Das ist in bestimmten Richtungen ein Tagesgeschäft. Das heißt, dass an einem Tag etwas sehr interessant sein kann, aber sehr schnell von anderen Sachen überholt wird und darum ist der Fan quasi die Zensur für so was. Er ist ja der Endabnehmer und damit auch das Instrument, um so was in irgendeine Richtung zu lenken, als gut zu empfinden oder nicht und die Information nach außen zu tragen. Immerhin sind das die Käufer dieser Musik und die das durch immer größere Netzwerke oder soziale Netzwerke sowie Blogs und Foren weiterempfehlen. Also das sind die, die das erst nach außen tragen, wenn man sich da nicht selbst für interessiert oder recherchiert.“ (MMA2 3:29 - 4:48)

Die Macht der Konsument*innen äußert sich auch auf lokaler Ebene. Sie entscheiden mit ihrer Akzeptanz oder Ablehnung über stilistische Entwicklungen in den Clubs und damit im Tonträgermarkt.

12.2.3 Nischen und Marken

Die Befriedigung des Geschmacks der Konsument*innen und die des eigenen sind für das Wirtschaften in der Technokultur von Bedeutung. Individuelle Geschmackspräferenzen der Labelbetreibenden und Produzent*innen decken sich mit denen der DJs und Liebhaber*innen. Diese besitzen ähnliche musikalische und soziale Wertvorstellungen, die für die unternehmerische Arbeit produktiv gemacht werden. Auf der einen Seite ordnen sich die Unternehmer*innen derselben Peer Group wie ihre Fans zu. Auf der anderen Seite teilen sie Interessen, wie etwa die intensive Auseinandersetzung mit Musik. Daher wurden beide als „Nerds“ (PHA 38:02; ÜHA 2:42:26 [im Interview: Nerdding]; GBA4 20:44; TSA2 52:29 [im Interview: ‚Nerdstadt‘ in Bezug auf Köln]), „Trüffelschwein“ (CRA 2:15:27) oder „Eigenbrötler“ (RRA3 22:08-09) bezeichnet. Labelbetreibende möchte mit ihren Veröffentlichungen Leute erreichen, die einen „eigenen Geschmack“ (RRA3 09:38-40) haben. Käufer*innen zeigen ein hohes Maß an Loyalität den Macher*innen gegenüber. Dies ist ein Punkt, der das (empfundene) engere Verhältnis zwischen diesen in der Technokultur erklärt.

Riley: „Man hat das für die Leute gemacht, die einem nahe standen und natürlich auch besonders für einen selbst.“ (RRA3 8:57 - 9:00)

Daher manifestiert sich das Marketing weniger als ein Observieren, sondern mehr als ein gemeinsames Erleben und Genießen mit den Partizipierenden. Folge dieser Produzierenden-Konsumierenden-Homologie ist die stilistische Segmentierung der Märkte, die auf der sozialen Segmentierung basiert. Diese entspringt distinktiven Handlungen gegenüber anderen Subszene oder stilistische Ausprägungen. Die Märkte der Technokultur produzieren angepasste Güter für gewisse Bereiche und damit Distinktionen. Folglich präsentieren sich der Tonträger- und Live-Markt als eine Ansammlung von Submärkten, die zwar auf denselben zentralen Werten und Normen fußen, aber divergierende Nuancen hinsichtlich Sound, Agogik, kompositorischer Grad, Charakter der Stücke, Clubsound, Größe und Zusammensetzung eines Clubs aufweisen.

Geteilte musikalische Affinität führt zu zwei bedeutenden Aspekten der Marktlogik von Techno, nämlich der Geschmacksgetriebenheit und der Liebhaberschaft auf Seiten der Produzent*innen und Konsument*innen, die das Entstehen und Verstetigen spezifischer stilistischer Nischen ermöglicht. Dies ist eine Erklärung für das friedliche Miteinander unter den Labelbetreibenden, da sich diese in eigenen Nischen eingerichtet haben.

Gabriel: „Es gibt sehr unterschiedliche Sachen. Es gab ja auch lange sehr harten Techno und ganz experimentelle Sachen und House. Die meisten Labels besetzen auch ihre eigenen Nischen. Also es gibt auch immer Überschneidungen, aber ich glaube, die Erklärung, warum hier so viele Labels nebeneinander existieren, ist, weil es einfach viele Labels gibt und, ich meine, es einfach auch egal ist. Ist wirklich nicht wichtig. Es gibt da nicht so eine Konkurrenz.“ (GAA 1:42:03 - 1:42:35)

Ein Argument für die Koexistenz der Labels ist die Gemeinsamkeit zwischen den Organisationen und den Konsument*innen, die sich in einem persönlicheren Bezug äußert, da beide Parteien gemeinsame musikalische Vorlieben und Interessen teilen. Soundnischen bieten die Möglichkeit, den eigenen Technogeschmack auszuleben. Da die Labels tendenziell andere Zielgruppen ansprechen, sind sie imstande, im Technomarkt in Koexistenz zu überdauern. Aufgrund des DIY der Sonic Bodies erscheinen diese greifbarer, was abhängig von der Position im autonomen und hybriden Abschnitt ist. Dies hat eine stärkere Identifikation und Loyalität der Kund*innen mit den Labels zur Folge.

Dirk: „Ich habe eine relativ hohe Loyalität der Käufer. Das heißt, ich kann viel wagen und es wird trotzdem gekauft. Und ich kann dann einfach auch viel stärker meine persönlichen Interessen durchsetzen.“ (DMA 1:44:33 - 1:44:48)

Zwischen Organisationen und Kund*innen besteht ein Vertrauensverhältnis. Es basiert auf der Vergangenheit der Beziehung zwischen Label und Kaufenden. Ein zu starker Bruch mit der musikalischen Vergangenheit des Labels kann in einem Vertrauensverlust enden, in Folge dessen sich Konsument*innen abwenden.

Labels fungieren aufgrund der geringeren Bedeutung von Stars bei genügend Reputation im Technomarkt als Marken im Sinne des identitätsbasierten Markenmanagements, die für eine bestimmte stilistische Ausprägung von Techno stehen.

„Die Marke ist ein Nutzenbündel mit spezifischen Merkmalen, die dafür sorgen, dass sich dieses Nutzenbündel gegenüber anderen Nutzenbündeln, welche dieselbe Basisbedürfnisse erfüllen, aus Sicht relevanter Zielgruppen nachhaltig differenziert.“ (Burmam et al. 2003, S. 3)

Differenzierung ist wichtig, da Techno einen Käufermarkt bildet, der aufgrund seiner Größe viele musikalische Redundanzen und gleichförmige Verpackungen produziert (vgl. Meffert et al. 2012,

S. 432ff.), von denen sich Labels abgrenzen wollen. Marken bieten Orientierung, strahlen Vertrauen aus und ziehen Aufmerksamkeit auf sich. Labels sind Werte-Institutionen, die mit spezifischen musikalischen Werten versehen wurden und diese gleichermaßen repräsentieren. Das Label garantiert als Marke die Gemeinsamkeit der veröffentlichten Stücke, die mit diesem assoziiert werden (vgl. Diaz-Bone 2010, S. 386).

Eine Marke setzt sich aus der Markenidentität und dem Markenimage zusammen. Während die Markenidentität wesensprägende Merkmale umfasst, beschreibt das Markenimage das Fremdbild bei externen Zielgruppen als Resultat der Markenführungsaktivitäten einer Organisation (vgl. Meffert/Burmann 1996, S. 34). Das Image kann von der Identität abweichen, die zunächst eine organisationsinterne Vorgabe darstellt. Die Markenidentität umfasst u. a. Aspekte der Markenherkunft, -kompetenzen und -persönlichkeit, die von besonderem Interesse für Labels sind. Markenkompetenzen beinhalten die spezifischen „Lautmarken“ (Schafer 2010) der Labels im Sinne eines eigenständigen, identifizierbaren Sounds, der zum klanglichen Leitbild einer Organisation wird¹⁷⁵. Markenpersönlichkeit bezieht sich auf die Kommunikation der Labels, von denen diverse über Corporate Designs verfügen, die sich bereits bei der Gestaltung der Verpackung zeigt. Das Markenimage fußt auf den drei Komponenten: subjektives Markenwissen, funktionaler und symbolischer Nutzen (Meffert/Burmann 1996). Der funktionale und symbolische Nutzen nimmt eine signifikante Funktion in der Identifikation und Lenkung des Käuferverhaltens ein. Auf funktionaler Ebene können DJs der Marke als zuverlässigem Bereitsteller angemessener Musik vertrauen, während auf symbolischer Ebene die Konsument*innen subkulturelles Kapital durch die Marke anhäufen können.

Die Markenfunktion von Labels kann als Erklärung für die hohen Verkaufsquoten im Vinylverkauf (Abbildung 37) angeführt werden. Im Gegensatz zu der Majormusikindustrie, die immer wieder aufs Neue ein Massenpublikum von Innovationen überzeugen muss, geschieht die Hinwendung zu einem Technolabel im Vorhinein über dessen Sound. Durch die Markenstellung der Organisationen mindern diese einen Teil der Unsicherheit (vgl. Farchy 2005; Wikström 2013, S. 21f.), die von unbekanntem Musiker*innen ausgeht. Kund*innen können darauf vertrauen, dass diese der Lautmarke gerecht werden. Sollten die Konsument*innen einem Label und dessen Sound vertrauen, müssen diese nicht von neuen Musiker*innen überzeugt werden. Aus dem Vertrauen erwächst die Loyalität der Nachfrager*innen den Marken gegenüber.

Innerhalb des Käuferverhaltens sind sowohl intra- als auch interpersonelle Bestimmungsfaktoren (Meffert et al. 2012, S. 109) von Relevanz, wobei das Vertrauen einem Produkt/Marke gegenüber von großer Signifikanz ist (ebd., S. 132). Labels sind eher imstande, eine Stammkundschaft im Sinne einer Marke-Kunde-Beziehung (Weske 2008, S. 97) aufzubauen, mit dem Ziel der langfristigen Kundenbindung, da diese den ökonomischen Wert einer Marke bestimmt (Meffert et al. 2012, S. 361). Den Kern der Marke-Kunde-Beziehungen bilden die „kognitiven und/oder affektiven Bindungsmotive der Käufer*innen, die durch funktionalen und symbolischen Nutzen der Marke befriedigt werden“ (ebd.). Anders ausgedrückt: Die Befriedigung erfolgt dann, wenn der Labelsound eingehalten wird bzw. sich mit den musikalischen Werten deckt.

Die Marke-Kunde-Beziehung basiert auf den gemeinsamen ästhetischen Affinitäten. Die Affinität bringt dabei den „Long Run“ hervor, der den potenziell längeren Verkaufszeitraum für eine Veröffentlichung beschreibt. Dieser kann sich über mehrere Jahre erstrecken, da manche Tracks mit der Zeit auf Basis von Netzwerkeffekten an Aufmerksamkeit gewinnen. Labels oder Musi-

¹⁷⁵ Schafer bezieht sich dabei auf den individuellen Klang von Orten, dieses Konzept kann aber auch auf Musik angewandt werden.

ker*innen erfahren einen Zuwachs an Nachfrage, der sich auch im Erwerb der Platten des Backstocks manifestiert.

12.2.4 Warenformen und Bereicherung

Die Technomärkte folgen gewissen Prinzipien der Theorie der „Bereicherungsökonomie“ von Luc Boltanski und Arnaud Esquerre (2018), in der es zu einer Entfesselung sowie Aufladung der Gebrauchswerte kommt. Bereicherung (fr. *enrichissement*) bezeichnet auf der einen Seite das Anreichern von (vorhandenen) Waren mit Geschichten zur Steigerung des Werts, auf der anderen Seite einen Handel vornehmlich für Reiche (Boltanski/Esquerre 2018, S. 16).

Diese Ökonomie basiert auf unterschiedlichen Warenstrukturen, welche die Warenwelt aufteilen, „indem sie die Gesamtheit der Handelsartikel auf verschiedene Weisen verteilen, ihren Preis zu rechtfertigen (oder zu kritisieren), das heißt auf verschiedene Weisen der Wertermittlung“ (ebd., S. 17). Menschen, die sich in der Warenwelt bewegen, greifen auf eine Semantik zurück, die sich aus vier Wertermittlungsformen zusammensetzt (ebd., S. 187). Hierbei handelt es sich um die Standard-, Trend-, Sammler- und Anlageform. Ohne diese Formen könnten sich Menschen in der Warenwelt nicht orientieren und wären der Willkür der Hersteller ausgesetzt. Wertermittlungsformen dienen als Erklärung für unterschiedliche Wertigkeiten von Waren, die sich in teils stark voneinander abweichenden Preisen manifestieren. Sie bilden die Grundlage für die Bewertung durch die Käufer*innen. Die Warenformen erklären Entwertung und anschließende potenzielle Aufwertung einer Ware, wenn diese etwa zur Sammelform wird. Sowohl Waren der Standard- und Trendform erfahren eine Entwertung über Zeit, was sich insbesondere an Waren der Trendform zeigt, für die zu Beginn ein hoher Preis veranschlagt wird, der nach kurzer Zeit aber abstürzt. Trends lösen sich in populärer Musik in regelmäßigen Abständen ab, was eine stete Entwertung zur Folge hat. Ein ehemaliges Trendprodukt oder eine Ware der Standardform kann zur Sammelform aufgewertet werden, was sich an den Preisen von raren Schallplatten auf Sammlerbörsen zeigt.

Dabei ist der Modus der Präsentation einer Ware von Bedeutung, welcher in analytischer oder narrativer Form erscheint (ebd., S. 220). Der Modus der analytischen Präsentation ist bemüht, die zugeschriebenen Eigenschaften eines Objekts zu erfassen und vergleichbar zu machen (ebd., S. 221). In dieser stehen Zahlen und Fakten im Vordergrund. Der Wert von Waren wird auch durch Geschichten aufgewertet, die ihren Preis steigern sollen. Der Modus der narrativen Präsentation setzt Waren in Relation zu Personen, Personengruppen, Orten oder Situationen (ebd., S. 223). Die Narration verknüpft diese. Aufgrund der chronologischen Ausrichtung dieses Modus lässt sich eine Verbindung zur Vergangenheit herstellen, welche die Ware in der Gegenwart aufwertet. Die Präsentation einer Ware erfolgt entweder vorgeschaltet durch Hersteller oder nachgeschaltet durch Händler*innen (ebd., S. 220f.). Auf der einen Seite erhalten Veröffentlichungen oder Veranstaltungen durch Marketing eine Narration, auf der anderen Seite bewerben Plattenverkäufer*innen neue Veröffentlichungen. Mythen kursieren um Clubs, Festivals oder Konzerte von Musiker*innen und reichern diese an. Besonders in der Mythenbildung liegt die primäre Aufgabe der narrativen Präsentation von populärer Musik. Die narrative Präsentation ist durch eine besondere Flexibilität charakterisiert, die verschiedene und auch widersprüchliche Interpretationen erlaubt (ebd., S. 223).

Tonträger- und der Aufführungsmarkt der Technokultur basieren auf unterschiedlichen Waren- und Dienstleistungsformen, die in einigen Punkten den Warenformen ähneln. In Bezug auf die Tonträger existieren die Standard-, Trend- und Sammelform. Hinsichtlich der ersten beiden For-

men können diese für die Dienstleistungen direkt übernommen werden. Da die Sammelform die Antithese zum Trend darstellt, beinhaltet dies auf Veranstaltungen angewandt derartige, die sich durch Exklusivität und Limitierung auszeichnen. Die vorherrschende Warenform der Technokultur ist die Standardform, die sich gegen unzählige andere Standardformen durchsetzen muss. Aufgrund der zahlreichen formell und informell produzierenden Sonic Bodies konkurrieren diese untereinander um die Aufmerksamkeit auf dem Aufführungs- und Tonträgermarkt. Da die Produzierenden tendenziell ähnliche kulturelle Produkte herstellen, müssen sie aus der Masse herausstechen. Hier dient das subkulturelle oder kulturindustrielle Popularitätskapital als Aufmerksamkeitslenker. Daneben besteht die Möglichkeit, entweder durch die Trend- oder Sammelform aufzufallen, allerdings in unterschiedlichen Reichweiten.

Die Bereicherungsökonomie der Technokultur steht in Verbindung zur Aufmerksamkeitsökonomie und erfährt durch die Szenewirtschaft eine Rahmung. Erst wenn Aufmerksamkeit gegeben ist, kann Bereicherung erfolgen. Dies gilt für die Trendform, in der viel positive Aufmerksamkeit den Startschuss für die Bereicherung gibt, wie auch für die Sammelform, die auf eine gezieltere und exklusivere Form der Aufmerksamkeit angewiesen ist. Bereicherungen walten in der Technomusikwirtschaft noch auf andere Weise. An prominenter Stelle steht hierbei die der DJs mit hohem Popularitätskapital, die aufgrund ihrer Aufmerksamkeit höhere Gagen erhalten. Zwar skalierten sich die Ausschüttungen für Auftritte bereits in der Vergangenheit, das Aufkommen von EDM-Festivals hat dies jedoch potenziert. Hinzu kommen aufmerksamkeitsökonomische Aspekte. Die Figur des DJs erfuhr einen signifikanten, vor allem medialen Aufschwung als Musiker*innenrolle (vgl. Kirschner et al. 2014; Wilke 2014). Dies hat zu einem Anstieg an medialen Inszenierungen und Übernahme von Massenproduktionslogiken geführt.

Michael: „Aber um zurzeit wirklich oben zu sein, musst du eigentlich fast schon wie ein Model aussehen. Wenn man sich die Top Ten anschaut auf Resident Advisor, das ist eher eine Modeshow. Alle tätowiert, Tanktops, Sonnenbrillen und so, dieses coole Machoding halt.“ (MSCHA 28:09 - 28:30)

Körperkapital ist entscheidend, um von einer Mehrheit wahrgenommen zu werden. Dies gilt gleichermaßen auch für ,EDM'-Festivals und die daran Partizipierenden. Festivals sind attraktiv, da sie Erlebnisse bieten und eine Investition in das eigene Attraktivitätskapital darstellen. Dabei greifen die Veranstaltungen wie die Gäste auf das bereicherungsökonomische Mittel der Narration zurück, um die Aufmerksamkeit auf sich zu lenken. Festivals setzen auf Geschichten, um noch mehr Teilnehmende anzulocken, die die zahlreichen angebotenen Zusatzoptionen erwerben sollen, um ihrerseits Geschichten erzählen zu können. Diese Geschichtsschreibung erfolgt im Social Media-Profil. Große Festivals und deren Gäste bereichern sich durch Social Media, schöpfen aber unterschiedliche Werte. Während Erstgenannte Kapital anhäufen, generieren die Zweitgenannten Attraktivitätskapital.

Eine häufig auftretende Warenform ist die *Trendform*. Wie im Mainstream greifen in der Technokultur Mode-Effekte (Clement/Albers 2005, S. 48f.), die für einen gewissen Zeitraum präsent sind. Ein Trend kann einerseits das gesamte Feld, andererseits einzelne Feldabschnitte erfassen. Die Trendform umfasst Tracks, stilistische Ausprägungen, Labels, Musiker*innen, Clubs und Festivals. Dabei ist diese zu Beginn auf unterschiedliche Sonic Bodies angewiesen, die den Trend protegieren. Es können sich temporäre Konsensstücke herauskristallisieren, wenn diese zeitgleich von vielen DJs gespielt werden und bei Events Verbreitung erfahren. Im Zuge ökonomischer Mitläufer- bzw. „Bandwagon-Effekte“ (vgl. Lazarsfeld/Berelson/Gaudet 1969), die einer rationalen Nutzen-Analyse (Granovetter 1978) folgen, und Netzeffekte seitens der Hörer*innen (Cle-

ment/Albers 2005) können sich Trends herausbilden, die für einen gewissen Zeitraum den Markt prägen. Eigene Präferenzen verlieren zugunsten der gewinnversprechenden Trendstilistik an Bedeutung. Dies gilt auch für Clubs, die ihr Programm nach dem Trendgeschmack der Gäste ausrichten. Im Anschluss wächst die Sichtbarkeit vergleichbar mit einem Schneeballsystem. Hierbei nehmen Music Stores eine wichtige Funktion als Hypetreiber ein. Sie fungieren als Monopolisten und Aufmerksamkeitsmagneten, da sie den Verkauf nahezu zentralisiert haben und über ihr Portfolio das Erscheinen am Digitalmarkt regulieren. Ein großer Teil der Sonic Bodies, Organisationen und Partizipierenden arbeitet Beatport zu, indem sie über ihre Social Media-Profiles darauf verlinken. Aus dieser Position heraus bemüht sich besonders Beatport darum, Trends zu setzen oder aufzugreifen (Abbildung 36). Damit beeinflussen Music Stores den stilistischen sowie kulturellen Wandel und zukünftige Entwertung des Trends.

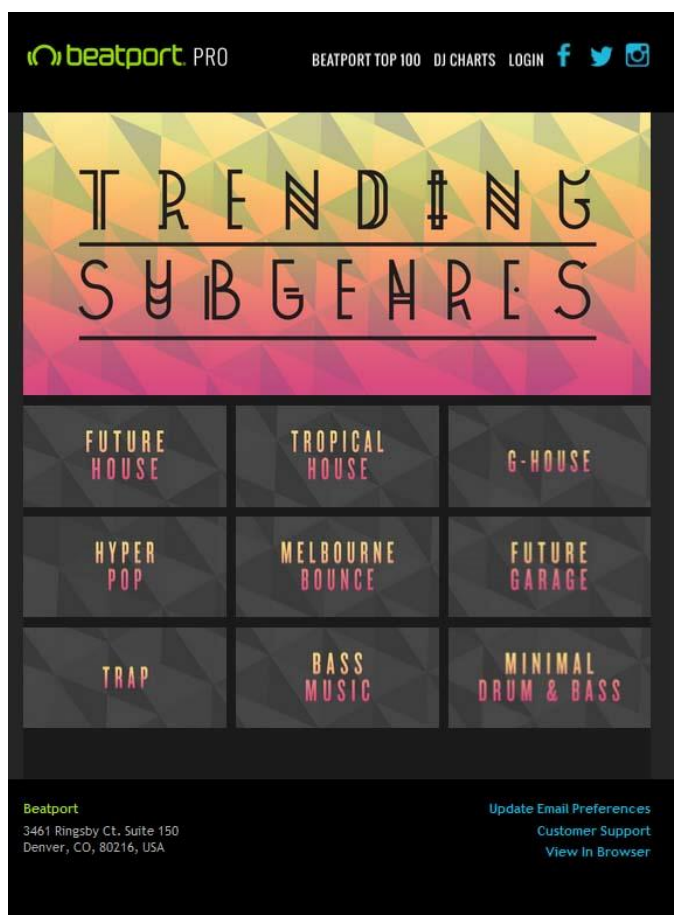


Abbildung 36: Beatport Newsletter, 17. März 2015

Der Aufgriff von Trends des Technomarkts durch Music Stores sichert eine gesteigerte Aufmerksamkeit für diese. Im Zuge dessen werden oftmals Sonic Bodies und Organisationen den Trendgenres zugeordnet, die in anderen Substilistiken produzieren. Dahinter verbirgt sich der Antrieb, auf Grundlage des Hypes mehr Auswahl anbieten zu können, ergo mehr materielle Wertschöpfung zu betreiben. Dies wirkt sich negativ auf Musiker*innen aus, die einem Trend zugerechnet werden und nach dessen Abflachen an Aufmerksamkeit im Markt einbüßen. Labels leiden unter Trends, wenn diese die Aufmerksamkeit auf sich konzentrieren.

Dirk: „Ich verkaufe vielleicht dann weniger Platten, wenn ein Hype so eine Decks Top 50 total zuballert oder bei Beatport hör ich auf einmal nur Tech House. Dann bin ich nicht mehr sichtbar in dem ganzen Wust von Musik und dann werde ich auch verdrängt, aber dann eigentlich eher von Hypes, aber nicht von anderen Labels.“ (DMA 59:28 - 59:50)

Zu den charakteristischen Merkmalen des unteren und mittleren Abschnitts des Technomarkts gehört eine Art Trotzreaktion gegenüber Trends.

Riley: „Ein Label ist so und so viel Jahre hip, dann plötzlich gar nicht mehr. Man hat das jetzt bei [Name] gesehen da in Frankfurt, Offenbach, Darmstadt oder wo die herkommen. Die sind hip und dann plötzlich redet keiner mehr über die. So keiner. Also, als wenn sie weg wären. Das stimmt ja gar nicht, die gibt es ja. Aber so ist das sicherlich auch mit ganz vielen Labels und so und [überlegt] das ist schon krass.“ (RRA3 16:22 - 16:50)

Das Selbstplagiat einer erfolgreichen Formel und das Bandwagon-Verhalten darauf provoziert Distinktionen (vgl. Diaz-Bone 2010, S. 363). Ein großer Teil der Interviewten zeigte sich von Trends unbeeinflusst und ignorierte diese aus distinktiven Gründen. Dies zeugt von einem Wissen um die schnelle Entwertung der Trendform (Boltanski/Esquerre 2018), der Teil des Sonic Logos der befragten Sonic Bodies ist. Zu viel Aufmerksamkeit führt zum Überschreiten der subkulturellen Schwelle, was deren Wachstum zunächst nicht aufhält, aber die Phase der Entwertung einläutet. Der Trend büßt zuerst an musikalischem Wert und Aufmerksamkeit bei den Sonic Bodies des autonomen und hybriden Abschnitts und danach im restlichen Feld ein, infolgedessen die monetäre Entwertung erfolgt. Ab einem gewissen Moment wird der Punkt der Schwemme erreicht, der wie im Fall von Minimal zu einem Markteinbruch führen kann und den Trend beendet, da die Sonic Bodies diesen meiden.

Peta: „Also das ist definitiv der Fall bei Minimal gewesen. Ich habe vorhin von der Schwemme gesprochen. Die Schwemme war nach meiner Erfahrung, nach meinem Wissen waren das zu 80% Minimal-Labels, die damals veröffentlicht haben und da hatte man schon auch den Eindruck, dass viele da jetzt mitmischen wollen, weil man auch gerade gut verkaufen konnte. Das war halt beides. Das war halt eine Zeit lang spannend und es war halt sehr einfach, Platten herzustellen, Vertriebe gab es genug, die das Ganze rausstellen konnten und es gab damals auch genug Käufer. Und da sind unfassbar viele Leute natürlich auf diesen Minimalzug aufgesprungen und haben sich alle selbst kopiert. Das fand ich, hat es danach in der Form so nicht mehr gegeben, das war wirklich einzigartig.“ (PHA 1:23:29 - 1:24:26)

Die der Trendform innewohnende Dynamik aus Auf- und Entwertung hat Auswirkungen auf die Wahrnehmung der Sonic Bodies. Diese können im Zeitabschnitt der Aufwertung davon profitieren, im Abschnitt der Entwertung darunter leiden.

Gabriel: „Also so was [Hype] geht nicht spurlos an mir vorbei, grad wenn dann halt eben die Deep House-Welle wieder startet. Ich war ja auf der Minimal-Welle [betont Minimal in ironischer Aussprache], ich war ja Minimal-Artist damals, ich habe ja mit Minimal überhaupt nichts am Hut, aber ich war immer Minimal-Artist und als Minimal in war, hatte ich Bookings bis zum Erbrechen und als Minimal out war, wollte mich auf einmal keiner mehr haben.“ (GAA 1:09:03 - 1:09:22)

Ein Trend kann noch auf andere Weise problematisch für das Musicking sein. Dieser kann sowohl aufgrund des Geschmacks der Produzent*innen als auch wegen der Konzentration an Aufmerksamkeit auf sich die Produktion hemmen.

Michael: „Diese ewig lange Minus¹⁷⁶-Phase war ja der Horror für mich. Dieser Minimal-Sound, der hat mich so angekotzt; deswegen auch lange kein Album gemacht und weniger veröffentlicht. Das war für mich eine ganz schlimme Zeit, konnte ich mich nicht mit anfreunden.“ (MSCHA 1:19:04 - 1:19:16)

Im Zuge des Überangebots an Standardformen besteht nur geringe Chance, aus der Masse herauszusteichen. Eine Möglichkeit bietet die *Sammelform*. Special Editions oder andere Sonderauflagen, wie etwa 7"-, 10"-Maxis oder Kassetten, fungieren als Distinktionsobjekte in der Masse der exklusiv digital veröffentlichenden Labels, welches sowohl Aufmerksamkeit als auch subkulturelles Kapital für Labels und Musiker*innen generiert. An dieser Stelle wirken Faktoren wie Verpackungen oder Trägermedien als wichtige Akkumulatoren von subkulturellem Kapital, die in Konsequenz die Stellung und Aufmerksamkeit in den Submärkten der Technokultur erhöhen. Die Art des Trägermediums, Verpackung und Gestaltung können sich positiv auf die Wahrnehmung am Point of Sale, den Kauf und die Kundenbindung auswirken.

Mit limitierten Veröffentlichungen lassen sich vergleichsweise hohe Verkaufszahlen und Gewinne erzielen, da diese zu höheren Ladenendpreisen angeboten werden. Sie können mit vielfältigen Extras versehen werden, angefangen bei farbigem Vinyl über Beigaben zu den Platten bis hin zu Sonderformaten. Solche Veröffentlichungen sind zwangsläufig teurer in ihrer Produktion, werden aber zu entsprechenden Endpreisen veräußert, sodass sich diese materiell wie immateriell rechnen.

Peta: „Wobei, das erleben wir auch, dass Leute sagen: ‚Komm, wir machen jetzt 50 Einheiten, die machen wir aber schön verpackt, basteln selber noch ein bisschen rum, dann wird es teurer, aber ist ja 50 limitiert, das wollen die Leute‘. Kann auch funktionieren, macht wiederum auch ein bisschen mehr Spaß und bringt eventuell auch Label und Konsumenten noch ein bisschen enger zusammen. Das ist bei den Releases bestimmt der Fall. [...] Die [Pachanga Boys] haben einen Holzkasten. Da drin ist das Album, da drin ist eine Spieluhr, die eine Melodie vom Album spielt, da drin ist noch irgendwas Selbstgestricktes und da drin ist, glaube ich, noch irgendeine Zeichnung, nee, Postkarte? Zeichnung? Diverse Sachen. Ist aber auch das Problem, die Box kostet 200 €.“ (PHA 2:08:00 - 2:09:13)

Dies folgt der Logik der Sammelform, die durch besondere Verpackungen und Limitierungen höhere Aufmerksamkeit genießen und Werte erzielen. Das Sammlertum ist seit jeher ausgeprägt im Technomarkt, da sich die DJs durch ihre Käufe oftmals große Archive anlegen, die mehrere Jahrzehnte umfassen können. Im Zuge des Digital Turn wandelte sich das Vinyl vermehrt zu einem Sammlerobjekt, nachdem es seinen Status als primäres Auflegmedium der Technokultur eingebüßt hat.

Die Sammelform realisiert sich in mehreren Praktiken. Einerseits bezieht sie sich auf die Herstellung von Raritäten (Boltanski/Esquerre 2018, S. 363), andererseits auf die Komposition zeitloser Musik. Ziel ist, die Standardform zu verlassen und als Singularität „klassisch“ (Reckwitz 2017) zu werden. Die Sammelform meint hierbei eine Platte, die zwar nicht rar ist, aber als Klassiker Teil der Sammlung sein muss, da sie (beim Auflegen im Club) subkulturelles Kapital erzeugt oder als Teil einer ideellen Totalität eine Leerstelle schließt (Boltanski/Esquerre 2018, S. 345). Eine andere Form klassisch zu werden, besteht in der Kreation einer Lautmarke, die unberührt von gegenwärtigen stilistischen Ausprägungen neben diesen existiert. So ist die Bereicherung bei der Sammelform mehr eine symbolische als monetäre.

¹⁷⁶ Minus ist ein Technolabel, welches vor allem für seine Minimal-Produktionen bekannt ist.

12.3 Culturepreneure und Organisationen

Die Technomusikwirtschaft ist mehrheitlich eine Selbstständigekultur, in der wirtschaftende Sonic Bodies als „Künstler-Unternehmer“ (Diaz-Bone 2010, S. 337), „Culturepreneure“ (Lange 2007) oder „Artrepreneure“ (Engelmann et al. 2012, Paulus/Winter 2014) tätig sind. Diese erscheinen entsprechend der Position im Feld in unterschiedlichen Formen (vgl. Kapitel Freunde). Aufgrund der Vermischung von Beruf und Privatsphäre in der Technokultur herrscht zum Teil ein anderes Arbeitsethos vor, der sich als Arbeit in einer vertrauten Umgebung mit vertrauten Menschen manifestiert. Der Spaß an der (gemeinsamen) Arbeit ist der Antrieb für das Wirtschaften der Sonic Bodies. Techno erscheint als eine Musikkultur, „in der das Prinzip Arbeit auf angenehme Weise anwesend ist, aber seine nötige Aufdringlichkeit ausgesetzt ist“ (Diaz-Bone 2010, S. 331).

12.3.1 Existenzbasteln und Kommerzialisierungen in der Technokultur

Der Beginn von Musikerkarrieren und Gründungen von Organisationen stehen im Zusammenhang mit unterschiedlichen Werten. Zum Teil führte die Entstehung eines Werts zur Gründung. Aspekte, die dazu führten, sind als Kombinationen von Idealvorstellungen und Motivationen zu betrachten. Soziale Faktoren, wie Sympathie, Freundschaft, affektuelle Verbindungen, sind oft für die Gründung eines Unternehmens entscheidend (vgl. Lange 2007, S. 279f.). In vielen Fällen ist dem Start eine Bekanntschaft, Freundschaft und in einem Fall sogar eine Liebesbeziehung vorausgegangen. Es kommt in fast allen Produktionsbereichen zur Aktivierung oder Nutzung von Freundeskreisen und privaten Netzwerken. In anderen Fällen lernten sich Unternehmende und Angestellt*innen innerhalb lokaler Szenen kennen, was für die Gründung und nachfolgende Schritte produktiv gemacht wurde.

Die Kommerzialisierung des Musicking erfolgt im Sinne eines „Existenzbastelns“ (Hitzler 2001), in dessen Verlauf sich Sonic Bodies ihr Erwerbsleben in der Technokultur konstruieren. Dies muss nicht auf eine Tätigkeit beschränkt sein. Wichtig ist, dass diese die Kontrolle über ihr Musicking und ihr Leben bewahren. Existenzbasteln vollzieht sich in einer Bewegung vom Spiel hin zum Beruf. Die Begriffe „Bastelexistenz“ und „Existenzbasteln“ beziehen sich einerseits auf die Problematik moderner Menschen, innerhalb eines Handlungsrahmens auswählen und entscheiden zu müssen¹⁷⁷. Andererseits umfasst Existenzbasteln den Aspekt, „dass sich die individualisierten Menschen heute eher wie Heimwerker oder Hobby-Bastler betätigen, d. h., dass sie aus dem, was ihnen kulturell gerade so zur Verfügung steht, bzw. was sich ohne allzu hohe ‚Kosten‘ besorgen lässt, ‚irgendwie‘ das zusammenmontieren, was ihnen nötig erscheint“ (Hitzler 2001, S. 181f.). Die Steigerung stellt der „Bastelexistentialist“ dar. Dieser bezeichnet einen kompetenten Akteur, der sowohl seine subjektiven Belange einschätzen als auch die nötigen Mittel effektiv einsetzen kann. Das Handeln des Bastelexistentialisten ist stärker von einem subjektiven Kosten-Nutzen-Kalkül geprägt (ebd., S. 185f.).

Projekte oder Handlungen einzelner Sonic Bodies können sich zu kurz- oder langfristigen Arbeits- und Erwerbsmöglichkeiten verstetigen. In dieser „Kommerzialisierung“ (Hitzler 2001) werden in Trial-and-Error-Verfahren (Bürkner 2013) finanzielle Potenziale eröffnet und vermehrt. Kommerzialisierung erfolgt nicht auf Kosten der Aufgabe der Leidenschaft oder des Spa-

¹⁷⁷ Diese Problematik ist nach Hitzler eine Folge der Individualisierung der Gesellschaft gemäß der Individualisierungsthese von Ulrich Beck (1986).

ßes an der Arbeit. Die Akteure versuchen, entlohnte Arbeit und Spaß zusammenzubringen, sodass die Kommerzialisierung von Musikkulturen „diese selber zu veritablen Ressourcenquellen für Leute [macht], die sich den Spaß nicht durch die Arbeit verderben und zugleich die Arbeit nicht durch den Spaß vermiesen lassen (wollen)“ (Hitzler 2001, S. 187). Hitzler verweist hinsichtlich des Existenzbastelns explizit auf die Technokultur. Der Verlauf der individuellen Karrieren führt oftmals über spielerisches Handeln in die (teil-)entlohnte Arbeit als Musiker*in und/oder Unternehmer*in. Am Anfang stand das Hobby, das sich im Verlauf kommerzialisierte.

Kommerzialisierung verlief bei den Interviewten über unterschiedliche Routen bzw. Arten an Musicking (Musiker*in, Unternehmer*in, Veranstalter*in) und führte zu divergierenden Ergebnissen. Das Musicking zeichnet sich durch Transdisziplinarität aus, in der unterschiedliche Tätigkeiten wie etwa das Produzieren, Auflegen und Veröffentlichen verfolgt werden. Ein großer Anteil des Handelns der Sonic Bodies ist im Hinblick auf ihr Existenzbasteln von Praktiken des DIY geprägt. Existenzbasteln bezieht sich auch auf die weitergehende Karriere, da das Basteln an der eigenen Existenz potenziell nie endet. Dafür zeigen sich Bewegungen in den Feldpositionen, interne Diskurse, als auch externe Einwirkungen verantwortlich, welche die Sonic Bodies zwingen, weiter an ihrer Existenz zu basteln. Dabei kristallisierten sich drei Formen an Existenzen heraus:

1. Beruf
2. Standbein neben einem Hauptberuf
3. Hobby

Besonders bei den Musiker*innen kann die Tendenz einer frühen Orientierung in diesen Beruf festgestellt werden. Dieses Ziel wird nicht blind verfolgt, sodass Ausbildungen, die in erster Linie für den Beruf der Technomusiker*in gedacht waren, auch der Absicherung dienen, falls das Basteln einer Musikerexistenz scheitert. Besonders die Anfangsphase ist aufgrund fehlenden Zwangs von spielerischem Handeln gekennzeichnet. Sonic Bodies produzieren und üben in ihren Privaträumen, für die keine zusätzliche Miete anfällt.

Nach der Phase des Spiels gingen sie stärker taktisch vor, um den Wert des Lebens als Musiker der Technokultur zu erreichen. Dafür wurden besonders in der Anfangsphase die Prioritäten auf Investitionen in das Musikequipment gelegt und Abstriche in der Lebensführung in Kauf genommen.

Michael: „Ich habe Blut abgeholt, also es waren jetzt keine Blutkonserven, sondern es war Blut zur Untersuchung. Das habe ich halt bei verschiedenen Arztpraxen abgeholt und in ein Labor gebracht. Und dann habe ich in einem Supermarkt gearbeitet. Das heißt, nur so neue Waren eingeräumt. War furchtbar der Job. Und dann habe ich aber drei Jahren bei Discomania gearbeitet, das war schon irgendwie interessanter. Weil das war halt ein großer, der ist mittlerweile insolvent, aber es war halt ein sehr großer Platten- und CD-Vertrieb, der vor allem viel Musik aus England und USA importiert hat; Belgien, Holland, natürlich aber auch deutsche Sachen und die dann eben an Plattenläden weltweit verkauft hat. Ich war da im Lager und hab praktisch die Aufträge zusammengesucht.“ (MSCHA 8:45 - 9:38)

Michael finanzierte mit Geringverdienertätigkeiten seinen Unterhalt und das Geld für Investitionen in Instrumente. Im weiteren Verlauf erfolgte eine Orientierung hin zu einer musikbezogenen Erwerbstätigkeit. Seinen Beruf außerhalb der Technokultur behielt er nach Start des Labels und seiner Musikerkarriere zunächst bei.

Michael: „Ich habe am Anfang noch gearbeitet, weil ich ja gar nicht wusste, wie das jetzt alles wird. Zu der Zeit habe ich für AMD gearbeitet, Advanced Micro Devices, so Computerchips; [...]

Für die habe ich halt Schulungen für Verkaufspersonal gegeben. Und das war auch wahnsinnig gut bezahlt und deswegen habe ich das noch eine Weile beibehalten, aber als ich dann 100 Auftritte pro Jahr hatte, ging das auch gar nicht mehr; ich hatte dann aber auch einfach genug Geld.“ (MSCHA 10:05 - 10:36)

Gabriel ging in seinem Existenzbasteln zu Beginn weniger taktisch hinsichtlich seiner finanziellen sowie beruflichen Absicherung vor und damit ein hohes Risiko ein.

Gabriel: „[überlegt] Also für mich war eigentlich schon in der Schulzeit klar, dass ich Techno machen will und dass ich auch gerne davon leben möchte. Und ich habe damals noch kein Geld verdient, aber mein Leben schon darauf ausgerichtet, davon mal hoffentlich leben zu können. Das war natürlich auch ein extremes Risiko. Meiner Meinung nach hat die Professionalisierung da schon irgendwie im Kopf angefangen sozusagen: ich gehe jetzt nicht studieren oder ich mache jetzt keine Ausbildung oder sonst irgendwas großartig, wo ich mich wirklich reinhänge; und ich habe auch keine großen Jobs angenommen. Ich habe halt nur kleine Jobs gemacht, versucht, dass ich über die Runden komme, um so viel Musik wie möglich zu machen. Und dann finanziell wurde das dann halt professionell durch den eben erwähnten [Trackname]-Hit.“ (GAA 3:10 - 3:56)

Bis zu seinem ersten Hit musste Gabriel erst einige Jahre „über die Runden kommen“ und in sein Instrumentarium investieren. Zu Beginn der Laufbahn als Produzent*in bestand das Problem des Mangels an professionellem Instrumentarium, was auch andere Musiker erwähnten.

Gabriel: „[I]ch muss sagen, bei meinem ersten Synthie, da habe ich meinen Vater einfach gefragt. Ich habe gesagt: ‚Ich frag ja nie, aber ich brauche jetzt echt mal einen Synthie. Also ich habe jetzt hier den letzten Scheiß und mache seit Jahren schon Musik‘. Also ich habe wirklich lange auch mit absolutem Schrott produziert, was dann natürlich gerade auch nicht zu meinem Erfolg beigetragen hat.“ (GAA 4:05 - 4:26)

Ein Aspekt, der im Zusammenhang mit dem Digital Turn steht, beeinflusst das Existenzbasteln der Sonic Bodies. Der Digital Turn hat bei einigen eine Erweiterung ihres Musickings zur Folge gehabt. Dies resultierte einerseits aus Interesse oder Leidenschaft, andererseits aus finanzieller oder unternehmerischer Notwendigkeit.

Als Gründungsstandorte fungierten in den meisten Fällen die Heimat oder Wahlheimat. Dabei spielten in der Regel betriebswirtschaftliche Argumente keine Rolle, sondern individuelle, lebensweltliche Aspekte. Ein Umzug bspw. nach Berlin zugunsten besserer Vernetzung vor Ort und Monetarisierung des eigenen Schaffens wurde von diversen Sonic Bodies abgelehnt. Bei den Berlin-Zuzüglern waren persönliche und wirtschaftliche Gründe entscheidend.

Die Interviewten legen bis auf eine Ausnahme Wert auf eine formelle finanzielle Absicherung im Rentenalter. Bei dem einen Musiker, der keine gesetzliche Vorsorge verfolgt, liegt ein anderer Fall vor, der aus dessen Staatsbürgerschaft resultiert. Deshalb orientiert sich dessen Planung an dem System des Heimatlands seiner Eltern. Daneben sind die Musiker in den meisten Fällen Mitglied der Künstlersozialkasse oder durch einen anderen Beruf sozialversicherungspflichtig abgesichert. Einige haben sich Immobilien als zusätzliche Sicherheit zugelegt. Im Fall der Labelbetreibenden und Veranstalter konnten vor allem private Rentenversicherungen identifiziert werden.

12.3.2 Ad-hoc-Unternehmen und professionelle Gründungen

Existenzbasteln in der Technokultur führte bei den Interviewten zu spontanen Gründungen, die in Kommerzialisierungen endeten. Dies betrifft Musiker*innen, Labelbetreibende und Veranstalter*innen. In diversen Fällen fungierte die Situation als konkreter Auslöser für Handlungen.

Als *Ad-hoc-Unternehmen* werden an dieser Stelle Organisationen bezeichnet, deren Gründung relativ spontan erfolgte. Hierbei motiviert die Entstehung eines Werts umgehend zur Gründung. Entgegen herkömmlicher unternehmerischer Praktik entstehen diese ohne Vorplanung oder Businessplan. Die Motivation der Sonic Bodies resultiert zu Beginn vor allem aus persönlichem Interesse und/oder einer – zeitlich beschränkten – Gelegenheit. Ökonomische Motive sind anfangs nachrangiger Natur, werden aber im Verlauf des Existenzbastelns bei zunehmender Gewinnorientierung und Bewegung in der Feldposition der Sonic Bodies wichtiger. Sie können zu einem Ende der unternehmerischen Aktivitäten führen, da der wirtschaftliche Zwang die Illusio entzaubert hat.

Kevin: „Ich hatte ein paar Wochen darauf Geburtstag, hab mir direkt über den Kollegen den Kontakt besorgt und dachte mir: Ja, cool dann kann ich eine private Geburtstagsfeier mit den DJs machen, die ich kenne, die lade ich ein, frage die, ob die da auflegen wollen. Dann habe ich vier Wochen, sechs Wochen später meinen Geburtstag auf diesem Bauernhof in dieser geilen Location gefeiert und das war so meine erste Veranstaltung. [...] Das hat Megaspasß gemacht, war sehr erfolgreich. Ich habe selber zu der Zeit ja auch sehr gerne die Musik gehört und selber gerne getanzt und ich fand die Party super. Das war sehr atmosphärisch, relativ alternativ auch so von den Besuchern her. Das war eine sehr, sehr nette Stimmung, ein ganz toller Vibe so mit Feuerchen und Feuertonne und hast du nicht gesehen. Und dann hatte mir einer der Leute aus dieser Drum'n'Bass-Ecke, der [Name], den ich eigentlich als ziemlich erfahren und als fähig eingeschätzt habe. Der hatte mich total darin bestärkt und irgendwie gesagt: ‚Boah, du hast da irgendwie ein Händchen für und das war echt gut gemacht. Gute Deko, gute Konstellation einfach, du hast ein Händchen dafür‘. Das hat mich dann ein bisschen gebauchpinselt und auch darin bestärkt, dem nachzugehen, weil mich das irgendwie angefixt hat. Ich hatte Spaß daran. Und dann bin ich angefangen, das weiter zu planen, weil es ja auf einmal diese regelmäßige Party nicht mehr gab, zu der ich immer hingegangen bin, da habe ich mir gedacht: Okay, ich möchte eine regelmäßige Reihe in der gleichen Location, in der vorher die Party war, machen bzw. in der abgespeckten Version. Es war halt ja vorher im TUT und in der Eve Bar und ich wollte es halt nur in der Eve Bar weitermachen. Vorher gab es erstmal noch eine andere Location. Ich wollte auf jeden Fall in der Innenstadt in einem kleinen Club was Regelmäßiges mit den Leuten, die ich kannte, einerseits den DJs, andererseits den Gästen, machen und dieses Alte, was ich vorher hatte, was ich so kennen gelernt habe, fortbestehen lassen.“ (KKA2 0:25 - 2:48)

Der Beginn seiner Veranstalteraktivität, die zur Gründung einer Eventagentur mit regelmäßigen Veranstaltungen führte, war für Kevin persönlich und situativ motiviert. Spaß am Veranstalten und Anerkennung stellten für ihn starke Antriebsmomente dar. Der Weg in seine Veranstaltertätigkeit zeichnet sich durch die Nutzung und Unterstützung der eigenen familiären und persönlichen Netzwerke aus. Die Finanzierung seines Lebensunterhalts erfolgte in den ersten Jahren als Veranstalter durch Jobs u. a. als sozialpädagogischer Teamer, Imbissverkäufer oder Wohnungsaflöser. Im weiteren Verlauf festigten sich die Einkünfte aus den Partys, sodass er nicht mehr auf anderweitige Finanzquellen angewiesen war. Jedoch verlagerte sich der Schwerpunkt seiner Handlungsorientierung aufgrund betriebswirtschaftlicher Gegebenheiten zunehmend in Richtung

Gewinnorientierung. Diese Verlagerung war einer der Auslöser für die Beendigung seiner Aktivitäten als Veranstalter.

Auf Seiten der Labelbetreibenden zeigt sich ein ähnliches Bild hinsichtlich der Spontaneität und Situiertheit von Unternehmensgründungen. Die Labelgründung war von Thomas nicht geplant, sondern ergab sich aus dem Moment der Kooperation. An dieser Stelle zeigt sich die Bedeutung sozialer Netzwerke.

Thomas: „[Das Label] hat angefangen aus einer Kooperation mit [Name]. Der hat für zwei von seinen Kunstprojekten zwei Platten initiiert und der Freundeskreis, der darauf versammelt war, der war dann im Grunde so der Grundstock für das Label, was 98 gegründet wurde.“ (TSA1 0:14 - 0:36)

Abseits der beschriebenen Gründungsformen kann die Leitung eines Labels durch Übernahme erfolgen. Dabei spielen abermals Netzwerke eine wichtige Rolle.

Gunnar: „Ich bin nicht der Gründer von [Label], sondern das Label wurde von [Gründer] gegründet hier in Berlin. Ich selber hab noch in Erfurt gewohnt. Allerdings war ich damals schon immer im regen Austausch, meine Freundin hat hier gewohnt in Berlin und habe diese ganzen Leute kennen gelernt. Hab die Gründung des Labels miterlebt hautnah, hab die ganzen Leute gekannt, die da Sachen rausgebracht haben, hab ja in Erfurt selbst schon Veranstaltungen gemacht, hab also auch mal Leute von dem Label nach Erfurt geholt und das war auch das Label, wo selbst meine allererste Platte raus gekommen ist 2005. Also mein Herz war sozusagen immer schon mit dem Label verbunden und ich konnte mit [Gründer]; waren halt auch Freunde. Bei ihm war es so, der hat das drei Jahre gemacht und für ihn war das auch immer ein Hobby und er ist eigentlich Steuerberater und er hatte die Chance eine Kanzlei zu übernehmen und stand vor der Entscheidung, ‚okay, was mache ich jetzt mit dem Label?‘. Er hatte keine Zeit mehr dafür, auch das Interesse war ein bisschen weg. Und dann gab es dann zwei Varianten, hat er gesagt, entweder lässt er es ruhen, das war es dann und das andere Ding war dann, er hat es mir angeboten. Er hat gesagt: ‚Möchtest Du das machen?‘ Und da das ja, wie gesagt, schon immer eine Herzensangelegenheit war mit dem Label, hab ich kurz drüber nachgedacht und hab gesagt: ‚Na klar, mache ich!‘“ (GLA 4:52 - 6:11)

Gunnar wurde durch die Übernahme zum Labelbetreiber und erweiterte seine Bastelexistenz um einen weiteren Bereich. Das Angebot zur Übernahme verdankte er dem Umstand, dass er Teil des Netzwerks war, welches sich um den Verein und das Label gebildet hatte, und eine Freundschaft zu dem damaligen Betreiber bestand. Beide haben gleichermaßen die Gunst des Moments genutzt. Gunnars Antrieb zur Übernahme war ähnlich intrinsischer Natur wie die des ehemaligen Betreibers, der die Aktivitäten des Labels fortbestehen lassen wollte.

Daneben konnten in der Studie *professionelle Unternehmensgründungen* identifiziert werden. In diesem Fall wird versucht, eine bestehende Wertvorstellung umzusetzen. Motivationen, Herangehensweisen und Verläufe unterscheiden sich dabei von Ad-hoc-Unternehmen. Erneut wird die Bedeutung des Moments und der Situation ersichtlich, in der Sonic Bodies taktisch die Gunst der Stunde nutzten.

Peta: „[Die Gründung des Vertriebs] war einfach eine Sache von künstlerischer Freiheit. Also man wollte so unabhängig wie möglich sein, deswegen wurden ja damals auch die Labels gegründet. Man wollte diese Labels dann nicht einfach von einem fremden Vertrieb vertreiben lassen, sondern man wollte sich selber darum kümmern, sodass man auch auf einige Probleme gar nicht mehr Rücksicht nehmen muss. Wenn man zum Beispiel eine Deadline nicht eingehalten hat

und das Release-Date geschoben wird, dann kann man natürlich als eigener Vertrieb sagen: ‚Ich mach das jetzt aber trotzdem so, das Ding wird morgen irgendwie erscheinen‘. Du bist dein eigener Herr, kannst einfach machen, was du willst. Und das war einfach der Grund, warum der Vertrieb gegründet wurde. Macht natürlich auch wirtschaftlich Sinn, gerade in der damaligen Zeit war es so: es gab sehr viele Labels, die egrade so am Start waren, die auch auf der Suche nach einem Vertrieb waren und gerade in Köln war das Umfeld ja auch dementsprechend gegeben mit [Labels], das waren alles Labels der ersten Stunde, [Label] war direkt dabei. Und vor dem Hintergrund hat das ja auch für [Name] absolut Sinn gemacht.“ (PHA 19:44 - 21:10)

Die Sonic Bodies nutzten einerseits die zeitliche Gelegenheit, da andere lokale Labels auf der Suche nach einem Vertrieb waren, andererseits spielten Aspekte der Kontrolle bei der Gründung eine Rolle. Dabei handelt es sich aber eher um kreative, als rein ökonomische Kontrolle. Vorrangig stellt die Gründung des Vertriebs die Weiterführung einer unabhängigen Unternehmenspolitik dar, die bereits den vorher gestarteten eigenen Labels zugrunde lag. Unternehmerische Freiheit stellt einen Wert für die Sonic Bodies dar. Der Vorteil eines eigenen Vertriebs besteht in der Möglichkeit durch sog. Press- & Distribution-Deals günstigere Konditionen an die Labels weiterzureichen. In diesem Abkommen sammelt der Vertrieb eine gewisse Zahl an Masterbändern der Labels, um diese als Großauftrag an das Presswerk zu übermitteln. Auf diese Weise werden Produktionskosten gesenkt und mit den Ausgaben für die Distribution verrechnet, sodass die Labels wirtschaftlich davon profitieren. Unabhängigkeit bedeutet auch, den Umsatz komplett oder unter Wenigen aufgeteilt zu erhalten. In Bezug auf die Konstituierung kann ein Rückgriff auf lokale Netzwerke und ein freundschaftliches Verhältnis der Sonic Bodies untereinander festgestellt werden. Die Gründung des Vertriebs war ein weiterer Bestandteil deren Existenzbastelns.

Ein ähnlich professionelles unternehmerisches Vorgehen zeigten die Betreiber eines Music Stores für elektronische Tanzmusik.

Massimo: „[Name] hat angefangen als eine Idee von [Gründer]. Das war einfach eine Idee, weil er eben bereits im Musikgeschäft war. Der hat Platten vertrieben, produziert, gepresst und dann gesehen, dass der MP3-Markt im Anmarsch ist. Das war eine Idee, an der ein Jahr lang gearbeitet wurde. Er hat dann Partner gefunden, die sich zum Beispiel über das Webdesign Gedanken machen sollten. Er kümmerte sich um den Lizenzmarkt. Dann brauchte man jemanden, der sich im Internetmarkt auskennt und natürlich einen Programmierer. Und dann wurde erstmal die erste Page anhand von bereits bestehenden Webportalen, es gab ja zum Beispiel schon Web-Records, der Platten verkauft hat, ähnlich wie so was wurde das aufgebaut mit Charts und Neuheiten. Und dann ging das online in einer ganz abgespeckten Version mit gerade mal 5.000 Tracks. Alleine schon mit diesem Produkt war es möglich, eine Investition zu bekommen. Das war dann der erste Meilenstein. Mit diesem ersten Produkt, wo nur ein paar Titel drauf waren, haben sie sich bei den verschiedenen Investoren beworben und dann haben sie ein Venture Capital-Award gewonnen, das war ein Award für Technologie, und das war gepaart mit 500.000 € Investitionsgeld.“ (MASA 0:20 - 2:10)

Das professionelle unternehmerische Vorgehen der Macher betrifft die Gründung, die Entwicklung in punkto Erweiterung des Angebots, Anpassung der Oberfläche sowie Features. Dies gilt auch für dessen Beendigung, da die Unternehmensziele nicht erreicht wurden und der Store im Nachhinein den Besitzer wechselte. Das Handeln der Betreiber zeichnet sich einerseits durch die Situation aus, da der im Entstehen begriffene Onlinemarkt eine Gelegenheit bot. Andererseits war das Vorgehen planerisch, da mit Kapital versucht wurde, zu wachsen und eine höhere Position zu erhalten.

12.3.3 Organisationsstruktur

Es existieren drei Formen an Organisationsstrukturen im Bereich der Kulturproduktion: eine bürokratische, unternehmerische und variierte, welche Aspekte der beiden ersten Formen in sich trägt, jedoch mit mehr Kapital ausgestattet ist (Peterson/Anand 2004). Die Größe entscheidet, ob Organisationen imstande sind, ihr kommerzielles Potenzial auszuschöpfen, neue Trends zu erkennen und anzustoßen. Die bürokratische Organisationsstruktur basiert auf klar umrissener Arbeitsteilung und einem System zur Wahrung der Organisationsabläufe. Demgegenüber stehen unternehmerische Formen, die weder über Arbeitsteilung noch ausgeprägte Hierarchien verfügen und auf kurzfristigen Gewinn ausgerichtet sind. Diese Form zeichnet sich durch eine größere und schnellere Bereitschaft zur Flexibilität im Handeln aus (Peterson/Anand 2004, S. 316).

In Bezug auf die Technokultur setzt sich deren Organisationsstruktur aus der unternehmerischen, variierten sowie in geringeren Anteilen bürokratischen Form zusammen. Organisationen mit bürokratischer und unternehmerischer Struktur verfügen über unterschiedliche interne Aufbauten. Unternehmerische Labels werden meist alleine oder von zwei Personen geführt und per DIY in transdisziplinärer Manier umgesetzt. An dieser Stelle sei auf einen Widerspruch zu der Konzeption von Peterson und Anand hinsichtlich Musikkulturen hingewiesen. Die unternehmerische Organisationsstruktur ist durchaus auf Langzeiterfolg ausgelegt, wovon auch Phänomene wie der „Long Tail“ (Anderson 2007) und Long Run zeugen. Bei bürokratischen und zum Teil auch variierten Organisationen herrschen Formen professionellen betriebswirtschaftlichen Arbeitens samt Arbeitsteilung vor. Die internen Hierarchien sind aufgrund der in Relation geringeren Größe weniger stark ausgeprägt. Zu Organisationen der Technowirtschaft zählen noch kollektivistisch geführte Organisationen, in denen es zu einem höheren Maß an Arbeitsteilung kommt. Bei den Kommerzialisierungsgraden existieren fließende Übergänge zwischen Hobby- und Lebensunterhaltsaktivitäten.

Organisationen setzen sich aus Ein- bis Zwei-Personen-Labels oder GmbHs mit mehreren Angestellten*innen zusammen. Die *Arbeitsbereiche* einer Plattenfirma bestehen aus mehreren Komponenten und die Technokultur stellt hier keine Ausnahme dar. Dabei lassen sich Schwerpunkte hinsichtlich der Bedeutung der entsprechenden Bereiche aufzeigen. Der Wert der Unabhängigkeit manifestiert sich in den unterschiedlichen Arbeitsbereichen, die neben den obligatorischen Tätigkeiten eines Labels, wie A&R, Buchhaltung, zum Teil Qualitätskontrolle der Musikproduktion (vgl. Kompakt 2013, S. 23), Abwicklung des Herstellungsprozess, oftmals noch die Gestaltung des Artworks, Booking, Verlagswesen und Veranstaltungstätigkeiten umfassen. In allen untersuchten Fällen übernahmen die Labels mindestens eine dieser Aufgaben.

Promotion stellt aufgrund der zugrundeliegenden Aufmerksamkeitsökonomie den wichtigsten Arbeitsbereich dar. Dies ist der Bereich, in welchem sich die Sonic Bodies Unterstützung durch eine zusätzliche Arbeitskraft mit entsprechender Expertise wünschen. Die einzelnen Tätigkeiten auf Seiten der Promotion sind vielfältig und unterlagen aufgrund von Internet und Social Media in den letzten Jahren einer starken Dynamik. Traditionelle Wege der Promotion werden nur noch selten beschritten, da die Szenepresse einen Bedeutungsverlust erfahren hat. Zwar veröffentlichen einige Labels Pressemitteilungen zu ihren Tracks, jedoch schaltet nur ein geringer Teil Werbeanzeigen. Bei dieser Praxis besteht die Chance, dass ein Artikel über die Organisation verfasst wird, um noch mehr Aufmerksamkeit zu erzeugen. Nur ein geringer Teil kauft Bannerwerbung auf Musikplattformen ein oder vergibt die Promotion an eine spezielle Agentur.

Labelmacher greifen meist auf kostensparende, aber zeitintensive Alternativen zurück. An erster Stelle stehen Social Media. Zum einen kann via Facebook ein direkter Kontakt zu den Endver-

braucher*innen hergestellt werden, zum anderen ergeben sich hierdurch Netzwerkeffekte, die einer kostenlose Werbekampagne gleichkommen können. Fans übernehmen einen Großteil der Verbreitung in Form digitaler Mundpropaganda. Dies stellt eine Fortführung einer Tradition dar, die schon immer für die Produktionen der Technokultur relevant war (vgl. Sicko 2010; S. 133, Schwanhäuser 2010, S. 72; Denk/Von Thülen 2012). In einigen Fällen werden Musikvideos für Videoplattformen produziert. Sound- und Mixcloud werden genutzt, um kostenlose Musik als Downloads zu verteilen, wovon sich die Labels ebenfalls einen Werbeeffect versprechen. Als ein weiteres Werbemittel fungieren Blogs mit themenspezifischer Orientierung. Abseits des Internets veranstalten die Labelmacher Label- oder Release-Partys, um auf diese Weise Aufmerksamkeit für eine Veröffentlichung, die Musiker*innen oder das Label zu generieren. Macher*innen greifen zuletzt auf das Werbemittel der DJ-Bemusterung zurück. Dadurch soll ein Track Verbreitung finden, Neugierde wecken und durch namhafte DJs mit subkulturellem oder kulturindustriellem Populärkapital aufgewertet und ggf. in DJ-Charts präsentiert werden.

Veranstaltungsagenturen verfügen auch über unterschiedliche Arbeitsbereiche, die für die Umsetzung von Partys erfüllt sein müssen. Dabei nehmen die Erstellung und Verbreitung von Promotion eine wichtige Stellung ein, die zeitaufwendig ausfällt, da Flyer per Hand verteilt werden müssen. Veranstalter*innen setzen ebenfalls auf die Bewerbung im Internet. Als weitere, eher bürokaufmännische, Tätigkeit fällt die Buchhaltung bei Veranstaltungen an. In Bezug auf die Konstituierung von Veranstaltungen verlangen diese einerseits nach dem Arbeitsbereich des Bookings, andererseits des Veranstaltungsaufbaus. Zusätzlich nimmt der Kreativprozess in Form von Locationsuche eine wichtige Stellung ein.

Charakteristisch für die Organisationen ist das Vorgehen der Sonic Bodies, mehrere oder teils fast alle Arbeitsbereiche zu übernehmen. Dies ist abhängig von der Größe eines Unternehmens. Alle Ein- oder Zwei-Personen-Labels dieser Studie wiesen transdisziplinäres Vorgehen auf, welches oft nur von einer Person umgesetzt wird. Manche Partner*innen haben eine rein beratende Funktion oder treten nur beim Auswahlprozess von Tracks in Erscheinung. *Arbeitsteilung* verläuft zum Teil entlang kaufmännischer und kreativer Tätigkeiten.

Dirk: „Und [Name] ist halt von uns beiden mehr so der Mann an der Front, halt der Raver, der Tänzer und ich bin eher so der im Hintergrund. Das heißt, wenn wir ein Stück auswählen, da hat [Name] auch immer ein bisschen besseres Gefühl als ich manchmal dafür, ob das auf dem Dancefloor funktioniert oder nicht. Wenn er sagt, das funktioniert nicht auf dem Dancefloor, dann machen wir das nicht, weil wir halt ein Dancefloorlabel sind. Das ist so die Arbeitsteilung, aber eigentlich mache ich die ganze Arbeit.“ (DMA 1:18:05 - 1:18:33)

Die Leidenschaft an der Tätigkeit ist für viele Sonic Bodies die Motivation, eine Organisation zu betreiben, was Formen von Selbstausschöpfung annehmen kann. Angela McRobbie (2016) identifiziert Leidenschaft und Selbstausschöpfung als zentrale Charakteristika der Culture Industries. Dies deckt sich zwar in einigen Aspekten mit dem Arbeiten und Angestelltenverhältnissen in der Technokultur, weicht aber in einigen Punkten ab. Zum einen werden Organisationen als dezidiertes Hobby ohne Absicht auf Kommerzialisierung neben der regulären Arbeit geführt. Zum anderen handelt es sich nicht um eine universitär erlernte Weltanschauung, wie es McRobbie darstellt, da die Interviewten ihr Studium meist vor längerer Zeit abgeschlossen und keinen kulturwissenschaftlichen Schwerpunkt haben.

Im Rahmen der Arbeitsteilung werden Tätigkeiten an das eigene soziale Netzwerk ausgelagert. Dies betrifft vor allem gestalterische Aufgaben, wie das Erstellen von Coverartworks, Designs und Videos. Obwohl bei diversen Unternehmungen ein kollektivistischer Charakter festgestellt

werden kann, verfügen diese Gruppierungen über eine hauptverantwortliche Person, die die letzte Entscheidung fällt, in der Regel die Unternehmensgründer*in. Im Bereich der Veranstaltungen kommt es ebenfalls zu Formen der Arbeitsteilung. Während einige Sonic Bodies stärker transdisziplinär vorgehen, haben andere klar getrennte Arbeitsbereiche, die von jeweils einer Person umgesetzt wird.

Organisationen verfügen über unterschiedliche Formen an Angestelltenverhältnissen. Je nach Größe fallen mehr Aufgabenbereiche an, die durch Personal abgedeckt werden müssen. Größe und Feldposition sind entscheidend, ob es sich um beitragspflichtige Angestelltenverhältnisse, Rechnungssteller, halbe Stellen oder Praktikant*innen handelt. Bei kleineren Organisationen sind eher letztgenannte Formen vorzufinden. Als vorrangige Personalkriterien konnten das Humankapital und Sonic Logos identifiziert werden. Bei Fällen von eindeutiger Arbeitsteilung wurden Aufgaben an Fachleute mit formeller Expertise vergeben. Humankapital ist für die Produktion von Bedeutung, es genügt aber nicht, wenn Menschen ausgewiesene Spezialisten sind. Es müssen ein Mindestmaß an subkulturellem Kapital und Sonic Logos als Personalkriterium erfüllt sein. Bei Organisationen mit mehreren Angestellt*innen entstammten die meisten der House- oder Technokultur und waren in diesen selber tätig. Dies folgt einer Logik, die sich aus dem subkulturellen Kapital und Sonic Logos rekurriert. Auf die Frage, warum so viele Sonic Bodies bei einem Music Store angestellt waren, wurde entgegnet:

„Ja, weil wir aus der Szene kommen und weil wir nur diese Leute kannten und wir diese Leute auch gesucht haben, weil die das Know-how, das Grundwissen haben. Das ist halt so. Das ist wichtig, man muss aus der Szene kommen. Egal jetzt was. Es kann Drum'n'Bass sein, es kann Techno sein, es kann House sein, aber wir haben immer Musiker, DJs bevorzugt.“ (MASA 10:54 - 11:26)

Ein Mangel an subkulturellem Kapital und Sonic Logos kann in der alltäglichen Arbeit als Hindernis erscheinen, da einerseits die Sonic Bodies keine gemeinsame Sprache sprechen, andererseits dies die Arbeitsabläufe erschwert. Dies kann zu einer schlechten Reputation führen, wenn Angestellt*innen über kein Kulturwissen verfügen.

Massimo: „Es muss ein Feiertyp oder eine Feierfrau sein, meiner Meinung nach. Ich sehe das in anderen Firmen, wenn die Leute keine Ahnung von Musik haben, dann funktioniert das nicht. Und wir hatten ja mal eine, die sollte eigentlich Business Development machen, aber die kannte sich null aus. Wenn man der sagte: ‚Ey, die neue Tiësto!‘, ‚Wer ist denn Tiësto?‘ [feminin verstellte Stimme]; [lacht] das geht nicht.“ (MASA 11:54 - 12:26)

Als wichtiger Faktor für die Entwicklung von Sonic Bodies und Organisationen konnte die *Vernetzung* in lokale, nationale sowie internationale Netzwerke identifiziert werden. Die Einbindung eröffnet Möglichkeiten der Verbreitung und Kooperation. Netzwerke dienen in erster Linie zur Anbahnung von Geschäftsbeziehungen zwischen einer Organisation und den Musiker*innen. In Bezug auf das A&R (Artist & Repertoire) – Entdecken und Bewerten von Musiker*innen, Budgetierung von Marketing und Promotion-Maßnahmen, Controlling – erscheint Vernetzung in Form von Empfehlungen durch Musiker*innen oder andere Labelbetreibende. Hierbei sind Aspekte wie Sympathie, Vertrauen und subkulturelles Kapital von Bedeutung, da sie Empfehlungen aufwerten. Die Relevanz solch einer Art des Zustandekommens von Geschäftsbeziehungen wurde betont.

Thomas: „Ohne dieses Vitamin B ist es, weiß ich nicht, ein bisschen schwierig. Ich höre die [Demos] mir alle an, aber ich kriege das meistens nicht hin, dann zum Hörer zu greifen und anzurufen, um Feedback zu dem Stück zu geben. Ich kenne sein Gesicht noch nicht mal, das ist dann

irgendwie, weiß nicht, war bei mir nie so, keine Ahnung, vielleicht habe ich die Megahits abgelehnt, aber ich glaube eher nicht.“ (A2 44:06 - 44:33)

Für die Präsentation der eigenen Aktivitäten in Clubs sind lokale Netzwerke von Bedeutung, da hier die Einbindung entscheidend sein kann, ob Clubbesitzer*innen ihre Räumlichkeiten zur Verfügung stellen. Netzwerke dienen der Erweiterung des Musickings und dem Vergleich, um keine falschen Entscheidungen, bspw. bei der Startpressung, zu fällen. Dies kann etwa per Erweiterung des Musiker*innenportfolios einer Party oder eine Labels realisiert werden. Über die nationalen sowie internationalen Netzwerke werden Kontakte zu Musiker*innen oder Medienproduzent*innen geknüpft. Es kommt zu Kollaborationen, wie Split-EPs. Hierbei handelt es sich um (Vinyl-)Veröffentlichungen, auf denen – die jeweiligen Seiten – Stücke unterschiedlicher Musiker*innen präsentieren. Diesen Praktiken liegen gleichermaßen Aspekte der Wertschätzung und der Taktik zugrunde. Die Verbindung zweier Organisationen erhöht die Aufmerksamkeit. Durch Kontakte zu internationalen Produzent*innen und Labels besteht zum einen die Möglichkeit, Musiker*innen in den jeweiligen Ländern zu bewerben, zum anderen in der gegenseitigen Einladung zu eigenen Veranstaltungen. In beiden Fällen soll die Aufmerksamkeit für die Kooperationspartner*innen in dem Land oder der Stadt gesteigert werden. Der Zugang zu einem bekannten Vertrieb wurde seitens der Labelmacher*innen als wichtiger Schritt angesehen, der die Produktion positiv beeinflusst hat. Mit der Zugehörigkeit zu einem Musikvertrieb steigern sich die Sichtbarkeit und die Verfügbarkeit von Veröffentlichungen eines Labels. Dadurch erhöht sich die Chance, von den Konsekrationsinstanzen wahrgenommen zu werden.

Obwohl es sich bei den untersuchten Plattenfirmen um Technolabels handelt, haben sich diese in ihrer *musikalischen Ausrichtung* nicht exklusiv diesem Genre verschrieben. Labels präsentieren von Fall zu Fall eine Vielfalt sowohl inner- als auch außerhalb des Genres. Ein Label passt sich zwar an den „Clubkontext“ (GLA 45:49-46:00) an, veröffentlicht dennoch Technotracks, die sich an Songstrukturen anlehnen oder diese übernehmen. Orientierung an song- sowie trackartigen und artifiziellen, teils genrefernen Stücken manifestiert sich in der Ausrichtung sowohl auf Maxis als auch Alben. Gegensätzliche Technovarianten dienen der Gründung neuer Sublabels. Diese weisen divergierende Labelsounds auf, die für die Ausrichtung und Auswahlkriterien der Musik entscheidend sind.

Riley: „Für [Label 1] muss man keine Melodien, komplexe Melodien spielen können oder die arrangieren können. Das ist für [Label 1] völlig egal, da muss man eher, sagen wir mal, gut mit Basslines und auch mit so einer Art von Massivität muss man umgehen können. Bei [Label 2] zum Beispiel kann das auch was sehr Luftiges sein. Also es sind wirklich konträre Entwürfe.“ (RRA3 30:20 - 30:48)

Trotz der stilistischen Vielfalt besitzen Labels eine Lautmarke, für die diese und auch ihre Sublabels eintreten. Die stilistische Ausrichtung der Labels wird nicht dogmatisch verfolgt. Die hypothetische Frage, ob diese auch artfremde oder kommerzielle Musik von ‚verrufenen‘ Produzent*innen veröffentlichen würden, wurde nicht immer abgelehnt. Einige konnten sich dies als Spaß durchaus vorstellen. Solch eine campy Veröffentlichungspolitik sollte aber nicht überstrapaziert werden, sei es in Bezug auf die Anzahl oder in Bezug auf den Grad an Kommerzialität von Musiker*innen. Eine heteronome Gewinnorientierung des eigenen Labels wurde strikt abgelehnt oder ironisch als Option der Rentensicherung angesehen. Der musikalische Wert ist bedeutender als der ökonomische.

Peta: „Ich könnte mir ganz ehrlich vorstellen, gegen eine Scooter-Maxi hätte hier keiner was gegen. [amüsiert] Ich glaube, das fänden alle Beteiligten sogar irgendwie charmant und lustig.“

Ein Scooter-Album wird schon wieder schwieriger werden. Aber für kleine Gimmicks ist man auch immer zu haben. Aber ein Swedish House Mafia- oder Scooter-Album ist einfach schwer vermittelbar. Das stimmt schon, dass da Kommerzialität so ein Ausschlusskriterium ist, wenn es in diese Richtung geht.“ (PHA 1:40:03 - 1:40:33)

Musiker*innen und Produzent*innen beeinflussen das Handeln in mehrfacher Weise. Labels, die seit längerer Zeit aktiv sind, verfügen in der Regel über einen größeren Artistpool, aus dem diese schöpfen können. Sie sind eher imstande, mehrere Veröffentlichungen pro Jahr herauszubringen. Musiker*innen sind manchmal unberechenbare Variablen. Da Labels in der Regel die Veröffentlichungen eines Jahres im Voraus planen, bringen Zeitverzögerungen die Abläufe durcheinander, was kostspielig ausfallen kann, wenn etwa Promotion schon in Auftrag gegeben wurde.

Dirk: „Künstler scheißen halt auf Deadlines. [...] Du kannst ihm auch tausend Mal erklären, dass dahinter halt eine Kette hängt, dem ist das egal[...].“ (DMA 1:14:46 - 1:14:56)

Der Zugang der Musiker*innen zu den Labels erfolgt auf unterschiedliche Arten, jedoch lassen sich Präferenzen aufzeigen. Zwar ist der traditionelle Weg der Bewerbung per Demo immer noch von Bedeutung für die Labelmacher*innen, allerdings weicht der Umgang mit ihnen in der Praxis teils deutlich voneinander ab. Auf der einen Seite betonten zwei Sonic Bodies, dass sie alle Demos hören und beantworten. Ein anderer gab auf der anderen Seite seinen nachlässigen Umgang damit zu. Ein Teil der Sonic Bodies wird selber aktiv und recherchiert via Internet nach neuen Produzent*innen. Direkte Anfragen an bekannte Musiker*innen durch Labels bilden eine weitere Möglichkeit des Zugangs. Der Zugang von Musiker*innen kann auch dem Zufall geschuldet sein. Diese können im Club bei Auftritten oder DJ-Sets entdeckt werden. Von größerer Bedeutung ist hinsichtlich des Zugangs einerseits die Einbindung der Produzent*innen in dieselben Netzwerke, andererseits Empfehlungen aus diesem. Hinsichtlich Veranstaltungen lassen sich ähnliche Vorgehensweisen feststellen. Hier nehmen Recherche und Empfehlungen auch eine besondere Stellung ein. Allerdings wird der Zugang von Musiker*innen stärker durch das Publikum forciert, da deren Affirmation oder Ablehnung die zukünftige Auswahl von DJs beeinflusst.

Bei den *Auswahlkriterien* der Musiker*innen und ihrer Musik ist der musikalische Wert dominant, gefolgt von sozialen Werten. Ökonomische stehen an dritter Stelle. Zwischen den Organisationen und den Musiker*innen muss es im Sinne eines Person-Organization-Fit (Verquer et al. 2003; Kristof-Brown et al. 2005) musikalisch und sozial passen. Das Zustandekommen und die Persistenz solcher Beziehungen beruht in hohem Maße auf Wertvorstellungen (Ravlin/Meglino 1987; Judge/Bretz Jr. 1992; Meglino/Ravlin 1998). Die gut empfundene Musik, die sich mit den musikalischen Idealen deckt, ist ausschlaggebend für die Auswahl. Dies steht einerseits im Zusammenhang mit dem eigenen Geschmack, andererseits mit objektiven ästhetischen Merkmalen, welche die Qualität der Produktion in den Vordergrund rücken. Qualität bezieht sich auf die kompositorische Raffinesse und produktionstechnische Aspekte der Musik. Daneben wurde Originalität als Faktor herausgestellt. Eine gewisse künstlerische Handschrift und Gefestigkeit ist von Bedeutung. Ein weiterer zentraler Faktor ist der Sound eines Labels, der zwangsläufig in Verbindung zum Geschmack und musikalischen Idealvorstellungen der Betreiber*innen steht. Auf Seiten der sozialen Werte steht die Bereitschaft zur Übernahme der Labelphilosophie.

Riley: „Die Musik muss gut sein, dann muss die soziale Komponente und auch ein bisschen so die philosophische; es muss einfach ein bisschen Kenntnis da sein von dem, was wir machen. Er ist jetzt ein Teil des Ganzen auf unserem Label und unser Label steht denn nun auch nicht nur für Musik, sondern es steht ja auch ein bisschen für eine Geisteshaltung.“ (RRA3 28:29 - 28:54)

Zentral für die Auswahl erscheint Sympathie. Sonic Bodies würden es nicht bevorzugen, das Geschäft mit einer professionell und außerordentlich arbeitenden Person zu führen, wenn keine Sympathie gegeben ist.

„Wenn wir jemanden, von dem wir eine Platte rausbringen wollen, noch nie persönlich kennen gelernt haben, laden wir den ein und gucken, dass wir den kennen lernen und dann sind wir sehr enttäuscht, wenn wir uns nicht so gut verstehen, wie wir uns das erhofft haben, was sehr selten passiert.“ (DMA 46:25 - 46:46)

Sympathie ist auch für Veranstalter*innen von Bedeutung. Zwischen DJs und Veranstaltenden muss es „menschlich“ (KKA3 37:45; MSCHA 55:20; GLA 1:36:16-17) und DJs sowie Produzierende „inhaltlich“ (PHA 21:46) oder zum „Format“ (KKA3 37:49-50) passen. Zu den Auswahlkriterien von Musiker*innen zählen neben handwerklichen Aspekten die Bereitschaft zur Anpassung an den Sound einer Party und die Ausstrahlung der DJs. Diese sollen durch Musikauswahl sowie Freude am Auflegen und der Party überzeugen, um auf diese Weise den Vibe unter allen Anwesenden hervorrufen. Schlechte Laune von DJs kann sich auf das Publikum übertragen. Infolgedessen werden DJs nicht mehr gebucht. Für einen Sonic Body stellte sich die Frage, ob ein DJ in der Lage ist, mit seiner Auswahl das Publikum zu begeistern. Sets mit Schwerpunkten in anderen Feldern elektronischer Tanzmusik veranlassten ihn dazu, DJs nicht mehr zu buchen. Zuletzt sorgte exzessiver Alkohol- und/oder Drogenkonsum von DJs, vor allem wenn darunter die Qualität der Aufführung litt, für eine Beendigung einer Geschäftsbeziehung.

Ökonomische Auswahlkriterien für Musik und Musiker*innen sind weniger eindeutig. Der Bestand an eigenen Produzent*innen eines Labels ist genauso wichtig wie die Bekanntheit eines Projekts. Non-Exklusivität der Musiker*innen ist für die Auswahl von Relevanz. Diese bezieht sich auf die Erwartung der Musiker*innen, nicht ausschließlich über dasselbe Label zu veröffentlichen. Dies steht im Zusammenhang mit der Praxis des Bandübernahmevertrags. Hierbei werden keine Vorauszahlungen getätigt, sondern nur ein Masterband gekauft. Dadurch sichern Plattenfirmen die Streuung der Musiker*innen, was die Konsument*innen zum Label leiten soll. Zuletzt ist die Bereitschaft als Live-Act für das Label im Rahmen von Labelnächten aktiv zu werden, ein ökonomisches Auswahlkriterium.

In Bezug auf die gemeinsame Auswahl von Musiker*innen und deren Tracks wiesen alle Labels mit zwei Betreibern eine Vetopolitik auf. Sobald einer der Beteiligten mit einem Stück nicht zufrieden war, wurde dieses nicht als Veröffentlichung in Betracht gezogen. In der Regel findet ein Austausch zwischen Musiker*innen und Labelmacher*innen oder A&Rs statt, in dem sich beide Parteien ihre Vorstellungen nahebringen. Trotzdem behalten sich Labelbetreibenden das Recht vor, Tracks abzulehnen.

12.3.4 Veröffentlichungen, Verkäufe, Werte-Schöpfung

Die Anzahl gepresster Tonträgerseinheiten in der Technomusikwirtschaft erfordert einen differenzierten Blick: Zum einen bestehen Unterschiede zwischen den Formaten Maxi und Album, zum anderen zwischen den Labels, die jeweils eigene Veröffentlichungspolitiken verfolgen. Alben werden in größeren Einheiten gepresst, die meist im vierstelligen Bereich liegen. Im Rahmen der Studie wurden Alben angeführt, die eine Startpressung von 600, 6.000, 9.000 und knapp über 10.000 Einheiten hatten. Maxis werden weitestgehend in Kleinstauflagen hergestellt. Je nach Label und Musiker*in kann dies sehr unterschiedlich ausfallen. Ein Großteil der Labels der Stu-

die ließ 300 bis 350 Einheiten für eine Maxi pressen. Größere Labels realisieren Startpressungen von 500 bis 1.500. Es konnte auch das Gegenteil identifiziert werden mit Labels, die in 100er Auflagen veröffentlichen. Die Höhe der Pressung ist abhängig von der Bekanntheit der Musiker*innen. Bei Newcomer*innen werden weniger Einheiten gepresst. Es kann sein, dass diese sich zuerst im Digitalverkauf behaupten müssen. Nachpressungen von erfolgreichen Maxi-Veröffentlichungen erfolgen meist in 250er bis 500er Schritten. Bei einem Musiker, dessen Album auf CD veröffentlicht wurde, bestanden die Startpressung aus 600 Einheiten und die Nachpressung aus 400 Einheiten.

Produktionskosten für Veröffentlichungen in der Technokultur changieren in Abhängigkeit zu den gewählten Tonträgerformaten. Da im analogen Maxi-Bereich fast nur noch Kleinstauflagen vertrieben werden, hat dies die Produktionskosten für dieses Format erhöht. Bei einer 300er Auflage fallen Kosten von 3 € pro gepresste Einheit an. Im Vergleich dazu liegen die Stückpreiskosten einer Veröffentlichung bei 3.000 bis 4.000 Einheiten bei 1 €. Pro-Stückkosten können gemindert werden, etwa durch den Verzicht auf ein Cover. Die Covergestaltung schlägt sich finanziell sowohl in der Pressung, da Extraposten für die grafische Umsetzung anfallen, als auch in der Gestaltung nieder, wenn externe Grafiker*innen beauftragt werden. Hinzu kommen Kosten für Mastering, die pro Stück zwischen 20 € und 100 € liegen können, und für die Promotion, die bis 200 € betragen kann. Maxi-Veröffentlichungen im Kleinstauflagenbereich erzeugen je nach Gestaltung Produktionskosten von 1.000 € bis 1.500 €.

In Relation dazu fallen aufgrund günstigerer Stückkosten die Produktionskosten für Alben auf Vinyl und CD mit max. 5.000 € niedriger aus. Preistreiber der Albenproduktion sind Artwork, Mastering und Promotion. Aufgrund der größeren Menge an Tracks muss für das Mastering mehr veranschlagt werden. Da Alben aus dem Alltagsgeschäft herausstechen, wird mehr Wert auf die Gestaltung des Artworks gelegt. Diese übernehmen als Verpackung wichtige verkaufsfördernde Funktionen, wie Kommunikation am Point of Sale und Differenzierung gegenüber der Konkurrenz (Meffert et al. 2012, S. 432). Special Editions oder Box-Sets übernehmen als (Verbund-)Verpackungen die Funktion der Image- und Aufmerksamkeitswirkung (ebd., S. 433). Es wird mehr Aufwand in punkto Promotion betrieben, um die Veröffentlichung ins öffentliche Bewusstsein zu bringen und Produktionskosten zu amortisieren.

Die Produktionskosten sind bei Vinyl hoch und bergen ein größeres finanzielles Risiko in punkto der Non-Amortisierung. Vinyl ist ein Kostentreiber, welches einen Teil der potenziellen Einnahmen raubt. Da dem Vinyl ein hoher ideeller und subkultureller Wert zugewiesen wird, halten die Unternehmer*innen diesem die Treue.

Dirk: „Wenn wir Vinyl wegnehmen würden, würden wir mehr Geld verdienen.“ (DMA 1:28:39 - 1:28:42)

Nonphysische Veröffentlichungen fungieren als Ausgleich für die potenziellen Verluste, die aus der Vinylproduktion entstehen können. Produktionskosten sind bei digitalen Veröffentlichungen niedriger, da die Presskosten wegfallen. Je nach Vorarbeit der Musiker*innen, ob diese bspw. selber die Stücke gemastert oder Artworks erstellt haben, liegen die Ausgaben, u. a. für Webspaces oder Promotion, bei einer digitalen Veröffentlichung zwischen 50 € und 500 €. Bei nonphysischen Veröffentlichungen tritt schneller die Amortisierung ein und es besteht ein geringeres Risiko der Non-Amortisierung.

Die Anzahl an Veröffentlichungen pro Jahr liegt bei den Labels im Schnitt zwischen fünf und sieben. Im Rahmen der Studie stachen zwei Labelkonglomerate heraus, die bis zu 60 Veröffentli-

chungen pro Jahr herausbringen. Die Anzahl steht im Zusammenhang mit der Generierung von Aufmerksamkeit:

Dirk: „Also wenn du zu viel veröffentlichst, wir haben mal monatlich was raus gebracht, dann nehmen sich die Veröffentlichungen gegenseitig die Aufmerksamkeit.“ (DMA 1:24:01 - 1:24:09)

Abseits dieses Entzugs von Aufmerksamkeit begründeten mehrere Interviewte die Anzahl an jährlichen Veröffentlichungen mit dem notwendigen Arbeitsaufwand für deren Promotion.

Bei Digitallabels fällt die Anzahl an Veröffentlichungen pro Jahr etwas höher aus. Zu Spitzenzeiten realisierte ein Label 15 Veröffentlichungen. Im weiteren Verlauf versuchte der Betreiber einen Ein-Monats-Rhythmus einzuhalten. Bei Musiker*innen kann der jährliche Ausstoß höher ausfallen, was auf die Praxis des Veröffentlichens auf mehreren Labels zurückzuführen ist.

Die Anzahl gepresster und verkaufter Einheiten hat sich in der Technokultur seit Anfang der 1990er Jahre marginalisiert (Steer 2008; Wellinger und Gottfried 2012, S. 14). Dies ging in mehreren Schritten vonstatten. Wurden zu Beginn der 1990er Jahre 10.000 bis 20.000 Platten angepresst (Haupt 1993) und bis zu 50.000 Einheiten einer erfolgreichen Maxi verkauft, schrumpfte dies Mitte der 2000er Jahre auf 1.000 bis 2.000 Einheiten. Einige Labels veräußerten während dieser Zeit im Durchschnitt 3.000 - 4.000 Einheiten pro Veröffentlichung, bei erfolgreichen Stücken 5.000 bis 10.000 Einheiten. Ähnlich verhält es sich mit Nachpressungen, die teilweise zehn bis 15 Mal in 500er Auflage produziert wurden. In den Jahren 2012 und 2013 präsentierte sich der analoge Maxiverkauf bei nahezu allen Labels in Form von Kleinstauflagen. Nachpressungen zeigen sich von zunehmender Unvorhersehbarkeit gekennzeichnet:

Michael: „Es kann mal sein, dass man zehnmal nachpressen muss oder überhaupt nicht; meistens.“ (MSCHA 1:39:30 - 1:39:37)

Die durchschnittlichen Verkaufszahlen präsentieren sich folgendermaßen (Abbildung 37):

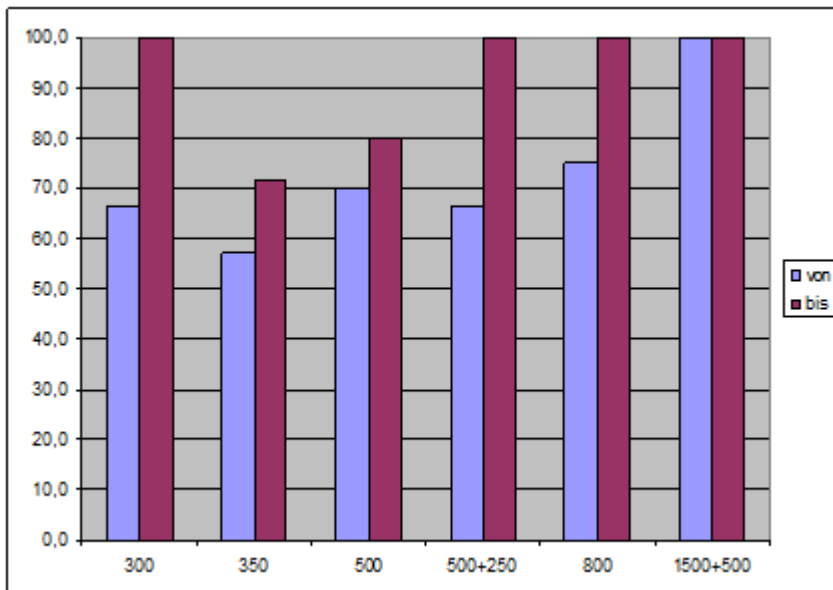


Abbildung 37: Verkaufszahlen Technotonträger

Daraus ergibt sich eine durchschnittliche Verkaufsquote von 83% einer Veröffentlichung. Die hohe Verkaufsquote resultiert aus den Kleinstauflagen und den Fans der Labels sowie Musiker*innen. Hinsichtlich der unverkauften Einheiten bzw. Flops zeigt sich ein ähnliches Bild.

Dirk: „Ich glaub, das Wort [Flop] nimmt kein Indie in den Mund. Wir hatten auch noch nie einen Flop. Wir hatten mal eine schlechter verkaufte Platte als die anderen, also deutlich schlechter verkauft, aber Flop wäre, würde ich sagen, wenn wir keine 50 verkaufen, das ist noch nie passiert. Dann würden wir aber auch sofort aufhören [amüsiert].“ (DMA 1:25:14 - 1:25:30)

Die Anzahl an Flops und Höhe an Retouren fällt unter den Interviewten insgesamt niedrig aus. Einige betrachten Flops nicht im Sinne von unerfolgreich, sondern gleichbedeutend mit dem Ausbleiben der Amortisation der Produktionskosten.

Michael: „Für mich ist es kein Flop, wenn es keinen Verlust macht. Wenn es Verlust macht aber auch noch nicht unbedingt.“ (MSCHA 1:59:44 - 1:59:49)

Zum einen verweist die geringe Anzahl an Flops auf ein Merkmal von kleinen Tonträgermärkten. Je schmaler die Gewinne ausfallen, „umso weniger Fehler sind erlaubt, um auf Dauer im Markt existieren zu können“ (Kromer 2008, S. 21). Zum anderen verweist dies auf die Wertpriorisierung der Sonic Bodies, die den musikalischen Wert als bedeutender erachten. Eine Veröffentlichung mit geringen Verkaufszahlen wird nicht als Flop oder Scheitern empfunden, wenn sie von der musikalischen Qualität dieser Produktion überzeugt sind. Die Spannbreite reichte von keinem Flop oder 1% bis hin zu jeder vierten Veröffentlichung. Mehrere Interviewte gaben an, dass zwischen 5% und 10% der Veröffentlichungen flopten und als Backstock endeten. Als schlechtesten Wert konnten Retouren von 50% bei einer Veröffentlichung ermittelt werden.

Die prozentual verkauften Einheiten weichen von Annahmen hinsichtlich der Verteilung von verkauften Kulturgütern ab. In Medienindustrien gelten laut Richard Caves die Paradigmen der „überraschenden Gewinner“ und Unwissenheit (Caves 2000). Dies hat in Anlehnung an Arthur De Vanys Studien zu Hollywood (2004) generelle Power-Law-Verteilungen in Medienindustrien zur Folge, die keine relevanten Durchschnittswerte erzeugen (Hutter 2006, S. 35). Ausschlaggebend für diese Verteilungsform, die überraschende Gewinner produziert, sind Netzwerkeffekte, die im Sinne eines „preferential attachment“ funktionieren (Barabási 2002, S. 183f.). Zwar können solche Effekte, ebenso wie das „Superstar-Phänomen“ (Rosen 1981), bei den Labels und Sonic Bodies der Technomusikwirtschaft aufgezeigt werden, in diversen Punkten weichen die Angaben aber von den Power Law-Vermutungen ab. Pareto-Verteilungen unter den Musikverkäufen der Technokultur sind in der Vergangenheit vorgekommen, im Zuge der schrumpfenden Einheiten aber verschwunden. Stattdessen präsentieren die verkauften Einheiten ein gegensätzliches Bild, da sie nicht eine 20-80-Verteilung, sondern je nach Label eine 60-40-, 80-20- oder 90-10-Verteilung besitzen. Die Unterschiede zwischen der Technomusikwirtschaft und anderer Musikwirtschaften sind auf divergierende Industrielogiken zurückzuführen, denen sie folgen.

Dirk: „Weil das Business, was wir machen, nicht hitgetrieben ist. Das heißt, es gibt keine Hits, das heißt, das Paretoprinzip kann also gar nicht funktionieren. Ich habe keine Hits. Ich habe aber auch keine Flops. Ich habe halt ziemlich gleichförmige Verkaufszahlen. Also das Prinzip findet bei uns nicht statt.“ (DMA 1:35:30 - 35:55)

Gleichförmige Verkaufszahlen sind eine Folge der geteilten Werte und daraus resultierenden affektiven Verbindung zwischen Produzierenden und Konsumierenden. Dies hat eine höhere Loyalität der Kund*innen zur Folge und ermöglicht den Sonic Bodies, musikalische Experimente zu realisieren, die den eigenen Vorstellungen und keinem Diktat von außen folgen. Loyalität kann

bei mehrfacher Enttäuschung der Erwartungen in Ablehnung umschlagen und zum Versiegen sicherer Geldquellen führen. Dies ist besonders der Fall, wenn sowohl der Vorwurf der kreativen Stagnation oder zu starken Gewinnorientierung gegeben als auch ein stilistischer Feldwechsel erfolgt ist.

Beim Digitalverkauf kann eine Korrelation zwischen MP3 und Vinyl identifiziert werden. Tracks, die auf Vinyl gut angenommen werden, verkaufen sich digital besser. Sie profitieren dabei vom subkulturellen Kapital des Vinyls. Beim Digitalverkauf besteht aufgrund der umfangreichen Abrechnungen die Schwierigkeit in der Nennung konkreter Zahlen, da die Verkäufe von mehreren Music Stores und Streamingportalen gemeinsam aufgelistet werden¹⁷⁸.

Ausschüttungen im Tonträgerverkauf haben einen starken Wandel erfahren, welcher auf die Marginalisierung der Maxi-Single zurückzuführen ist. Folglich fallen diese im physischen Tonträgerverkauf im Vergleich zu Mitte der 2000er Jahre geringer aus, da Anpressungen bei niedrigen Auflagen in Relation größere Produktionskosten erzeugen. Diese liegen pro Einheit bei 3 € und werden für 3,10 € und 3,30 € veräußert. Bei einer 300er Pressung verbleibt dem Label und Musiker*innen ein Gewinn von 30 € bis 90 €, der unter beiden Parteien aufgeteilt wird. Selbst bei erfolgreichen Stücken sind die Ausschüttungen gering. Umsatzeinbußen im physischen Tonträgerverkauf konnten durch den digitalen Verkauf aufgefangen werden, da sich hier die Einnahmequellen durch Verkauf und Streams multipliziert haben. Allerdings fallen die Gesamtumsätze im Digitalverkauf meist niedriger aus, obwohl dieser die Chance auf potenziell höhere Margen bietet.

Michael: „Wenn jetzt einer ein neues Album als Wave bei Beatport kauft, dann zahlt er dafür 30 € und davon kriegen wir ungefähr 18 €. Wenn ich das Album auf Vinyl verkaufe, verdiene ich 30 Cent, 40 Cent bei einem Doppelvinyl. Und auf CD verdienen wir vielleicht 3 €. Aber wenn jemand das digital, komplett, in bester Qualität kauft, dann bekommt das Label für ein verkauftes Album 17 € oder so. Das ist schon Wahnsinn. Eigentlich ist das wie eine Gelddruckmaschine. Eigentlich müssten MP3s billiger sein, das ist ein bisschen heftig, finde ich.“ (MSCHA 1:43:22 - 1:43:55)

Auch wenn die Margen potenziell höher ausfallen können, muss dies mit einigen Einschränkungen versehen werden. An erster Stelle besteht ein Preisunterschied zwischen den Formaten WAV und MP3, welcher die Marge bei MP3 geringer ausfallen lässt. In der Regel zahlen die Kund*innen bei Beatport für WAV einen Aufschlag von 40%. Zweitens bieten Music Stores die Möglichkeit, einzelne Tracks eines Albums zu erwerben, sodass Abstriche bei den Ausschüttungen gemacht werden müssen.

Am stärksten von der Digitalisierung profitieren Labels, die sich ein separates digitales Standbein aufgebaut haben, das unabhängig von den physischen Veröffentlichungen operiert und eigene Einnahmen generiert. Ein Einflussfaktor für den Erfolg im Digitalverkauf ist das subkulturelle oder kulturindustrielle Popularitätskapital der Labels. Solche, die bereits durch den physischen Verkauf eine hohe Feldposition und mehr Aufmerksamkeit innehaben, profitieren davon im Digitalverkauf. Trotz steigender Einnahmen durch den Digitalverkauf ist es aufgrund geringerer Margen und größerer digitaler Konkurrenz für Musiker*innen und Betreibende analoger und/oder digitaler Labels schwieriger geworden, den Lebensunterhalt mit dem Musikverkauf zu bestreiten (Goldmann 2011; Wellinger und Gottfried 2012, S. 14).

¹⁷⁸ Unabhängig von der Stellung des Labels beklagten mehrere Interviewte die Unübersichtlichkeit der digitalen Abrechnungen. In einem Fall wurden 1.600 Digitalverkäufe einer Maxi via Beatport angeführt.

Michael: „Es ist halt einfach nicht mehr schön, ein Label zu haben, weil es ja profitlos ist. Das ist eigentlich mehr Zweck. Zweck deine eigenen Sachen zu veröffentlichen oder Sachen, die du gut findest. Davon profitiert man ja auch, wenn man die Musik jetzt nicht gemacht hat, wenn man sie veröffentlicht.“ (MSCHA 1:11:22 - 1:11:37)

In den wenigsten Fällen stellt unter den Labelbetreibenden der Musikverkauf die alleinige finanzielle Grundlage dar. Abgesehen von zwei Interviewten finanzieren sich die anderen und ihre Labels durch zusätzliche Aktivitäten. Einkünfte der Labels setzen sich aus den Musikverkäufen und aus Lizenzierungen zusammen, was eine weitere, aber unsichere Einnahmequelle darstellt. Bei den meisten Labelbetreibern, die oft Selbstvermarkter sind, entspringen die Haupteinnahmen aus dem Auflegen oder Spielen von Konzerten.

Es kommt zu diversen Querfinanzierungsformen, die das wirtschaftliche Überleben der Labels und teilweise Einkünfte der Musiker*innen sichern. Da einige abseits des Musikverkaufs als Booking-Agenturen in Erscheinung treten, werden Booking Fees erhoben, die dem Label zu Gute kommen. Sonic Bodies werden oft als Veranstalter*innen aktiv. Dabei kann es sich um unregelmäßige Events, wie Labelnächte, oder regelmäßige wöchentliche/monatliche Veranstaltungen handeln. In einem Fall besteht zwischen dem Label und seinen Musiker*innen eine Abmachung, auf Royalties zu verzichten und als Ausgleich bei einer Labelnacht zu spielen. Begründet wurde dies mit höheren Ausschüttungen für die Produzent*innen, die durch die Labelparty deutlich mehr als durch die Royalties erhalten. Honorare werden zur Sicherung der Labeltätigkeiten verwendet und andere Ausschüttungen eröffnet. Ein Label wird durch andere musikbezogene Handlungen, wie etwa Mastering für andere Musiker*innen oder Kompositionen für Soundtracks von Fernsehproduktionen, finanziert. In einem Fall stellen die „Einlagen von den Gesellschaftern [lacht]“ (TSA2 2:09-11) die Finanzierungsquelle dar.

Neben der monetären Wertschöpfung kommt es zu symbolischer. Erfolg wird nicht exklusiv in wirtschaftlichen Maßstäben bemessen, sondern auch in intrinsischen. Persönliche Gratifikation ist ein Vorzug der Arbeit. Diese speist sich aus dem Spaß daran und den eigenen Zielsetzungen. Bei geglückter Produktion können sich Sonic Bodies den Erfolg zu großen oder ganzen Teilen zuschreiben. Erfolg wird nicht nur im Sinne von Gewinn, sondern auch im Sinne von Amortisierung definiert. Die Gratifikation besteht darin, keinen Verlust erwirtschaftet zu haben und weitere Produktionen realisieren zu können. Daneben wird Erfolg vorrangig mit dem Spaß an einem Projekt gleichgesetzt. Der Wunsch nach Unabhängigkeit und Selbstbestimmung im unternehmerischen Handeln steht in enger Verbindung dazu.

Gunnar: „Wahrscheinlich werde ich damit nie Geld verdienen oder nie sozusagen die Anerkennung in Presse und Medien bekommen, aber drauf geschissen. Es geht ja um mich, ich will meinen Spaß haben, ich will diese Sachen machen. Und so lange man sozusagen mit sich im Reinen ist in dieser Sache, ist das völlig okay. Dann macht das auch Spaß und so werde ich das auch dann machen.“ (GLA 31:03 - 31:25)

Anerkennung der eigenen Label- oder Veranstaltungsarbeit durch andere Sonic Bodies ist eine signifikante Ausschüttung, die einerseits in monetäre, andererseits weitere symbolische Entlohnungen nach sich ziehen kann, wie bspw. der Wert der Anerkennung durch wertvolle Menschen mit subkulturellem Populärkapital.

Michael: „Wir hatten immer viele Fans bei größeren Labels im Ausland, zum Beispiel David Miller von Mute oder Chris von Domino Records in den USA, die immer wieder auch Sachen lizenziert haben oder uns auf ihren Märkten weitergeholfen haben. Wir haben ja auch, [Namen],

Remixes für Depeche Mode machen können. Das ist natürlich echt Wahnsinn. Depeche Mode hat meine Sachen vor ihrem Auftritt auf der ganzen Welttournee gespielt.“ (MSCHA 56:41 - 57:08)

Obwohl die Einkünfte durch ein Label gering ausfallen können, ergeben sich andere Ausschüttungsformen bzw. Konfigurationen an Werte-Schöpfung, wie Einladungen zu Gigs in anderen Ländern oder Freundschaften, die den Betrieb legitimieren. Einkünfte bieten ein zusätzliches Einkommen, welches ggf. einen Urlaub finanziert. In einem Fall wurde das Betreiben eines zusätzlichen Labels als „*rein privates Entspannungsprojekt*“ (RRA3 1:21:39-41) bezeichnet. Dabei sind ökonomische Überlegungen zweit- und die Freude an der Arbeit erstrangig.

Von den untersuchten Organisationen hat nur eine ihre Aktivitäten komplett eingestellt. In diesem Fall war der Rückzug trotz erfolgreicher Arbeit mit einem Verlust an Spirit begründet. Dabei zog der Erfolg zuerst einen Aufstieg in der lokalen Szene, aber auch unternehmerische Verpflichtungen sowie Gewinnorientierung nach sich. Die Partys lockten ein externes Publikum an, woraufhin die Veranstaltungen für den Veranstalter den Spirit verloren. Der Erfolg konnte den Verlust des Spirits nicht aufwiegen.

Kevin: „[...] Und das war einerseits körperlich sehr anstrengend und daraus resultierend dann aber auch geistig, seelisch, psychisch sehr anstrengend. Wenn man wenig Schlaf hat, lange Schichten arbeitet, dann leidet halt alles darunter und das hat so meine Reserven, meine Energie zunehmend geraubt, sodass ich fast in einen Burn-Out geschlittert bin; zweimal sogar, wo ich morgens aufgewacht bin und eigentlich nicht mehr aufstehen wollte und mir so gedacht habe: Scheiße, scheiße, was mache ich hier eigentlich? [...] Und das Niveau der Veranstaltungen hat nachgelassen, also was die Gäste jetzt anging. Und es ist immer populärer geworden. Techno ist ja auch gerade auf dem Vormarsch, was so den Mainstream angeht und erhält Einzug in die Prolldiskos der Gegend. Dadurch ist das Publikum halt immer mehr verwässert, der eigentliche Spirit verloren gegangen und das hat sich so ein bisschen verselbstständigt. Ich habe es halt selber bei mir auch gemerkt, dass mir die Veranstaltungen weniger Spaß gemacht haben, einerseits weil es zu viel war, andererseits weil sie aber auch, zumindest subjektiv erlebt, schlechter wurden. Sodass mich dann nach und nach auch die Gäste sehr, sehr genervt haben und geärgert haben. Und teilweise dann auch die eigenen Bemühungen so ein bisschen untergraben oder zunichte gemacht wurden durch Gäste, die, wenn man zum Beispiel eine Ausstellung hat, einem die Exponate klauen oder kaputt machen, in die Deko kotzen oder einfach geistlos sind, andere Gäste belästigen, nerven und auch klauen. Dann habe ich mich halt da ein bisschen reingesteigert. In Kombination mit dieser Erschöpfung hat dann irgendwann mal ein Gast einen richtigen Latschen bekommen, wofür ich auch eine Anzeige und eine Verurteilung bekommen habe wegen Körperverletzung [...] Und das war so für mich der ausschlaggebende Punkt, wo ich gemerkt habe: Scheiße, es geht eigentlich nicht mehr. Was mache ich hier? Ich mache das halt wenn überhaupt nur wegen des Geldes. Es macht mir keinen Spaß mehr, den anderen Leuten macht es auch keinen Spaß mehr. Es kommen eh nur noch Gäste dahin, die ich überhaupt nicht da haben will, für die ich es überhaupt nicht mache und das war für mich das Zeichen, dass ich mir etwas Anderes suchen muss.“ (KKA2 6:21-6:50, KKA3 0:05-2:09)

Daneben sind finanzielle und wirtschaftliche Aspekte entscheidend für einen Rückzug oder das Einstellen unternehmerischer Aktivitäten. Je nach Ausrichtung und Größe der Organisationen können die anfallenden Kosten und Unternehmensziele zum Hemmnis werden. Unternehmen unterliegen betriebswirtschaftlichen Logiken, die sie einhalten müssen.

Zwar stellt Familie keinen zwingenden Grund dar, das Musicking einzustellen (vgl. Diaz-Bone 2010, S. 395f.), sie kann die künstlerische Lebensführung dennoch erschweren. Sowohl bei Mu-

siker*innen als auch Organisationen waren familiäre Gründe für die Reduzierung oder Beendigung ausschlaggebend. Beide Fällen sind bei den Partnern eines Sonic Body zum Tragen kommen. Während sich einer aus der Technokultur zurückgezogen hat, versucht der andere weiterhin Teil davon zu sein, was sich in kreativer sowie unternehmerischer Perspektive schwierig gestaltet.

Michael: „[...] Also ich höre mir halt Musik schon an und das muss man ja machen. Wenn ich jetzt [Name] mal als Beispiel nehme, der halt nur noch Zeit für seine Kinder und für seine Familie hat; weil seine Frau hat auch einen festen Job, also hat er ganz wenig Zeit auszugehen, vielleicht alle zwei Monate einmal.“ (MSCHA 1:55:03 - 1:55:20)

Da Techno und dessen Kultur einem steten Wandel unterliegen, ist die Teilnahme am Kulturleben für die musikalische und unternehmerische Produktion signifikant, da die Sonic Bodies Gefahr laufen, Geschmacksveränderungen zu versäumen und damit an der Technokultur vorbei zu produzieren. Die Anzahl an DJ-Engagements kann sich auch verringern. Dadurch fällt mehr Zeit für die Vorbereitung an, da DJs aus ihrem „Flow“ (PHA 9:32) herauskommen, der sich einstellt, wenn sie regelmäßig auflegen. Das Interesse an der Musik Techno kann schwinden und durch andere Genres beiseitegedrängt werden. In beiden Fällen liegt eine Entwertung vor. Der Wert des Auflegens und der Musik haben an Bedeutung verloren.

Peta: „Weil ich auch das Gefühl hatte, dass ich irgendwie nur noch so ein bisschen Jukebox bin. Im Gegensatz zum Anfang, als man anfing aufzulegen, man hatte so ein Mitteilungsbedürfnis, man wollte eine Message unter die Leute bringen, musikalisch und das war in den letzten Jahren definitiv abhandengekommen und dementsprechend war es auch ein klarer Entschluss zu sagen: Dann lass ich es doch einfach.“ (PHA 10:13 - 10:40)

12.4 Logiken des wirtschaftlichen Handelns in den Technomärkten

Felix: „Du kannst nicht jemand vergleichen, der einfach sagt, ‚Ich gebe mein ganzes Taschengeld dafür aus, dass es 500 Schallplatten von Band XY gibt‘, mit irgendjemanden, der das aus wirtschaftlichen Gründen macht.“ (CRA 2:23:01 - 2:23:11)

Äquivalent zu den sukzessiven Übergängen innerhalb des dreigeteilten Felds verhält es sich mit den Logiken des ökonomischen Handelns in den Märkten. Je mehr Sonic Bodies und Organisationen ihr Handeln anhand der autonomen Kulturorientierung ausrichten, umso stärker nehmen sie eine subkulturelle Logik ein, die von der kulturindustriellen Logik abweicht. Der Anteil an Handlungen, die einer kulturindustriellen Logik entspringen, nimmt sukzessive zu, je stärker Sonic Bodies und Organisationen ökonomieorientiert vorgehen (müssen) und je höher ihre jeweilige Feldposition ist. Wirtschaftlicher Erfolg und Bewegung im Feld geht mit einem Personalzuwachs und der Erweiterung der unternehmerischen Aktivitäten einher. Betriebsstrukturen werden entsprechend des vorherigen Outputs angepasst. Sie wirken sich auf Musicking und Handlungsorientierungen aus. Ein Wachstum der Betriebsstrukturen und eine Erweiterung der Aktivitäten haben einen Teilverlust an Unabhängigkeit, resp. das Entstehen von Abhängigkeitsverhältnissen zur Folge. Dazu zählt nicht nur die Abhängigkeit von Gewinnen, sondern auch gegenüber anderen Organisationen, wie Vertrieben, Majorplattenfirmen, Konzertveranstaltenden, Getränkelieferant*innen, etc. Je größer die Strukturen ausfallen und sich die Richtung gen Gewinnerorientierung verschiebt, umso mehr muss sich das Handeln an die Situation anpassen, was in einem Logikwechsel enden kann. Die Logik verlagert sich von der subkulturellen hin zu einer kulturindustriellen Logik. Der entsprechende Grad der Logik entscheidet über die Praktiken, die dem unternehmerischen Handeln zugrunde liegen.

Peta: „Irgendwann gerätst du in gewisse Strukturen, die du auch bedienen musst, um nach wie vor erfolgreich zu sein. [...] Je größer du wirst, desto mehr Kosten hast du halt als Label und je mehr Kosten du hast, desto mehr musst du gucken, dass diese Kosten reinkommen und desto mehr sind halt gewisse Dinge vorgegeben und die muss man einhalten. Insofern gibt man dann natürlich eine gewisse Unabhängigkeit auf, für die Größe die man hat, aber das lässt sich dann anders nicht vereinbaren.“ (PHA 1:46:42 - 1:47:29)

Kevin: „So ein fester Club wie [...] hat halt einen ganz anderen Kostenapparat und dabei auch eine ganz andere Schwierigkeit, Woche für Woche ihren Laden voll zu bekommen. Und wenn man als freier Veranstalter einmal im Monat was Besonderes macht, dann hat man da sicherlich nicht so große Probleme.“ (KKA3 23:18 - 23:45)

12.4.1 Kulturindustrielle Logik

Grundlegend für die kulturindustrielle Logik sind Massenproduktions- und Gewinnerorientierung, die zunehmen, je größer der Druck ökonomischer Zielvorgaben aufgrund betrieblicher Strukturvorgaben wird. Es gilt die Prämisse der Hit-Orientierung (Steinkrauß 2005, S. 25). Majors, Minors und große Indies müssen Hits produzieren, um wirtschaftlich bestehen zu können. Diese Ausrichtung hat eine Flop-Rate zur Folge, die in einem 1:10-Verhältnis erscheint (Kromer 2008, S. 39). Dabei steht der schnelle Erfolg im Vordergrund, der sich in den Praktiken der One-Hit-Wonder (Renner 2004) und „Testballons“ (TAA 10:51) manifestiert. Statt Aufbau zu betreiben, werden bekannte Musiker*innen aus spezifischen Musikkulturen abgeworben und der Gunst des Marktes der Massenproduktion überlassen. Da die Platzierung im Markt mit kostenintensiven

Promotionkampagnen einhergeht, sind das Eintreten in die Charts und Ausgleichen der Ausgaben die Zielvorgaben (Jakob 2005; Weinacht/Schneider 2007).

Timo: „Beim Major starten die ja ihre Testballons und pumpen sehr viel Geld in zehn verschiedene Künstler und wenn einer was wird, auf eine kurze Frist gesehen, dann ist das für die die Erfüllung.“ (TAA 10:49 - 11:00)

Dies bleibt nur wenigen Musiker*innen vorbehalten, sodass die meisten der Testballons wieder fallen gelassen werden, wenn die Verkäufe nicht den Zielvorgaben entsprechen. Von den Zielvorgaben des Chartens und Recoupens sind bekannte Musiker*innen und Stars nicht ausgenommen. Zwar bieten diese aufgrund ihrer Reputation eine größere planerische Sicherheit für die Organisationen, sie sind aber nicht vor Scheitern gefeit. Wegen des größeren Aufwands für Promotion und daraus resultierender Kosten fallen Verluste höher aus. Folglich ist der Flop im Rahmen der kulturindustriellen Logik von größerer Signifikanz, da die Organisationen aufgrund ihrer Betriebsstrukturen und Vorabinvestitionen stärker vom Erfolg der Musiker*innen abhängig sind und schneller Anpassungen vornehmen müssen.

Zur Umsetzung der kulturindustriellen Logik stehen diverse Instrumente zur Verfügung. Vordergrundig stechen Marketing und Promotion hervor, da durch diese eine Omnipräsenz und ein sog. Impact erzeugt werden soll, um die Aufmerksamkeit für eine Veröffentlichung aufrecht zu erhalten. Die Musikindustrie hat sich zu einer Copyright-Industrie gewandelt (Wikström 2013). Die Durchsetzung des Copyrights fungiert als Schutzmechanismus vor Verlusten durch Raubkopien oder illegale Streams. Dadurch entzieht sich die Musik in gewissen Teilen dem Mittel der Fan-Promotion, sodass die reguläre Promotion weiterhin wichtig ist. In Bezug auf die Musiker*innen sticht ein weiterer Aspekt hervor: Exklusivität. Diese werden per Künstlervertrag oder 360°-Vertrag (vgl. Söndermann 2010; Tschmuck 2013a) an ein Label gebunden. In Form von „Cherry-picking“ werden nur erfolgversprechende Musiker*innen oder Sublabels in das eigene Portfolio aufgenommen.

Von großer Bedeutung für die kulturindustrielle Logik ist die heteronome Gewinnorientierung der jeweiligen stilistischen Ausprägungen, die darum bemüht sind, musikalisch den größten gemeinsamen Nenner zu finden. Dabei ist die kulturindustrielle Logik nicht auf ein Genre beschränkt, sondern kann diverse Stile dem „*Postulat der Verwertbarkeit*“ (GLA 1:56:44-46) unterziehen. Majors sind „*experimentierfreudiger*“ (Felix CRA 2:08:01-02) und die Grenzen zwischen Indies und Majors fließender geworden (Söndermann 2010), was sich mit den Beobachtungen des Buchs „*Mainstream der Minderheiten*“ (Holert/Terkessidis 1996) deckt. Augenscheinlich wird dies bei der Übernahme musikalischer Trends aus verschiedenen Genres oder an der Integration stilistischer Mittel aus diesen durch Produzent*innen der Majors (vgl. Hennion 1983).

Felix: „Also alles was erfolgreich wird, wird irgendwann von irgendwem adaptiert und das ist ja nicht Madonna selber, sondern ein Produzent der die Ohren am Gleis hat und mitkriegt, aus was sich der nächste große Popsong schreiben lässt. Und das ist halt immer ein Amalgam aus dem, was schon immer funktioniert hat und dem, was gerade speziell angesagt ist.“ (CRA 2:38:02 - 2:38:22)

In diesem Zusammenhang ist der Faktor des richtigen Moments der Integration trendiger Stilelemente von Bedeutung. Da Majors oder Minors oft Trends aufgreifen, die in Feldern autonomer Produktion entstanden sind, geschieht dies zu dem Zeitpunkt, wenn der Hype in einer Musikkultur am Abflachen ist, bzw. die Phase der Entwertung (Boltanski/Esquerre 2018) erreicht hat. Die Kunst im Handeln besteht im Erkennen eines Hypes und dessen kommerzieller Ausreizung, was diesen letztendlich beendet. Trends unterliegen einer starken Willkür, von der nur wenige Musi-

ker*innen profitieren, obwohl zum einen viel mehr vorhanden, zum anderen die Innovatoren von einer Major-Übernahme ausgenommen sein können.

Felix: „Nimm Band of Horses oder ich muss gerade die ganze Zeit irgendwie so an Kings of Leon denken. Wie viele Bands von der Bauart gab es schon vorher, die halt nie den Indie-Status jemals überschritten haben oder sonst irgendwas? Und dann hat es halt in dem Augenblick gut gepasst und ein Major denkt sich: ‚Ich glaube, das geht gerade auf‘, und dann spielt so eine Band auf einmal in einem Stadion.“ (CRA 2:36:42 - 2:37:05)

Ein weiterer Aspekt der kulturindustriellen Logik ist der Verkauf von Musikprodukten statt Musiker*innen. Die Musik ist in vielen Fällen das Resultat mehrerer Produzent*innen. Musiker*innen treten als Sänger*innen und Instrumentalist*innen in Erscheinung (Hennion 1983), sind aber an wesentlichen Arbeitsschritten nicht beteiligt. Die Musik ist Bestandteil eines Packagings, welches zusätzlich verkauft wird (Weinacht/Schneider 2007; Künne/Torkler 2009). Ebenfalls von Bedeutung für die kulturindustrielle Logik sind Top down-Entscheidungen. Diese treten intern in Form von Priorisierungen bestimmter Musiker*innen oder Sublabels, die größeren Gewinn versprechen.

Top down-Entscheidungen werden an den Arbeitsverhältnissen zwischen Musiker*innen und Label ersichtlich. In der kulturindustriellen Logik herrscht eine ausgeprägte Hierarchie vor. Ein weiteres Merkmal ist das Fehlen der Produzierenden-Konsumierenden-Homologien. Im Gegensatz zu den nahbaren Sonic Bodies in den Feldern autonomer Produktion ist die Unnahbarkeit der Produzent*innen, dies schließt die Labelmacher*innen ein, im Feld der Massenproduktion wesentlich. Direkte Kommunikationen und Ansprachen vor Ort finden abseits von besonderen Anlässen, wie Autogrammstunden, nicht statt. Zum einen werden die Facebook-Fanseiten oder Webseiten nicht in DIY-Manier, sondern von einer Marketingabteilung betrieben. Zum anderen würde dies der Star-Logik widersprechen, die auf der Inszenierung der Unnahbarkeit und Besonderheit basiert und damit eine konträre Illusio zum autonomen Feldabschnitt aufweist (Faulstich 1997; Schwarz 1997; Dyer 2000).

12.4.2 Subkulturelle Logik

Den Strukturen des Felds entsprechend orientiert sich die subkulturelle Logik am asketischen Pol der Kulturorientierung, die sich vordergründig durch den Prosumerismus der Sonic Bodies auszeichnet. Diese produzieren auf Grundlage ihrer Wertvorstellungen und Geschmackspräferenzen per DIY für sich und die Technokultur. Dadurch werden die Sonic Bodies und Organisationen als glaubwürdiger erachtet.

Produktionen sindzenebasiert (Kühn 2017; Kuchar 2020) und distinktionsorientiert. Die Abgrenzung gegenüber dem Feld der Massenproduktion und anderen Sonic Bodies ist konstituierend für die subkulturelle Logik. Gleichzeitig sind musikalische, soziale sowie ökonomische Distinktionen von Bedeutung für sie (Moore 2007; Strachan 2007). In Konsequenz ist die subkulturelle Logik durch Bottom Up-Prozesse gekennzeichnet. Produzierende sind Partizipierende der Technokultur, resp. Konsumenten der Musik. Sie gestalten mit den anderen Partizipant*innen die jeweiligen Dynamiken sowie Diskurse. Geteilte musikalische Werte bilden die Basis für die Produzierenden-Konsumierenden-Homologien, welche Motoren des Prosumerismus und der Produktionen sind.

Jörg: „Ich kaufe halt Rockplatten und gehe zu Rockkonzerten und die verkaufe ich ja auch oder die vertrete ich ja auch so im Berufsleben und das macht mein potenzieller Kunde, sage ich mal, auch.“ (CRA 2:17:56 - 2:18:08)

Ein wichtiger Aspekt der subkulturellen Logik, der dieser Homologie entspringt, ist die wertbasierte Identifikation der Konsument*innen mit den Sonic Bodies und Organisationen, die eine höhere Loyalität zur Folge hat. Dadurch sowie aufgrund des geringeren bis fehlenden Druck von Strukturvorgaben werden die Sonic Bodies oder Organisationen eher zu mutigen musikalischen oder unternehmerischen Handlungen befähigt.

Thomas: „Durch den direkten Kontakt zum Künstler, glaube ich, werden waghalsigere Dinge gemacht, weil halt nicht irgend noch so ein Produktmanager sagen kann: ‚Nee, das rechnet sich aber alles nicht.‘“ (TSA2 58:32 - 58:47)

Ein Instrument zur Wahrung der Loyalität ist die Verknappung spezieller Angebote, wie Limited Editions, die das subkulturelle Kapital der Sonic Bodies und Organisationen erhöhen, was sich auf lange Sicht auch im Kapital niederschlägt. Bewusstes „Erzeugen von Seltenheit“ (Boltanski/Esquerre 2018, S. 363), wie es typisch für die Sammelform ist, wird als Akt des Respekts gegenüber Fans und Sammler*innen gewertet. Dies zeugt von der eigenen Leidenschaft der Produzent*innen sowie dem Wissen um die Bedeutung der Seltenheit für Sammler*innen (Boltanski/Esquerre 2018, S. 363). In Bezug auf Partys kann sich Seltenheit auf Veranstaltungen beziehen, die einmal im Moment oder seltener durchgeführt werden. Eine Party muss begehrtenwert bleiben. Sich rarmachen, ist ein probates Mittel (vgl. Bonz 2008, S. 54). Solche Partys sind dadurch eher imstande, ein besonderes Erlebnis zu bieten.

Werte wie Selbstbestimmung, Selbstverwirklichung (Schwab 2008) und künstlerische Freiheit prägen die subkulturelle Logik. Persönliche und kollektive symbolische Gratifikationen sind Motens der Produktionen. Der Wunsch „Kunst“ (ÜHA 1:31:53; DMA 1:09:45) oder „Inhalte“ (PHA 1:28:26) zu produzieren, ist für Musiker*innen, Labelbetreibende, Veranstalter*innen und Clubbetreiber gleichermaßen von Bedeutung. Dies hat Auswirkungen auf das wirtschaftliche Handeln, in dem die ideellen Aspekte schwerer als die ökonomischen wiegen (vgl. Grazian 2004, Kuchar 2020, S. 140).

Hinzu kommt die fehlende Hitorientierung in der subkulturellen Logik, da Labels einem geringeren Strukturdruck ausgesetzt sind und keine Hits produzieren müssen. Wichtiger ist die Aufrechterhaltung der Produktion durch Kostenamortisierung (vgl. Langkamp 2007). Zwar werden Hits affirmiert, sie sind aber nicht der Antrieb der Produktionen. Stattdessen erscheint der Faktor Zeit für die subkulturelle Logik bedeutender. Dies steht in Kontrast zu den schnellen Entscheidungen in der kulturindustriellen Logik, die aus der Börsennotierung der Organisationen und den daraus folgenden Quartalsabrechnungen resultieren (Renner 2004, S. 80). Aufbau von Musiker*innen setzt Zeit voraus, zumal die Organisationen mit einer subkulturellen Logik nicht auf Instrumente wie große Werbekampagnen zurückgreifen können. Anstelle schneller Gewinne sind der Long Run, resp. die langfristige Kostendeckung sowie der damit zusammenhängende „Long Tail“ (Anderson 2007) von Relevanz. Sonic Bodies und Organisationen, die der subkulturellen Logik folgen, zeichnen sich durch beständiges Wachstum aus. Im Zusammenhang mit der geringeren Hitorientierung steht eine geringere Starorientierung. Dies führt zu anderen Repräsentationen der Musiker*innen, die von der Star-Inszenierung abweichen. Die geringere Relevanz ökonomischer Aspekte in der subkulturellen Logik führt zu der Situation, dass ein Teil der Produzent*innen von Produktionen nicht ihren Lebensunterhalt bestreiten können. Eine weitere Folge des geringeren Strukturdrucks ist eine größere Flexibilität im Handeln.

Timo: „Ich glaube, Indies sind da aber immer noch flexibler als Majors in diesem Zusammenschrumpungsprozess, weil die halt generell nicht diese pompösen Strukturen haben, die finanziert werden müssen.“ (TAA 31:06 - 31:16)

(Micro) Indie-Organisationen reagieren schneller auf strukturelle Umbrüche und passen ihr Handeln an die neuen Gegebenheiten an (Handke 2010). Maßgebliches Instrument der subkulturellen Logik ist das DIY. Durch die Konzentration sämtlicher Arbeitsschritte auf eine oder wenige Personen werden die Ausgaben einer Organisation niedrig gehalten. Im Zusammenhang damit zeigt sich mit den internen Kooperationen ein weiteres Instrument. Da Sonic Bodies nicht dermaßen auf Promotion zurückgreifen können, versuchen diese über die Vernetzung mit anderen und deren Netzwerke ihre Aufmerksamkeit, Reichweite und Reputation zu erhöhen, um ggf. Wachstum zu erzielen. In punkto Erhöhung der Reichweite schließt das Instrument des flexibleren und teils laxeren Umgangs hinsichtlich der Umsetzung des Urheberrechts an. Einerseits verfügen die Sonic Bodies nicht über die Mittel, um gegen Urheberrechtsverletzungen bspw. im Bereich von Social Media vorzugehen, andererseits profitieren diese von solchen Verbreitungsformen, da sich hierdurch Reichweite und Aufmerksamkeit steigern lassen. Demnach greift in der subkulturellen Logik im Zusammenhang mit der freien Verfügbarkeit von Musik im Internet stärker ein Explorations- als ein Substitutionseffekt (Handke 2010). Ähnlich verhält es sich mit einem weiteren Instrument: Bandübernahmeverträge. Diese Praktik dient auch der Erhöhung der Aufmerksamkeit unter Rückgriff auf andere Netzwerke, in denen die Musiker*innen Verbreitung finden. Durch das Erscheinen in diesen verweisen sie auf Labels, über die sie bereits veröffentlicht haben.

Erfolg und Wachstum führen zu Bewegungen im Feld. Dies hat entweder die Übernahme kulturindustrieller Logiken und den Bruch mit der lokalen Szene (Kuchar 2020, S. 239) oder Kooperationen mit heteronomen Organisationen zur Folge (Hesmondhalgh 1999; Kuchar 2020, S. 94), da die Aufgaben nicht wie zuvor bewältigt werden können oder Organisationen an ihre Grenzen stoßen. Dies unterstreicht die fließenden Übergänge im Technofeld und zwischen diesem sowie heteronomen Kulturproduktion.

12.5 Das Handeln

Gunnar: „Neben diesem Business, das gewisse Strukturen hat und das gewisse Regeln hat, kann man Sachen auch anders machen oder auch anders funktionieren.“ (GLA 30:49 - 31:00)

In „Die Kunst des Handelns“ (1988) thematisiert Michel de Certeau soziale Praktiken, vor allem Alltagspraktiken, von Individuen. Er deckt individuelle Umgangsweisen mit Alltagsgütern auf, die durch die Produzent*innen nicht vorgesehen waren. Solche Handlungen werden von ihm, in Anlehnung an die Kriegerlehre, als Taktiken bezeichnet. Taktiken sind „die Kunst ‚Coups zu landen‘“ (de Certeau 1988, S. 90). Dies setzt den Faktor Zeit in Form eines Interventionsmoments voraus, welcher zu einer günstigen Situation führen kann (ebd., S. 91). Taktiken sind „die Kunst der Schwachen“, die „Zeit und Gelegenheit nutzen“ (ebd., S. 89). Während sie sich durch das Fehlen von Macht auszeichnen, ist das Vorhandensein von Macht und einem Ort als etwas Eigenes für die Strategie konstituierend (ebd., S. 87). Dieser Ort dient als Ausgangspunkt für die „Organisierung von Beziehungen zu einer Exteriorität“ (ebd.) und der Schaffung von theoretischen Orten wie Systemen oder Diskursen (ebd., S. 91). Strategisches Handeln ist durch die Fähigkeit charakterisiert, Kräfteverhältnisse zu berechnen und diese zu eigenen Gunsten zu manipulieren. Abseits davon zeichnen sich Sonic Bodies durch nicht-intentionales spielerisches Handeln aus (vgl. Huizinga 1949). Musicking ist zunächst reiner Selbstzweck, der Freude bereitet. Eine ökonomische Verwertung wird nicht angestrebt (vgl. Bürkner 2018). Das Spiel kann seinen nicht-intentionalen Charakter verlieren und zum ernstesten Spiel werden.

Das Musicking der produzierenden sowie der unternehmerischen Sonic Bodies basiert auf den Handlungsarten des Spielerischen, Taktischen und Strategischen. Abhängig von der Feldposition greifen die jeweiligen Sonic Bodies verstärkt auf eine Handlungsart zurück. Dem Handeln liegt je nach Wertepriorisierung wahlweise eine Askese- oder eine Gewinnorientierung zugrunde. Sonic Bodies und Organisationen oszillieren zwischen den jeweiligen Handlungsarten und -orientierungen (vgl. Kuchar 2020, S. 236ff.). Entsprechend der jeweiligen Position und des Grads an subkultureller oder kulturindustrieller Logik herrschen zwar andere Schwerpunkte in den Konfigurationen der Orientierungen vor, das Changieren wird in der Regel aufrechterhalten. Sie gehen in einem Fall spielerischen Tätigkeiten nach, die persönliche Gratifikation gemäß ihren Wertvorstellungen bereiten, indem sie für sich, das Netzwerk oder die lokale Szene produzieren. In einem anderen Fall folgen sie regulären betriebswirtschaftlichen Logiken. Das Oszillieren zeigt sich im unternehmerischen Handeln deutlicher als im musikalischen, da die Organisationen stärker an betriebswirtschaftliche Regeln gebunden sind. Dabei begehen sie z. T. Handlungen, die aus einer betriebswirtschaftlichen Perspektive sonderbar anmuten, da diese zwischen ökonomischen Sinn und Unsinn changieren. Das Oszillieren entspringt gemäß der individuellen Feldposition einerseits aus einer Diskrepanz zwischen angestrebter Handlungsart und -orientierung, andererseits aus dem Zwang heraus, Askese- und Gewinnorientierung gemäß den subjektiven oder kollektiven Wertvorstellungen in Einklang zu bringen.

12.5.1 Spielerisches Handeln

Spielerisches Handeln zeigt sich vornehmlich am Machen-wollen, welches per DIY umgesetzt wird, und in Praktiken mit eindeutiger Kulturorientierung. Dabei nimmt die Spontaneität eine besondere Stellung ein. Die offensichtlichsste Handlung in Bezug auf das Musicking der Sonic Bodies ist ihre Auslegung als dezidiertes Hobby. Unabhängig von monetären Werten werden Tätigkeiten des Auflegens, Produzierens oder Veröffentlichens aus Vergnügen vollzogen. Eine Kommerzialisierung wird nicht angestrebt. Der Labelbetrieb kann von Profitlosigkeit gekennzeichnet sein und nur der persönlichen Gratifikation dienen. Einnahmen aus Musikverkauf oder Gagen sind zwar „*ein gutes Taschengeld*“ (PHA 13:03-04), reichen aber nicht aus, um die Handlungsorientierung der Sonic Bodies in Richtung monetärer Werte zu verschieben.

Hieran anknüpfend stellt das gemeinsame Musicking unter Freund*innen ein Spiel dar. Maßgeblich ist der Spaß, den die gemeinsame Tätigkeit hervorruft und sich mit deren geteilten Werten deckt. Folglich kann der Ausstieg von Freund*innen aus einem Musikprojekt zur kompletten Beendigung führen, da das gemeinsame Spiel beendet wurde. Das (gemeinsame) Spiel mit der Technologie sowie Erlernen von elektronischer Musikproduktion erweist sich in vielen Fällen als eine Aktivität (unter Freund*innen), die im weiteren Verlauf zu einem ernsthaften Spiel wurde. Es stechen Trial-and-Error-Prozesse hervor, die bspw. in der Anfangsphase eines Labels greifen, um sich auf diese Weise auszuprobieren und die spätere Ausrichtung der Organisation festzulegen. Ähnliches gilt für DJs und Produzent*innen, die eine Phase des Ausprobierens durchliefen, bis sie sich auf Techno oder ihren Stil festlegten. In diesen Trial-and-Error-Prozessen schärfen Sonic Bodies ihr musikalisches Profil (vgl. Bürkner 2018).

Manche Aktionen von Plattenfirmen erscheinen als spielerische Handlungen, die Vergnügen bereiten sollen und keinerlei Aussicht auf ökonomischen Erfolg versprechen oder gar ironisch wider die Technokultur handeln. Teilweise sind besondere Aktionen mit Extrakosten für diese verbunden. Illegale Partys können aus Spaß realisiert werden. In solchen Fällen werden zum Teil Spendengläser oder -boxen aufgestellt, damit Veranstalter*innen nicht die Kosten alleine tragen müssen und DJs eine Gage erhalten.

Spielerisches Vorgehen zeigt sich an Formen unprofessionellen Arbeitens. Ein Veranstalter ist trotz mangelndem Musikwissens aktiv geworden. Einige Musiker*innen, die gleichzeitig ein Label betreiben, kümmern sich nicht um ihre A&R-Aufgaben. Ein Labelbetreiber hat sein Handeln im Gegensatz zu seinem Hauptberuf „*entprofessionalisiert*“ (DMA 1:14:27). Dies zeigt sich bspw. in der Vinylloyalität bei Maxis. Diese sind zwar betriebswirtschaftlich sinnlos, werden aufgrund des ideellen und kulturellen Werts des Vinyls dennoch produziert.

Michael: „Es ist eigentlich totaler Schwachsinn, Vinyl zu pressen. Die Künstler verzichten alle freiwillig auf ihre Royalties, weil sie wollen, dass das auf Schallplatte rauskommt. Finden die immer noch so toll, was Greifbares zu haben, obwohl es keinen interessiert.“ (MSCHA 1:36:49 - 1:37:02)

Spielerische und wirtschaftlich unlogische Praktiken zahlen sich oft im Nachhinein aus, da sie einen Zuwachs an subkulturellem Popularitätskapital generieren. Hierzu zählt etwa das Verschenken von Musik. Bei illegalen Partys oder Partys an außergewöhnlichen Off-Locations können das damit verbundene Abenteuer, Risiko und die Mühe dieses Kapital anwachsen lassen, was sich auf lange Sicht in ökonomischem Kapital niederschlagen kann.

Kevin: „Vorher war es halt ein sehr, sehr netter Undergroundgeheimtipp, aber durch diese illegalen Geschichten, die ja auch Underground waren, aber die so beeindruckend für die Besucher

gewesen sein müssen, dass sich das wie ein Lauffeuer herumgesprungen hat und auf einmal die illegalen Partys, als auch die legalen Partys explodiert sind, was die Besucher anging. Also die haben sich eigentlich fast verdoppelt.“ (KKA3 8:40 - 9:03)

12.5.2 Taktisches Handeln

Im taktischen Handeln kommt es zu einer Vermehrung an Werten und in Konsequenz divergierenden Priorisierungen. Neben die Werte des Musickings und der Kultur rücken die monetären. Taktisches Handeln ist bemüht, unterschiedliche Werte in Einklang zu bringen. Dennoch besitzen viele Handlungen einen ökonomischen Unterbau, der sich in monetären Werten auszahlen soll.

Das signifikanteste taktische Handeln der Sonic Bodies ist deren DIY. Grundlegend sind die Werte der künstlerischen und unternehmerischen Freiheit (vgl. McRobbie 2016). Diese manifestieren sich im Wunsch, zu machen, was man will (*DMA 1:44:25-26; GCA 1:48:08-09; PHA 20:32-33*). Die Umsetzung des jeweiligen Musickings erfolgt oft in Form von Transdisziplinarität. Hierüber wird versucht, Aufmerksamkeit zu erlangen und die Bekanntheit zu steigern. Einige Organisationen wurden als Selbstvermarkterlabels gestartet, um die eigene Musik überhaupt in den Markt zu bringen oder die Kontrolle über das eigene Schaffen zu erlangen. Selbstvermarkterlabels können als Türöffner für unbekannte Produzent*innen dienen, die über diesen Weg die Aufmerksamkeit anderer Labels erregen wollen, um bei diesen zu veröffentlichen. Unangemeldete Partys stellen ebenfalls eine Taktik dar, in der sich die Unabhängigkeit im Musicking abseits etablierter, nicht verfügbarer Orte und dadurch im Kampf um kulturelle Freiräume manifestiert (Lange 2012). Diese ist immer zeitabhängig, z. T. aber auch ortsabhängig. Je besser der Ort gewählt wird, umso geringer das Risiko entdeckt zu werden.

Das Oszillieren der Sonic Bodies zeigt sich anhand gewisser Formen der Kommerzialisierung des eigenen Schaffens, um auf die Weise mit dem Musicking den *Lebensunterhalt* zu finanzieren. In diesem Fall changiert die Handlungsorientierung zwischen Askese und Gewinn. Hier fällt einerseits das Erlernen der Musikproduktion durch andere Sonic Bodies, andererseits die Tontechnikausbildungen auf. Die formelle Lehre soll ein Mindestmaß an produktionstechnischer Qualität gewährleisten, um sich gegenüber anderen Produktionen behaupten zu können. Sie dient gleichzeitig der Absicherung im Falle des Ausbleibens von Erfolg. Einige Musiker*innen erweitern im Sinne des DIY ihre artisanalen Aktivitäten zur Wahrung des Lebensunterhalts. Die Erweiterung der Musikproduktion dient der Kulturorientierung der Musiker*innen, die sich auf diese Weise finanziell absichern, um weiterhin für sich, ihre Szene und die Technokultur produzieren zu können. DIY ist ein Mittel, um die finanziellen Ausgaben gering zu halten. Dazu zählt auch das Teilen von Räumlichkeiten. Neben dem Antrieb, mit Bekannten oder Freund*innen einen gemeinsamen Ort der Produktion zu haben, sind finanzielle Aspekte von Bedeutung, da geteilte Räume die Kosten senken. Dies ist unter der Prämisse unregelmäßiger und sinkender Einkünfte durch Musikverkäufe und Auftritte sinnvoll. Bei Organisationen kann eine ‚Kreativität‘ bei den Beschäftigungsverhältnissen identifiziert werden, bspw. in Form von Scheinselbstständigkeit, Teilzeitangestellte*innen oder Praktikant*innen, was laut Angela McRobbie (2016) charakteristisch für die neuen „Culture Industries“ ist.

Eine andere taktische Handlung, die aber aufgrund ihrer heteronomen Gewinnorientierung von einigen Sonic Bodies nicht öffentlich kommuniziert wird, ist das Lizenzieren von Tracks durch Majors oder andere internationale Medienfirmen. Dies bietet einerseits eine Möglichkeit, veröffentlichte Stücke zusätzlich zu monetarisieren und Aufmerksamkeit in anderen Märkten zu erhal-

ten. Andererseits geht von Lizenzierungen für Compilations die Gefahr negativer Reputation aus. Die Digitalisierung von Techno hat zur Erweiterung der Produkt-, Programm- und Distributionspolitiken geführt. Dies war jedoch kein strategisches Vorgehen, da die Sonic Bodies und Organisationen auf eine Situation reagierten und diese nutzten. Alle Labelbetreibenden haben ihre Aktivitäten um den Digitalmarkt erweitert. Digitallabels dienen der Dekonzentration und Erhöhung der Veröffentlichungsmöglichkeiten. Auf diesem Weg wird das Hauptlabel, welches meist noch Vinyl vertreibt, entlastet und kann sich für Veröffentlichungen von neuen Produzent*innen öffnen, die Stücke via der Digitallabels herausbringen. Solche Plattenfirmen bieten die Möglichkeit, spontan Stücke zu veröffentlichen, die nicht in den Veröffentlichungsplan des Hauptlabels eingefügt werden können. Diese Praktik changiert zwischen Askese- und Gewinnorientierung.

In Bezug auf die Warenformen treten Taktiken bei der Trendform auf. Hierbei stach die Praktik des „Kuhmelkens [im Interview: *to milk the cow*] RRA3 17:12-13) hervor. Hierbei gründen gehypte Labels diverse Sublabels, die eine ähnliche Musik veröffentlichen, um auf Basis der temporären Aufmerksamkeit größtmöglichen Gewinn zu erwirtschaften. In diesem Zeitfenster kann ein breites Angebot des Trendthemas den Gewinn steigern. Ein Trend ermöglicht Handlungsarsenale, jedoch kann dieser durch ein Überangebot unterminiert werden. An dieser Stelle wird die Bedeutung des schmalen Grats zwischen Szene- und Massenproduktionsorientierung sowie Askese- und Gewinnorientierung ersichtlich. Wenn der Bogen durch die Sonic Bodies überspannt wird, kann dies negative Effekte nach sich ziehen, wie Umsatzverlust und Verlust an subkulturellem Kapital.

Kooperationen zählen ebenfalls zum taktischen Handlungsrepertoire und erfüllen mehrere Funktionen. Zum einen schöpfen die Sonic Bodies hieraus nonmonetäre Werte. Zum anderen entstehen monetäre Werte beiläufig oder werden taktisch anvisiert:

Georg: „[Gruppe] haben uns auch einmal nach London eingeladen und wir sie dann hier nach Köln, also so was geschieht dann auch jenseits von [Label], das machen wir dann quasi so unter der Hand und unter uns aus; so Sachen sind auch immer schön; die Gagen sind dann nicht so super bezahlt, aber man hat dann auch ein schönes Wochenende.“ (GCA 1:04:34 - 1:04:55)

Georg: „ [VJ-Team] machen Visuals auf verschiedenen Partys im Gewölbe und so und dadurch sind wir auch an die geraten und haben gefragt, ‚wie wäre es, wenn ihr mal bei uns bei einer Show Licht macht?‘ Das hat funktioniert und so was kann man dann quasi als Sahnebonbon auch [Label] anbieten, wenn wir auf Tour sind, das gegen einen gewissen Aufpreis ein Lichtteam mitkommt. Das ist natürlich eine super Sache.“ (GCA 1:01:46 - 1:02:16)

Kollaborative Arbeit bereitet einerseits Freude und erscheint als Anerkennung, andererseits dient sie der Erhöhung der Aufmerksamkeit durch den Eintritt in andere Organisationen und Netzwerke. Es besteht die Chance, Aufmerksamkeit für ein Projekt zu streuen, um daraus Gewinn zu schlagen. Dabei kann die Auswahl sowohl anhand taktischer Erwägungen, bspw. in Form von Kooperation mit Musiker*innen mit hohem subkulturellen Popularitätskapital als auch musikalisch motiviert sein.

Gunnar: „Und zurzeit machen wir zum Beispiel grad aktuell ganz frisch ein Projekt mit einem japanischen Label, hervorgegangen aus dieser Tour in Japan. Wir haben das vor zwei Jahren schon mit einem argentinischen Label gemacht. Die Idee ist, dass ein deutscher Künstler und ein japanischer oder damals ein deutscher und ein argentinischer Künstler zusammen einen Track basteln, was ja heutzutage dank Internet recht einfach ist. Man schickt sich Files hin und her, man produziert zusammen einen Track. Und daraus sind jetzt Tracks entstanden, die werden

eben zeitgleich auf dem japanischen und auch auf meinem Label veröffentlicht und ja, das ist ein Kooperationsprojekt. Bei dem argentinischen war es so, da sind zwei Platten dazu rausgekommen und das ist halt wunderbar. Es gibt keine Grenzen mehr. Das ist prima.“ (GLA 1:05:38 - 1:06:36)

Im Veranstaltungsbereich sollen durch Kooperationen Partizipierende aus anderen Netzwerken auf die Partys gelockt und Resident-DJs unter den Netzwerken ausgetauscht werden. ‚Nachwuchsförderung‘ innerhalb der Technokultur ist ein taktisches Handeln. Wenn Veranstaltende den Newcomer*innen eine Bühne bieten, erhoffen sie sich hiervon eine Steigerung der Aufmerksamkeit. Absprachen in lokalen Szenen unter Veranstalter*innen und Labelmacher*innen, um sich nicht gegenseitig in den jeweiligen Musicking zu stören, gehören auch dazu.

Das DIY der Sonic Bodies umfasst die Promotion. Da die Technowirtschaft auf einer Aufmerksamkeitsökonomie basiert stellt die Kommunikationspolitik eine der wichtigsten Aufgaben dar, bei der es zu taktischen Handlungen kommt. Eine Variante ist das Bemustern namhafter DJs mit Veröffentlichungen, bevor diese auf dem Markt erscheinen. Bei renommierten Musikern und Labels liegt in diesem Fall zwar ein strategisches Handeln vor, bei weniger renommierten ist es stärker vom Zufall charakterisiert, ergo taktisch. Daneben sticht die Verlagerung der Promotion in das Internet vor allem Social Media hervor. Dies sind vergleichsweise günstige Werbeportale abseits etablierter Promotion in Magazinen. Zwei andere Varianten der Aufmerksamkeitsgenerierung von Techno im Internet, die aktiv wie passiv genutzt werden, sind das Bereitstellen von freier Musik und das Zulassen von Uploads durch Partizipierende. „Freie Musik“ bezeichnet in diesem Zusammenhang Musikstücke, die unentgeltlich zum Download angeboten werden. Dabei gehen die Sonic Bodies unterschiedlich vor. Einige stellen unveröffentlichte Tracks zur Verfügung, während andere alte Tracks offerieren. Diese Handlung changiert dabei zwischen Askese- und Gewinnorientierung. Obwohl das Verschenken von Musik ein Akt des Gebens ist, verfolgen die Sonic Bodies noch andere Ziele. Zum einen kann dies als Werbung einen Zuwachs an Fans zur Folge haben und als Gimmick deren Loyalität sichern. Das Maß an generierbarer Aufmerksamkeit ist abhängig von der Feldposition der Labels und Musiker*innen. Je höher dieses im Feld verortet sind, umso mehr Aufmerksamkeit lässt sich erzeugen. Zum anderen ist aufgrund der Auswertungstools von Social Media das Verschenken ein Popularitätsindikator. Eine andere Möglichkeit zur Promotion der Musik im Rahmen von Social Media bietet YouTube. Einige der Labels sind auf diesem Portal mit einem Channel vertreten, über den alte und neue Stücke zur Verfügung gestellt werden. Teilweise werden dafür Videos produziert. Das Bereitstellen von Techno auf YouTube war angesichts des Rechtsstreits zwischen der GEMA und YouTube interessant. Im Gegensatz zu Majorveröffentlichungen, die in Deutschland geblockt wurden, waren Technotracks oft in mehrfacher Ausführung abrufbar. Die Sonic Bodies nutzten die Situation, da sie nicht Teil der Major-Plattenfirmen waren. Im Zusammenhang mit YouTube offenbart sich ein weiterer Aspekt des taktischen Vorgehens der Sonic Bodies. Nicht nur Labels laden dort Musik von ihren Produzent*innen hoch, sondern auch Fans oder andere Nutzer*innen. Dabei zeigte sich einerseits ein uneinheitliches Bild in Bezug auf die Bewertung solcher Praxis, andererseits gingen die Interviewten nicht aktiv dagegen vor. Einige empfinden Uploads anderer Nutzer*innen als unproblematisch und bisweilen sogar erfreulich, da sie dies als Wertschätzung und Werbung betrachten. Andere hießen zwar solche Uploads nicht gut, ließen diese aber zu und traten ggf. mit den Channelbetreibenden in Kontakt, um eine Verlinkung zum Labelchannel und/oder Beatport zu erbitten (Abbildung 38).

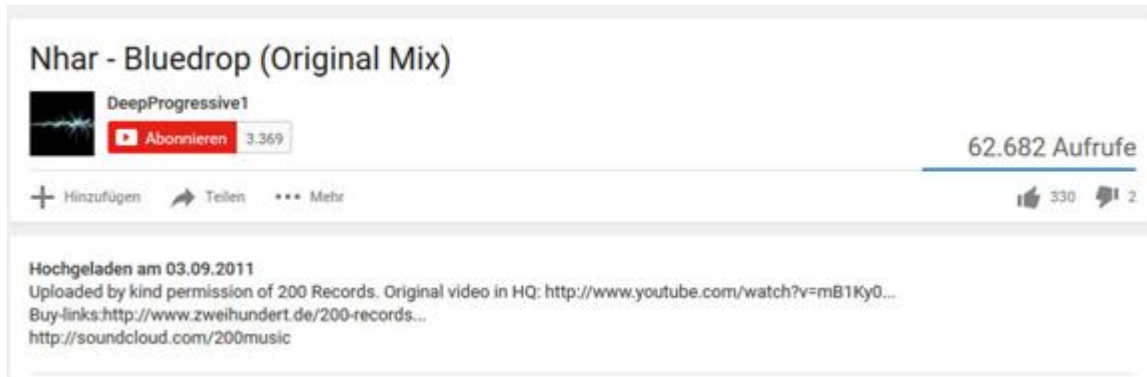


Abbildung 38: Infobox mit Hinweis zu Label (YouTube/DeepProgressive1, <https://www.youtube.com/watch?v=r5O-XWOfVNw>)

Ein ähnliches Bild zeigt sich bei Sharingplattformen. Diese erfreuen sich keiner Beliebtheit, werden aber von einigen Interviewten als Form von Werbung und Zugangsmöglichkeit gedeutet. In diesen Fall wiegen der Wert der Musik und deren Verbreitung schwerer als der monetäre. Andere gehen rechtlich gegen die Bereitstellung ihrer Musik auf Sharingplattformen vor. Dennoch scheint die Technokultur eher einen laxen Umgang hinsichtlich Urheber- und Verwertungsrecht zu verfolgen, der mit den geringeren Human- und Kapitalressourcen der Unternehmen zusammenhängt.

12.5.3 Strategisches Handeln

Die Strategie setzt eine Position der Stärke voraus, aus der heraus langfristig geplant werden kann. Im Vergleich zu den anderen Handlungsarten ist sie am deutlichsten von ökonomischen Wertvorstellungen geprägt. Dennoch kommt es zum Changieren zwischen verschiedenen Werten.

Zwar ist der analoge Singlemarkt der Technokultur zusammengebrochen, die Albumverkäufe haben sich allerdings erhöht. Daher zeigt sich strategisches Vorgehen mancher Sonic Bodies und Organisationen anhand der Erweiterung der Albenproduktion.

Peta: „Es wurde sehr viel mehr Fokus auf Alben gelegt und es wurde auch geguckt, dass wir ausreichend Alben veröffentlichen. Alben sind definitiv wichtiger geworden, weil, wie vorhin schon gesagt, wenn der Maxi-Markt komplett wegbricht, dann bleibt ja auch nicht mehr so viel, was du machen kannst. Dadurch dass wir das so umgesattelt haben, dass wir aber auch die Künstler hatten, die gute Alben gemacht haben, denke ich, konnten wir uns auch dann aus der Krise rausmanövrieren.“ (PHA 2:02:07 - 2:02:37)

Alben erzeugen auf der einen Seite höhere Produktionskosten, auf der anderen Seite aufgrund des Verkaufspreises und Verkaufszahlen höhere Margen. Mehrere Sublabels erfüllen die Funktion, ein möglichst breites stilistisches Feld abzudecken. Diese besitzen spezifische Stilistiken, die teils diametral zu einander stehen und kleinere sowie größere Öffentlichkeiten ansprechen. Dies dient sowohl als persönliche Gratifikation der Askeseorientierung als auch als Einnahmequelle der Gewinnorientierung.

Ein strategisches Handeln der Musikvertriebe, dem eine Kulturorientierung zugrunde liegt, ist das Weiterleiten besserer Konditionen an die Labels durch Press- & Distribution-Deals. Da Labels davon abhängig sind, in den Plattenläden und Verkaufsportalen zu erscheinen, vereinen diese

mehr Macht auf sich. Vertriebe fungieren als Gatekeeper, die darüber entscheiden, was in den Markt eingeführt wird. Daher können bei ihnen Formen des Cherrypickings als gewinnorientiertes Handeln identifiziert werden.

Thomas: „. Die [Musikvertrieb] wollten auch nicht alles rausbringen, die wollten die Rosinen, die sie geil fanden, da raus picken.“ (TSA2 49:01 - 49:14)

Abwerbungen von Musiker*innen durch Labels mit höherer Position können ebenfalls als Cherry picking angesehen werden. Obwohl es in der Technokultur üblich ist, auf mehreren Labels zu veröffentlichen, haben vor allem namhafte Produzent*innen meist ein paar Hauptplattenfirmen, über die sie regelmäßig veröffentlichen und mit denen sie assoziiert werden. Dies funktioniert vice versa. Bekannte Labels bevorzugen Produzent*innen mit hohem Popularitätskapital, die mit ihnen assoziiert werden oder quasi exklusiv über diese veröffentlichen.

Strategisches Handeln zeigt sich anhand von Unternehmenszielen und Mindesterwartungen an Musiker*innen, die entweder gewisse Verkaufszahlen erreichen oder das Publikum zum Tanzen bewegen sollen. Sollten die Erwartungen nicht erfüllt werden, hat dies den Geschäftsabbruch zur Folge. Eine andere Form ist die Aufforderung zur Produktion von kommerzieller Musik durch ein Label. Eine weitere Möglichkeit im Umgang mit eigenem Erfolg stellt das Selbstplagiat der eigenen Erfolgsformel dar, die Gewinn verspricht. In Bezug auf die Veranstalter*innen kann bei manchen ein strategisches Handeln mitsamt klarer Gewinnorientierung festgestellt werden. Für externe Akteur*innen bietet die Clubkultur eine zusätzliche Einnahmequelle. Dabei kann es zu Handlungen wider die zentralen Werte oder Szenefiguren der Technokultur kommen, da die Unternehmer*innen vorrangig wirtschaftliche Interessen verfolgen.

Riley: „Es muss halt passen bei den Leuten, die diese Clubs machen und das sind auch oftmals gar keine Musikkenner. Der eine verkauft Pornovideos, der andere irgendwas und die langweilen sich, machen einen Club und dann haben die ihre Idee, wie das laufen muss. Naja, dann muss halt auch mal ein Jeff Mills aufhören nach 30 Minuten und der Lichtjockey kommt und legt weiter auf, weil man einfach sagt: ‚so, gefällt uns nicht, was du da machst, Jeff Mills!‘; kommt der Lichtjockey und legt weiter auf. Also das ist so stellvertretend für das, was in Nordrhein-Westfalen auch vielleicht mal so in der ein oder anderen Situation gegangen ist [lacht].“ (RRA1 17:25 - 18:13)

Die offensichtlichste strategische Praktik ist das Auslagern gewisser Tätigkeiten, die vorher per DIY umgesetzt wurden, in die Hände externe Akteur*innen oder eines Managements. In Bezug auf die Kommunikationspolitik erweitert sich diese um Promotionpakete oder Kampagnen, die von speziellen Agenturen oder Abteilungen von Vertrieben umgesetzt werden. Solche Möglichkeiten stehen nicht allen Sonic Bodies und Organisationen zur Verfügung. Diese erhalten erst über die Labels oder Clubs und bei entsprechender Position Zugang zu solchen Optionen. Weitere Auslagerungen sind Labelproduzent*innen und das Ghostproducing. Dies kostet Geld und setzt eine Position der Stärke voraus. Labelproduzent*innen sind meist Angestellte der Firma und fungieren als Koproduzierende, die die Ideen anderer umsetzen, um auf diese Weise eine gleichwertige Produktionsqualität zu bieten.

13 Sonische Werte-Schöpfungsnetzwerke

Das letzte Kapitel führt die bisherigen Ergebnisse dieser Studie zusammen. Im Zentrum stehen die Werte-Schöpfungsnetzwerke, die ein umfangreicheres Verständnis der Werte-Schöpfung abseits rein wirtschaftlicher Betrachtung von Menschen in auditiven Subkulturen bieten sollen. Dafür müssen zunächst einige Vorschritte geleistet werden.

Der Fokus liegt zunächst auf den Werte-Schöpfungstriaden eines Sonic Bodys und einer Gemeinschaft. In der Betrachtung körperlicher, materieller und soziokultureller Werte-Schöpfung sollen sowohl die Einseitigkeit als auch die Hybridität ökonomischer Perspektiven auf Subkulturen überwunden und multiple Sichtweisen eingenommen werden. Diese Perspektive wird danach auf Produzierende und Partizipierende angewandt, um deren Vielfalt an Werte-Schöpfungen aufzuzeigen. Das darauffolgende Unterkapitel betrachtet Werte-Schöpfung aus Sicht der Städte und basalen Kultur. Diese können auf mehrere Arten von den Sonic Bodies, Materialien und Soziokultur profitieren. Die Beschreibung der Werte-Schöpfungsnetzwerke stellt das Herzstück dieses Kapitels dar. Produzierende und Partizipierende schöpfen ähnliche Werte, zum Teil aber auch unterschiedliche Arten an Werten. Es kommt zur Einbindung Partizipierender in die Produktion und Werte-Schöpfung, woraufhin sich ein Netzwerk bildet. Werte-Schöpfung ist von Wertepriorisierungen, Handlungsorientierungen und -arten gekennzeichnet. Dabei ist sie in der Technokultur nicht grenzenlos. Es existieren interne Logiken und externe Bedingungen der Werte-Schöpfungen, wobei sich letztere je nach Stadt, Region oder Land unterscheiden. Zum Abschluss wird die Produktivität der Technokultur behandelt und die Frage nach dieser beantwortet.

13.1 Werte-Schöpfungstriaden

Werte-Schöpfung in der Technokultur erscheint in Anlehnung an das Sounding-Modell in triadischer Form (Abbildung 39). Die Körper weisen dem Material und der Soziokultur musikalische, monetäre, soziale, kollektive und ideelle Werte zu. Gleichzeitig schaffen sie materielle und soziokulturelle Werte, die zu Werten anderer Sonic Bodies werden können. Der Werte-Schöpfung eines Sonic Bodys unterliegen drei Konfigurationen, die diese beeinflussen:

- Sozialstrukturelle Konfiguration
- Subjektive Konfiguration
- Subkulturelle oder kulturindustrielle Konfiguration

Die sozialstrukturelle Konfiguration umfasst Faktoren sozialer Ungleichheit, die einen Einfluss auf den musikalischen Geschmack, Musickingpräferenzen und Wahrnehmung von Affordanzen ausüben. Sie entscheiden etwa, ob das Körper- oder Musikkapital wertvoller ist. Zu der subjektiven Konfiguration zählen Handlungsorientierungen, Gemütszustand und Lebenssituation, die zum Teil durch sozialstrukturelle Konfiguration geprägt werden, wie etwa Kultur- oder Gewinnorientierung. Die subkulturelle und die kulturindustrielle Konfiguration regulieren das Handeln, den Habitus und die Musik. Sie sind abhängig von der Feldposition eines Sonic Bodys und beeinflussen ihrerseits die Handlungsorientierung und Logiken des Wirtschaftens.

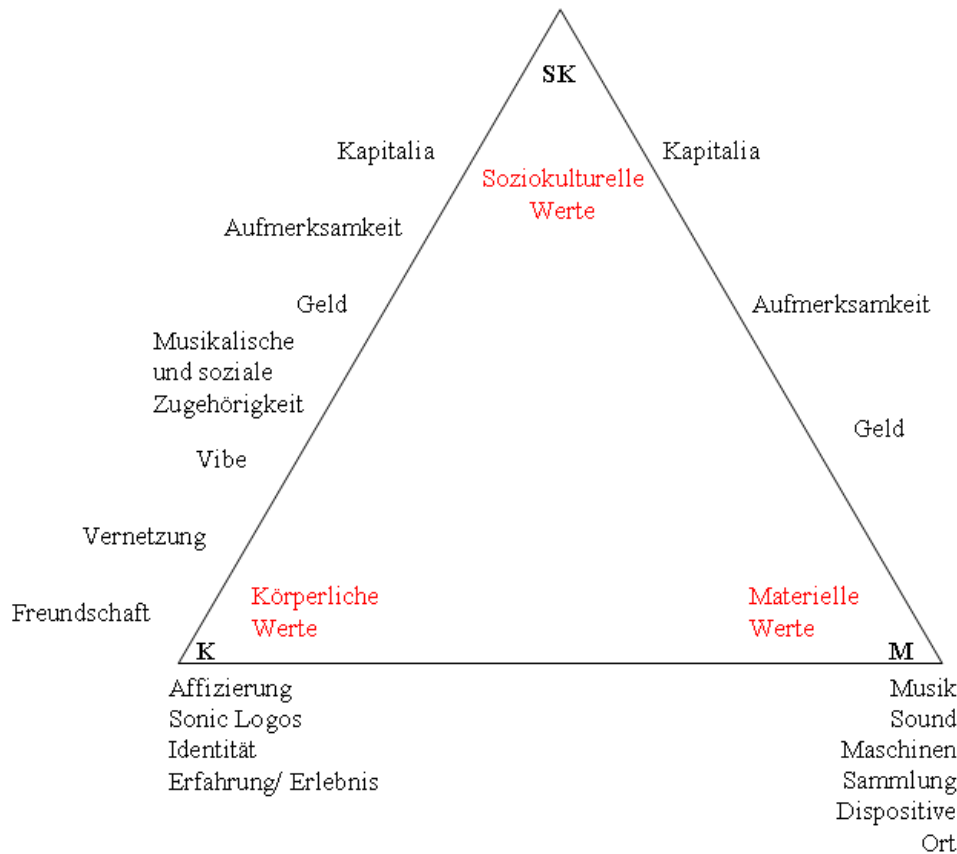


Abbildung 39: Werte-Schöpfung entlang der Wellenbänder

13.1.1 Werte-Schöpfung eines Sonic Bodys

Die Körper machen etwas mit Materialien in einer Soziokultur. Sie treten in Relation. In der Vorstellung, Reflexion, Kommunikation und sozialen Praxis entstehen die Werte. Im Folgenden wird zwischen drei Relationen unterschieden. Diese Trennung ist nur analytisch möglich. Auf diese Weise soll die Vielzahl an Werte-Schöpfungen aufgezeigt werden.

Körper-Material-Relation

Der Körper schöpft Werte durch das Musicking mit dem Material. Dem Musicking liegen Vorstellungen über das Ideale zugrunde. Das Material zeigt sich für die Verführung zur Technokultur verantwortlich. Die Idealvorstellungen können musikalischer Natur sein, wie bei einer individuellen oder kollektiven stilistischen Vorstellung und deren Umsetzung. Vergleichbares gilt für die Rezeption, die wertvoll ist, wenn die musikalischen Vorstellungen eine angemessene Entsprechung finden. Der individuellen Rezeption unterliegen unterschiedliche Wirkungen und Affordanzen, die das Resultat verschiedener Rezeptionsdispositive sind. Sie erfüllt psychologische, identitätsstiftende und soziale Funktionen. Musik berührt affektiv und ggf. bei entsprechender Anlage körperlich. Sie wirkt als Erfahrung oder Erlebnis. Auf der einen Seite verändert das Material den Blick auf sich und die Welt. Es kommt zur sonischen Vernähung mit der Technokultur durch spezifische Klänge. Infolgedessen wandelt oder erweitert sich der Geschmack. Klänge oder

Tracks können als Ohrwurmlöcher fungieren, die das Affizierende des Moments der Vernähung erneut erleben lassen. Auf der anderen Seite zieht der Körper aus dem Material einen Erlebniswert, wenn dieses seine Erwartungen erfüllt. Musicking kann vom Ideal der (unmöglichen) Rückkehr zum Ursprungserlebnis motiviert sein.

Wert wird einerseits in das Material eingelegt, andererseits geht von ihm ein finanzieller Wert aus. Orte werden aufgrund ihrer Atmosphären und den Möglichkeiten zur ästhetischen sowie monetären Wertschöpfung ausgewählt. Tracks und Alben sind auf der Produktions- und Nutzen- seite wertvoll. Ihre Vervollständigung, im Sinne der Umsetzung einer Idealvorstellung, erzeugt Freude und Zufriedenheit. Alben sind wegen ihrer kompositorischen Dramaturgie und Ausdrucksmöglichkeit wichtiger, auch in gestalterischer Hinsicht. Tracks und Alben dienen als Material für andere Formen von Musicking wie Rezeption oder Aufführung. Dies kann zusätzlich durch die Speicherung in Vinyl aufgewertet werden, welches die Musik klanglich auratisch anreichert und zur tieferen Auseinandersetzung einlädt. Gleichzeitig geht vom Vinyl ein potenzieller monetärer Wert aus, vor allem wenn es sich um Raritäten handelt. Schallarchive sind ideelle sowie monetäre Wertansammlungen. Vergleichbares gilt für die Instrumente und Studios. Diese sind aufgrund ihrer sonischen Qualitäten und Ermöglichung der individuellen Umsetzung des Musickings subjektiv wertvoll. Sie stellen auch Ansammlungen monetärer Werte dar.

Ein anderer Wert, der dem Musicking mit dem Material entspringt, steht in Verbindung zur Konstruktion von Identität. Dies gilt besonders für die Selbstbilder der Sonic Bodies. Ein Sonic Body kann bspw. eine Identität als DJ, Fan, Produzent*in, Sammler*in, Tänzer*in und/oder Veranstalter*in entwerfen und basteln. Das Material bildet die Basis mehrerer Währungen: Geld, soziokulturelle Kapitalia, Aufmerksamkeit und Attraktivität. Zwar erhalten bis auf die erste Währung alle ihre Wertigkeit erst in der Soziokultur, es ist aber das Material, welches diese entstehen lässt.

Körper-Soziokultur-Relation

Die Werte-Schöpfung des Körpers in der Soziokultur weist viele Parallelen zum Material auf, allerdings mit divergierenden Schwerpunkten. Wie das Material kann die Verführung zur Technokultur auch über die Soziokultur erfolgen. Musicking in der Soziokultur bereitet Freude oder ist von der Vorstellung der Rückkehr zur Vernähung und den damals empfundenen Affekten geprägt. Dies bezieht sich auf das Miteinander und den Vibe als gelungene Partizipationsästhetik. Der Körper wird auf soziale Weise berührt. Die Gemeinschaft erzeugt das Ereignis und steckt sich untereinander affektiv durch Blicke, Pfiffe, Lächeln, Schreien und synchronisiertes Tanzen an. Das Miteinander und der Vibe stellen eine Erfahrung und den zentralen Erlebniswert des Feierns dar. Die Werte-Schöpfung wird durch die drei Konfigurationen geprägt, die sich je nach Club und Veranstaltung in anderen sozialen Ästhetiken manifestieren. Diese erscheinen in der Ästhetik des anonymen oder vertrauten Familiären, der Cliques, des Mit- oder Gegeneinanders, der Inszenierung, der großen Familie oder des Verschwindens. Der Wert der Soziokultur basiert auf Gemeinschaftlichkeit und Freundschaft.

Identität steht ebenfalls in Relation zu den sozialstrukturellen Konfigurationen. Der Wert entsteht aus der Vorstellung und Bestätigung der Identität der basalen Kultur. Dieser kann auch aus dem Ausbruch aus oder Produktivmachung der basalen Identität im Sinne eines Empowerments resultieren. Es kommt zu unterschiedlichen sozialen Selbstpositionierungen und Identitätskonstruktionen. Diese werden durch die Art und Intensität des Musickings beeinflusst. In der Soziokultur bildet sich die phronēsis des Sonic Logos heraus. Hier erlernt der Körper angemessene Urteile

über das Musicking zu fällen, die im Einklang mit der Technokultur und den vorherrschenden Wertevorstellungen sind.

Die Soziokultur weist dem Körper Werte zu, die aber in Relation zum Material stehen. Dabei handelt es sich neben Attraktivität und Aufmerksamkeit um die soziokulturellen Kapitalia der Technokultur. Zuletzt erfolgt in der Soziokultur die monetäre Wertschöpfung der Körper durch ihr Musicking mit dem Material.

Material-Soziokultur-Relation

Damit die Sonic Bodies Werte aus ihrem Material und Handeln mit Materialien schöpfen können, müssen diese in die Soziokultur entlassen werden. Erst hier erhalten Ästhetiken ihre Aufmerksamkeit und Wertigkeit. In der Bezugnahme anderer Menschen hierzu entstehen Werte. Gleichzeitig weisen sie bei Gefallen subkulturelles (Popularitäts-)Kapital oder kulturindustrielles Popularitätskapital zu. Dies stellt die Basis für eine höhere Aufmerksamkeit und damit auch monetärer Wertschöpfung dar. Vergleichbares gilt für Orte. Auch diese sind Materialien, die durch andere und die Soziokultur eine Auf- oder bei unangemessenem Handeln Abwertung erfahren. Dies hat Konsequenzen für die Körper und Materialien, die in den Orten anzutreffen sind und auf dieser Grundlage bewertet werden.

13.1.2 Werte-Schöpfung in der Gemeinschaft

Die Werte-Schöpfung in der Gemeinschaft weist Parallelen zu der eines einzelnen Körpers auf. Durch die Verlagerung auf eine gemeinschaftliche Basis erscheint sie zum einen mit anderen Konnotationen, zum anderen erhält sie dadurch eigene Qualitäten. Zunächst und als erste Form gemeinschaftlicher Werte-Schöpfung zeichnen Sympathie und Freundschaft diese aus. Ähnliche und kollektive Wertvorstellungen sind Grundbedingungen, um gemeinschaftliche Produktionen zu realisieren und Werte zu schöpfen. Ist weder Sympathie noch Freundschaft gegeben, bleibt die Produktion aus.

Körper-Material-Relation

Das gemeinsame Musicking mit dem Material ist ein Mittel, mit dem ein anderer Wert erreicht werden soll. Hierbei handelt es sich um spezifische stilistische Ausprägungen und deren Inszenierung im Veranstaltungsrahmen. Duos, Labels und Clubs können Lautmarken erzeugen, die für sie und die Partizipierenden bzw. Kaufenden wertvoll und Ausdruck musikalischer Einsfühlung sind. Aus der gelungenen Umsetzung eines solchen Sounds werden mehrere Werte geschöpft. Das Ergebnis ist freudvoll und sinnvoll, da es sich mit Geschmack und Vorstellung deckt. Der Sound berührt die Sonic Bodies. Darüber hinaus bildet es die Grundlage für wirtschaftliche Wertschöpfung. Vergleichbares gilt für Orte. Hier kommt es zu einer Umsetzung einer gemeinschaftlichen Vorstellung auf Grundlage des Orts und dessen Atmosphäre. Veranstaltende Gemeinschaften zeigen sich von der Atmosphäre berührt, entwerfen eine Vorstellung und berühren mit ihrer Atmosphärenproduktion die Anwesenden.

Material als Label- oder Partysound dient der Identitätsarbeit. Mit ihren Produktionen drücken Sonic Bodies ihre sozio-musikalische Zugehörigkeit aus, die sich mit ihrem Geschmack und Selbstbild z. B. als Fan eines spezifischen Sounds deckt. Gleichzeitig grenzen sie sich von ande-

ren Ausprägungen ab. Sie betreiben Werte-Schöpfung durch ästhetische Distinktion. Die ästhetische Einsfühlung betrifft gleichermaßen Produzierende und Rezipierende. Das Material zeigt sich für die Zuweisung der jeweiligen Kapitalia verantwortlich, die die Basis für mehr Aufmerksamkeit und weitere Produktionen sind.

Körper-Soziokultur-Relation

Die Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft sich musikalisch und sozial einsfühlender Menschen sowie das Musicking mit diesen ergibt Sinn, bereitet Freude und berührt. Gleiches gilt für das Teilen einer gemeinsamen wertgeleiteten Label- oder Partyphilosophie. Das Miteinander ist vom Spirit geprägt, bei der sich die Sonic Bodies je nach Qualifikation auf unterschiedliche Weise einbringen und dadurch ein besonderes Gefühl von Gemeinschaft entwickeln. Manche erscheinen als „temporäre autonome Zonen“ (Bey 1994), die ihren eigenen Regeln folgen und kurzfristige Enklaven in der basalen Kultur bilden. Gemeinschaften zeichnen sich durch ihre Gemeinschaftlichkeit aus, die auch außerhalb der Technokultur wirksam ist, wie bspw. bei Grillabenden oder freundschaftlicher Hilfe im Privaten.

Soziale Zugehörigkeit und Distinktion dient der Identitätskonstruktion. Besonders wertvoll ist die Zugehörigkeit, wenn eine Person zuvor nur Fan der Stilistik war, im Nachhinein aber Bestandteil der Gemeinschaft wurde. Aus einer sozio-musikalischen Vorstellung und musikalischen Selbstpositionierung wird eine soziale Positionierung. Die Identitätsarbeit kann schizophrene Züge besitzen, da Sonic Bodies zwischen Gemeinschaften sowie Stilistiken nomadisieren und mehrfache Zugehörigkeiten besitzen können. An dieser Stelle erscheint die Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft als Mittel zu mehr Ausdrucksmöglichkeiten und weiteren Werte-Schöpfungen. Vernetzung mit mehreren Gemeinschaften dient der Generierung von Aufmerksamkeit für diese und die nomadisierenden Sonic Bodies. Beide Seiten profitieren vom jeweiligen soziokulturellen Populartätskapital, welches auf diese abstrahlt. Dies steigert die Möglichkeit zur Produktion sowie monetären und sozialen Werte-Schöpfung. Auch erweitert sich der Sonic Logos durch die Zugehörigkeit zu mehreren Gemeinschaften, da sich die Sonic Bodies mit ihren Produktionen an die jeweiligen Sounds anpassen müssen. Ein größeres Wissen ermöglicht passgenauere Produktionen für unterschiedliche Gemeinschaften.

13.1.3 Werte-Schöpfung im Club oder bei Veranstaltungen

Werte-Schöpfung im Club umfasst die Relation von Körper, Material und Soziokultur. Hier kommt es zu einer Vielzahl unterschiedlicher Werte-Schöpfungen, die unabhängig voneinander existieren und zusammenfallen. Zentral für Produzierende und Partizipierende gleichermaßen ist der Wunsch nach der (unmöglichen) Rückkehr zur Versteppung mit der Technokultur oder dem Ursprungserlebnis (Schulze 2000).

DJs

Der Wert des DJings im Club realisiert sich aus einer Vorstellung und deren Umsetzung. Der Tätigkeit wird Wert zugewiesen, wenn die Aufführungsästhetik in Form einer Abfahrt, Reise oder Improvisation auf subjektiv angemessene und freudvolle Weise umgesetzt wird. Gleiches gilt für den Anteil an der Partizipationsästhetik und ihrem Gelingen im Vibe. Die Valenz des

DJings entspringt der reziproken, kommunikativen Beziehung zwischen DJs und Tanzenden, in der sich beide Seiten affizieren. DJing dient als Mittel dem Erreichen anderer Werte. Da es sich hierbei oft um eine bezahlte Dienstleistung handelt, generiert es Geld. Es kommt bei angemessenem Handeln zur Zuweisung der soziokulturellen Werte. Dies erhöht die feldabschnittsspezifische Aufmerksamkeit, ermöglicht dadurch mehr Auftritte und steigert die monetäre sowie soziale Wertschöpfung. In diesem Zusammenhang fungiert das kommunikative Verhältnis als Mittel der Marktforschung und Motivation, um bessere Produktionen zu erreichen oder weiter zu produzieren. Die Reaktion enthält Informationswert.

Tanzende/Feiernde

Partizipierende weisen dem Feiern Werte zu. Dies umfasst die Produzierenden, wenn diese vor oder nach dem Set auf der Tanzfläche sind. Der Wert besteht zunächst in der Vorstellung, die dieses Musicking auf unterschiedliche Weise einlösen soll. Das Affizieren auf der Tanzfläche steht in Relation zu den Klängen und der Musik. Diese dringen in die Körper ein und lösen Bewegungen aus. Tanzende synchronisieren ihre Grooves zu denen der Musik und der anderen. Sie affizieren sich gegenseitig. Dies lässt die Partizipationsästhetik und das besondere Gefühl des gemeinschaftlichen Miteinanders und damit einen zentralen Wert der Technokultur entstehen. Dies kann als Erfahrung erscheinen, die im Nachhinein die individuelle Erlebnissrationalität in Bezug auf das Feiern prägt. Während einige ihre Vorstellungen bestätigt sehen wollen, sehnen sich andere nach einer neuen Erfahrung im Sinne einer Neu-Vernähung (vgl. Bonz 2008). Das Feiern wird zum Mittel, um den jeweiligen wertvollen Zustand zu erreichen. Die Vorstellung über das Wünschenswerte des Feierns manifestiert sich in diversen Varianten, die sozialstrukturell gerahmt sind. Für einige ist Feiern durch die Flucht vor dem Selbst, Alltag, Geschlecht oder basalen Kultur motiviert. Für andere ist es ein Mittel, subkulturelles Kapital und/oder Attraktivitätskapital zu generieren (vgl. Otte 2007a; Reckwitz 2017). Feiern ist ein Mittel zum Erwerb des spezifischen Habitus und Ausbildung des Sonic Logos. Das daraus resultierende angemessene Musicking geht mit der Zuweisung von soziokulturellem Kapital einher. Je nach Veranstaltung und Ort kann die Dokumentation der Anwesenheit via Social Media das Attraktivitätskapital steigern.

Veranstaltende und Veranstaltungen

Der Wert des Veranstaltens besteht ebenfalls in einer persönlichen und kollektiven Idealvorstellung und deren Umsetzung. Dies kann sich auf musikalisch, habituell, monetär oder strategisch geprägte Vorstellungen beziehen. Besonderen Partys ist das Potenzial zur Erfahrung inhärent, welches sich u.a. aus dem Vibe speist. Dieser und die gelungene Party stellen Mittel zur weiteren Werte-Schöpfung dar. Sie erzeugen Reputation für die Veranstaltenden, die dadurch subkulturelles oder kulturindustrielles Popularitätskapital zugewiesen bekommen. In Folge dessen steigt die Aufmerksamkeit und monetäre Wertschöpfung. An diesen Entwicklungen haben DJs und Tanzende einen direkten Anteil. Als Mittel dient das Veranstalten auch der Vermittlung einer Lebensphilosophie oder Vorstellung einer alternativen Ästhetik.

Ort

Ein Ort kann zwar keine Werte schöpfen, aber welche zugewiesen bekommen. Dies macht sie einerseits wertvoll, andererseits strahlt ihr Wert auf verschiedene Weise auf die Anwesenden ab. Orte besitzen unterschiedliche Qualitäten, wie angemessene Ästhetiken, Atmosphäre, Anbindung, Abgelegenheit oder Fassungsvermögen, die sie als Mittel zur Werte-Schöpfung attraktiv machen. Atmosphäre und der Vibe eines Clubs, als das Produkt aller Beteiligten, lassen subkulturelles oder kulturindustrielles Popularitätskapital entstehen. Von einem gewissen Image können DJs, Tanzende, Veranstaltende und ggf. Städte profitieren. DJs/Produzierende und Veranstaltende ziehen Nutzen aus dem jeweiligen Kapital, indem sie mehr Aufmerksamkeit, Möglichkeit zur Produktion und monetären Wertschöpfung erhalten. Für Tanzende können sich Ansehen oder Reputation aus dem Kapital ableiten, die sie in der lokalen Szene oder den digitalen Attraktivitätsmarktplätzen produktiv machen können. Ein Ort kann aufgrund des dort vorherrschenden Gefühls von Gemeinschaftlichkeit von Wert für eine Gemeinschaft sein. Als Steigerung davon kann er als „temporäre autonome Zone“ (Bey 1994) erscheinen, in der die Regeln der Gesellschaft kurzfristig durch eigene ersetzt werden.

13.1.4 Werte-Schöpfung der basalen Kultur durch die Technokultur

Städte und die basale Kultur betreiben Werte-Schöpfung mittels ihrer Technoszenen oder werden durch diese aufgewertet, wie in Abbildung 40 dargestellt. Diese steht aber in Abhängigkeit zur Bezugnahme der Städte zu ihren Szenen und der Technokultur (vgl. Kapitel Städte).

Die basale Kultur profitiert zunächst auf mehrfache Weise von den Sonic Bodies der Technokultur und macht diese für ihre Werte-Schöpfung produktiv. Dies bezieht sich in erster Linie auf deren Sonic Logos, der sie als Fachkräfte auszeichnet. Dadurch eignen sich die Sonic Bodies für private und städtische Kulturarbeit, Kreativwirtschaft, wie etwa Music Stores oder Musiksoftwarehersteller, Wissenschaft und Pädagogik. Sie bilden einen Teil der „kreativen Klasse“ (Florida 2002), die Städte anziehen wollen. Sonic Bodies tragen mit ihrem Handeln zur Gentrifizierung bei, wobei sie oftmals die Speerspitze bilden. Sie ziehen in zunächst unattraktive Stadtviertel, bespielen und werten diese auf. Die Aktivitäten müssen sich nicht auf die Technokultur beschränken, sondern können durch diese angestoßen oder inspiriert werden, wie etwa Bars oder Kleidungsgeschäfte (vgl. Schwanhäüßer 2010).

In Bezug auf das Material zieht die basale Kultur ihren Nutzen in erster Linie aus ökonomischen Aspekten. Organisationen zahlen Steuern, wovon bspw. die Stadt Berlin aufgrund der hohen Dichte an renommierten Clubs profitiert. Gleichzeitig geht von ihnen eine Umwegrentabilität aus, die sich in den Steuern der betroffenen Unternehmen oder Firmen niederschlägt. Dem Material entspringt ein symbolischer Wert, der in einen ökonomischen umgewandelt werden kann. Clubs haben einen Einfluss auf das Image einer Stadt, ihrer Stadt- und Baukultur. Dies wertet sie als touristische Ziele auf. Clubs arbeiten auch der Gentrifizierung zu.

Das musikalische Material wird ebenso für die Werte-Schöpfung der basalen Kultur angeeignet. Die Produktionsästhetik von Techno erfuhr im Laufe der Jahrzehnte eine Übersetzung in die Ästhetik des temporellen Felds. Ihrer strukturellen Charakteristik entkleidet dient sie als Grundlage für Stücke diverser Genres des heteronomen Bereichs. Abseits davon nützt das Material Techno auch in seiner subkulturellen Form der medialen Verwertung wie in der Untermalung von Sendungen, Filmen oder Spielen. Auch sind Methoden und Elemente der Technoproduktion bzw.

Produktion elektronischer Tanzmusik im Generellen, wie das Remixing oder das stilistische Mittel des Breakdowns, von der basalen Kultur übernommen worden, um damit Werte-Schöpfung zu betreiben (vgl. Kapitel Sonische Transitionen).

Zuletzt arbeitet die Soziokultur der Werte-Schöpfung der basalen Kultur zu. Sie zeichnet sich durch ihren Einfluss auf das Image und die Stadtkultur mit entsprechenden wirtschaftlichen Effekten wie Tourismus aus. Während Berlin Hauptstadt der Clubs ist, inszenierte sich Köln als Stadt elektronischer Musik. Zu verdanken ist dies aber den jeweiligen Soziokulturen vor Ort und ihren materiellen Hervorbringungen. Deshalb hat die Soziokultur einen Anteil an der Gentrifizierung. Auch kann sie für die Geschichtsschreibung und Konstruktion nationaler oder neuer Identität nutzbar gemacht werden, wie bei der Loveparade (Pasdzierny 2016).

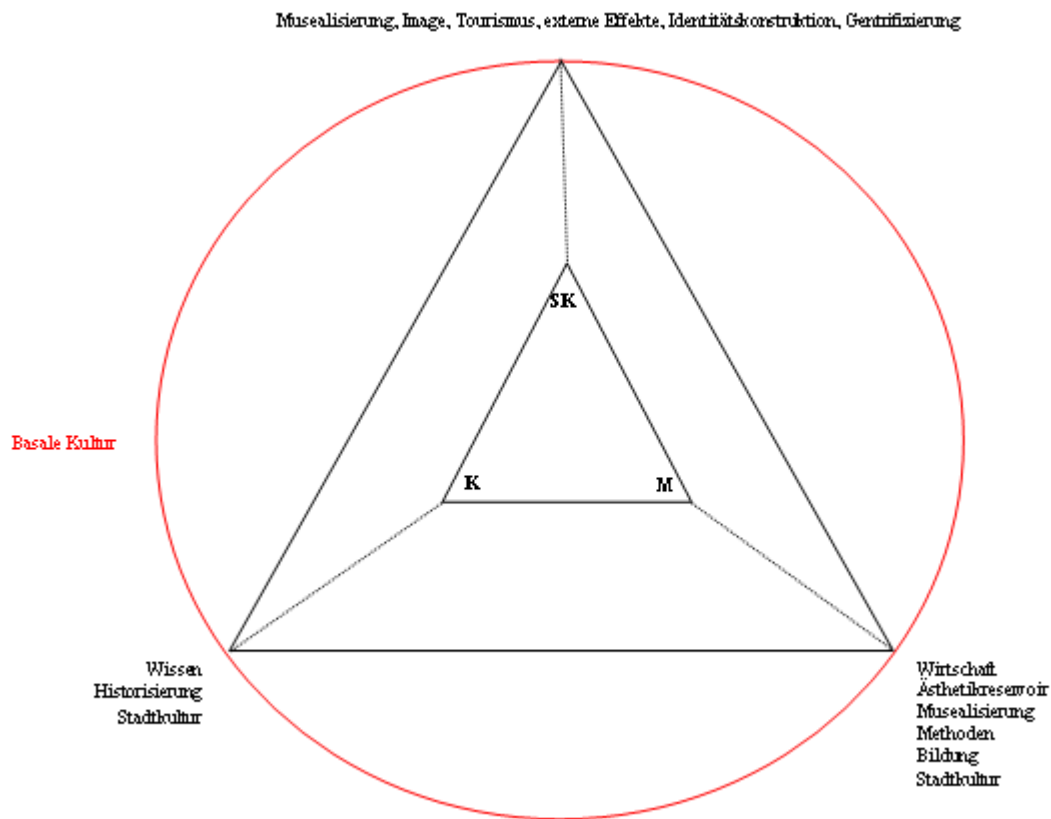


Abbildung 40: Werte-Schöpfung in der basalen Kultur

13.2 Werte-Schöpfungsnetzwerke

Werte-Schöpfung in der Technokultur erfolgt in den Produktionsbereichen: Tonträger-, Verlags- und Aufführungswesen (vgl. Wikström 2013). Dabei müssen nichtwirtschaftliche Werte und die Nutzenden bzw. Partizipierenden in die Konzeption integriert werden. Deren Nichtberücksichtigung ist ein Manko in der wirtschaftswissenschaftlichen Auseinandersetzung mit populärer Musik und Kulturen. Gerade die ideellen, kulturellen und sozialen Werte zeigen sich als Motoren der Produktion in den Produktionsbereichen verantwortlich. Daher sollen die vielversprechenden Ansätze von Bürkner/Lange (2010), Bürkner (2013), Lange (2014) und Paulus/Winter (2014), die Wertschöpfung hybrid auslegen und die Partizipierenden integrieren, aufgegriffen und erweitert werden. Die Erweiterung bezieht sich einerseits auf die nichtwirtschaftlichen Werte und Partizipierenden, andererseits auf deren Einbindung in ein Werte-Schöpfungsnetzwerk. Dies greift den Ansatz der sozialen Netzwerk-Märkte (Potts et al. 2008) auf, in denen alle Beteiligten in die Produktion involviert sind. In den Produktionsbereichen bilden sich Netzwerke aus anderen Produzierenden, Partizipierenden und Externen, die gemeinsam oder individuell Werte schöpfen. Werte-Schöpfung erscheint rhizomatisch, da sie gleichermaßen miteinander verbunden, als auch plötzlich auftauchend ist.

13.2.1 Werte-Schöpfungsnetzwerke der Produzierenden

Die Abbildung 41 zeigt einen Werte-Schöpfungsprozess eines Sonic Bodys in der Technokultur. Wie die Empirie nahelegt, findet diese reale Entsprechung in der Subkultur. So deckten fünf Interviewte mit ihren Organisationen alle Produktionsbereiche ab. In diesem Fall schlüpfen Sonic Bodies in sämtliche relevante Rollen in den jeweiligen Bereichen musikalischer Wertschöpfung. Sie erscheinen als DJs, Produzierende, Labelbetreibende, Verlegende, Veranstaltende und Booker. Daher können ein oder zwei Personen in der Technokultur alle Bereiche musikalischer Wertschöpfung – Recorded, Publishing, Live – abdecken. Vergleichbares gilt für Organisationen mit Arbeitsteilung. So können bspw. Mitarbeiter abseits der Firma selber als DJs aktiv sein, ein Label betreiben und Partys veranstalten. Die Werte-Schöpfungsnetzwerke von Produzierenden und Partizipierenden werden gleichermaßen betrachtet, um der angeführten Kritik gerecht zu werden.

Recorded

Der Bereich der Produktion ist zweigeteilt in die Phase der Komposition und Audio-Produktion im Sinne der nötigen Arbeiten, die ein Label bei einer Veröffentlichung durchzuführen hat. Die Komposition ist von divergierenden Idealvorstellungen geleitet, die sich auch auf die Art der Produktion beziehen. Dies kann sich in einem Arbeitspensum oder Flowzuständen manifestieren. Der Abschluss einer Komposition erzeugt Zufriedenheit, etwa über die gelungene Umsetzung einer Idee, eines Kolorits oder affizierende Wirkung eines Tracks. Die Produzierenden bilden ihren Sonic Logos (weiter) aus. Gemeinschaftliche Komposition besticht durch den Spaß des gemeinsamen Musickings und die ästhetische Einfühlung der Involvierten. Dieses kann unterschiedliche Formen an Arbeitsteilung aufweisen, in denen die Beteiligten gleichwertig oder in divergierenden Anteilen eingebunden sind. Manche beraten nur, andere bringen ihre individuellen Stärken ein, um eine zufriedenstellende Komposition zu erzeugen. Dies strahlt auf die Veröffentlichungsarbeit ab. Dies gilt für das Veröffentlichliche auf dem eigenen aber auch anderen Labels. Zufriedenheit muss nicht gleichbedeutend mit wirtschaftlichem Erfolg sein, sondern mani-

festiert sich auch im ideellen Wert einer stilistischen Ausprägung oder der jeweiligen Veröffentlichung, die gewichtiger als das Geld sein kann. Die Audio-Produktion zu zweit wertet diese auf.

Die Labelarbeit ist wertvoll, da sie zum einen die Kontrolle über die Musik sichert, zum anderen die Ausdrucksmöglichkeiten erweitert. Neben den eigenen werden auch Tracks anderer Produzierender veröffentlicht. Die Zuschreibung musikalischen Werts entspringt dem Gefallen an den Kompositionen, ihrer affizierenden Wirkung und Passgenauigkeit mit dem Labelsound. Vom Veröffentlichen geht soziale Wertzuweisung aus. Die reibungslose Arbeit mit sympathischen Menschen bereitet Freude. Auch können die Labels vom jeweiligen soziokulturellen Kapital der Produzierenden profitieren. Zu den Ausdrucksmöglichkeiten von Labelbetreibenden zählen noch das Mastering und die Gestaltung der Covers. Dies sind Tätigkeiten, denen die Sonic Bodies auch abseits des Labels nachgehen. Sollten diese an externe Kräfte übergeben werden, steht hierbei die Sympathie im Vordergrund. Um ausreichend Werte-Schöpfung betreiben zu können, existieren ggf. Formen von Arbeitsteilung, bei denen die Sonic Bodies ihre individuellen Fähigkeiten einbringen.

In der Verteilung werden in der Summe zwar weniger Werte geschöpft, dafür wichtige persönliche ideelle und soziale Werte, die in den anderen Bereichen musikalischer Wertschöpfung von Relevanz sind. Da wäre zunächst der Wert der dem Material zugesprochen wird, der für die produzierenden und kaufenden Sonic Bodies gleichermaßen wichtig sein kann. Insbesondere Vinyl und das Albumformat werden mit ideellen, aber auch sozialen Wert versehen, da sie Aufmerksamkeit und subkulturelles Kapital generieren. MP3 erfährt Wertschätzung für die Möglichkeit des schnellen Veröffentlichens. Die Zugehörigkeit zu einem Vertrieb wirkt wertschöpfend, da die Labels von dessen subkulturellem Kapital profitieren und eine Aufwertung erfahren.

Im Bereich der Wahrnehmung erscheint die Aufmerksamkeit wertschöpfend, da von ihr ein höheres Potenzial für Vernetzungen, mehr Auftritten und Veröffentlichungen ausgeht. Der Grad der Aufmerksamkeit ist vom subkulturellen oder kulturindustriellen Popularitätskapital der Produzierenden, des Labels und Vertriebs abhängig. Dadurch erhöht sich die Chance in Szeneorganen und von den Partizipierenden thematisiert zu werden. Fanpromotion ist ein Träger hybriden Werts. Sie erhöht die Aufmerksamkeit und wird als Form der Anerkennung gesehen, wie bei selbstgestellten Videos, denen die Musik unterlegt wurde. Dadurch und auf andere Weise kommt es zu Interaktionen, meist via Social Media, die als schön oder angenehm empfunden werden und sich mit der Vorstellung einer großen Technogemeinschaft ohne soziale Ungleichheit und Distinktion decken.

Die Nutzung dient zuletzt auf dreifache Weise der Werte-Schöpfung. Zunächst erwirtschaften die Sonic Bodies durch die Verkäufe Geld. Dies kann aber gleichzeitig mit der Generierung subkulturellen oder kulturindustriellen Popularitätskapitals einhergehen, wenn die Produktionen angemessen sind. Sonic Bodies ziehen aus diesem Bereich einen weiteren Nutzen für ihre Werte-Schöpfung. Tracks fungieren als Arbeitsmaterialien für das DJing, mit denen neue Abfahrten oder Reisen mit eigenem Material gestalten werden können.

Verlagswesen

Das Verlagswesen stellt eine wichtige Bedingung für das Schöpfen monetärer Werte dar. Andere Werte-Schöpfungen finden in diesem Bereich kaum statt. Auf Seiten der Verteilung bringt eine größere Vernetzung mehr Möglichkeiten zur Werte-Schöpfung hervor. Dies bezieht sich sowohl auf die daraus resultierenden Einnahmen als auch ihren Einfluss auf die Wahrnehmung. Je mehr Aufmerksamkeit erzeugt werden kann, umso höher fällt das Potenzial für monetäre Wertschöp-

fung aus. In der Wahrnehmung werden die jeweiligen Kapitalia zugewiesen, wenn angemessen gehandelt wird, d. h. die Logiken der Feldabschnitte befolgt werden. Eine höhere Wahrnehmung schlägt sich in mehr Nutzungen nieder, die ihrerseits Einnahmen und Aufmerksamkeit generieren. Geld wird durch Lizenzierungen und die GEMA erwirtschaftet. Lizenzierungen wirken aufmerksamkeitsfördernd, da sie Tracks anderen (Medien-)Märkten verfügbar machen. Sie erscheinen auf Compilations, die sich an ein anderes Publikum richten oder in TV-Beiträgen, Filmen und Spielen. Daraus resultieren mehr Möglichkeiten zum Veröffentlichen und Auftreten.

Live Music

Das Aufführungswesen der Technokultur ist dadurch gekennzeichnet, dass die Sonic Bodies sowohl in der vorbereitenden Produktion als auch der Durchführung involviert sein können. Sie treten als Veranstalter, Booker und DJs auf. Bereits in der Vorbereitung kommt es zu Werte-Schöpfungen. Da Veranstalten viele Tätigkeiten umfasst, wird dies oft zusammen mit Freund*innen und sympathischen Menschen durchgeführt, um den Spaß daran zu sichern. Ein Ort kann aufgrund seiner Atmosphären und/oder subkulturellen (Popularitäts-)Kapitals ausgewählt werden. Er scheint subjektiv wertvoll und bekommt im Nachhinein ideelle, kulturelle und soziale Werte zugewiesen. Booking wirkt ebenfalls mehrfach wertschöpfend. Zum einen dienen Bookings der Vernetzung, die sich in der Praktik des gegenseitigen Einladens manifestiert und mehr Möglichkeiten für Auftritte hervorbringt. Zum anderen verdienen Produzent*innen als Betreibende einer Agentur an den Booking Fees der DJs mit.

Die Verteilung im Aufführungswesen der Technokultur steht unter anderen Voraussetzungen als andere Kulturen populärer Musik. Ticketing erscheint abseits von Festivals und Raves kaum in Form von Vorverkauf. Stattdessen ist der Verkauf an der Abendkasse üblich. Als Veranstalter schöpfen die Sonic Bodies in diesem Bereich monetäre Werte durch das Eintrittsgeld und/oder den Getränkeverkauf.

Werte-Schöpfung im Bereich der Wahrnehmung findet zunächst auf sozialer Ebene statt. Sollte keine Agentur für die Promotion beauftragt werden, setzen die Sonic Bodies diese mit Freund*innen um. Die gemeinsame Arbeit, wie das Designen und Verteilen der Flyer und Plakate, erzeugt Sinn und Freude. Gleiches gilt für außergewöhnliche Promotion, etwa im Zusammenhang mit einer illegalen Party. Dies ist von der Idealvorstellung einer Gemeinschaft mit gemeinsamem Spirit angetrieben. Die Bewerbung via Social Media macht sich die Netzwerke der Partizipierenden und deren informelle Promotion zunutze. Dies kann Interaktionen auslösen und die Beteiligten enger aneinanderbinden. Das Ziel der unterschiedlichen Vorgehensweise ist mehr angemessene Wahrnehmung zu erzeugen und damit mehr Gäste auf die Veranstaltung zu locken. Dies erhöht zum einen die Chance auf eine Neuauflage der Party und zum anderen das Potenzial zu Kollaborationen mit anderen Netzwerken. Auf diese Weise wird die ideelle, monetäre und soziale Werte-Schöpfung gesteigert.

Wie erwähnt fallen im Aufführungswesen von Techno die Produktion und Nutzung zusammen. Dies ist der Bereich, der sich am stärksten von multipler Werte-Schöpfung gekennzeichnet zeigt, da veranstaltende DJs auch Nutzende ihrer Party sind. Die Durchführung einer Party, als Arbeit mit dem Material und anderen Körpern in der Soziokultur, macht den Sonic Bodies Spaß. Sie ziehen Zufriedenheit aus der gelungenen Aufführungsästhetik, ihrem Anteil am Vibe sowie der gelungenen Party. Sie erfahren Affizierung durch ihr Musicking, die Musik, das Publikum und den Vibe. Neben diesen subjektiven schöpfen sie monetäre Werte in Form der Gage und bekommen soziale in Form des jeweiligen Feldabschnittskapitals zugewiesen. Sie verfeinern in ihren

Handlungen ihren Sonic Logos, besonders die phronēsis. Dies schlägt sich positiv in zukünftigen Werte-Schöpfungen nieder, da die Sonic Bodies ihre Kompositionen an den Geschmack des Publikums anpassen, um dadurch Geld und Aufmerksamkeit zu erhalten. Sie schöpfen persönliche und soziale Werte aus einem Rollentausch. Trotz des Auflegens und Veranstaltens sind sie auch Konsumierende einer Party. Sie lassen sich durch andere DJs, deren Aufführungsästhetik, die Tanzenden sowie den Vibe affizieren. Sie erleben das Miteinander, dem sie einen Rahmen gegeben haben, und das Gefühl von Gemeinschaftlichkeit. Es kommt zu Interaktionen zwischen ihnen und den Anwesenden, woraus längerfristige soziale und/oder geschäftliche Beziehungen entstehen. Dies geht mit einer Zuweisung subkulturellen Kapitals einher, da die Produzierenden weiter als Teil der Szene angesehen werden. Eine erfolgreiche Produktion bildet die Basis für anknüpfende, weiterführende Produktionen und Kollaborationen.

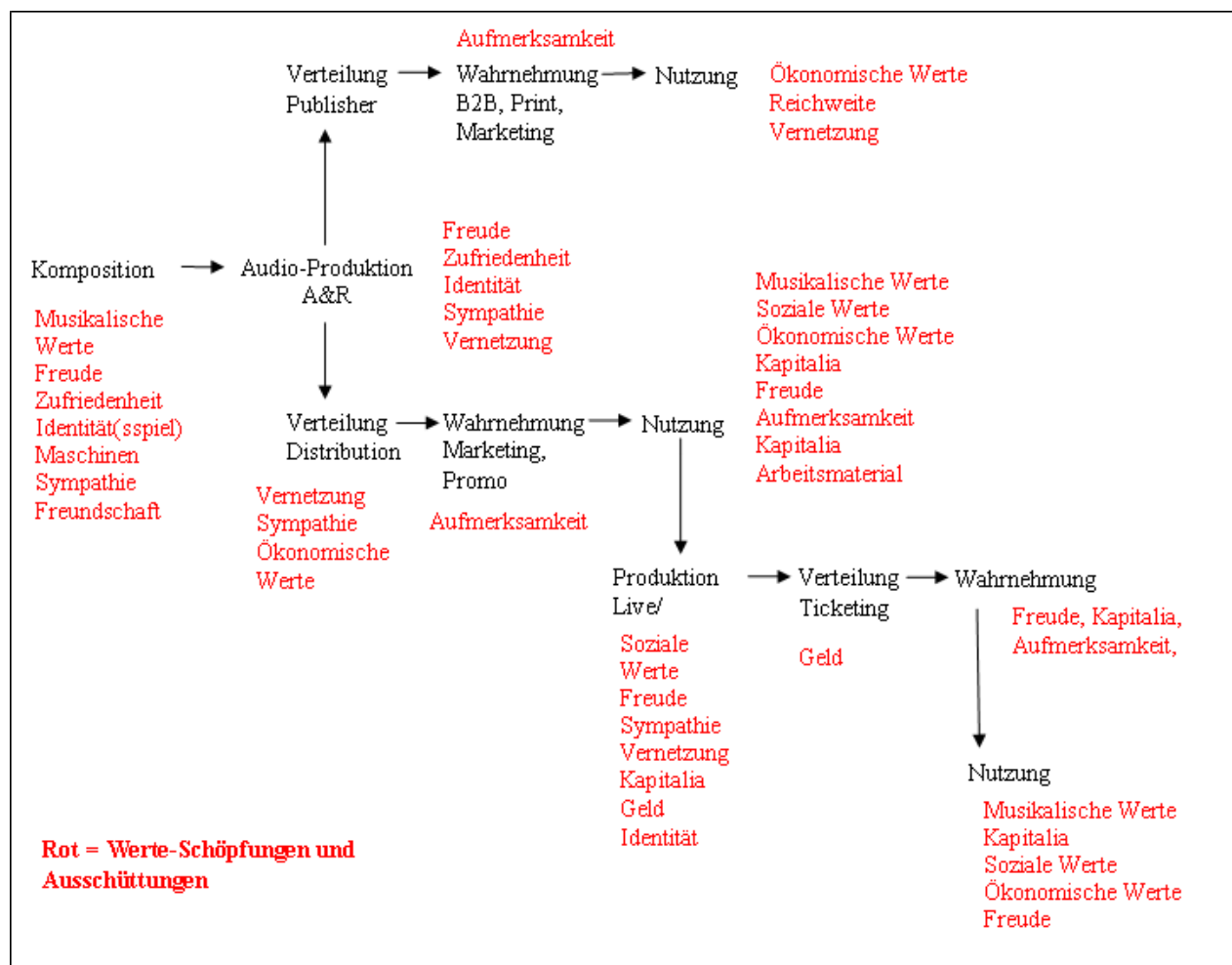


Abbildung 41: Werte-Schöpfung Produzierende

13.2.2 Werte-Schöpfungsnetzwerke der Partizipierenden

Partizipierende Sonic Bodies schöpfen auch Werte und werden für die Werte-Schöpfung der Produzierenden produktiv gemacht. Freunde, Fans, Partizipierende, etc. können in der Technokultur in fast allen Bereichen musikalischer Wertschöpfung eingreifen (Abbildung 42). Beim Verlagswesen fällt dies am geringsten und indirekt aus. Allerdings können auch hier freundschaftliche Vernetzungen walten, in denen die Aufgabe an diese abgegeben wird. Individuelle Werte-Schöpfungen und die Einbindung in die anderer sind zum einen abhängig vom Feldabschnitt. Dies gilt für den mittleren und besonders im unteren Bereich. Der obere Feldabschnitt verschließt sich weitestgehend aufgrund der dort vorherrschenden professionellen Arbeit. Zum anderen sind Werte-Schöpfung und Einbindung abhängig vom Grad der Involvierung und des Einbringens (Spirit). Erlebnisorientierten Partizipierenden stehen weniger Möglichkeiten zur Verfügung, da sie aufgrund des geringeren Spirits weniger subkulturelles Kapital besitzen. Im umgekehrten Fall ist die Chance auf Einbindung und Erweiterung der Werte-Schöpfung deutlich eher gegeben.

Recorded

In der Komposition ziehen die Partizipierenden Sinn aus der Einbindung in diese, etwa in Form von Kritik und Feedback. Sie können sich auch durch das Einspielen eines Instruments oder Melodie direkt an der Komposition beteiligen. Kollaborationen mit Freund*innen oder Partizipierenden stellen eine weitere Möglichkeit der Involvierung dar. Neben der individuellen betreiben die Partizipierenden auch musikalische, ökonomische und soziale Wertschöpfung. Die Integration Außenstehender in die Komposition tritt im Antesten im Club auf, was eine Form von unbewusster Marktforschung darstellt. Die Werte-Schöpfung von Freund*innen und Partizipierenden in der Audioproduktion bezieht sich vorrangig auf das Mastering und die Gestaltung von Covers. Diese Tätigkeiten stellen einerseits Hobbys dar, andererseits zahlen sie sich in Anerkennung, Geld und subkulturellem Kapital aus. Daraus resultieren mehr Aufmerksamkeit und ggf. mehr Aufträge durch andere Produzierende.

Hinsichtlich der Verteilung schöpfen Partizipierende ebenfalls Werte und dienen dabei anderen. Sie helfen mit ihrem Wissen und/oder ihren Netzwerken, Zugang zu einem Label zu erhalten. Ihre Empfehlungen können ausschlaggebend sein, Produzierende und Labels in das Sortiment aufzunehmen. Auf diese Weise machen Partizipierende ihre Hobbys für sich und andere produktiv, um divergierende Werte daraus zu ziehen.

Partizipierende arbeiten der Wahrnehmung der Audioproduktion auf unterschiedliche Weise zu. Antrieb ist die Freude, die die Musik ihnen bereitet und sie zur Bewerbung bzw. Verbreitung animiert. Ob traditionelle Mundpropaganda oder Fanpromotion mittels Social Media, in beiden Varianten wird über die Musik berichtet, weil sie ein freudestiftendes Hobby ist. Dies kann bei angemessenen Empfehlungen mit dem Zuwachs subkulturellen Kapitals einhergehen. Die Werte-Schöpfung der Partizipierenden fällt in diesem Bereich noch vielfältiger aus. Sie integrieren die Musik in Playlists oder Videos, um sich damit auszudrücken. Dies kann sich in der Anerkennung durch die Produzierenden niederschlagen. Daraus resultieren Interaktionen und soziale Beziehungen. Die Wahrnehmung wirkt bereits wertschöpfend, da sie als Vorstellung über das Wünschenswerte einer neuen Veröffentlichung und daran anschließende Auftritte der Produzierenden erscheint.

Die Nutzung stellt in der Audioproduktion den zentralen Bereich der Werte-Schöpfung für die Partizipierenden dar. Beim Hören werden sie durch die Musik affiziert. Die Rezeption erfüllt je

nach Rezeptionsästhetik unterschiedliche Funktionen. Exemplarisch reichen diese vom Tanz in der Wohnung über Identitätsarbeit. Das fertige Audioprodukt ist die Grundlage des Sammelns, von dem ebenfalls mehrere Werte ausgehen. Der Tonträger besitzt einen materiellen aber vor allem ideellen Wert, da er die Sammlung vollständiger macht. Das Sammeln an sich stellt ein wertvolles Ritual dar, welches Recherche, Kauf, Archivierung und tiefe Rezeption umfasst.

Verlagswesen

Die Beteiligung Partizipierender ist im Verlagswesen am geringsten. Zur Werte-Schöpfung der Produzierenden tragen sie indirekt durch ihre Involvierung in der Verteilung im Bereich Recorded dennoch dazu bei. Die Hilfe bei der Suche oder der Zugang zu einem Label ist in den meisten Fällen gleichbedeutend mit der Anmeldung bei einem Verlag. In diesem Bereich existieren freundschaftliche Vernetzungen mit Akteur*innen aus anderen Musikkulturen und Medienindustrien, die zwar als Partizipierende auftreten, aber nicht produzierend aktiv werden. Diese ermöglichen eine größere Streuung von Tracks und mehr Aufmerksamkeit außerhalb der Technokultur. Wert-Schöpfung wird durch die Hilfe der Freund*innen ermöglicht, die sich gegenseitig unterstützen.

Live Music

Vor allem im unteren Feldabschnitt zeigt sich die Produktion im Aufführungswesen durch Unterstützung von Freund*innen und Partizipierenden gekennzeichnet. Diese empfehlen den Bookern befreundete oder präferierte DJs, weil ihnen deren Musik gefällt und/oder um diesen einen Gefallen zu tun. Daneben treten sie selber als Veranstaltende in Erscheinung, um DJs in ihre Stadt einzuladen (Paulus/Winter 2014). Partizipierende schöpfen daraus Freude, erhalten subkulturelles Kapital und ggf. die Option, ihre Aktivitäten zu intensivieren. Unbewusst dienen sie der Marktforschung, da Veranstaltende via Social Media geschmackliche Vorlieben und Veränderungen observieren können, um ihr Booking entsprechend auszurichten. Hinsichtlich der eigentlichen Durchführung kommt es zur Beteiligung von Freund*innen und Partizipierenden. Diese ziehen ideellen Wert aus ihrem Spirit, der sich im Einbringen manifestiert. Freude und Spaß an der gemeinschaftlichen Umsetzung sind Antrieb für die Übernahme unterschiedlicher Aufgaben wie Aufbau, Garderobe, Kasse, Reinigung oder Theke. Gleichzeitig bewirkt dies die Zuweisung subkulturellen Kapitals und Extras wie bspw. Freigetränke oder Gästelistenplätze. Es existieren noch andere Formen der Werte-Schöpfung in diesem Bereich. Diese stehen im Zusammenhang mit den großen Festivals und ihren kurzen Verkaufszeiten. Der Verkauf an sich wird zu einem freudvollen Erlebnis, wenn es den Leuten gelingt, ihre Vorstellung umzusetzen und sich Karten zu sichern. Sie arbeiten hiermit der Öffentlichkeitsarbeit solcher Festivals zu, da sie als Erlebnis und Attraktivitätsinvestition besonders begehrt und wertvoll erscheinen.

In der Wahrnehmung sind die Beteiligung und Werte-Schöpfung der Partizipierenden stärker ausgeprägt. Diese können aus eigenem Antrieb geschätzte DJs und Veranstaltenden über Social Media und andere Kommunikationsmedien bewerben. Partizipierende werden noch direkter in die Produktion von Wahrnehmung integriert. Zum Teil wird die Gestaltung von Partizipierenden der Szene oder Freund*innen übernommen. Sie beteiligen sich an der Verteilung von Flyern und Plakaten. Partizipierende können bspw. die Postergestaltung von Partys mitbestimmen. Dadurch werden sie einerseits zu Mitproduzierenden erhoben, andererseits sichern sich die Veranstaltenden deren Aufmerksamkeit.

Im Mittelpunkt der Werte-Schöpfung im Aufführungswesen steht die Nutzung: das Feiern. Hieraus ziehen die Partizipierenden zunächst ideelle Werte. Sie schöpfen Wert aus ihren Idealvorstellungen und dem individuellen Musicking. Dessen Valenz kann bspw. aus Körperwirkungen, der Inszenierung des Körpers, der Musik, dem Tanz oder Flirten resultieren. In der Partizipationsästhetik kommt es zu ästhetischer, sonischer und sozialer Affizierung. Der Vibe stellt die höchste Form der kollektiven Affizierung des Feierns dar. Die Partizipationsästhetik wird auch für die Werte-Schöpfung der Produzierenden nutzbar gemacht. Sie ziehen Rückschlüsse aus dem Feedback und werden zu weiteren Produktionen motiviert. Die Partizipierenden schöpfen Werte aus dem Miteinander und der Gemeinschaftlichkeit im Club. Es kommt zu Interaktionen und Bildung temporärer Feierfreundschaften, die sich evtl. zu Freundschaften außerhalb der Technokultur verstetigen können. Es kommt auch zum Austausch und gemeinsamem Tanz mit den Produzierenden auf der Tanzfläche. Das angemessene Handeln, besonders wenn es vom Spirit getrieben ist, bildet den Sonic Logos des Feierns aus und geht mit der Zuweisung subkulturellen Kapitals einher.

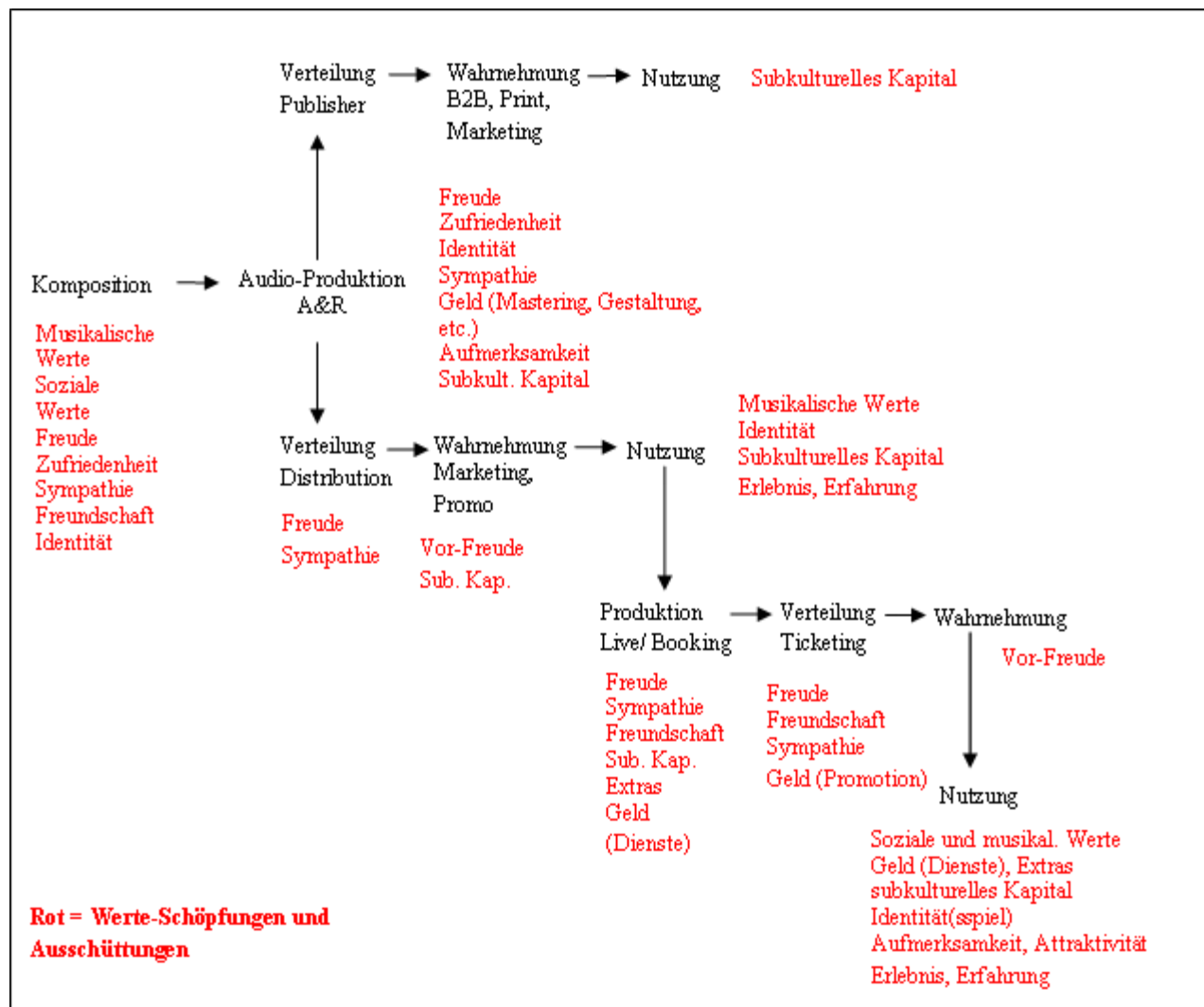


Abbildung 42: Werte-Schöpfung Partizipierende

13.2.3 Netzwerke von Werte-Schöpfungsriaden

Wenn Freund*innen, Fans, Partizipierende, etc. in die Werte-Schöpfungsprozesse eingreifen, entsteht in Konsequenz ein Netzwerk. Dieses erscheint in unterschiedlichen Konfigurationen. Das in der Abbildung 43 dargestellte Netzwerk von Werte-Schöpfungsnetzwerk hat reale Entsprechungen in der Technokultur, es existieren noch diverse andere Varianten. Entsprechend der zugrunde liegenden Handlungsorientierungen können die Konfigurationen der Werte-Schöpfungsnetzwerke zu rein kultureller, hybrider oder rein ökonomischer Wertschöpfung tendieren.

Vergleichbares gilt für die Partizipierenden, die zwischen asketischen und heteronomen kulturellen Hervorbringungen changieren. Dies hat divergierende Erlebnissrationalitäten zur Folge, bei denen die einen sich an Erlebnissen, die anderen am Spirit orientieren. Für die ersten steht die Unterhaltung, für die zweiten die Beteiligung im Vordergrund. Der Spirit zeigt sich dafür verantwortlich, dass sich die partizipierenden Sonic Bodies an unterschiedlichen Stellen in die Werte-Schöpfung einbringen.

Die Gestalt der Netzwerke ist von den jeweiligen Feldabschnitten abhängig. Diese prägen die Werte-Schöpfungen aufgrund der unterschiedlichen Logiken in den Abschnitten und Möglichkeiten der Involvierung vor. So sind die Werte-Schöpfungsmöglichkeiten für Außenstehende im Underground deutlich höher als im oberen Abschnitt. Während sich im unteren Bereich Partizipierende an (fast) allen Stellen in die Prozesse einbringen können, schwindet dies je höher die Position im Feld ist und es eher zu Kooperationen mit professionellen und externen Dienstleistern oder Unternehmen kommt.

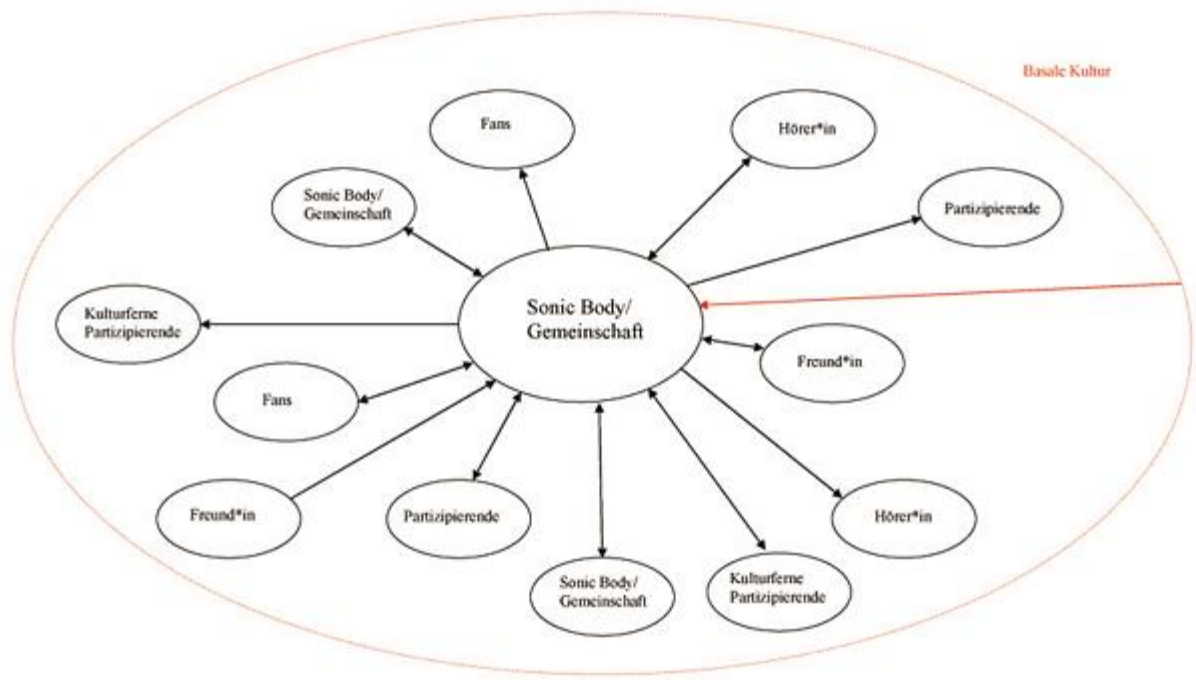


Abbildung 43: Werte-Schöpfungsnetzwerk

13.3 Wertepriorisierungen, Handlungsorientierungen & -arten

In der Praxis konkurrieren Werte miteinander und lassen keine multiple Werte-Schöpfung zu. Werte-Schöpfungen stehen daher in Abhängigkeit zu Wertepriorisierungen, die andere Handlungsorientierungen und -arten bedingen. Wie sinnvoll etwas ist, hängt zum einen von der momentanen Wertepriorisierung, zum anderen von der Intensität der Bindung an einen Wert ab. Wird etwa den kulturellen oder monetären Werten mehr Bedeutung zugemessen? Wie ist die derzeitige Lebenssituation der Sonic Bodies? Benötigen diese etwa Geld, dann sind sie eher bereit, in Clubs aufzulegen, die sie eigentlich ablehnen, oder mehr aufzulegen, als sie möchten. Sind die Sonic Bodies nicht von den Einnahmen abhängig, dann sind sie eher bereit, umsonst und für die Plaisier zu spielen oder zu produzieren.

Die Wertepriorisierungen strukturieren die Feldabschnitte der Technokultur und werden durch diese ebenfalls vorstrukturiert. Dies schlägt sich anteilig in den Orientierungen nieder, die je nach Feldposition im unteren Bereich stärker zur Kultur und Askese, im oberen zu Massen und Gewinn tendieren. Die Position bedingt ihrerseits die subkulturelle oder kulturindustrielle Logik der subkulturellen oder kulturindustriellen Konfiguration. So geraten manche Sonic Bodies ab einem bestimmten Moment in gewisse betriebswirtschaftliche Zwänge, denen sie folgen oder stattdessen ihr Musicking verringern müssen. Trotz des Logikwandels, der sich bei Bewegung im Feld einstellt, kommt es zu spielerischen Handlungen, die vom Spaß, Geben-Nehmen und Miteinander motiviert sind. Der Wert der Technokultur wird gegenüber dem Geld priorisiert. Daneben kommt es zu taktischen und strategischen Handlungen, die dem Zweck größerer Werte-Schöpfung dienen. Was eine Priorisierung erfährt, ist abhängig von den Situationen, in denen sich die Sonic Bodies befinden. Notwendigkeiten wie Lebenserwerb, Finanzierung der Familie, Firma oder eines Hauses zwingen dazu, Abstriche an der Freude in Kauf zu nehmen oder mehr Auftritte zu bestreiten als gewollt. Vergleichbares gilt für Veranstaltende, die die Gunst der Stunde nutzen, um mehr Partys zu organisieren, was von den persönlichen und kollektiven Vorstellungen über das Wünschenswerte abweichen kann. Dies kann mit einem Verlust der Freude einhergehen, was zu einem Ende des Musickings führen kann. Andersrum können sich Sonic Bodies gegen das Geld entscheiden und auf eigene Kosten Produktionen realisieren, die ihnen und anderen Freude machen soll. Einige entscheiden sich für einen (Teil-)Lebenserwerb außerhalb der Technokultur, damit sie bei der Musik, Freundschaft oder Kultur keine Kompromisse eingehen müssen. Dabei scheint der musikalische Wert für viele nicht verhandelbar zu sein. Ein Verrat an der eigenen wertgeschätzten Musik ist ein Verrat am Selbst. Andere Werte sind verhandelbarer.

Vor allem die basale Kultur in Form der Majormusikindustrie, Gesetzgebung oder der städtischen Verwaltung sorgt für Turbulenzen innerhalb der Technokultur, da sie der Offenheit, dem Miteinander und dem Geben-Nehmen entgegenwirken. Dance zwang Techno in eine erprobte Gestalt, die das Modulieren und die offenen Strukturen unterdrückte. Die Kommerzialisierung der Veranstaltungen operierte gegen das Miteinander und Einbringen. Die Offenheit litt unter finanziellen Interessen, da diese zur Exklusion durch den Eintrittspreis und die Türpolitik führten. Interventionen durch Gesetzgebung und städtische Verwaltung sorgen dafür, dass die Werte des Miteinanders und Einbringens gestört werden. Solche Dynamiken provozieren eine Verteidigung der Werte. Gleichzeitig werden die Mittel der Verteidigung radikaler: Produzent*innen besinnen sich auf die Essenz der Musik, illegale Raves oder Partys finden an noch entlegeneren Orten oder konfrontativ im öffentlichen Raum statt.

13.4 Grenzen der Werte-Schöpfung

Den Möglichkeiten zur Werte-Schöpfung der Sonic Bodies sind Grenzen gesetzt. Während ihr in punkto Gesetze, Vorschriften und Faktoren sozialer Ungleichheit von außen durch die basale Kultur auferlegt werden, handelt es sich bei den Regeln der Feldabschnitte um interne Prozesse der Technokultur.

Gesetze und Vorschriften der basalen Kultur bilden die grundlegenden Regeln für die Entwicklung einer Medienindustrie (Peterson/Anand 2004, S. 315) und damit auch einer auditiven Subkultur. Sie können Kreativität und artisanale Produktionen stimulieren (vgl. Lessig 2008), aber auch begrenzen, wie im Fall des bisherigen Sampling-Verbots in Deutschland¹⁷⁹. In Bezug auf Techno zeigt sich der Einfluss der Gesetzgebung anhand der Gesetze gegen Raves, die in Großbritannien und den USA erlassen wurden. Die GEMA beeinflusst das Musicking der Sonic Bodies durch die exklusive Bindung an diese. So wurde das Veröffentlichende per Creative Commons (vgl. Lessig 2006) bis 2019 durch die Regularien der GEMA untersagt und Produzierende auch danach in ihren Möglichkeiten eingeschränkt (Dobusch 2016). Es kommt teils zu konträren Auslegungen von Vorschriften. So sehen sich Sonic Bodies und Gemeinschaften in den unterschiedlichen Regionen und Städten mit jeweils anderen Durchsetzungen von Vorschriften konfrontiert wie im Fall der Spontan Open Airs (vgl. Lange 2012; Busse 2014). Dies ist nicht zuletzt der jeweiligen wirtschaftlichen Bedeutung einer lokalen Szene geschuldet, welche die Entscheidungsfindung zugunsten dieser tendieren lässt. Während bspw. die Berliner Technoszene seit ihrer Entstehung von einem laxen Umgang in der Durchsetzung von Vorschriften und Praktiken wie der Zwischennutzung profitiert, beklagen die Sonic Bodies und Tribes aus Köln und dem Ruhrgebiet eine gewisse Gängelung durch die Ämter und eine zu harte Durchsetzung von Vorschriften, die einschränkend auf die Produktionen wirken. Die Berliner Technoszene stellt einen Wirtschaftszweig dar, den es zu bewahren gilt. Dies ist in Köln und dem Ruhrgebiet nicht der Fall, da diese Orte über keinen vergleichbaren Club-Tourismus verfügen.

Faktoren sozialer Ungleichheit üben ebenfalls einen beschränkenden Einfluss auf die Werte-Schöpfung von Sonic Bodies aus. In der Technokultur walten Distinktionen auf sozialstruktureller Grundlage, die sich in gegenseitigen Ausschlüssen niederschlagen. Hierbei sind die Faktoren Alter und Bildung von Bedeutung. Einer Person wird die Möglichkeit zur Produktion oder Kooperation verweigert, weil diese zuvor die ‚falschen‘ Clubs frequentierte und mit den ‚falschen‘ Leuten zu tun hatte, was oft im Zusammenhang mit Bildung steht.

Ein geringes Einkommen wirkt sich ebenfalls negativ auf die Werte-Schöpfung aus. Während die einen nicht die Mittel haben, Clubs oder Festivals zu besuchen, um ggf. das eigene Attraktivitätskapital zu steigern, sind die anderen gezwungen, mit kostengünstigen Materialien zu produzieren, die eingeschränkte Möglichkeiten besitzen. Ein zu geringes Einkommen kann die Einschränkung oder Beendigung des Musickings zur Folge haben. Hinsichtlich sozialer Ungleichheit weist das Geschlecht der Werte-Schöpfung ebenfalls Grenzen auf. In der Technokultur herrscht ein starkes Ungleichgewicht zwischen Frauen, Männern und Diversen auf Seiten der Produzierenden vor. Nur ein geringer Teil an Labels wird von Frauen geführt. Sie stellen in den meisten Fällen auch eine Minderheit unter den Angestellten dar. Zuletzt ist die Anzahl weiblicher DJs auf lokaler und internationaler Ebene sehr gering (vgl. Female:Pressure 2013). Eine umfassende Werte-Schöpfung ist daher Männern nahezu exklusiv vorbehalten, während Frauen und Diverse deutlich stärker aus der Partizipation und Rezeption ihre Werte schöpfen müssen.

¹⁷⁹ Exemplarisch dafür steht das Metall-auf-Metall-Verfahren zwischen Kraftwerk und Moses Pelham, der seit den 1997 die Gerichte bis zum EUGH beschäftigt.

Zuletzt wird das Werte-Schöpfen durch den Feldabschnitt und die dort waltenden Logiken gerahmt und beschränkt. Während sich für den unteren und mittleren Abschnitt die Regeln der „Szenewirtschaft“ (Kühn 2017) verantwortlich zeigen, unterliegt der obere Abschnitt den Regeln der heteronomen Produktion. Beide Logiken schließen sich zum einen gegenseitig aus, zum anderen haben sie nur in ihren Abschnitten Geltung. Kulturindustrielle Verfahren dienen als Abschluss vor allem im unteren Bereich. Subkulturelle Verfahren versagen meist im Massenmarkt. Kulturorientierung auf der einen und Massensorientierung auf der anderen Seite fungiert als Abschluss im jeweils gegenüberstehenden Abschnitt. Massensorientierte Tracks scheitern im Club, subkulturell orientierte in der Diskothek. Hinsichtlich der Gewinnorientierung gilt es, den schmalen Grat dessen zu beachten, was im unteren und mittleren Abschnitt als angemessen angesehen wird. Erfolgreiche Produktion innerhalb des unteren und mittleren Abschnitts der Technokultur, die sowohl Kapital sowie subkulturelles Popularitätskapital generiert, basiert auf einem Changieren zwischen gewinnorientierten Praktiken, die die Lebens- und Arbeitsbasis sichern, und askeseorientierten, die eine positive Kommunikation und Reputationszuwachs zur Folge haben. Da viele Hervorbringungen der Technokultur von ökonomischer Natur sind, ist ein gewinnorientiertes Vorgehen an sich nicht problematisch. Innerhalb des Changierens zwischen den Orientierungen darf allerdings die „subkulturelle Schwelle“ (Kühn 2017, S. 262) nicht überschritten werden, da die Sonic Bodies und Organisationen sonst Gefahr laufen, eine negative Reputation zu erhalten und an subkulturellem Popularitätskapital einzubüßen.

13.5 Die Produktivität der Technokultur

Abschließend soll die Frage nach der Produktivität der Technokultur im Sinne eines Input-Output-Verhältnisses beantwortet werden. In einem quantitativen und linearen Verständnis erscheint die Technokultur eher unproduktiv, da sich bspw. das Output aufgrund der großen Konkurrenz und in Relation geringen Nachfrage nicht durch Veränderungen der Inputseite steigern lässt. Allerdings eignet sich diese Auslegung für Analysen des oberen Feldabschnitts der Technokultur. Im unteren Abschnitt ist es den Sonic Bodies aufgrund der geringen finanziellen Mittel, verkauften Einheiten und fehlenden Angestellten gar nicht möglich, bspw. über Veränderungen der Input-Seite die Produktivität zu steigern.

Wird Produktivität aber, wie es Hans-Joachim Bürkner (2018) vorschlägt, non-linear und qualitativ betrachtet und John Fiskes (1992) Verständnis von Produktivität genutzt, zeigt sich ein völlig anderes Bild. Unter Berücksichtigung aller Beteiligten und der nicht-ökonomischen Werte erscheint die Technokultur als äußerst produktiv, da sie als Affordanz zahlreiche Handlungsoptionen zur Produktion und Werte-Schöpfung offeriert. Wie in den Werte-Schöpfungsnetzwerken aufgezeigt wurde, besteht bereits für ein oder zwei Personen die Chance, unterschiedliche Werte durch ihr Musicking entlang der Produktionsbereiche zu schöpfen. Vergleichbares gilt für Partizipierende, die zwangsläufig weniger monetäre Wertschöpfung betreiben. Dafür bietet ihnen die Technokultur die Möglichkeit, erlebnis- oder spiritgetrieben ihrem Musicking nachzugehen. Spirit und subkulturelles Kapital eröffnen den Partizipierenden die Beteiligung an (fast) allen Stellen der Werte-Schöpfungsnetzwerke. Dies ist auf die vielen Netzwerke zurückzuführen, die in allen Feldabschnitten anzutreffen sind. Vor allem im unteren aber auch mittleren Abschnitt bieten diese viele Möglichkeiten der Beteiligung für Partizipierende.

Die Produktivität der Technokultur ist ihrer stilistischen Vielfalt sowohl in punkto der Musik und des Sonischen als auch der Orte des Feierns geschuldet. Die Offenheit des Technostils erlaubt unterschiedliche Ausprägungen, die mit sozialstrukturellen Vorlieben korrelieren und sozialer Ungleichheit einen ästhetischen Ausdruck verleihen. Es gibt Techno für Jüngere, für langjährig Partizipierende, für Szene- oder Massensorientierte. Die Technokultur zeichnet sich auch durch ihre Vielfalt an Musicking aus, die sich anhand der Orte und deren Ästhetiken zeigt. Es umfasst verschiedene Tätigkeiten wie Produzieren, Auflegen, Sammeln, Dekorieren, Hören, etc.

Die Technokultur bietet ein hohes Maß an Musicking- und Berufsoptionen aufgrund der stilistischen Ausprägungen, Größe der Kultur und ihrer absteigenden Strukturierung von Sonic Bodies mit heteronomer Gewinn- oder autonomer Askeseorientierung. Sie verfügt über diverse Berufsbilder im Zusammenhang mit Veranstaltungen, wie Clubbesitzer*in, Veranstalter*in, Promoter*in, Booker*in, Geschäftsführer*in, Festivalleiter*in, Sound Engineers, Buchhalter*in, Dekorateur*in, Stagehands, etc. Ähnliches gilt für die Produktion und Distribution, da die Technokultur über ein weitestgehend unabhängiges Vertriebssystem verfügt und entsprechende Karriereoptionen bietet. Dabei treten Sonic Bodies häufig transdisziplinär in Erscheinung, indem sie mehrere Berufe abdecken. Daneben bleiben sie Fan der Musik und Technokultur. Das Angebot bezieht sich ebenfalls auf die Partizipierenden. Diese können bspw. als Tänzer*innen, Sammler*innen, Hobby-Veranstaltende oder Hobby-DJs für sich individuell Werte-Schöpfung betreiben, ohne in die Industriestruktur eingebunden zu sein. Daher ist das Identitätsmenü, welches sich in den einnehmbaren Berufskarrieren und Rollenbildern manifestiert, wichtig für die Produktivität. Je mehr differentes Angebot und Handlungsoptionen eine Musikkultur offeriert, umso höher fällt dessen Werte-Schöpfungspotenzialität aus. Diese Vielfalt vermag ein quantitatives Verständnis von Pro-

duktivität nicht aufzudecken. Qualitativ betrachtet kann die Technokultur nicht anders als sehr produktiv angesehen werden.

13.6 Fazit und Ausblick

Wertenstehung und -bindung resultieren aus Bezugnahmen, geistigen Prozessen, Kommunikation, sozialen Interaktionen und Praktiken. Wertentstehung benötigt das „passivistische Moment des Ergriffenseins“ (Joas 2006, S. 2), im Sinne einer Erfahrung (Dewey 1980, 1987; Han 2014), um im Nachhinein als wertvoll deklariert oder an bestehende Werte gebunden zu werden. Werte basieren auf einer Vorstellung über das Wünschenswerte (Joas 2006) oder Ideale (Rokeach 1973), die handlungsmotivierend wirkt.

Individuelle Wertschöpfung bezeichnet zum einen die mentalen Vorgänge der Entstehung einer Vorstellung, zum anderen deren Realisierung in der Handlung. Dies kann sich in der Vorstellung oder Umsetzung eines Sounds, freudvoller und sinnhafter Tätigkeiten, des schönen anderen Lebens, des attraktiven und interessanten Lebens, sozialer Zugehörigkeit und Anerkennung oder monetärer Bereicherung manifestieren. Es kommt in Relation seltener zur Realisierung, da das Erreichen eines Idealzustands, besonders im kollektiven Rahmen, von vielen Faktoren abhängig ist, die sich nicht beeinflussen lassen. Werte-Schöpfung im kollektiven Rahmen beschreibt zunächst zum einen die individuelle und kollektive Entstehung von Werten als Vorstellung über das Ideale, zum anderen die Bindung an bereits existierende Vorstellungen. In ihrer Realisierung werden im nächsten Schritt ideelle, kulturelle, monetäre und soziale Werte geschöpft. Externe, Städte und die basale Kultur schöpfen aus den Soziokulturen, ihren Materialien und Körpern ebenfalls Werte.

Musik und das Musicking sind zentrale Wertträger musikalischer Gemeinschaften. Diese sind Relationen aus Körpern, Materialien und einer Soziokultur. Werte und Wertträger, wie etwa das Sonische, haben nur in diesen Soziokulturen Geltung. In solchen Vergemeinschaftungen existieren soziale Werte. Neben dem Wert einer Gemeinschaft zugehörig zu sein, sind die persönliche sowie soziale Korrespondenz und Distinktion von Wert, da sie Idealen folgen und identitätsbildend wirken. Dem Handeln von Menschen in Musikkulturen kann Wert in Form der sozialen Kapitalia zugewiesen werden. Diese treten im Handeln und Habitus zutage und steigern sich, wenn diese als angemessen wahrgenommen werden. Ein hohes subkulturelles Popularitätskapital erhöht die positive Reputation. Handlungen in Musikkulturen erzeugen gleichzeitig unterschiedliche Werte.

Werte treten in der Mehrzahl in Erscheinung. Sie sind hybride und werden in netzwerkartiger Form durch Produzierende und Partizipierende geschöpft. Dabei stehen sie häufig im Widerspruch zueinander und prallen aufeinander, was nach einer Aushandlung oder Verteidigung verlangt. Werte besitzen unterschiedliche Grade an Bedeutung und Valenz. Sie erfahren situativ divergierende Bevorzugungen. Die negative Auslegung von Wert als Vorstellung über das Vermeidenswerte, im Sinne eines „Counter-ideal Value“ (Van Quaquebeke et al. 2010), wirkt sich auch auf die Werte-Schöpfung aus. Die Priorisierung von Werten hat Konsequenzen für das Handeln, die kulturellen Praktiken und sozialen Interaktionen. Die Wertepriorisierungen strukturieren die Feldabschnitte der Technokultur und werden durch diese vorstrukturiert. Dies schlägt sich anteilig in den Orientierungen nieder, die je nach Feldposition im unteren Bereich stärker zur Kultur und Askese, im oberen zu Massen und Gewinn tendieren. Während sich für den unteren und mittleren Abschnitt die Regeln der „Szenewirtschaft“ (Kühn 2017) verantwortlich zeigen, unterliegt der obere Abschnitt den Regeln der heteronomen Produktion. Beide Logiken schließen sich zum einen gegenseitig aus, zum anderen haben sie nur in ihren Abschnitten Geltung.

Der Werte-Schöpfung unterliegen die sozialstrukturelle Konfiguration, subjektive Konfiguration und subkulturelle oder kulturindustrielle Konfiguration. Die sozialstrukturelle Konfiguration um-

fasst Faktoren sozialer Ungleichheit, die einen Einfluss auf den musikalischen Geschmack, Musickingpräferenzen und Wahrnehmung ausüben. Sie entscheiden etwa, ob das Körper- oder Musikkapital wertvoller ist. Zu der subjektiven Konfiguration zählen Handlungsorientierungen, Gemütszustand und Lebenssituation, die zum Teil durch sozialstrukturelle Konfiguration geprägt werden, wie Bildung, Einkommen, soziale Zugehörigkeit zu einer Mehrheit oder Minderheit. Das Geschlecht weist der Werte-Schöpfung ebenfalls Grenzen auf. In der Technokultur herrscht ein starkes Ungleichgewicht zwischen Frauen, Männern und Diversen auf Seiten der Produzierenden vor. Die subkulturelle oder kulturindustrielle Konfiguration legt Regeln für das Handeln, den Habitus und die Ästhetik fest. Sie ist abhängig von der Feldposition und beeinflusst die Handlungsorientierung und Logiken des Wirtschaftens.

Zum Abschluss der Studie stellt sich die Frage nach der Anwendbarkeit des Feldmodells und des Modells der Werte-Schöpfungsnetzwerke auf andere Musikkulturen. Dies scheint meiner Einschätzung nach durchaus gegeben und sinnvoll zu sein, um Erkenntnisse über andere Musikkulturen gewinnen zu können. Gestützt wird dies durch die Daten der zuerst eingeplanten Vergleichsgruppe, die aufgrund des Datenumfangs zur Technokultur nicht mehr berücksichtigt werden konnten. Es zeigte sich ein ähnliches Changieren zwischen musikalisch-sonischen und sozialen Werten auf der einen Seite und monetären Werten auf der anderen Seite. Im Vergleich zur Technokultur fiel dies in manchen Aspekten sogar extremer aus, wie etwa das Veröffentlichen von Musiker*innen, die keinerlei Aussicht auf Gewinn versprechen, deren Musik den Macher*innen aber gefällt. Die These erscheint naheliegend, dass andere Musikkulturen eine vergleichbare Feldstruktur wie die Technokultur besitzen und musikalisch-sonisch, materiell, sozial sowie ökonomisch segmentiert sind. Gleiches gilt für die zugrundeliegenden Logiken und Werte-Schöpfungsnetzwerke, die sich bei Bewegung im Feld nach oben oder unten wandeln. Allerdings, so die These, unterscheiden sich die Musikkulturen hinsichtlich ihrer zentralen Werte, was sowohl andere habituelle Sozialitäten als auch Produktions- und Partizipationsästhetiken prädeterminiert. Es wäre insbesondere interessant, das Feldmodell und Modell der Werte-Schöpfungsnetzwerke auf Musikkulturen anzuwenden, die nicht in einer subkulturellen Tradition stehen, wie E-Musik oder Schlager. Obwohl diese weniger durch ästhetische und/oder soziale Widerständigkeit gekennzeichnet sind, besitzen sie, so die Vermutung, eine vergleichbare musikalisch-sonische, soziale und ökonomische Strukturierung.

Dies zu beantworten, wäre eine Aufgabe für die Zukunft, zu der ich andere Forschende gerne einladen möchte.

14 Quellen

14.1 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Wellenbänder des Soundings nach Henriques (2011)	39
Abbildung 2: Einbettung der auditiven Subkultur in basale Kultur	61
Abbildung 3: Triangulation von Wissensarten (Henriques 2011, S. 245)	101
Abbildung 4: Dimensionaler Raum der Besonderheit (Schulze 2000, S. 100)	114
Abbildung 5: Das dreiteilige Kulturfeld Techno	142
Abbildung 6: Geographische Struktur der Technokultur	144
Abbildung 7 Konstituierende Beats des Techno	156
Abbildung 8: Analyse Chris Liebing "D"	171
Abbildung 9: Analyse DJ Koze "Mariposa"	174
Abbildung 10: Idiome von House und Techno	177
Abbildung 11: Das musikalische Feld von House und Techno	177
Abbildung 12: Psychedelische Atmosphäre Club (Rechteinhaber: Janwillem Huda)	186
Abbildung 13: Atmosphäre Spontan Open Air (Bochum)	189
Abbildung 14: Orte und Ästhetiken im Technofeld	190
Abbildung 15: Organisationen im Technofeld	268
Abbildung 16: Feiertotems (Rechteinhaber: Philipp Heinrich Budde)	273
Abbildung 17: Flyer KOMPAKT Sommercamp 2013	275
Abbildung 18: Einritzungen B-Seite, Gabriel Ananda & Cio d'Or "Lauschgoldengel"	276
Abbildung 19: Flyer Donner & Doria (Bochum)	282
Abbildung 20: Leporello Hirsch Inn (Pfronten)	283
Abbildung 21: Facebook Posting nach Partyabbruch (Cichy 2013)	289
Abbildung 22: Analyse Nico Stojan "Ginkhoe"	312
Abbildung 23: Analyse Dirty Doering "I would"	315
Abbildung 24: Analyse Ben Klock "Subzero"	322
Abbildung 25: Analyse Len Faki "BX 3"	326
Abbildung 26: Analyse Jürgen Paape "Take That"	340
Abbildung 27: Analyse Wassermann "Hot Love"	341
Abbildung 28: Analyse Gabriel Ananda & Cio d'Or "Lauschgoldengel"	344
Abbildung 29: The Good, the Bad, and the Ugly	360
Abbildung 30: Hippie-/Psychedelicästhetik bei Party	375
Abbildung 31: Das Feld der elektronischen Tanzmusik	381
Abbildung 32: Analyse Martin Garrix "Animals" Formteil A	384
Abbildung 33: Analyse Martin Garrix "Animals" Build-Up	385
Abbildung 34: Analyse Martin Garrix "Animals" Drop & Formteil C	388
Abbildung 35: Industriestruktur und Organisationen im Technofeld	422
Abbildung 36: Beatport Newsletter, 17. März 2015	439
Abbildung 37: Verkaufszahlen Technotonträger	455
Abbildung 38: Infobox mit Hinweis zu Label (YouTube/DeepProgressive1, https://www.youtube.com/watch?v=r5O-XWOfVNw)	471
Abbildung 39: Werte-Schöpfung entlang der Wellenbänder	474
Abbildung 40: Werte-Schöpfung in der basalen Kultur	480
Abbildung 41: Werte-Schöpfung Produzierende	484
Abbildung 42: Werte-Schöpfung Partizipierende	487

14.2 Literatur

- Aavik, Toivo/ Allik, Jüri (2006). Principles that people seek to avoid in their lives: personal values with the opposite sign? *Journal of Individual Differences*, Jg. 27, S. 185-192.
- Abegg, Tilman (2018). Tanzen auf Teppichen: Die Cosmotopia-Magie bestand aus Musik und Freundlichkeit. *Ruhr Nachrichten*, 21.07.2018. <https://www.ruhrnachrichten.de/dortmund/tanzen-auf-teppichen-die-cosmotopia-magie-bestand-aus-musik-und-freundlichkeit-plus-1307090.html>. Zugegriffen: 01. Juli 2019.
- Abel, Mark (2014). *Groove: An Aesthetic of Measured Time*. Leiden [u.a.]: Brill.
- Adams, Douglas (2013). *Das Restaurant am Ende des Universums*. 22. Auflage. München: Wilhelm Heyne Verlag.
- Adorno, Theodor W. (1970). *Gesammelte Schriften - Band 7: Ästhetische Theorie*. Hrsg. Gretel Adorno und Rolf Tiedemann. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Adorno, Theodor W. (1974). Rede über Lyrik und Gesellschaft. In: *Gesammelte Schriften - Band 11: Noten zur Literatur*. Hrsg. Rolf Tiedemann. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, S. 48 - 69.
- Adorno, Theodor W. (1975). *Einleitung in die Musiksoziologie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Adorno, Theodor W. (1990). On popular music. In: Simon Frith und Andrew Goodwin (Hrsg.), *On Record: Rock, Pop, and the Written Word*. 5. Auflage. London, New York: Routledge, S. 301-314.
- Ahmed, Sara (2004). Affective Economies. *Social Text* 79, Vol. 22, No. 2, Summer 2004, S. 117-139.
- Albiez, Sean (2012). Post-Soul Futurama: African American Cultural Politics and Early Detroit Techno. In: Mark J. Butler (Hrsg.), *Electronica, Dance and Club Music*. London: Ashgate, S. 445-466.
- Albini, Steve (2014). Face the Music 2014: Key Note Adress. <http://www.theguardian.com/music/2014/nov/17/steve-albinis-keynote-address-at-face-the-music-in-full>. Zugegriffen: 21. Juli 2015.
- Alexander, Peter (1994). New Technology and Market Structure: Evidence from the Music Recording Industry. *Journal of Cultural Economics* 18, S. 113-123.
- Allport, Gordon W. (1961). *Pattern and Growth in Personality*. New York: Holt, Rinehart, & Winston.
- Altman, Rick (1999). *Film/Genre*. London: BFI.
- Amico, Stephen (2012). "I Want Muscles": House Music, Homosexuality and Masculine Signification. In: Mark J. Butler (Hrsg.), *Electronica, Dance and Club Music*. London: Ashgate, S. 387-406.
- Anderson, Chris (2007). *The Long Tail. Der lange Schwanz*. München: Hanser.
- Andersson, Ewa (2011). *Distinctions in cultural production – the case of the Swedish indies*. <https://www.inter-disciplinary.net/wp-content/uploads/2011/02/anderssonupaper.pdf>. Zugegriffen: 13. Juni 2013.
- Anz, Philipp/ Walder, Patrick (Hrsg.) (1995). *Techno*. Zürich: Ricco Bilger.
- Arndt, Andreas (1989). Produktion, Produktivität II: Ökonomie. In: Joachim Ritter et al. (Hrsg.), *Historisches Wörterbuch der Philosophie*. Basel: Schwabe, S. 1427-1432.

- Assmann, Jan (2007/1992). *Das kulturelle Gedächtnis. Schrift, Erinnerung und politische Identität in frühen Hochkulturen*. Sechste Auflage. München: Verlag C. H. Beck.
- Atkinson, Paul (1990). *The Ethnographic Imagination*. London: Routledge.
- Attali, Jacques (2009). *Noise. The Political Economy of Music*. Minneapolis/ London: University of Minnesota Press.
- Augoyard, Jean-François/ Torgue, Henry (2006). *Sonic Experience. A Guide to Everyday Sounds*. Montreal [u.a.]: McGill-Queen's University Press.
- Auslander, Philip (2008). *Liveness: performance in a mediatized culture*. London [u.a.]: Routledge.
- Baacke, Dieter (1970). *Beat – die sprachlose Opposition*. 2. Auflage. München: Juventa Verlag.
- Bandura, Albert (1979). *Sozial-kognitive Lerntheorie*. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Barabási, Albert-László (2002). *Linked: the new science of networks*. Cambridge: Perseus.
- Barber-Kersovan, Alenka (2007). Creative Class, Creative Industries, Creative City. Ein musikpolitisches Paradigma. In: Dietrich Helms und Thomas Phleps (Hrsg.), *Sound and the city. Populäre Musik im urbanen Kontext*. Bielefeld: transcript Verlag, S. 11-30.
- Bardi, Anat/ Schwartz, Shalom H. (2003). Values and behavior: strength and structure of relations. *Personality and Social Psychology Bulletin*, Vol. 29, No.10, S. 1207-1220.
- Bardi, Anat/ Lee, Julie Anne/ Hoffmann-Towfigh, Nadi/ Soutar, Geoffrey (2009). The structure of intraindividual value change. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 97, No. 5, S. 913-929.
- Barthelmes, Barbara (2004). Experimentieren, Basteln, Gestalten, Inszenieren. Wandlungen des künstlerischen Selbstverständnisses. In: Helga de la Motte-Haber (Hrsg.), *Musikästhetik*. Laaber: Laaber Verlag, S. 330-352.
- Barthes, Roland (1977). The Grain of the Voice. In: ders., *Image, Music, Text*. Übersetzer Stephen Heath. London: Fontana Press, S. 179-189.
- Barthes, Roland (2000). Der Tod des Autors. In: Fotis Jannidis, Gerhard Lauer, Matias Martinez und Simone Winko (Hrsg.), *Texte zur Theorie der Autorschaft*. Stuttgart: Reclam, S. 185–193.
- Bartmanski, Dominik/ Woodward, Ian (2015). The vinyl: The analogue medium in the age of digital reproduction. *Journal of Consumer Culture* Vol. 15(1), S. 3-27.
- Baßler, Moritz (Hrsg.) (2008). *Stadt – Land – Pop. Popmusik zwischen westfälischer Provinz und Hamburger Schule*. Bielefeld: Aisthesis.
- Bataille, Georges (1985). *Die Aufhebung der Ökonomie*. München: Matthes & Seitz.
- Baugh, Bruce (1993). Prolegomena to Any Aesthetics of Rock Music. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, Vol. 51, No. 1, S. 23-29.
- Baumgarten, Alexander Gottlieb (2007). *Ästhetik, Band 1*. Übersetzt, mit einer Einführung, Anmerkungen und Registern herausgegeben von Dagmar Mirbach. Hamburg: Felix Meiner Verlag.
- Baumol, William J./ Bowen, William G. (1966). *Performing arts – the economic dilemma. A study of problems common to theater, opera, music and dance*. New York: Twentieth Century Fund.
- Beck, Ulrich (1986). *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Frankfurt am Main: Edition Suhrkamp.

- Becker, Howard S. (1982). *Art Worlds*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press.
- Behr, Adam/ Brennan, Matt/ Cloonan, Martin (2014). Cultural Value and Cultural Policy: Some Evidence from the World of Live Music. *International Journal of Cultural Policy* 22 (3), S. 403-418.
- Behr, Adam et al. (2020). Making live music count: the UK live music census. *Popular music and society*, Bd. 43, 5, S. 501-522.
- Beier, Nikolaj (2010). RUHR.2010: eine Metropole im Werden. In: Julia Frohne et al. (Hrsg.), *RUHR. Vom Mythos zur Marke*. Essen: Klartext Verlag, S. 33-41.
- Belfiore, Elionora/ Bennett, Oliver (2007). Determinants of Impact: Towards a Better Understanding of Encounters with the Arts. *Cultural Trends* 16(3), S. 225-275.
- Belle-Fortune, Brian (2004). *All Crews. Journeys through Jungle/ Drum & Bass Culture*. London: Vision Publishing.
- Bendixen, Peter (2001). *Einführung in die Kultur- und Kunstökonomie*. 2., erw. Auflage. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Benjamin, Walter (1991). Ich packe meine Bibliothek aus. Eine Rede über das Sammeln. In: ders., *Gesammelte Schriften*, Bd. IV,1. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Benjamin, Walter (2010). *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*. 1. Auflage. Berlin: Suhrkamp Verlag.
- Bennett, Andy (1999). Subcultures or Neo-Tribes? Rethinking the relationship between youth, style and musical taste. *Sociology* (33), Nr. 3, S. 599-617.
- Bennett, Andy (2004). Consolidating the music scenes perspective. *Poetics* 32, S. 223-234.
- Bennett, Andy (2011). Nie zu alt? Älterwerden und Popmusik. In: Wolfgang Fichna und Rosa Reitsamer (Hrsg.), *They say I'm Different. Populärmusik, Szenen und ihre Akteur_innen*. Wien: Löcker, S. 116-136.
- Bennett, Andy (2013). *Music, Style, and Aging: Growing old Disgracefully?* Philadelphia: Temple University Press.
- Bennett, Andy/ Kahn-Harris, Keith (Hrsg.) (2004). *After Subculture: Critical Studies in Contemporary Youth Culture*. Palgrave, Basingstoke: Macmillan Education.
- Bennett, Andy/ Peterson, Richard A. (2004). *Music Scenes: Local, Translocal and Virtual*. Nashville: Vanderbilt University Pres.
- Bennett, Andy/ Rogers, Ian (2016). *Popular Music Scenes and Cultural Memory*. London: Palgrave MacMillan.
- Berger, Harris M. (2008). Phenomenology and the Ethnography of Popular Music: Ethnomusicology at the Juncture of Cultural Studies and Folklore. In: Timothy J. Cooley und Gregory Barz (Hrsg.), *Shadows in the field: new perspectives for fieldwork in ethnomusicology*. New York: Oxford University Press, S. 62-75.
- Berger, Peter L./ Luckmann, Thomas (2007). *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie*. 21. Auflage. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Berghain (2011). *Monatsprogramm März 2011*. <http://www.berghain.de/event/188>. Zugegriffen: 20. August 2015.

- Bernhard, Theresa (2014). Offenohrigkeit als soziales Phänomen: kulturelles Kapital und der Sinn für Distinktion. *Musikpsychologie*, Bd. 24, S. 87-99.
- Bey, Hakim (1994). *T.A.Z. Die Temporäre Autonome Zone*. Berlin [u.a.]: Ed. ID-Archiv.
- Bhattacharya, C.B./ Rao, H./ Glynn, Mary Ann (1995). Understanding the bond of identification: an investigation of its correlates among art museum members. *Journal of Marketing*, Vol. 59, S. 46-57.
- Billboard (2009). *Year End 2009. Hot Dance/ Club Songs*. <http://www.billboard.com/charts/year-end/2009/hot-dance-club-play-songs>. Zugegriffen: 20. Januar 2016.
- Billboard (2010). *Year End Charts 2010. Hot 100 Songs*. <http://www.billboard.com/charts/year-end/2010/hot-100-songs>. Zugegriffen: 20. Januar 2016.
- Billboard (2012). *Year End Charts 2012. Hot 100 Songs*. <http://www.billboard.com/charts/year-end/2012/hot-100-songs>. Zugegriffen: 20. Januar 2016.
- Binas-Preisendörfer, Susanne (2016). Loudness Cultures: Practices, Conflicts, Discourses. In: Jens Gerrit Papenburg und Holger Schulze (Hrsg.), *Sound as Popular Culture: a Research Companion*. Cambridge [u.a.]: The MIT Press, S. 261-271.
- Blacking, John (1969). The Value of Music in Human Experience. *Yearbook of the International Folk Music Council*, Vol. 1, S. 33-71.
- Blaukopf, Kurt (1951). *Musiksoziologie. Eine Einführung in die Grundbegriffe mit besonderer Berücksichtigung der Soziologie der Tonsysteme*. Köln [u.a.]: Kiepenheuer.
- Blaukopf, Kurt (1996). *Musik im Wandel der Gesellschaft: Grundzüge der Musiksoziologie*. 2., erweiterte Auflage. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Blättermann, Verena (2018). Standorte für Musikunternehmen. Das Beispiel Berlin. In: Lorenz Grünewald-Schukalla et al. (Hrsg.), *Musik und Stadt*. Wiesbaden: Springer VS, S. 31-54.
- Blotevogel, Hans Heinrich (2001a). *Industrielle Kulturlandschaft im Ruhrgebiet. Die Geschichte einer schwierigen Annäherung*. Institut für Geographie, Diskussionspapier 3/2001.
- Blotevogel, Hans Heinrich (2001b). *Regionalbewusstsein und Landesidentität am Beispiel von Nordrhein-Westfalen*. Institut für Geographie, Diskussionspapier 2/2001.
- Blotevogel, Hans Heinrich/ Prosek, Achim (2009). Das Ruhrgebiet und seine Identität. *Forum Industriedenkmalpflege und Geschichtskultur*, 2/2009, S. 11-17.
- Böhme, Gernot (2017). *Atmosphäre. Essays zur neuen Ästhetik*. 3. Auflage. Berlin: Suhrkamp Verlag.
- Böse, Martina (2005). Difference and Exclusion at Work in the Club Culture Economy. *International Journal of Cultural Studies* 8 (4), S. 427-444.
- Bofinger, Peter (2003). *Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Eine Einführung in die Wissenschaft von Märkten*. München: Pearson Studium.
- Bohnsack, Fritz (2005). *John Dewey. Ein pädagogisches Portrait*. Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
- Bohnsack, Ralf (2006). Qualitative Evaluation und Handlungspraxis – Grundlagen dokumentarischer Evaluationsforschung. In: Uwe Flick (Hrsg.), *Qualitative Evaluationsforschung. Konzepte – Methoden – Umsetzung*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag, S. 135-158.
- Boltanski, Luc/ Esquerre, Arnaud (2018). *Bereicherung. Eine Kritik der Ware*. Berlin: Suhrkamp Verlag.

- Bolter, David Jay/ Grusin, Richard (2000). *Remediation: understanding new media*. Cambridge [u.a.]: The MIT Press.
- Bondi, Liz/ Davidson, Joyce/ Smith, Mick (2005). Geography's 'Emotional Turn'. In: Joyce Davidson, Liz Bondi und Mick Smith (Hrsg.), *Emotional Geographies*. Aldershot: Ashgate, S. 1-18.
- Bonz, Jochen (2006). Sampling: Eine postmoderne Kulturtechnik. In: Christoph Jacke et al. (Hrsg.), *Kulturschutt. Über das Recycling von Theorien und Kulturen*. Bielefeld: transcript Verlag, S. 333-353.
- Bonz, Jochen (2008). *Subjekte des Tracks – Ethnografie einer postmodernen/ anderen Subkultur*. Berlin: Kulturverlag Kadmos.
- Bonz, Jochen (2016). Am Nullpunkt der Identifikation. Beobachtungen an Techno als *expressive culture*. In: Kim Feser und Matthias Pasdzierny (Hrsg.), *Techno Studies. Ästhetik und Geschichte elektronischer Tanzmusik*. Berlin: b_books, S. 43-57.
- Bonz, Jochen/ Rytz, Juliane/ Springer, Johannes (Hrsg.) (2011). *Lass uns von der Hamburger Schule reden. Eine Kulturgeschichte aus der Sicht beteiligter Frauen*. Mainz: Ventil Verlag.
- Borcholte, Andreas (2013). Lady Gagas Albumvorstellung in Berlin: Alien zum Anfassen. *Spiegel Online*, 25.10.2013. <http://www.spiegel.de/kultur/musik/lady-gaga-stellt-im-berliner-berghain-ihr-neues-album-artpop-vor-a-929852.html>. Zugegriffen. 05. September 2016.
- Bourdieu, Pierre (1987). *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Bourdieu, Pierre (1993). *The Field of Cultural Production: essays on art and literature*. Columbia University Press.
- Bourdieu, Pierre (1993b). *Soziologische Fragen*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre (1999). *Sozialer Sinn. Kritik der theoretischen Vernunft*. 3. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre (2001). *Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes*. 1. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre (2004). *Praktische Vernunft. Zur Theorie des Handelns*. Dt. Erstausg., 1. Aufl., [Nachdr.]. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre/ Wacquant, Loic J. D. (1996). *Reflexive Anthropologie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Brackett, David (2020). Improvisation and value in rock. *Journal of the Society for American Music*, Bd. 14, 2, S. 197-232.
- Brech, Martha (2016). Zwischen den Ohren – konzertanter und hörorientierter Techno. In: Kim Feser und Matthias Pasdzierny (Hrsg.), *Techno Studies. Ästhetik und Geschichte elektronischer Tanzmusik*. Berlin: b_books, S. 183-194.
- Breger, Georg/ Mathei, Dennis (2009). Schön hier unten! Ein Bericht von der Techno-Basis. *Sozialwissenschaften und Berufspraxis. Themenschwerpunkt: Kultur, Kulturmarketing, Kulturmanagement und die Soziologie*, 1/09, S. 29-41.
- Brewster, Bill/Broughton, Frank (2014). *Last Night a DJ Saved My Life: The History of the Disc Jockey*. New York: Grove Atlantic.

- Broughton, Frank/ Brewster, Bill (2002). *How to DJ right. The art and science of playing records*. New York: Groove Press.
- Brøvig-Hanssen, Ragnhild/ Danielsen, Anne (2016). *Digital Signatures: The Impact of Digitization on Popular Music Sound*. Cambridge [u.a.]: The MIT Press.
- Bryson, Bethany (1996). "Anything But Heavy Metal": Symbolic Exclusion and Musical Dislikes. *American Sociological Review*, Vol. 61, Nr. 5, S. 884–899.
- Brzoska, Matthias (2009). *Giacomo Meyerbeer: Le Prophète: Edition, Konzeption, Rezeption; Bericht zum Internationalen Kongress, 13. - 16. Mai 2007, Folkwang-Hochschule Essen-Werden*. Hildesheim [u.a.]: Georg Olms Verlag.
- Budde, Philipp Heinrich (2018). *Förderpotenziale für die Kultur- und Kreativwirtschaft. Eine Untersuchung zur Effektivität von Fördermaßnahmen der öffentlichen Hand am Beispiel der Designwirtschaft in NRW*. Dissertation. Hildesheim: Universität Hildesheim.
- Bürkner, Hans-Joachim/ Lange, Bastian (2010). Wertschöpfung in der Kreativwirtschaft. Der Fall der elektronischen Clubmusik. *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie*, Jg. 54, Heft 1, S. 46-68.
- Bürkner, Hans Joachim (2013). Trackproduktion als Trial and error? Wertschöpfungsvarianten in der elektronischen Clubmusikproduktion zwischen Digitalisierung, Internet und lokalen Szenen. In: Bastian Lange et al. (Hrsg.), *Akustisches Kapital. Wertschöpfung in der Musikwirtschaft*. Bielefeld: transcript Verlag, S. 45-98.
- Bürkner, Hans-Joachim (2018). Digitalisierung und Experimente (trial and error) in der elektronischen Clubmusikproduktion. Diversifizierung der Aktivitäten und veränderte Produktivität. In: Holger Schwetter et al. (Hrsg.), *Die Produktivität von Musikkulturen*. Wiesbaden: Springer VS, S. 37-74.
- Bürkner, Hans Joachim et al. (2013). Akustisches Kapital. Perspektiven auf veränderte Wertschöpfungskonfigurationen in der Musikwirtschaft. In: Bastian Lange et al. (Hrsg.), *Akustisches Kapital. Wertschöpfung in der Musikwirtschaft*. Bielefeld: transcript Verlag, S. 9-41.
- Büsser, Martin (2003). *If the kids are united. Von Punk zu Hardcore und zurück*. 6. Auflage. Mainz: Ventil Verlag.
- Büsser, Martin (2004). *On the Wild Side. Die wahre Geschichte der Popmusik*. Hamburg: Europäische Verlagsanstalt.
- Bull, Rick (1997). *The Aesthetics of Acid*. <http://www.snarl.org/youth/rickacid.pdf>; Zugegriffen: 30. November 2018.
- Bundesverband Musikindustrie (2009). *Musikindustrie in Zahlen 2009*. http://www.musikindustrie.de/uploads/media/MiZ_2009_gesamt_01.pdf. Zugegriffen: 18. Januar 2016.
- Bundesverband Musikindustrie (2010). *Musikindustrie in Zahlen 2010*. http://www.musikindustrie.de/uploads/media/Jahrbuch-BVMI-2011_01.pdf. Zugegriffen: 18. Januar 2016.
- Bundesverband Musikindustrie (2011). *Musikindustrie in Zahlen 2012*. <http://www.musikindustrie.de/uploads/media/Single-Charts-2011.pdf>. Zugegriffen: 18. Januar 2016.
- Bunz, Mercedes (2001). Das Mensch-Maschine-Verhältnis. Ein Plädoyer für eine Erweiterung der Medientheorie am Beispiel von Kraftwerk, Underground Resistance und Missy Elli-

- ott. In: Jochen Bonz (Hrsg.), *Sound Signatures. Pop-Splitter*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, S. 272-290.
- Burger, Birgitta/ Toiviainen, Petri (2020). Embodiment in electronic dance music: effects of musical content and structure on body movement. *Musicae scientiae, Bd. 24 (2020), 2*, S. 186-205.
- Burmann, Christoph/ Blinda, Lars/ Nitschke, Axel (2003). Konzeptionelle Grundlagen des identitätsbasierten Markenmanagements. In: Christoph Burmann (Hrsg.), *Arbeitspapier Nr. 1 des Lehrstuhls für innovatives Markenmanagement (LiM)*, Universität Bremen, Bremen.
- Busse, Christoph (2014). *Freiluftveranstaltungen der Techno-Szene im öffentlichen Raum der Stadt Halle (Saale)*. Masterthesis, Hochschule Merseburg.
- Butler, Mark J. (2006). *Unlocking the Groove. Rhythm, Meter, and Musical Design in Electronic Dance Music*. Bloomington / Indianapolis: Indiana University Press.
- Butler, Mark J. (2012). Conceptualizing Rhythm and Meter in Electronic Dance Music. In: Mark J. Butler (Hrsg.), *Electronica, Dance and Club Music*. London: Ashgate, S. 61-64.
- Butler, Mark J. (2016a). Kommunikative Strategien und Ideologien von Liveness bei Laptop Performances. In: Kim Feser und Matthias Pasdzierny (Hrsg.), *Techno Studies. Ästhetik und Geschichte elektronischer Tanzmusik*. Berlin: b_books, S. 211-220.
- Butler, Mark J. (2016b). Listener Orientation. In: Jens Gerrit Papenburg und Holger Schulze (Hrsg.), *Sound as Popular Culture: a Research Companion*. Cambridge [u.a.]: The MIT Press, S. 367-372.
- Cacioppo, John T./ Berntson, Gary G. (1994). Relationship between attitudes and evaluative space: a critical review, with emphasis on the separability of positive and negative substrates. *Psychological Bulletin, Vol. 115, No. 3*, S. 401-423.
- Cacioppo, John T./ Gardner, Wendi L./ Berntson, Gary G. (1997). Beyond bipolar conceptualizations and measures: the case of attitudes and evaluative space. *Personality and Social Psychology, Vol. 1, No. 1*, S. 3-25.
- Cadenbach, Christoph (2008). Soundkünstler Wolfgang Voigt: "Ich bin nicht die Madonna des Techno". *Spiegel Online*, 15.08.2008. <https://www.spiegel.de/kultur/musik/soundkuenstler-wolfgang-voigt-ich-bin-nicht-die-madonna-des-techno-a-572268.html>. Zugegriffen: 05. Januar 2020.
- Cadenbach, Christoph (2013). Techno-Star DJ Koze: "In meiner Musik gibt es Abgründe und Größenwahn". *Spiegel Online*, 02.04.2013. <http://www.spiegel.de/kultur/musik/techno-star-dj-koze-im-interview-zu-seinem-album-amygdala-a-890835.html>. Zugegriffen: 15. November 2016.
- Campos Valverde, Raquel (2019). *Understanding Musicking on Social Media: Music Sharing, Sociality and Citizenship*. PhD Thesis London South Bank University School of Arts and Creative Industries.
- Cascone, Kim (2003). Deterritorialisierung, historisches Bewusstsein, System. Die Rezeption der Performance von Laptop-Musik. In: Marcus S. Kleiner und Achim Szepanski (Hrsg.), *Soundcultures. Über elektronische und digitale Musik*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, S. 101-106.
- Cascone, Kim (2012). The Aesthetics of Failure: "Post-Digital" Tendencies in Contemporary Computer Music. In: Mark J. Butler (Hrsg.), *Electronica, Dance and Club Music*. London: Ashgate, S. 97-104.

- Castells, Manuel (2001). *Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft: Das Informationszeitalter*. Opladen: Leske + Budrich.
- Caves, Richard E. (2000). *Creative industries: contracts between art and commerce*. Cambridge [u.a.]: Harvard University Press.
- Charmaz, Kathy C. (2011). Den Standpunkt verändern: Methoden der konstruktivistischen Grounded Theory. In: Günter Mey und Katja Mruck (Hrsg.), *Grounded Theory Reader*. 2. aktualisierte und erweiterte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 181-205.
- Chatterton, Paul/ Hollands, Robert (2002). Theorising Urban Playscapes: Producing, Regulating and Consuming Youthful Nightlife City Spaces. *Urban Studies* 39, S. 95-116.
- Chatterton, Paul/ Hollands, Robert (2003). *Urban Nightscapes. Youth Cultures, Pleasure Spaces and Corporate Power*. London: Routledge.
- Chester, Andrew (1970a). For a Rock Aesthetic. *New Left Review*, 59.
- Chester, Andrew (1970b). Second Thoughts on a Rock Aesthetic: The Band. *New Left Review*, 62.
- Chion, Michel (1994). *Audio-vision. Sound on screen*. New York [u.a.]: Columbia University Press.
- Clarke, Adele E. (2012). *Situationsanalyse. Grounded Theory nach dem Postmodern Turn*. Wiesbaden: Springer.
- Clarke, Eric F. (2005). *Ways of Listening: An Ecological Approach to the Perception of Musical Meaning*. Oxford: University Press.
- Clarke, Gary (1990). Defending Ski-Jumpers: A Critique of Theories of Youth Subcultures. In: Simon Frith und Andrew Goodwin (Hrsg.), *On Record: Rock, Pop, and the Written Word*. 5. Auflage. London, New York: Routledge, S. 81-96.
- Clarke, John/ Hall, Stuart/ Jefferson, Tony/ Roberts, Brian (2006). Subcultures, Cultures and Class. In: Stuart Hall und Tony Jefferson (Hrsg.), *Resistance through Rituals: youth sub-cultures in post-war Britain – Second Edition*. London, New York: Routledge. S. 3–59.
- Clement, Michel/ Albers, Sönke (2005). Netzeffekte und Lebenszyklus von Musik. In: Michel Clement und Oliver Schusser (Hrsg.), *Ökonomie der Musikindustrie*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag, S. 41-54.
- Cluley, Robert (2009). Engineering Great Moments: The Production of Live Music. *Consumption, Markets & Culture* 12 (4), S. 373-388.
- Cohen, Sara (2007). *Decline, Renewal and the City in Popular Music Culture: Beyond the Beatles*. Aldershot: Ashgate.
- Conrad, Vera (2016). Körper in Bewegung – Musik und Tanz. In: Heinrich Theodor Grütter (Hrsg.), *Rock & Pop im Pott. 60 Jahre Musik im Ruhrgebiet*. Essen: Klartext Verlag, S. 183-191.
- Cooley, Timothy J./ Meizel, Katharine/ Syed, Nasir (2008). Virtual Fieldwork. In: Timothy J. Cooley und Gregory Barz (Hrsg.), *Shadows in the field: new perspectives for fieldwork in ethnomusicology*, New York: Oxford University Press, S. 90-107.
- Cornelißen, Christoph (2009). Historische Identitätsbildung in einem Bindestrichland. In: Stefan Goch und Karsten Rudolph (Hrsg.), *Wandel hat eine Heimat. Nordrhein-Westfalen in Geschichte und Gegenwart*. Oberhausen: assoverlag.

- Corsten, Michael (2001). Was hält Event-Szenen in Schwung? In: Ronald Hitzler und Michaela Pfadenhauer (Hrsg.), *Techno-Soziologie*. Opladen: Leske + Budrich, S. 97-118.
- Corsten, Hans (2008). Produktivität. In: Artur Woll (Hrsg.), *Wirtschaftslexikon*. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag, S. 631-632.
- Coulson, Susan (2012). Collaborating in a competitive world: musicians' working lives and understandings of entrepreneurship. *Work, Employment and Society, Vol. 26*, S. 246-261.
- Cox, Christoph (2003). Wie wird Musik zu einem organlosen Körper? Gilles Deleuze und die experimentelle Elektronik. In: Marcus S. Kleiner und Achim Szepanski (Hrsg.), *Soundcultures. Über elektronische und digitale Musik*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, S. 162-193.
- Cox, Christoph (2011). Beyond Representation and Signification: Toward a Sonic Materialism. *Journal of Visual Culture* 10, Nr. 2, S. 145–161.
- Crane, D. (1972). *Invisible Colleges: Diffusion of Knowledge in Scientific Communities*. Chicago: University of Chicago Press.
- Csikszentmihályi, Mihály (1991). *Das Flow-Erlebnis. Jenseits von Angst und Langeweile - im Tun aufgehen*. Stuttgart: Klett-Cotta Verlag.
- Därmann, Iris (2007). Statt einer Einleitung. Plädoyer für eine Ethnologisierung der Kulturwissenschaft(en). In: Iris Därmann und Christoph Jamme (Hrsg.), *Kulturwissenschaften: Konzepte, Theorien, Autoren*. München: Wilhelm Fink Verlag, S. 7-34.
- Daffyd, Thomas (2006). Toleranz belebt das Geschäft. *TAZ.*, 15.07.2006.
- Dahlhaus, Carl (1967). *Musikästhetik*. Köln: Musikverlag Hans Gerig.
- Dahlhaus, Carl (1978a). Plädoyer für eine romantische Kategorie – der Begriff des Kunstwerks in der neuesten Musik. In: ders. (Hrsg.), *Schönberg und andere. Gesammelte Aufsätze zur Neuen Musik*. Mainz: Schott, S. 270-279.
- Dahlhaus, Carl (1978b). Über den Zerfall des musikalischen Werkbegriffs. In: ders. (Hrsg.), *Schönberg und andere. Gesammelte Aufsätze zur Neuen Musik*. Mainz: Schott, S. 279-290.
- Danielzyk, Rainer (2007). Gibt es noch das Ruhrgebiet? – Innen- und Außensichten. In: Karl Ditt und Klaus Tenfelde (Hrsg.), *Das Ruhrgebiet in Rheinland und Westfalen. Koexistenz und Konkurrenz des Raumbewusstseins im 19. und 20. Jahrhundert*. Paderborn: Ferdinand Schöningh, S. 377-385.
- Davies, Anthony/ Ford, Simon (1998). Art capital. *Art Monthly*, Nr. 213, S. 12-20.
- Davies, Stephen (1999). Rock versus Classical Music. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism, Vol. 57, No. 2, Aesthetics and Popular Culture*, S. 193-204.
- de Certeau, Michel (1988/ 1980). *Kunst des Handelns*. Berlin: Merve Verlag.
- de la Motte-Haber, Helga (2004). Fragestellungen der Ästhetik und Kunsttheorie. In: Helga de la Motte-Haber (Hrsg.), *Musikästhetik*. Laaber: Laaber Verlag, S. 17-37.
- de la Motte-Haber, Helga (2004b). Ästhetische Erfahrung: Wahrnehmung, Wirkung, Ich-Beteiligung. In: Helga de la Motte-Haber (Hrsg.), *Musikästhetik*. Laaber: Laaber Verlag, S. 408-429.
- De Vany, Arthur (2004). *Hollywood economics: how extreme uncertainty shapes the film industry*. London [u.a.]: Routledge.
- Deleuze, Gilles (1988). *Spinoza: Praktische Philosophie*. Berlin: Merve Verlag.

- Deleuze, Gilles/ Guattari, Félix (1974). *Anti-Ödipus. Kapitalismus und Schizophrenie 1*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Demirović, Alex (2008). Neoliberalismus und Hegemonie. In: Cristoph Butterwegge et al. (Hrsg.), *Neoliberalismus. Analysen und Alternativen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 17-33.
- DeNora, Tia (1995). *Beethoven and the Construction of Genius*. Berkeley: University of California Press.
- DeNora, Tia (1999). Music as a technology of the self. *Poetics*, Nr. 27, S. 31-56.
- DeNora, Tia (2004). *Music in Everyday Life*. Cambridge: University Press.
- Denk, Felix/ von Thülen, Sven (2012). *Der Klang der Familie. Berlin, Techno und die Wende*. 3. Auflage. Berlin: Suhrkamp Verlag.
- Deutscher Bundestag (Hrsg.) (2007). *Schlussbericht der Enquete-Kommission ‚Kultur in Deutschland‘*, Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.
- Deutsche Startups (k.J.). *Verzeichnis von Investoren und deren Investitionen*. <http://www.deutsche-startups.de/verzeichnisse/investors-a-z/high-tech-gruenderfonds/>. Zugegriffen: 18. Januar 2016.
- Dewey, John (1967). *Theory of Valuation*. 14. Auflage. Chicago [u.a.]: The University of Chicago Press [u. a].
- Dewey, John (1980a). *Art as Experience*. 23. Auflage. New York: Perigee Books.
- Dewey, John (1980b). *The Middle Works, 1899 – 1924. Volume 9: 1916*. Carbondale und Edwardsville: Southern Illinois University Press.
- Dewey, John (1981). *The Later Works, 1925 – 1953. Volume 1: 1925*. Carbondale und Edwardsville: Southern Illinois University Press.
- Dewey, John (1983). *The Middle Works, 1899 – 1924. Volume 14: 1922*. Carbondale und Edwardsville: Southern Illinois University Press.
- Dewey, John (1985). *The Later Works, 1925 – 1953. Volume 7: 1932*. Carbondale und Edwardsville: Southern Illinois University Press.
- Dewey, John (1987). *The Later Works, 1925 – 1953. Volume 10: 1934*. Carbondale und Edwardsville: Southern Illinois University Press.
- Diaz-Bone, Rainer (2010). *Kulturwelt, Diskurs und Lebensstil. Eine diskurstheoretische Erweiterung der Bourdieuschen Distinktionstheorie*. 2., erweiterte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Dibben, Nicola (2001). What do we hear, when we hear music?: Music perception and musical material. *Musicae Scientiae*, 5 (2), S. 161-194.
- Dibben, Nicola (2004). The Role of Peripheral Feedback in Emotional Experience With Music. *Music Perception, Fall 2004, Vol. 22, Nr. 1*, S. 79-115.
- Diederichsen, Diedrich (2009). *Eigenblutdoping. Selbstverwertung, Künstlerromantik, Partizipation*. 2. Auflage. Köln: Verlag Kiepenheuer & Witsch.
- Diederichsen, Diedrich (2010). *Sexbeat*. 2. Auflage. Köln: Verlag Kiepenheuer & Witsch.
- Diederichsen, Diedrich (2016a). „Vom Ereignis erzählen ... das Ereignis auslösen“ (Kommentar). In: Kim Feser und Matthias Pasdzierny (Hrsg.), *Techno Studies. Ästhetik und Geschichte elektronischer Tanzmusik*. Berlin: b_books, S. 59-64.

- Diederichsen, Diedrich (2016b). Sound/Music. In: Jens Gerrit Papenburg und Holger Schulze (Hrsg.), *Sound as Popular Culture: a Research Companion*. Cambridge [u.a.]: The MIT Press, S. 31-36.
- Dobusch, Leonhard (2016). GEMA erlaubt Mitgliedern „vergütungsfreie Lizenzen“, Kompatibilität mit Creative Commons fraglich [Update]. *Netzpolitik*, 29.06.2016. <https://netzpolitik.org/2016/gema-erlaubt-mitgliedern-verguetungsfreie-lizenzen-kompatibilitaet-mit-creative-commons-fraglich/>. Zugegriffen: 21. Juni 2019.
- Döbler, Thomas (2012). Werte und die Schaffung von Werten. Begriffsgeschichte und aktuelle Perspektiven. In: Castulus Kolo et al. (Hrsg.), *Wertschöpfung durch Medien im Wandel*. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, S. 339-359.
- Doehring, André (2011). *Musikkommunikatoren. Berufsrollen, Organisationsstrukturen und Handlungsspielräume im Popmusikjournalismus*. Bielefeld: transcript Verlag.
- Doehring, André (2012). Probleme, Aufgaben und Ziele der Analyse populärer Musik. In: Dietrich Helms und Thomas Phleps (Hrsg.), *Black Box Pop: Analysen populärer Musik*. Bielefeld: transcript Verlag, S. 23-42.
- Dollase, Rainer (1997). Das Publikum in Konzerten, Theatervorstellungen und Filmvorführungen. In: Dieter Baacke (Hrsg.), *Handbuch Jugend und Musik*. Opladen: Leske + Budrich, S. 341-368.
- Dollase, Rainer/ Rösenberg, Michael/ Stollenwerk, Hans J. (1986). *Demoskopie im Konzertsaal*. Mainz: Schott.
- Duinker, Ben (2020). Song Form and the Mainstreaming of Hip-Hop Music. *Current Musicology*, Vol. 107, S. 93-135.
- Dumke, Oliver (2001). Techno als säkulare Liturgie. Anmerkungen zu Form und Funktion von Gottesdienst und Technoevent. In: Ronald Hitzler und Michaela Pfadenhauer (Hrsg.), *Techno-Soziologie*. Opladen: Leske + Budrich, S. 69-83.
- Duttweiler, Stefanie (2016). Nicht neu, aber bestmöglich. Alltägliche (Selbst)Optimierung in neoliberalen Gesellschaften. *Aus Politik und Zeitgeschichte, APUZ 37-38/2016, Der Neue Mensch*.
- Dyer, Richard (1990). In Defense of Disco. In: Simon Frith und Andrew Goodwin (Hrsg.), *On Record: Rock, Pop, and the Written Word*. 5. Auflage. London, New York: Routledge, S. 410-418.
- Dyer, Richard (2000): Heavenly Bodies: Film Stars and Society. In: Robert Stam und Toby Miller (Hrsg.), *Film and Theory. An Anthology*. Massachusetts: Blackwell. S. 603- 617.
- Ebert, Ralf et al. (2009). Bedeutung der soziokulturellen Zentren im Ruhrgebiet für den Wandel zur Metropole Ruhr und Vorschläge zu ihrer Erhaltung und Stärkung. *STADTart, Dortmund*.
- Echols, Alice (2010). *Hot Stuff: Disco and the remaking of American Culture*. New York [u.a.]: W. W. Norton & Company.
- Eco, Umberto (1973). *Das offene Kunstwerk*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Eco, Umberto (1984). *Apokalyptiker und Integrierte. Zur kritischen Kritik der Massenkultur*. Frankfurt am Main: S. Fischer Verlag.
- Edwards, Jeffrey R./ Cable, Daniel M. (2009). The value of value congruence. *Journal of Applied Psychology*, Vol. 94, No. 3, S. 654-677.

- Eichler, Klaus-Dieter (1999). Zu einer „Philosophie der Freundschaft“. In: Klaus-Dieter Eichler (Hrsg.), *Philosophie der Freundschaft*. Leipzig: Reclam Verlag, S. 215-241.
- Eichler, Klaus-Dieter (2018). Philosophie der Freundschaft. Eine Verbindung jenseits von Konkurrenz. Klaus Dieter Eichler im Gespräch mit Stephanie Rohde. *Deutschlandfunk, 11. Februar 2018*. https://www.deutschlandfunkkultur.de/philosophie-der-freundschaft-eine-verbinding-jenseits-von.2162.de.html?dram:article_id=410509. Zugegriffen: 10. September 2018.
- Elflein, Dietmar (2007). Willkommen im Dschungel – Glam, Hardcore und Metal in Los Angeles. In: Dietrich Helms und Thomas Phleps (Hrsg.), *Sound and the city. Populäre Musik im urbanen Kontext*. Bielefeld: transcript Verlag, S. 125-140.
- Elflein, Dietmar (2010). *Schwermetallanalysen. Die musikalische Sprache des Heavy Metal*. Bielefeld: transcript Verlag.
- Elflein, Dietmar (2012). Riff, Beats und der Reiz der variierten Wiederholung. Zur musikalischen Analyse populärer Musik und ihrem transdisziplinären Nutzen. In: Marcus S. Kleiner und Michael Rappe (Hrsg.), *Methoden der Populärkulturforschung*. Münster: LIT Verlag, S. 247- 271.
- Elliott, David J./ Silverman, Marissa (2017). Identities and musics: reclaiming personhood. In: Raymond MacDonald, David J. Hargreaves und Dorothy Miel (Hrsg.), *Handbook of Musical Identities*. Oxford: Oxford University Press, S. 27-45.
- Ellis, Carolyn/ Bochner, Arthur P. (2003). Autoethnography, personal narrative, reflexivity. In: Norman K. Denzin und Yvonna S. Lincoln (Hrsg.), *Collecting and interpreting qualitative materials*. London: Sage, S. 199-258.
- Ellis, Carolyn/ Adams, Tony E. / Bochner, Arthur P. (2010). Autoethnografie. In: Günther Mey und Katja Mruck (Hrsg.), *Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, Springer Fachmedien, S. 345-357.
- Elsbach, Kimberly D./ Bhattacharya, C.B. (2001). Defining who you are by what you're not: organizational disidentification and the national rifle association. *Organization Science, Vol 12, No. 4*, S. 393-413.
- Engel, Gerhard (1990). *Zur Logik der Musiksoziologie. Ein Beitrag zur Philosophie der Musikwissenschaft*. Tübingen: J.C.B. Mohr (Paul Siebeck).
- Engelbrecht, Jörg (2007). „Rheinschiene“ versus „Ruhrgebiet“ – Aspekte einer wechselvollen Beziehung im 19. und 20. Jahrhundert. In: Karl Ditt und Klaus Tenfelde (Hrsg.), *Das Ruhrgebiet in Rheinland und Westfalen. Koexistenz und Konkurrenz des Raumbewusstseins im 19. und 20. Jahrhundert*. Paderborn: Ferdinand Schöningh, S. 353-362.
- Engelmann, Maïke et al. (2012). The new artrepreneur – how artists can thrive on a networked music business. *International Journal of Music Business Research*, Oct. 2012, vol. 1 no. 2, S. 31-45.
- Eshun, Kodwo (1999). *Heller als die Sonne: Abenteuer in der Sonic Fiction*. Berlin: ID Verlag.
- Farchy, Joëlle (2005). Die Bedeutung von Informationen für die Nachfrage nach kulturellen Gütern. In: Vinzenz Hediger und Patrick Vonderau (Hrsg.), *Demnächst in ihrem Kino. Grundlagen der Filmwerbung und Filmvermarktung*. Marburg: Schüren Verlag, S. 193-211.

- Faulstich, Werner (1997): Von Elvis Presley bis Michael Jackson: Kleine Startypologie der Rockgeschichte. . In: Werner Faulstich und Helmut Korte (Hrsg.), *Der Star: Geschichte – Rezeption – Bedeutung*. München: Fink, S. 155-173.
- Faulstich, Werner (2002). *Die bürgerliche Mediengesellschaft (1700-1830)*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Faulstich, Werner (2004). *Medienwandel im Industrie- und Massenzeitalter*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Faulstich, Werner (2012). *Die Mediengeschichte des 20. Jahrhunderts*. München: Wilhelm Fink Verlag.
- Female:Pressure (2013). *Female Pressure Report 03*. www.femalepressure.net. Zugegriffen: 12. August 2018.
- Feser, Kim (2016). Ein Sequenzer kommt selten allein. Zur Handhabung musikalischer Automatisierung – ästhetische Diskurse und technische Entwicklungen. In: Kim Feser und Matthias Pasdzierny (Hrsg.), *Techno Studies. Ästhetik und Geschichte elektronischer Tanzmusik*. Berlin: b_books, S. 221-235.
- Feser, Kim/ Pasdzierny, Matthias (2016). „... and a musicologist present at all times“ – elektronische Tanzmusik im Fokus populärer Diskurse und akademischer Forschung. Einleitung. In: Kim Feser und Matthias Pasdzierny (Hrsg.), *Techno Studies. Ästhetik und Geschichte elektronischer Tanzmusik*. Berlin: b_books, S. 7-21.
- Fischer-Lichte, Erika (2010). *Ästhetik des Performativen*. 1. Auflage [Nachdruck]. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Fiske, John (1992). The Cultural Economy of Fandom. In: Lisa Lewis (Hrsg.), *The adoring audience: fan culture and popular media*. London [u .a.]: Routledge, S. 30-49.
- Fleiß, Daniela (2013). „Wir sind ganz anders“. Imagewerbung im Ruhrgebiet zur Zeit des Strukturwandels. In: Sabine Mecking et al. (Hrsg.), *Geschichte im Westen. Schwerpunktthema: History sells. Stadt, Raum, Identität*. Essen: Klartext Verlag, S. 57-80.
- Flick, Uwe (2009). *Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung*. 2. Auflage. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Flick, Uwe (2015). Triangulation in der qualitativen Forschung. In: Uwe Flick et al. (Hrsg.), *Qualitative Sozialforschung. Ein Handbuch*. 11. Auflage. Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag, S. 309-318.
- Florida, Richard (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books.
- Foucault, Michel (1993). Technologien des Selbst. In: Luther H. Martin et al. (Hrsg.), *Technologien des Selbst*. Frankfurt am Main: S. Fischer Verlag GmbH, S. 24-62.
- Foucault, Michel (2000). Was ist ein Autor? In: Fotis Jannidis et al. (Hrsg.), *Texte zur Theorie der Autorschaft*. Stuttgart: Reclam, S. 194-229.
- Foucault, Michel (2009). *Die Geburt der Biopolitik*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Foucault, Michel (2015). *Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses*. 15. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Franck, Georg (1998). *Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf*. München/ Wien: Carl Hanser Verlag.

- Friedman, Marilyn (1997). Freundschaft und moralisches Wachstum. *Deutsche Zeitschrift für Philosophie*, Band 45: Heft 2, S. 235-248.
- Friedrich, Jan-Uwe/ Friedrich, Tatjana (2019). Einen EDM-Track im Unterricht analysieren. *Musik und Unterricht*, 136/2019, S. 34-39.
- Friedrich, Malte (2010). *Urbane Klänge. Popmusik und Imagination der Stadt*. Bielefeld: transcript Verlag.
- Friedrich, Malte (2014). Wie klingt die Stadt, wenn sie vermarktet wird. Zum Zusammenhang von Musik und Stadtmarketing. In: Alenka Barber-Kersovan, Volker Kirchberg und Robin Kuchar (Hrsg.), *Music City. Musikalische Annäherungen an die ‚kreative‘ Stadt*. Bielefeld: transcript, S. 271-288.
- Frith, Simon (1988a). Art Ideology and Pop Practice. In: Cary Nelson und Lawrence Grossberg (Hrsg.), *Marxism and the Interpretation of Culture*. Urbana und Chicago: University of Illinois Press, S. 461-475.
- Frith, Simon (1988b). Picking up the pieces. In: ders. (Hrsg.), *Facing the Music*. New York: Pantheon, S. 88-130.
- Frith, Simon (1990). What is Good Music? *Canadian University Music Review / Revue de musique des universités canadiennes*, 10 (2), S. 92-102.
- Frith, Simon (1992). Zur Ästhetik der Populären Musik. *PopScriptum 1/92 – Begriffe und Konzepte*, S. 68-88.
- Frith, Simon (1996). Music and Identity. In: Stuart Hall und Paul Du Gay (Hrsg.), *Questions of cultural identity*. London, Thousand Oaks: Sage, S. 108-127.
- Frith, Simon (1998). *Performing Rites. On the value of popular music*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Frith, Simon (2013). The Value of Live Music. In: Dietrich Helms und Thomas Phleps (Hrsg.), *Ware Inszenierungen: Performance, Vermarktung und Authentizität in der populären Musik*. Bielefeld: transcript, S. 9-22.
- Frith, Simon/ Brennan, Matt/ Cloonan, Martin/ Webster, Emma (2013). *The History of Live Music in Britain, Volume I: 1950-1967. From Dance Hall to the 100 Club*. Farnham: Ashgate.
- Frohne, Julia (2010). Die Entwicklung einer neuen Marke. Strategische Ansätze und Kampagnenplanung. In: Julia Frohne et al. (Hrsg.), *RUHR. Vom Mythos zur Marke*. Essen: Klartext Verlag, S. 42-54.
- Frow, John (2006). *Genre*. London/ New York: Routledge.
- Fuhr, Michael (2007). *Populäre Musik und Ästhetik. Die historisch-philosophische Rekonstruktion einer Geringschätzung*. Bielefeld: Transcript Verlag.
- Fuhrer, Urs (2008). Ortsidentität, Selbst und Umwelt. In: Ernst-Dieter Lantermann (Hrsg.), *Grundlagen, Paradigmen und Methoden der Umweltpsychologie*. Göttingen [u.a.]: Hogrefe Verlag, S. 415-442.
- Fuller, Matthew (2005). *Media Ecologies: materialist energies in art and technoculture*. Cambridge [u.a.]: MIT Press.
- Funk, Viola (2015). *Das Karriereende von Ten Walls hat einen bitteren Nachgeschmack*. <http://noisey.vice.com/alps/blog/das-karriereende-von-ten-walls-hat-einen-bitteren-nachgeschmack-974>. Zugegriffen: 25. Januar 2016.

- Gabric, Martina (2014). Intergroove Media meldet Insolvenz an. *Musikmarkt*. <http://www.musikmarkt.de/Aktuell/News/Intergroove-Media-meldet-Insolvenz-an>. Zugegriffen: 15. Januar 2016.
- Gabrielsson, Alf (2011). *Strong Experiences with Music: Music is much more than just Music*. Oxford, New York: Oxford University Press.
- Gaillot, Michel (2000). *Sens multiple: la Techno, un laboratoire artistique et politique du present*. Paris: Dis Voir.
- Galuszka, Patryk (2015). New Economy of Fandom. *Popular Music and Society*, Vol. 38, No. 1, S. 25-43.
- Garcia, Luis-Manuel (2014). An alternate history of sexuality in club culture. *Resident Advisor*. <https://www.residentadvisor.net/features/1927>. Zugegriffen 31. August 2016.
- Garcia, Luis-Manuel (2015). Beats, flesh, and grain: sonic tactility and affect in electronic dance music. *Sound Studies*, 1:1, S. 59-76.
- Garnier, Laurent/ Lambert-Brun, David (2005). *Elektroschock. Die Geschichte der elektronischen Tanzmusik*. Höfen: Hannibal Verlag.
- Gebesmair, Andreas (2001). *Grundzüge einer Soziologie des Musikgeschmacks*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Gebesmair, Andreas (2008). *Die Fabrikation globaler Vielfalt: Struktur und Logik der transnationalen Popmusikindustrie*. Erste Auflage. Bielefeld: transcript.
- Geertz, Clifford (1995). *Dichte Beschreibungen: Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme*. 4. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Geier, Thomas (2009). Die Rote Liebe und die Techno-Szene in den 1990er Jahren. In: Thomas Mania (Hrsg.), *Techno: Ein Blick zurück in die Zukunft*. Münster: Telos Verlag Dr. Roland Seim M.A., S. 56-85.
- Gembris, Heiner (1987). Musikalische Fähigkeiten und ihre Entwicklung. In: Helga de la Motte-Haber (Hrsg.), *Handbuch der Musikpädagogik Band 4: Psychologische Grundlagen des Musiklernens*. Kassel: Bärenreiter, S. 116-185
- Gembris, Heiner (1998). *Grundlagen musikalischer Begabung und Entwicklung*. Augsburg: Dr. Bernd Wißner.
- George, Nelson (1990). *Der Tod des Rhythm & Blues*. Wien: Hannibal Verlag.
- Gereffi, Gary/ Korzeniewicz, Miguel (1994). *Commodity Chains and Global Capitalism*. Westport, Connecticut, London: Praeger Publishers.
- Germany Events (2015). *Pressemitteilung Donner & Doria #14*. <http://gvents.de/bochum-donner-amp-doria-14-vinyl-only-edition/135790>. 27. 27. Januar 2016.
- Gibson, James J. (1966). *The Senses Considered as Perceptual Systems*. New York [u.a.], Mifflin
- Gibson, James J. (1982). *Wahrnehmung und Umwelt. Der ökologische Ansatz zur visuellen Wahrnehmung*. München [u.a.]: Urban und Schwarzenberg.
- Gilbert, Jeremy/ Pearson, Ewan (1999). *Discographies: Dance Music, Culture and the Politics of Sound*. London [u.a.]: Routledge.
- Gilroy, Paul (1993). *The Black Atlantic: Modernity and Double Consciousness*. London: Verso.
- Glaser, Barney G./ Strauss, Anselm L. (2010). *Grounded Theory. Strategien qualitativer Forschung*. 3. Auflage. Göttingen: Verlag Hans Huber.

- Gläser, Jochen/ Laudel, Grit (2004). *Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Glückler, Johannes/ Armbruester, Thomas (2003). Bridging Uncertainty in Management Consulting: The Mechanisms of Trust and Networked Reputation. *Organization Studies* 24, S. 269-297.
- Gnad, Friedrich (1994). Musik, Wirtschaft und Stadtentwicklung. *Dortmunder Beiträge zur Raumplanung* 64, Dortmund: IRPUD.
- Gobé, Marc (2003). *Emotional Branding: The New Paradigm for Connecting Brands to People*. Oxford: Windsor Books.
- Goetz, Rainald (2001). *Rave*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Götz, Thomas (2006). *Stadt und Sound. Das Beispiel Bristol*. Münster: LIT Verlag.
- Goffman, Erving (2012/1963). *Stigma: Über Techniken der Bewältigung beschädigter Identität*. 21. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp Taschenbuch.
- Goldmann, Stefan (2011). Musik in Zeiten des Web 2.0. <http://www.silo-magazin.de/?p=99>. Zugriffen: 19. Dezember 2012.
- Goldmann, Stefan (2016). Kreuzmodulation. Entwurf einer Techno-Ästhetik. In: Kim Feser und Matthias Pasdzierny (Hrsg.), *Techno Studies. Ästhetik und Geschichte elektronischer Tanzmusik*. Berlin: b_books, S. 155-169.
- Goodman, Steve (2012). *Sonic Warfare: Sound, Affect, and the Ecology of Fear*. Cambridge/London: MIT Press.
- Gordon, Uri (2009). Utopia in Contemporary Anarchism. In: Ruth Kinna und Laurence Davis, (Hrsg.), *Anarchism and Utopianism*. Manchester und New York: Manchester University Press, S. 260–275.
- Gordon, Uri (2015). Moderne Anarchist_innen und die Zukunft der Staatskunst. In: Peter Seyferth (Hrsg.), *Den Staat zerschlagen! Anarchistische Staatsverständnisse*. Baden-Baden: Nomos-Verlagsgesellschaft, S. 281-298.
- Gottfried, Gideon (2013). Beatport verkauft: SFX will am Dance-Boom partizipieren. *Musikmarkt*. <http://www.musikmarkt.de/Aktuell/News/Beatport-verkauft-SFX-will-am-Dance-Boom-partizipieren>. Zugriffen: 25. Januar 2016.
- Gottwik, Volker (2007). Zwischen dichter und dünner Beschreibung: Clifford Geertz' Beitrag zur Writing Culture-Debatte. In: Iris Därmann und Christoph Jamme (Hrsg.), *Kulturwissenschaften: Konzepte, Theorien, Autoren*. München: Wilhelm Fink Verlag, S. 119-142.
- Gottschalk, Ingrid (2006). *Kulturökonomik: Probleme, Fragestellungen und Antworten*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Grabowsky, Ingo/ Lücke, Martin (2008). *Die 100 Schlager des Jahrhunderts*. Hamburg: EVA Europäische Verlagsanstalt.
- Gracyk, Theodore (1996). *Rhythm and Noise: An Aesthetics of Rock*. Durham, NC: Duke University Press.
- Gracyk, Theodore (1997). Listening to Music: Performances and Recordings. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, Vol. 55, No. 2, S. 139-150.
- Gracyk, Theodore (1999). Valuing and Evaluating Popular Music. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, Vol. 57, No. 2, S. 205-220.

- Graham, Gordon (1995). The Value of Music. *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, Vol. 53, No. 2, S. 139-153.
- Granovetter, Mark (1978). Threshold models of collective behavior. *American Journal of Sociology* 83, S. 1420-1443.
- Grazian, David (2004). The Symbolic Economy of Authenticity in the Chicago Blues Scene. In: Andy Bennett und Richard A. Peterson (Hrsg.), *Music Scenes: Local, Translocal and Virtual*. Nashville: Vanderbilt University Press, S. 31-47.
- Grimm, Alexander (2014). Die Hamburger Schule. Vom Entstehen und Vergehen eines Hamburger Musikclusters. In: Alenka Barber-Kersovan et al. (Hrsg.), *Music City. Musikalische Annäherungen an die 'kreative Stadt'*. Bielefeld: transcript Verlag, S. 245-270.
- Grossberg, Lawrence (1984). Another Boring Day in Paradise: Rock and Roll and the Empowerment of Everyday Life. *Popular Music*, January 1984, S. 225-258.
- Grossberg, Lawrence (1993). The media economy of Rock culture: cinema, Postmodernity and authenticity. In: Simon Frith, Andrew Goodwin und Lawrence Grossberg (Hrsg.), *Sound and Vision: The Music Video Reader*. London: Routledge, S. 185-209.
- Großmann, Rolf (1995). Xtended Sampling. In: Hans-Ulrich Reck und Mathias Fuchs (Hrsg.), *Sampling. Arbeitsberichte der Lehrkanzel für Kommunikationstheorie. Heft 4*. Wien: Hochschule für angewandte Kunst, S. 38-43.
- Großmann, Rolf (2003). Spiegelbild, Spiegel, leerer Spiegel. Zur Mediensituation der Clicks & Cuts. In: Marcus S. Kleiner und Achim Szepanski (Hrsg.), *Soundcultures. Über elektronische und digitale Musik*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, S. 52-68.
- Großmann, Rolf (2008). Verschlafener Medienwandel. Das Dispositiv als musikwissenschaftliches Theoriemodell. *Positionen – Beiträge zur Neuen Musik, Ausgabe 74, Dispositiv(e)*, S. 6-9.
- Großmann, Rolf (2012). Herausgebervorwort. In: Dennis Mathei, „Oh my god - it's techno music!“ *Definition und Abgrenzung des Technostils unter Berücksichtigung historischer, stilistischer und soziologischer Aspekte*. Osnabrück: epos Verlag.
- Großmann, Rolf (2013a). 303, MPC, A/D: Popmusik und die Ästhetik digitaler Gestaltung. In: Marcus S. Kleiner und Thomas Wilke (Hrsg.), *Performativität und Medialität Populärer Kulturen. Theorien, Ästhetiken, Praktiken*. Wiesbaden: Springer, S. 299-319.
- Großmann, Rolf (2013b). Die Materialität des Klangs und die Medienpraxis der Musikkultur. Ein verspäteter Gegenstand der Musikwissenschaft? In: Axel Volmar und Jens Schröter (Hrsg.), *Auditive Medienkulturen. Techniken des Hörens und Praktiken der Klanggestaltung*. Bielefeld: transcript Verlag, S. 61-77.
- Großmann, Rolf (2014). Sensory Engineering. Affects and the Mechanics of Musical Time. In: Marie-Luise Angerer et al (Hrsg.), *Timing of Affect: Epistemologies, Aesthetics, Politics*. Zürich [u.a.]: Diaphanes, S. 191-205.
- Großmann, Rolf (2015). Soundcultures, Audio Cultures, Auditory Cultures. Der Diskurs um die auditive Kultur und die Musikwissenschaft, *Navigationen Zeitschrift für Medien- und Kulturwissenschaft*, Jg. 15, Heft 2, S. 13-30.
- Großmann, Rolf (2016). Phonographic Work: Reading and Writing Sound. In: Jens Gerrit Papenburg und Holger Schulze (Hrsg.), *Sound as Popular Culture: a Research Companion*. Cambridge [u.a.]: The MIT Press, S. 355-366.

- Großmann, Rolf/ Hanáček, Maria (2016). Sound as Musical Material: Three Approaches to a Material Perspective on Sound and Music. In: Jens Gerrit Papenburg und Holger Schulze (Hrsg.), *Sound as Popular Culture: a Research Companion*. Cambridge [u.a.]: The MIT Press, S. 53-64.
- Grote, Florian (2014). *Locating Publics: Forms of Social Order in an Electronic Music Scene*. Wiesbaden: Springer VS.
- Groys, Boris (1992). *Über das Neue. Versuch einer Kulturökonomie*. München: Carl Hanser Verlag.
- Grünewald-Schukalla, Lorenz (2018). YouTubes Musikkultur zwischen Co-Creation und Kommerzialisierung. Produktivität als Werte-Schöpfung. In: Holger Schwetter et al. (Hrsg.), *Die Produktivität von Musikkulturen*. Wiesbaden: Springer VS, S. 75-98.
- Grünewald-Schukalla, Lorenz et al. (2018). Der subjektive Wert der Popfestivals. Mediale Chance und Herausforderungen von Event-Strategien. In: Lorenz Grünewald-Schukalla et al. (Hrsg.), *Musik und Stadt*. Wiesbaden: Springer VS, S. 169-193.
- Guattari, Felix (2008). *The Three Ecologies*. New York: Continuum.
- Guth, Felix (2018). Der „Asi-Park“: Die große Liebe in der Großraumdisco. *Ruhr Nachrichten*. <https://www.ruhrnachrichten.de/dortmund/der-asi-park-die-grosse-liebe-in-der-grossraumdisco-plus-1284676.html>. Zugegriffen: 01. Juli 2019.
- Gutmair, Ulrich (2013). *Die ersten Tage von Berlin. Der Sound der Wende*. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Halbscheffel, Bernward (2012). *Progressive Rock: die ernste Musik der Popmusik*. Leipzig: Halbscheffel Verlag.
- Halfacree, Keith H./ Kitchin, Robert M. (1996). 'Madchester Rave On': placing the fragments of popular music. *Area*, 28.1, S. 47-55.
- Hall, Jo (2018). *Boys, Bass and Bother. Popular Dance and Identity in UK Drum 'n' Bass Club Culture*. London: Palgrave Macmillan.
- Hall, Stuart/ Jefferson, Tony (2006). Once more around Resistance through Rituals (Vorwort). In: Stuart Hall und Tony Jefferson (Hrsg.), *Resistance through Rituals: youth subcultures in post-war Britain – Second Edition*. London, New York: Routledge. S. VII-XXXII.
- Han, Byung-Chul (2014). *Psychopolitik. Neoliberalismus und die neuen Machttechniken*. 2. Auflage. Frankfurt am Main: S. Fischer Verlag GmbH.
- Han, Byung-Chul (2015). *Die Errettung des Schönen*. 3. Auflage. Frankfurt am Main: S. Fischer Verlag GmbH.
- Hanáček, Maria (2008). Das Sonische als Gegenstand der Ästhetik. *PopScriptum*, 10, S. 1-22.
- Handke, Christian (2010). *The Creative Destruction of Copyright. Innovation in the Record Industry and Digital Copying*. Thesis to obtain the degree of Doctor from the Erasmus University Rotterdam by command of the rector magnificus Prof. Dr. H.G. Schmidt.
- Hannigan, John (1998). *Fantasy City. Pleasure and Profit in the Postmodern Metropolis*. London u.a.: Routledge.
- Hanslick, Eduard (1891). *Vom Musikalisch-Schönen. Ein Beitrag zur Revision der Ästhetik der Tonkunst*. Achte Auflage. Leipzig: Johann Ambrosius Barth.

- Hargreaves, David J./ MacDonald, Raymond/ Miel, Dorothy (2017). The changing identity of musical identities. In: Raymond MacDonald, David J. Hargreaves und Dorothy Miel (Hrsg.), *Handbook of Musical Identities*. Oxford: Oxford University Press, S. 3-23.
- Harenberg, Michael (2003). Virtuelle Instrumente zwischen Simulation und (De)Konstruktion. In: Marcus S. Kleiner und Achim Szepanski (Hrsg.), *Soundcultures. Über elektronische und digitale Musik*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, S. 69-93.
- Hartmann, Nicolai (1962). *Ethik*. 4., unveränderte Auflage. Berlin: de Gruyter.
- Hauge, Atle/ Hracs, Brian (2010). See the Sound, Hear the Style: Collaborative Linkages between Indie Musicians and Fashion Designers in Local Scenes. *Industry and Innovation* 17, Vol. 1, S. 113-129.
- Hawkins, Stan (2000). Prince: Harmonic Analysis of 'Anna Stesia'. In: Richard Middleton (Hrsg.), *Reading Pop. Approaches to textual analysis in popular music*. Oxford: Oxford University Press, S. 58-70.
- Hebdige, Dick (2007). *Subculture: The Meaning of Style*. London/ New York: Routledge.
- Hecker, Tim (2003). Der Klang und die siegreiche Sphäre der Elektrizität. In: Marcus S. Kleiner und Achim Szepanski (Hrsg.), *Soundcultures. Über elektronische und digitale Musik*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, S. 94-100.
- Heckhausen, Heinz (1980). Motivation und Handeln. Lehrbuch der Motivationspsychologie. Berlin: Springer.
- Hegel, Georg Wilhelm Friedrich (1999). *Vorlesungen über die Ästhetik I. Werke 13*. 6. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Hegel, Georg Wilhelm Friedrich (1966). *Ästhetik. Band 2, hrsg. Friedrich Bassenge*. 2. Auflage: Berlin und Weimar: Aufbau-Verlag.
- Heller, Martin (2010). Flashmob-Konzerte. Protest-Party in der Bankfiliale. *Spiegel Online*, 22.10.2010. <https://www.spiegel.de/kultur/musik/flashmob-konzerte-protest-party-in-der-bankfiliale-a-724368.html>. Zugegriffen: 17.06.2020.
- Hemming, Jan (2002). *Begabung und Selbstkonzept. Eine qualitative Studie unter semiprofessionellen Musikern in Rock und Pop*. Münster [u.a.]: Lit Verlag.
- Hennion, Antoine (1983). The Production of Success: An Anti-Musicology of the Pop Song. *Popular Music, Vol. 3, Producers and Markets*, S. 159-193.
- Hennion, Antoine (2003). Music and Mediation: Towards a new Sociology of Music. In: M. Clayton et al. (Hrsg.), *The Cultural Study of Music: A Critical Introduction*. London: Routledge, S. 80-91.
- Hennion, Antoine (2010). Loving Music: From a Sociology of Mediation to a Pragmatics of Taste. *Revista Comunicar, vol. XVII, n. 34*, S. 25-33.
- Henriques, Julian (2003). Sonic Dominance and the Reggae Sound System. In: Michael Bull und Les Back (Hrsg.), *Auditory Culture Reader*. Oxford: Berg, S. 451-480.
- Henriques, Julian (2011). *Sonic Bodies: reggae sound systems, performance techniques, and ways of knowing*. London: Continuum International Publishing Group.
- Henschel, Robert (2015). Andere Orte. Andere Körper. Zum Verhältnis von Affekt, Heterotopie und Techno im Berghain. *Samples, Jahrgang 13 (2015)*. www.gfpm-samples.de/Samples13/henschel.pdf. Zugegriffen: 01. Oktober 2016.

- Hentschel, Volker (1984). Produktion, Produktivität. In: Otto Brunner et al. (Hrsg.), *Geschichtliche Grundbegriffe: Historisches Lexikon zur politisch-sozialen Sprache in Deutschland*. Stuttgart: Klett, S. 1-26.
- Herbst, Jan-Peter (2021). German metal attack: power metal in and from Germany. In: Oliver Seibst (Hrsg.), *Made in Germany*. New York: Routledge, S. 81-89.
- Hesmondhalgh, David (1998). The British dance music industry: a case study in independent cultural production. *British Journal of Sociology*, 49 (2), S. 234-251.
- Hesmondhalgh, David (1999). Indie: The Institutional Politics and Aesthetics of a Popular Music Genre. *Cultural Studies*, 13:1, S. 34-61.
- Hesmondhalgh, David (2005). Subcultures, Scenes or Tribes? None of the Above. *Journal of Youth Studies Vol. 8, No. 1, March*, S. 21-40.
- Hesmondhalgh, David (2008). Towards a critical understanding of music, emotion and self-identity. *Consumption Markets & Culture*, Vol. 11, No. 4, S. 329-343.
- Hesmondhalgh, David (2013). *Why Music Matters*. Malden, MA: Wiley Blackwell.
- Higgins, E. Tory (1998). Promotion and prevention: regulatory focus as a motivational principle. In: Mark P. Zanna (Hrsg.), *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol. 30. New York: Academic Press, S. 1-46.
- Hildenbrand, Bruno (1984). *Methodik der Einzelfallstudie. Theoretische Grundlagen, Erhebungs- und Auswertungsverfahren, vorgeführt an Fallbeispielen*. Fernuniversität Hagen: Hagen.
- Hillenbach, Peter E. (2005). *Gebrauchsanweisung für das Ruhrgebiet*. München: Piper Verlag.
- Hirschhauer, Stefan/ Amann, Klaus (Hrsg.) (1997). *Die Befremdung der eigenen Kultur. Zur ethnographischen Herausforderung soziologischer Empirie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Taschenbuch.
- Hitzler, Ronald (2000a). Welten erkunden. Soziologie als (eine Art) Ethnologie der eigenen Gesellschaft. *Soziale Welt*, 50. Jg., H. 4, S. 141-150.
- Hitzler, Ronald (2000b). „Ein bißchen Spaß muss sein!“ Zur Konstruktion kultureller Lebenswelten. In: Winfried Gebhardt, Michaela Pfadenhauer und Ronald Hitzler (Hrsg.), *Events*. Opladen: Leske + Budrich, S. 401–412.
- Hitzler, Ronald (2001). Pioniere der Moderne? Existenzbasteln als Innovationsmanagement. *Sozialwissenschaften und Berufspraxis*, Jg.24, H.2, S. 177-191.
- Hitzler, Ronald (2008). Brutstätten posttraditionaler Vergemeinschaftung: Über Jugendszenen. In: Ronald Hitzler et al. (Hrsg.), *Posttraditionale Gemeinschaften. Theoretische und ethnografische Bestimmungen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 55-72.
- Hitzler, Ronald (2011). *Eventisierung. Drei Fallstudien zum marketingstrategischen Massenspaß*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hitzler, Ronald (2014). Die Loveparade im Ruhrgebiet und ihr düsteres Ende. In: Andreas Jacob und Gordon Kampe (Hrsg.), *Kulturelles Handeln im transkulturellen Raum*. Hildesheim: Georg Olms Verlag, S. 123-133.
- Hitzler, Ronald/ Honer, Anne/ Pfadenhauer, Michaela (2008). *Posttraditionale Gemeinschaften. Theoretische und ethnografische Bestimmungen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hitzler, Ronald/ Niederbacher, Arne (2010). *Leben in Szenen. Formen juveniler Vergemeinschaftung heute*. 3. überarbeitete Fassung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Hitzler, Ronald/ Eberle, Thomas (2015). Phänomenologische Lebensweltanalyse. In: Uwe Flick et al. (Hrsg.), *Qualitative Sozialforschung. Ein Handbuch*. 11. Auflage. Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag, S. 109-117.
- Hofer, Sonya (2006). I Am They: Technological Mediation, Shifting Conceptions of Identity and Techno Music. *Convergence*, 12, S. 307-324.
- Hoffmann, Nora Friederike (2016). *Szene und soziale Ungleichheit. Habituelle Stile in der Techno/Elektro-Szene*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Hofstede, Geert (1980). *Culture's Consequences*. Thousand Oaks: Sage.
- Holert, Tom/ Terkessidis, Mark (1996). Einführung in den Mainstream der Minderheiten. In: Tom Holert und Mark Terkessidis (Hrsg.), *Mainstream der Minderheiten: Pop in der Kontrollgesellschaft*, Berlin, Amsterdam: Edition ID-Archiv, S. 5-19.
- Holman Jones, Stacy (2005). Autoethnography: Making the personal political. In: Denzin, Norman K./ Lincoln, Yvonna S. (Hrsg.), *The Sage handbook of qualitative research*, 3. Auflage. London: Sage, S. 763-792.
- Holt, Fabian (2013). The Advent of Rock Clubs for the Gentry: Berlin, Copenhagen, and New York. In: Fabian Holt und Carsten Wergin (Hrsg.), *Musical Performance and the Changing City. Post-Industrial Contexts in Europe and the United States*. New York: Routledge, S. 153-177.
- Holt, Fabian (2014). Rock Clubs and Gentrification in New York City: The Case of the Bowery Presents. *IASPM Journal* 4 (1), S. 21-41.
- Honer, Anne (2015). Lebensweltanalyse in der Ethnographie. In: Flick, Uwe/ von Kardorff, Ernst/ Steinke, Ines (Hrsg.), *Qualitative Sozialforschung. Ein Handbuch*. 11. Auflage. Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag, S. 194-203.
- Hornby, Nick (1996). *High Fidelity*. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- Huber, Markus (2015). Anarcho-Primitivismus: Keine Zivilisation, kein Staat! In: Peter Seyferth (Hrsg.), *Den Staat zerschlagen! Anarchistische Staatsverständnisse*. Baden-Baden: Nomos-Verlagsgesellschaft, S. 261-279.
- Hügel, Hans-Otto (2007). *Lob des Mainstreams. Zu Begriff und Geschichte von Unterhaltung und Populärer Kultur*. Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Hüsing, Alexander (2008). MP3-Erfinder investiert in DJTunes. <http://www.deutsche-startups.de/2008/11/19/mp3-erfinder-investiert-in-djtunes/>. Zugegriffen: 25. Januar 2016.
- Huizinga, Johan (1949). *Homo ludens. Versuch einer Bestimmung des Spielelementes der Kultur*. 3. Auflage. Basel [u.a.]: Akademische Verlagsanstalt Pantheon.
- Huq, Rupa. (2006). *Beyond Subculture: Pop, Youth and Identity in a Post-Colonial World*. London: Routledge.
- Hutchby, Ian (2001). Technologies, Texts and Affordances. *Sociology*, Vol. 35, No. 2, S. 441-456.
- Hutter, Michael (1992). Art Productivity in the Information Age. In: Ruth Towse und Abdul Khakee (Hrsg.), *Cultural Economics*. Berlin, u. a.: Springer Verlag, S. 115-124.
- Hutter, Michael (1994). Stichwort: Kulturökonomik. In: Hermann Rauhe und Christine Dremmer (Hrsg.), *Kulturmanagement. Theorie und Praxis einer professionellen Kunst*. Berlin, New York: Walter de Gruyter, S. 57-71.
- Hutter, Michael (2006). *Neue Medienökonomik*. München: Wilhelm Fink Verlag.

- Hutter, Michael/ Shusterman, Richard (2006). Value and the Evaluation of Art in Economic and Aesthetic Theory. In: Victor A. Ginsburgh und David Throsby (Hrsg.), *Handbook of the Economics of Art and Culture, Volume 1*, S. 170-208.
- Ingham, Tim (2015). *Who Wants to Buy Beatport?* <http://www.musicbusinessworldwide.com/who-wants-to-buy-beatport/>. Zugegriffen: 25. Januar 2016.
- Ismail-Wendt, Johannes (2011). *tracks'n'treks. Populäre Musik und Postkoloniale Analyse*. Münster: UNRAST-Verlag.
- Jacke, Christoph (2004). *Medien(sub)kultur. Geschichten – Diskurse – Entwürfe*. Bielefeld: transcript Verlag.
- Jähnichen, Gisa (2012). Hören, was kommt...sehen, was geht.... In: Marcus S. Kleiner und Michael Rappe (Hrsg.), *Methoden der Populärkulturforschung*. Münster: LIT Verlag, S. 167-194.
- Jakob, Hubert (2005). Wirtschaftlichkeit in der Musikindustrie. In: Michel Clement und Oliver Schusser (Hrsg.), *Ökonomie der Musikindustrie*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag, S. 73-80.
- James, Robin (2015). *Resilience & Melancholy. Pop Music, Feminism, Neoliberalism*. Winchester (U.K.): Zero Books.
- Janicka, Iwona (2017). *Theorizing Contemporary Anarchism: solidarity, mimesis and radical social change*. London [u.a.]: Bloomsbury.
- Jasen, Paul C. (2016). *Low end theory: bass, bodies and the materiality of sonic experience*. New York [u.a.]: Bloomsbury.
- Jerrentrup, Ansgar (1992). Techno –Vom Reiz einer reizlosen Musik. In: Helmut Rösing (Hrsg.), *Stationen populärer Musik: Vom Rock'n'Roll zum Techno*. Hamburg: ASPM, S. 46-83.
- Jerrentrup, Ansgar (1999). Popmusikbezogene Teilkulturen in NRW: Techno- und Darkszene. In: Christine Flender et al. (Hrsg.), „Tief im Westen...“. *Rock und Pop in NRW*. Köln: Emons Verlag, S. 255-265.
- Joas, Hans (1999). *Die Entstehung der Werte*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Joas, Hans (2006). Wie entstehen Werte? Wertebildung und Wertevermittlung in pluralistischen Gesellschaften. *tv impuls, Gute Werte, schlechte Werte. Gesellschaftliche Ethik und die Rolle der Medien, Veranstaltung am 15. September 2006*. http://www.forschungsnetzwerk.at/downloadpub/2006_Vortrag_Joas_authorisiert_06101x.pdf. Zugegriffen: 04. Oktober 2018.
- Johnson, Julian (2011). *Who needs classical music?: cultural choice and musical value*. New York [u.a.]: Oxford University Press.
- Jost, Christofer (2012). Zwischen den Stühlen: Populäre Musik im Schnittfeld von Musikanalyse und Kulturanalyse – Bestandsaufnahme und Ausblick. In: Marcus S. Kleiner und Michael Rappe (Hrsg.), *Methoden der Populärkulturforschung*. Münster: LIT Verlag, S. 211-246.
- Judge, Timothy A./ Bretz Jr., Robert D. (1992). Effects of work values on job choice decisions. *Journal of Applied Psychology, Vol. 77, No. 3*, S. 261-271.
- Kallberg, Jeffrey (1996). *Chopin at the Boundaries: Sex, History and Musical Genre*. Harvard: Harvard University Press.
- Kant, Immanuel (2006). *Kritik der Urteilskraft*. 2. Auflage. Hamburg: Meiner.

- Kaufmann, Katja/ Winter, Carsten (2014). Ordinary People. Gewöhnliche Leute als Unternehmer ihrer Popkultur. In: Uwe Breitenborn et al. (Hrsg.), *Gravitationsfeld Pop. Was kann Pop? Was will Popkulturwirtschaft? Konstellationen in Berlin und anderswo*. Bielefeld: transcript Verlag, S. 339-351.
- Kaulbach, Friedrich (1989). Produktion, Produktivität I: Philosophie. In: Joachim Ritter et al. (Hrsg.), *Historisches Wörterbuch der Philosophie*. Basel: Schwabe, S. 1418-1426.
- KEA European Affaires (2006). *The Economy of Culture in Europe. Study Prepared for the European Commission (Directorate-General for Culture and Education)*. <http://www.keanet.eu/ecoculture/studynew.pdf>. Zugegriffen: 14. August 2009.
- Keilbach, Judith (2016). *We Call it Techno!* Zeitzeugen und die filmische Konstruktion von Technogeschichte. In: Kim Feser und Matthias Pasdzierny (Hrsg.), *Techno Studies. Ästhetik und Geschichte elektronischer Tanzmusik*. Berlin: b_books, S. 95-103.
- Keller, Reiner (2006). *Michel Maffesoli. Eine Einführung*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Keller, Reiner (2007). *Diskursforschung. Eine Einführung für SozialwissenschaftlerInnen*. 3., aktualisierte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Keller, Reiner (2012). Vorwort. In: Adele Clarke, *Situationsanalyse. Grounded Theory nach dem Postmodern Turn*. Wiesbaden: Springer.
- Kellermann, Philippe (2015). Der Staat als zentralistische Entfremdungsmaschine. Über einen Kernaspekt anarchistischer Staatskritik. In: Peter Seyferth (Hrsg.), *Den Staat zerschlagen! Anarchistische Staatsverständnisse*. Baden-Baden: Nomos-Verlagsgesellschaft, S. 45-63.
- Kemper, Christian (2004). *Mapping Techno. Jugendliche Mentalitäten der 90er*. Frankfurt a.M.: Peter Lang Verlag.
- Kettner, Matthias (2011). Werte und Normen – Praktische Geltungsansprüche von Kulturen. In: Friedrich Jaeger und Burkhard Liebsch (Hrsg.), *Handbuch der Kulturwissenschaft. Grundlagen und Schlüsselbegriffe, Band 1*. Stuttgart: Verlag J. B. Metzler, S. 219-231.
- Keupp, Heiner u .a. (1999). *Identitätskonstruktionen. Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne*. Reinbek: Rowohlt-Taschenbuch-Verlag.
- Kirchberg, Volker (2016). Künste, Kultur und Künstler im Verständnis der Stadtentwicklung. *Aus Politik und Zeitgeschichte 66 (20-22/2016)*, S. 14-22.
- Kirchner, Babette (2011). *Eventgemeinschaften. Das Fusion Festival und seine Besucher*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kirschner, Heiko et al. (2014). Von der Szene zum Markt – von der Lagerhalle zum Mainstream. Techno im Wandel der Zeit. In: Dietmar Osses und Katarzyna Nogueira (Hrsg.), *Einfach anders! Jugendliche Subkulturen im Ruhrgebiet*. Essen: Klartext Verlag, S. 99-109.
- Kirschner, Tony (1998). Studying Rock: Towards a Materialist Ethnography. In: Thomas Swiss et al. (Hrsg.), *Mapping the beat. Popular Music and Contemporary Theory*. Malden: Blackwell Publishers, S. 247-268.
- Kittler, Friedrich A. (1986). *Grammophon, Film, Typewriter*. Berlin: Brinkmann & Bose.
- Kittler, Friedrich (2013). Bei Tanzmusik kommt es einem in die Beine. In: Axel Volmar und Jens Schröter (Hrsg.), *Auditive Medienkulturen. Techniken des Hörens und Praktiken der Klanggestaltung*. Bielefeld: transcript Verlag, S. 35-42.
- Klein, Gabriele (1999). *Electronic Vibration: Pop, Kultur, Theorie*. Hamburg: Zweitausendeins.

- Klein, Gabriele (2001). Urban Story Telling: Tanz und Popkultur. In: Ronald Hitzler und Michaela Pfadenhauer (Hrsg.), *Techno-Soziologie*. Opladen: Leske + Budrich, S. 161-176.
- Kleinaltenkamp, Michael (1997). Kundenintegration. *Wirtschaftswissenschaftliches Studium*, Vol. 26, Nr. 7, S. 350-354.
- Kleinaltenkamp, Michael/ Dahlke, Beate (2003). Der Wert des Kunden - auf dem Weg zu einem „knowledge based customer value“. In: Bernd Günter und Sabrina Helm (Hrsg.), *Kundenwert. Grundlagen – Innovative Konzepte – Praktische Umsetzungen*, 2. überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Gabler Verlag, S. 223-247.
- Kleinaltenkamp, Michael/ Haase, Michael (1999). Externe Faktoren in der Theorie der Unternehmung. *Kontakte, Geschäftsbeziehungen, Netzwerke – Marketing und Neue Institutionenökonomik*“, Sonderheft Nr. 35, S. 101-117.
- Kleiner, Marcus S. (2012). Die Methodendebatte als ‚blinder Fleck‘ der Populär- und Popkulturforschung. In: Marcus S. Kleiner und Michael Rappe (Hrsg.), *Methoden der Populärkulturforschung*. Münster: LIT Verlag, S. 11-42.
- Kleiner, Marcus S. (2013). Die Taubheit des Diskurses. Zur Gehörlosigkeit der Soziologie im Feld der Musikanalyse. In: Marcus S. Kleiner und Thomas Wilke (Hrsg.), *Performativität und Medialität Populärer Kulturen. Theorien, Ästhetiken, Praktiken*. Wiesbaden: Springer, S. 165-188
- Klotz, Sebastian (2012). “A Pixel is a Pixel. A Club is a Club”: toward a Hermeneutics of Berlin Style DJ & VJ Culture. In: Mark J. Butler (Hrsg.), *Electronica, Dance and Club Music*. London: Ashgate, S. 105-120.
- Klüh, Jana (2018a). Der Bakuda Klub war Treffpunkt einer ganzen Studenten-Generation. *Ruhr Nachrichten*. <https://www.ruhrnachrichten.de/dortmund/der-bakuda-klub-war-treffpunkt-einer-ganzen-studenten-generation-plus-1299505.html>. Zugegriffen: 30. Juni 2018.
- Klüh, Jana (2018b). Versteck und Royal Bambi gaben dem Techno ein Zuhause im Hoeschpark. *Ruhr Nachrichten*. <https://www.ruhrnachrichten.de/dortmund/versteck-und-royal-bambi-gaben-dem-techno-ein-zuhause-im-hoeschpark-plus-1319794.html>. Zugegriffen: 08. Juni 2019.
- Klüh, Jana (2018c). Im Keller des FZW wurde der Club Trinidad zur Heimat des Deep-House. *Ruhr Nachrichten*. <https://www.ruhrnachrichten.de/dortmund/im-keller-des-fzw-wurde-der-club-trinidad-zur-heimat-des-deep-house-plus-1325169.html>. Zugegriffen: 08. Juni 2019.
- Kneif, Tibor (1975). Rockmusik und Wissenschaft. Aspekte einer zeitgenössischen Trivialkunst. *Melos/ Neue Zeitschrift für Musik* 1, S. 19-25.
- Kneif, Tibor (1978). Ästhetik der Rockmusik. In: ders. (Hrsg.), *Sachlexikon Rockmusik: Instrumente, Stile, Techniken, Industrie und Geschichte*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, S. 15-18.
- Knoblauch, Hubert (2001). Fokussierte Ethnographie. *Sozialer Sinn*, 1(2001), S. 123-141.
- Knobloch, Silvia/ Vorderer, Peter/ Zillmann, Dolf (2000). Der Einfluß des Musikgeschmacks auf die Wahrnehmung möglicher Freunde im Jugendalter. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, Jg. 31, Nr. 1, S. 18-30.
- Köhler, Julia (2014). *Events als Instrumente des Regionalmarketing: Entwicklung eines Bezugsrahmens zur regional-strategischen Eventwirkungskontrolle*. Wiesbaden: Gabler.

- Kohl, Karl-Heinz (2000). *Ethnologie – die Wissenschaft vom kulturell Fremden. Eine Einführung*. 2., erweiterte Auflage. München: Verlag C. H. Beck.
- Kompakt (2013). *20 Jahre Kompakt Fanzine*. Eigenvertrieb.
- Kords, Gabriel (2019). „BESONDERS FRIEDFERTIG“. Ex-Polizeichef bricht Lanze für Fusion-Festival. *Nordkurier*, 09.05.2019.
- Kowal, Sabine/ O’Connell, Daniel C. (2015). Zur Transkription von Gesprächen. In: Uwe Flick et al. (Hrsg.), *Qualitative Sozialforschung. Ein Handbuch*. 11. Auflage. Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag, S. 309-318.
- König, Reinhold (1989). Produktion, Produktivität III: Kunst. In: Joachim Ritter et al. (Hrsg.), *Historisches Wörterbuch der Philosophie*. Basel: Schwabe, S. 1432-1438.
- Kösch, Sascha (2001). Ein Review kommt selten allein. Die Regeln der elektronischen Musik. Zur Schnittstelle von Musik- und Textproduktion im Techno. In: Jochen Bonz (Hrsg.), *Sound Signatures. Pop-Splitter*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, S. 173-189.
- Kösch, Sascha (2014). *De:Bug verabschiedet sich*. <http://de-bug.de/blog/musik/debug-verabschiedet-sich>. Zugegriffen: 12. November 2015.
- Krischke-Ramaswamy, Mohini (2007). *Populäre Kultur und Alltagskultur. Funktionelle und ästhetische Rezeptionserfahrungen von Fans und Szenegängern*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Kristof-Brown, Amy L./ Zimmermann, Ryan D./ Johnson, Erin C. (2005). Consequences of individuals’ fit at work: a meta-analysis of person-job, person-organization, person-group, and person-superior fit. *Personnel Psychology*, Vol. 58, Issue 2, S. 281-342.
- Kromer, Eberhard (2008). *Wertschöpfung in der Musikindustrie. Zukünftige Faktoren bei der Vermarktung von Musik*. München: Verlag Reinhard Fischer.
- Kropf, Jonathan (2018). Bewertungsformen und ihre Strukturdynamiken in sozialen Feldern. Eine Neubetrachtung der Feldtheorie im Hinblick auf die Rolle der Konsekrationsinstanzen. In: Holger Schwetter et al. (Hrsg.), *Die Produktivität von Musikkulturen*. Wiesbaden: Springer VS, S. 185-206.
- Krueger, Joel W. (2011). Doing things with music. *Phenomenology and the Cognitive Sciences* 10 (1), S. 1-22.
- Kruse, Holly (2012). Local Identity and Independent Music Scenes, Online and Off. *Popular Music and Society*, 33:5, S. 625-639.
- Krims, Adam (2014). What is a Musically Creative City? In: Alenka Barber-Kersovan, Volker Kirchberg und Robin Kuchar (Hrsg.), *Music City: Musikalische Annäherungen an die ‚kreative‘ Stadt*. Bielefeld: transcript, S. 33-44.
- Kuchar, Robin (2020). *Musikclubs zwischen Szene, Stadt und Music Industries. Autonomie, Vereinnahmung, Abhängigkeit*. Wiesbaden: Springer VS.
- Kühn, Jan-Michael (2009). *Musikproduktion im Homerecording-Studio*. Diplomarbeit. TU Berlin.
- Kühn, Jan-Michael (2011). Eine Frage der Methode: Fokussierte Ethnographie als Forschungsmethode am Beispiel der Untersuchung von Technomusik-Produzenten in Homerecording-Studios. *Studentisches Soziologie Magazin, Ausgabe 1*, S. 52-63.

- Kühn, Jan-Michael (2013). Underground und Kulturproduktion. Die Rolle von Distinktionen beim Veranstellen Berliner Techno-Partys. In: Bastian Lange et al. (Hrsg.), *Akustisches Kapital. Wertschöpfung in der Musikwirtschaft*. Bielefeld: transcript Verlag, S. 161-184.
- Kühn, Jan-Michael (2017). *Die Wirtschaft der Techno-Szene. Arbeiten in einer subkulturellen Ökonomie*. Wiesbaden: Springer VS.
- Künne, Ansgar/ Torkler, Andreas (2009). Managing Recording und Production. In: Michel Clement und Oliver Schusser (Hrsg.), *Ökonomie der Musikindustrie. 2. Auflage*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag, S. 117-133.
- Kulturkosmos (2018). *Fusion Festivalguide*. Lärz: Kulturkosmos e.V.
- Kulturkosmos (2019). *Newsletter 4/2019*. Lärz: Kulturkosmos e.V. Veröffentlicht am: 23. November 2019.
- Lacan, Jacques (1978). *Das Seminar - Buch 11: Die vier Grundbegriffe der Psychoanalyse*. Olten: Walter Verlag.
- Lagemann, Bernhard et al. (2005). Strukturwandel ohne Ende? Aktuelle Vorschläge zur Revitalisierung des Ruhrgebiets und ihre Bewertung. *RWI Materialien, Nr. 20*.
- Lamnek, Siegfried (2010). *Qualitative Sozialforschung*. 5. überarbeitete Auflage. Weinheim [u.a.], Beltz.
- Lange, Bastian/ Mieg, Harald A. (2006). Professionalisierungswege und Konstituierungen von „Märkten“ in den Creative Industries. *Geographische Zeitschrift, Bd. 94, H. 4*, S. 225-242
- Lange, Bastian (2007). *Die Räume der Kreativszenen. Culturepreneurs und ihre Orte in Berlin*. Bielefeld: transcript Verlag.
- Lange, Bastian (2014). Konfigurationen von Wertschöpfung – Musikproduktion zwischen Orten und Szenen. In: Alenka Barber-Kersovan et al. (Hrsg.), *Music City. Musikalische Annäherungen an die 'kreative Stadt'*. Bielefeld: transcript Verlag, S. 83-101.
- Lange, Marc (2012). *Tanzen mit Taktik. Eine Analyse ausgewählter Open Airs in der Berliner Technoszene*. http://berlin-mitte-institut.de/files/marc_lange_2012_OpenAirs_Berlin.pdf. Zugegriffen: 14. November 2015
- Langkamp, Michael (2007). *(Über-)Lebenskunst Live Club. Herausforderungen kleiner Live-Musik Spielstätten*. Masterarbeit. München: Grin Verlag.
- Lash, Scott (2006). Experience. *Theory, Culture & Society, Vol. 23 (2-3)*, S. 335-341.
- Lash, Scott (2014). Reflexivität und ihre Doppelung. Struktur, Ästhetik und Gemeinschaft. In: Ulrich Beck et al. (Hrsg.), *Reflexive Modernisierung. Eine Kontroverse*. 6. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 195-286.
- Lasshof, Britta (2006). *Produktivität von Dienstleistungen. Mitwirkung und Einfluss des Kunden*. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.
- Laudien, Benjamin (2019a). Elektronische Clubmusik – ein aktueller Überblick. *Musik und Unterricht, 136/2019*, S. 14-17.
- Laudien, Benjamin (2019b). Remix, Cover oder Bearbeitung? *Musik und Unterricht, 136/2019*, S. 28-33.
- Lawrence, Tim (2003). *Love saves the day: a history of American dance music culture, 1970–1979*. Durham [u.a.]: Duke University Press.
- Lazarsfeld, Paul Felix/ Berelson, Bernard R./ Gaudet, Hazel (1969). *Wahlen und Wähler. Soziologie des Wahlverhaltens*. Neuwied [u.a.]: Luchterhand.

- Leikas, Sointu/ Lönnqvist, Jan-Erik/ Verkasalo, Markku/ Lindeman, Marjaana (2009). Regulatory focus systems and personal values. *European Journal of Social Psychology*, Vol. 39, No. 3, S. 415-429.
- Lemke, Thomas (2001). „Eine Kultur der Gefahr“ – Dispositive der Unsicherheit im Neoliberalismus. <http://www.thomaslemkeweb.de/publikationen/EineKulturderGefahr.pdf>. Zugegriffen: 11. Juli 2019.
- Lepa, Steffen (2012). Was kann das Affordanz-Konzept für eine Methodologie der Populärkulturforschung 'leisten'? In: Marcus S. Kleiner und Michael Rappe (Hrsg.), *Methoden der Populärkulturforschung*. Münster: LIT Verlag, S. 273-298.
- Lepa, Steffen (2013). Emotionale Musikrezeption in unterschiedlichen Alltagskontexten. Eine wahrnehmungsökologische Perspektive auf die Rolle der beteiligten Medientechnologien. In: Marcus S. Kleiner und Thomas Wilke (Hrsg.), *Performativität und Medialität Populärer Kulturen. Theorien, Ästhetiken, Praktiken*. Wiesbaden: Springer, S. 373-391.
- Lessig, Lawrence (2006). *Freie Kultur. Wesen und Zukunft der Kreativität*. München: Open Source Press.
- Lessig, Lawrence (2008). *Remix. Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. New York: The Penguin Press.
- Lévi-Strauss, Claude (1979). *Das wilde Denken*. 3. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Liebau, Eckart (2015). Kulturelle Bildung für alle und von allen? Über Teilhabe an und Zugänge zur Kulturellen Bildung. *KULTURELLE BILDUNG ONLINE*. <https://www.kubi-online.de/artikel/kulturelle-bildung-alle-allen-ueber-teilhabe-zugaenge-zur-kulturellen-bildung>; Zugegriffen: 15. Oktober 2019.
- Liebsch, Katharina (2006). Identität und Habitus. In: Hermann Korte und Bernhard Schäfers (Hrsg.), *Einführung in Hauptbegriffe der Soziologie. Sechste Auflage*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 67-84.
- Lindner, Rolf (2004). Offenheit – Vielfalt – Gestalt. Die Stadt als kultureller Raum. In: Friedrich Jaeger und Jörn Rüsen (Hrsg.), *Handbuch der Kulturwissenschaft. Themen und Tendenzen, Band 3*. Stuttgart: Verlag J. B. Metzler, S. 385-398.
- Lindner, Werner/ Seifert, Anja (1997). Eine neue, multimediale High-Tech-Kultur jenseits von Politik. Jugendkulturelle Aktivitäten im Banne von „Techno“. In: Kommunalverband Ruhrgebiet (Hrsg.), *Standorte: Jahrbuch Ruhrgebiet 1996/97*. Essen: Klartext Verlag, S. 440-446.
- Linson, Adam (2017). Patterns of sociohistorical interaction between musical identity and technology. In: Raymond MacDonald, David J. Hargreaves und Dorothy Miel (Hrsg.), *Handbook of Musical Identities*. Oxford: Oxford University Press, S. 403-419.
- Lischka, Konrad/ Patalong, Frank (2011). *Das Schönste am Wein ist das Pilsken danach. Die wunderbare Welt des Ruhrpotts*. Köln: Bastei Lübbe GmbH.
- Liu, Sida/ Emirbayer, Mustafa (2016). Field and Ecology. *Sociological Theory*, Vol. 34(I), S. 62-79.
- Lorenz, Michael (2016). Mach Dein Ding – Punk im Pott. In: Heinrich Theodor Grütter (Hrsg.), *Rock & Pop im Pott. 60 Jahre Musik im Ruhrgebiet*. Essen: Klartext Verlag, S. 98-113.
- Lorig, Philipp/ Vogelsang, Waldemar (2011). Jugendkulturen und Globalisierung. Die Hardcore-Szene als Prototyp ethisch-translokaler Vergemeinschaftung. *Diskurs Kindheits- und Jugendforschung, Heft 4*, S. 369-386.

- Lothwesen, Kai Stefan (1999). Methodische Aspekte der musikalischen Analyse von Techno. In: Helmut Rösing und Thomas Phleps (Hrsg.), *Erkenntniszuwachs durch Analyse. Populäre Musik auf dem Prüfstand. Beiträge zur Populärmusikforschung 24*. Karben: Coda, S. 70-89.
- Ludewig, Bianca (2019). Utopie und Apokalypse in der Popmusik: Gabber und Breakcore in Berlin. *Veröffentlichungen des Instituts für Europäische Ethnologie, Band 47*, Wien.
- Lücke, Martin (2014). „No Bla-Bla!“ Entwicklung und Probleme der Jazz- und Popmusikszene Ruhrgebiet. In: Andreas Jacob und Gordon Kampe (Hrsg.), *Kulturelles Handeln im transkulturellen Raum*. Hildesheim: Georg Olms Verlag, S. 211-233.
- Lüders, Christian (1995). Von der teilnehmenden Beobachtung zur ethnographischen Beschreibung. In: Eckard König und Peter Zedler (Hrsg.), *Bilanz qualitativer Forschung, Band 2: Methoden*. Weinheim: Deutscher Studien Verlag, S. 311-342.
- Lüders, Christian (2015). Beobachten im Feld und Ethnographie. In: Uwe Flick et al. (Hrsg.), *Qualitative Sozialforschung. Ein Handbuch*. 11. Auflage. Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag, S. 384-401.
- Luhmann, Niklas (1995). *Die Kunst der Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Maalsen, Sophia (2016). Reissuing alternative music heritages: the materiality of the niche reissued record and challenging what music matters. *Journal of the Society for American Music, Bd. 39, 5*, S. 516-531.
- Maedler, Jens/ Witt, Kirsten (2014). Gelingensbedingungen kultureller Teilhabe. *KULTURELLE BILDUNG ONLINE*. <https://www.kubi-online.de/artikel/gelingensbedingungen-kultureller-teilhabe>. Zugegriffen: 20. März 2017.
- Maffesoli, Michel (1996). *The Time of the Tribes. The Decline of Individualism in Mass Society*. London [u.a.]: SAGE Publications.
- Mahnkopf, Claus-Steffen (2016). *Von der messianischen Freiheit. Weltgesellschaft – Kunst – Musik*. Weilerswist: Velbrück Wissenschaft.
- Maio, Gregory R./ Olson, James M./ Bernard, Mark M./ Luke, Michelle A. (2003). Ideologies, values, attitudes, and behaviour. In: John DeLamater (Hrsg.), *Handbook of Social Psychology*. New York: Kluwer Academic, S. 283-308.
- Malbon, Ben (2012). The Dancer from the Dance: The Musical and Dancing Crowds of Clubbing. In: Mark J. Butler (Hrsg.), *Electronica, Dance and Club Music*. London: Ashgate, S. 487-526.
- Maleri, Rudolf (2008). *Grundlagen der Dienstleistungsproduktion*. 5., vollst. überarb. Aufl. Berlin [u.a.]: Springer.
- Mania, Thomas (2009). *Techno: Ein Blick zurück in die Zukunft*. Münster: Telos Verlag Dr. Roland Seim M.A.
- Mankiw, Gregory/ Taylor, Mark P. (2012). *Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. 5. überarbeitete und erweiterte Auflage*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag.
- Mankiw, Gregory/ Taylor, Mark P. (2016). *Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. 6. überarbeitete und erweiterte Auflage*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag.
- Marcus, Greil (1996). *Lipstick Traces. Von Dada bis Punk – Eine geheime Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts*. Reinbek: Rowohlt.

- Maresch, Rudolf (2003). Waves, Flows, Streams. Die Illusion vom reinen Sound. In: Marcus S. Kleiner und Achim Szepanski (Hrsg.), *Soundcultures. Über elektronische und digitale Musik*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, S. 194-217.
- Marshall, Lee (2011). The sociology of popular music, interdisciplinarity and aesthetic autonomy. *The British Journal of Sociology*, 62, 1, S. 154-174.
- Marshall, Wayne (2014). Treble Culture. In: Sumanth Gopinath und Jason Stanyek (Hrsg.), *The Oxford Handbook of Mobile Music Studies, Volume 2*. New York: Oxford University Press, S. 43-76.
- Martel, Frédéric (2011). *Mainstream: Wie funktioniert, was allen gefällt*. München: Knaus.
- Martin, Declan (2017). Cultural value and urban governance: a place for Melbourne's music community at the policymaking table. *Perfect Beat, Vol. 18, No. 2*, S. 110-130.
- Martinelli, Dario (2014). Lasciatemi Cantare and Other Diseases: Italian Popular Music, As Represented Abroad. In: Franco Fabbri und Goffredo Plastino (Hrsg.), *Made in Italy: Studies in Popular Music*. New York: Routledge, S. 211-2236.
- Maslow, Abraham (2005). *Motivation und Persönlichkeit*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Mason, Kerri (2013). *SFX Purchases 75% Stake in ID&T, Announce U.S. Edition of Tomorrowland at Ultra*. <http://www.billboard.com/biz/articles/news/1553846/sfx-purchases-75-stake-in-idt-announce-us-edition-of-tomorrowland-at-ultra>; Zugegriffen: 15. März 2014.
- Massumi, Brian (2002). *Parables for the Virtual: Movement, Affect, Sensation*. Durham: Duke University Press.
- Mathei, Dennis (2010). Projections during musical performances. In: Philippe Dubois et al. (Hrsg.), *Extended Cinema. Le cinema gagne du terrain*. Udine: Campanotto Editore, S. 296-302.
- Mathei, Dennis (2012). „Oh my god - it's techno music!“ *Definition und Abgrenzung des Technostils unter Berücksichtigung historischer, stilistischer und soziologischer Aspekte*. Osnabrück: epos Verlag.
- Mathei, Dennis (2018 a). Szeneproduktivität. Die Bedeutung von kollektiver Produktion und Kreativität in Micro-Indie-Szenen. In: Holger Schwetter et al. (Hrsg.), *Die Produktivität von Musikkulturen*. Wiesbaden: Springer VS, S. 125-163.
- Mathei, Dennis (2018b). Vom Dancefloor nach SoundCloud. Der digital turn der Technoszene und die Produktivität der daraus resultierenden Distinktionen. In: Lorenz Grünewald-Schukalla et al. (Hrsg.), *Musik und Stadt*. Wiesbaden: Springer VS, S. 113-146.
- Mathei, Dennis (2019). From Disco to Disco. Genres in der elektronischen Tanzmusik, *Musik und Unterricht*, 136/2019, S. 18-27.
- Matzerath, Horst (2010). Land der Städte: lokale Identitäten und Städtekonkurrenz. In: Jürgen Brautmeier et al. (Hrsg.), *Heimat Nordrhein-Westfalen: Identitäten und Regionalität im Wandel*. Essen: Klartext Verlag, S. 227-241.
- Mauser, Siegfried (1994). Entwurf einer Grundlegung musikalischer Hermeneutik. In: Gernot Gruber und Siegfried Mausier (Hrsg.), *Musikalische Hermeneutik im Entwurf*. Laaber: Laaber, S. 47-54.
- McClary, Susan (1991). *Feminine Endings: Music, Gender, and Sexuality*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

- McCutcheon, Mark A. (2007). Techno, "Frankenstein" and Copyright. *Popular Music*, Vol. 26, Nr. 2, S. 259-280.
- McKinlay, Andy/ McVittie, Chris (2017). "Will the real Slim Shady please stand up?": identity in popular music. In: Raymond MacDonald, David J. Hargreaves und Dorothy Miel (Hrsg.), *Handbook of Musical Identities*. Oxford: Oxford University Press, S. 137-151.
- McLeod, Kembrew (2012). Genres, Subgenres, Sub-Subgenres and More: Musical and Social Differentiation within Electronic/ Dance Music. In: Mark J. Butler (Hrsg.), *Electronica, Dance and Club Music*. London: Ashgate, S. 289-306.
- McRobbie, Angela (2016). *Be creative: making a living in the new culture industries*. Cambridge: Polity Press.
- Mecking, Sabine (2007). Gigantomanie versus Kirchturmpolitik? Staatliche Raumplanung und städtisches Selbstbewusstsein im Ruhrgebiet in den 1960er und 1970er Jahren. In: Karl Ditt und Klaus Tenfelde (Hrsg.), *Das Ruhrgebiet in Rheinland und Westfalen. Koexistenz und Konkurrenz des Raumbewusstseins im 19. und 20. Jahrhundert*. Paderborn: Ferdinand Schöningh, S. 263-287.
- Meffert, Heribert/ Burmann, Christoph (1996). Identitätsorientierte Markenführung – Grundlagen für das Management von Markenportfolios. *Arbeitspapier Nr. 100 der Wissenschaftlichen Gesellschaft für Marketing und Unternehmensführung e.V.*, Münster.
- Meffert, Heribert/ Burmann, Christoph/ Kirchgeorg, Manfred (2012). *Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung*. 11., überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Meglino, Bruce M./ Ravlin, Elizabeth C. (1998). Individual values in organizations: concepts, controversies, and research. *Journal of Management*, Vol. 24, Issue 3, S. 351-389.
- Melechi, Antonio (1993). The Ecstasy of Disappearance. In: Steve Redhead (Hrsg.), *Rave Off: Politics and Deviance in Contemporary Youth Culture*. Aldershot [u.a.]: Avebury, S. 29-40.
- Menin, Damiano/ Schiavio, Andrea (2012). Rethinking Musical Affordances. *AVANT*, Vol. 3, Nr. 2, S. 202-215.
- Mersch, Dieter (2005). Imagination, Figuralität und Kreativität. Zur Frage der Bedingungen kultureller Produktivität. *Sic et Non. zeitschrift für philosophie und kultur. im netz*, Dezember 2005. www.sicetnon.org/index.php/sic/article/view/139. Zugegriffen: 08. September 2015.
- Meuser, Michael (2006). Körper-Handeln. Überlegungen zu einer praxeologischen Soziologie des Körpers. In: Robert Gugutzer (Hrsg.), *Body Turn. Perspektiven der Soziologie des Körpers und des Sports*. Bielefeld: transcript Verlag, S. 95-118.
- Meyer, Erik (2001). Zwischen Partys, Paraden und Protest. Zur politischen Soziologie der Techno-Szene. In: Ronald Hitzler und Michaela Pfadenhauer (Hrsg.), *Techno-Soziologie. Erkundungen einer Jugendkultur*. Opladen: Leske + Budrich, S. 51-68.
- Middleton, Richard (1990). *Studying Popular Music*. Milton Keynes/Philadelphia: Open University Press.
- Miehling, Klaus (2006). *Gewaltmusik – Musikgewalt: Populäre Musik und die Folgen*. Würzburg: Königshausen und Neumann.

- Miehling, Klaus (2007). *Was Sie über Techno wissen sollten*. https://file1.hpage.com/000022/12/download/was_sie_ueber_techno_wissen_sollten.pdf. Zugegriffen: 15. Oktober 2017.
- Mikos, Lothar (2014). Learning by Feeling. Medienkultur und Lernen mit Pop. In: Uwe Breitenborn et al. (Hrsg.), *Gravitationsfeld Pop. Was kann Pop? Was will Popkulturwirtschaft? Konstellationen in Berlin und anderswo*. Bielefeld: transcript Verlag, S. 325-338.
- Möhrle, Martin G./ Specht, Dieter/ Piekenbrock, Dirk (2019). Wert. *Gabler Wirtschaftslexikon*. <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/wert-49005/version-371685>; Zugegriffen: 08. November 2019.
- Mols, Christin (2018). Das Thier-Gelände: Dortmunds sehnlichst vermisstes Party-Wohnzimmer. *Ruhr Nachrichten*. <https://www.ruhrnachrichten.de/dortmund/dortmunds-sehnlichst-vermisstes-party-wohnzimmer-plus-1295277.html>. Zugegriffen: 01. Juli 2019.
- Moore, Ryan (2007). Friends Don't Let Friends Listen to Corporate Rock: Punk as a Field of Cultural Production. *Journal of Contemporary Ethnography*, Vol. 36, S. 438-474.
- MPFS (2012). *JIM-Studie 2012. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12-bis 19-Jähriger in Deutschland*. Stuttgart: Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK).
- MPFS (2017). *JIM-Studie 2017. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12-bis 19-Jähriger in Deutschland*. Stuttgart: Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK).
- Müller, Renate/ Rhein, Stefanie (2006). Musical self-socialization of adolescents: theoretical perspectives and empirical findings. In: Noraldine Bailer (Hrsg.), *Youth - music - socialization*. Wien: Institut für Musiksoziologie.
- Müller-Jentsch, Walther (2015). Von der Freundschaft. *Mitbestimmung, Das Magazin der Hans-Böckler-Stiftung*, Jg. 2015, Nr. 12.
- Müller-Jentsch, Walther (2017). Freundschaftssoziologie – eine neue Bindestrich-Soziologie (Sammelbesprechung). *Soziologische Revue*, Jg. 40, Heft 3, S. 356-368.
- Müller-Seitz, Gordon (2012). Leadership in interorganizational networks: a literature review and suggestions for future research. *International Journal of Management Reviews*, Vol. 14, No. 4, S. 428-443.
- Muggleton, David (2000). *Inside Subculture: The Postmodern Meaning of Style*. Oxford: Berg.
- Mulliken, Seth (2012). Review Julian Henriques. 2011. *Sonic Bodies: Reggae Sound Systems, Performance Techniques, and Ways of Knowing*. New York: Continuum. *Current Musicology*, No. 93, S. 115-119.
- Musik, Gunar (1983). Pragmatische Ästhetik – John Dewey: Kunst als Erfahrung. *Semiosis* 30, 8. Jg., Heft 2, S. 43-55.
- Nachum, Lilach (1999). Measurement of Productivity of Professional Services. An Illustration on Swedish Management Consulting Firms. *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 19, Nr. 9, S. 922-949.
- Nardi, Carlo (2016). Sound and Racial Politics: Aural Formations of Race in a Color-Deaf Society. In: Jens Gerrit Papenburg und Holger Schulze (Hrsg.), *Sound as Popular Culture: a Research Companion*. Cambridge [u.a.]: The MIT Press, S. 77-87.

- Neuhoff, Hans (2008). Konzertpublika. Sozialstruktur, Mentalitäten, Geschmacksprofile. In: Deutsches Musikinformationszentrum (Hrsg.), *Themenportal Konzerte & Musiktheater*. Bonn: Deutsches Musikinformationszentrum.
- Nowak, Raphael (2016). *Consuming Music in the Digital Age. Technology, Roles and Everyday Life*. London: Palgrave Macmillan.
- Nye, Sean (2016). Von ‚Berlin Minimal‘ zu ‚Maximal EDM‘. Genrediskurse zwischen Deutschland und den USA. In: Kim Feser und Matthias Pasdzierny (Hrsg.), *Techno Studies. Ästhetik und Geschichte elektronischer Tanzmusik*. Berlin: b_books, S. 121-135.
- Oberholzer-Gee, Felix/ Strumpf, Koleman (2007). The Effect of File Sharing on Record Sales: An Empirical Analysis. *Journal of Political Economy* 115, Nr. 1, S. 1-42.
- Obert, Simon (2012). Komplexitäten und Reduktionen. Zu einigen Prämissen der Popmusikanalyse. In: Helms, Dietrich/ Phleps, Thomas (Hrsg.), *Black Box Pop: Analysen populärer Musik*. Bielefeld: transcript Verlag, S. 9-22.
- Official UK Charts Company (2009). *End of Year Singles Chart Top 100 - 2009*. <http://www.officialcharts.com/charts/end-of-year-singles-chart/20090104/37501/>. Zugegriffen: 26. Januar 2016.
- Official UK Charts Company (2010). *End of Year Singles Chart Top 100 - 2010*. <http://www.officialcharts.com/charts/end-of-year-singles-chart/20100110/37501/>. Zugegriffen: 26. Januar 2016.
- Official UK Charts Company (2012). *End of Year Singles Chart Top 100 - 2012*. <http://www.officialcharts.com/charts/end-of-year-singles-chart/20120108/37501/>. Zugegriffen: 26. Januar 2016.
- Olson, James M./ Maio, Gregory R. (2003). Attitudes in social behaviour. In: Theodore Millon und Melvin J. Lerner (Hrsg.), *Handbook of Psychology: Personality and Social Psychology*. New York: John Wiley, S. 299-325.
- Ortland, Eberhard (2004). Genieästhetik. In: Helga de la Motte-Haber (Hrsg.), *Musikästhetik*. Laaber: Laaber Verlag, S. 263-285.
- Osses, Dietmar / Nogueira, Katarzyna (2014). Mit Elektrosound in die Postmoderne: Techno. In: Dietmar Osses und Katarzyna Nogueira (Hrsg.), *Einfach anders! Jugendliche Subkulturen im Ruhrgebiet*. Essen: Klartext Verlag, S. 226-229.
- Otte, Gunnar (2007a). Jugendkulturen zwischen Klassenästhetik und freier Geschmackswahl – das Beispiel der Leipziger Clubszene. In: Udo Göttlich et al. (Hrsg.), *Arbeit, Politik und Religionen in Jugendkulturen. Engagement und Vergnügen*. Weinheim [u.a.]: Juventa Verlag, S. 161-177.
- Otte, Gunnar (2007b). Körperkapital und Partnersuche in Clubs und Diskotheken. Eine ungleichheitstheoretische Perspektive. *Diskurs Kindheits- und Jugendforschung, Heft 2-2007*, S. 159-186.
- Otte, Gunnar (2008). Lebensstil und Musikgeschmack. In: Gerhard Gensch et al. (Hrsg.), *Musikrezeption, Musikdistribution und Musikproduktion. Der Wandel des Wertschöpfungsnetzwerks in der Musikwirtschaft*. Wiesbaden: Gabler Verlag, S. 25-56.
- Otte, Gunnar (2009). Jugendkulturen in Clubs und Diskotheken – Ergebnisse empirischer Publikumsanalysen in Leipzig. In: Susanne Keuchel et al. (Hrsg.), *Das 1. Jugend-KulturBarometer – „Zwischen Eminem und Picasso...“*. 2. Auflage. Bonn: ARcult Media, S. 222-229.

- Otte, Gunnar (2015). Die Publikumsstrukturierung eines Open-Air-Festivals für elektronische Musik. Sozialstruktur, Musikkapital und Besuchsmotive. In: Jörg Rössel und Jochen Roose (Hrsg.), *Empirische Kultursoziologie*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, S. 27-64.
- Otte, Gunnar/ Baur, Nina (2008). Urbanism as a Way of Life? Räumliche Variationen der Lebensführung in Deutschland. *Zeitschrift für Soziologie*, Jg. 37, Heft 2, S. 93-116.
- Papenburg, Jens Gerrit (2016). Boomende Bässe der Disco- und Clubkultur. Musikanalytische Herausforderungen durch taktile Klänge. In: Kim Feser und Matthias Pasdzierny (Hrsg.), *Techno Studies. Ästhetik und Geschichte elektronischer Tanzmusik*. Berlin: b_books, S. 195-210.
- Pasdzierny, Matthias (2016). „Das Nachkriegstrauma abgetanzt“? Techno und die deutsche Zeitgeschichte. In: Kim Feser und Matthias Pasdzierny (Hrsg.), *Techno Studies. Ästhetik und Geschichte elektronischer Tanzmusik*. Berlin: b_books, S. 105-119.
- Paulus, Aljoscha/ Winter, Carsten (2014). Musiker als Media-Artepreneure? Digitale Netzwerkmedien als Produktionsmittel und neue Wertschöpfungsprozesse. In: Uwe Breitenborn et al. (Hrsg.), *Gravitationsfeld Pop. Was kann Pop? Was will Popkulturwirtschaft? Konstellationen in Berlin und anderswo*. Bielefeld: transcript Verlag, S. 133-142.
- Peirce, Charles Sanders (1934). *Collected Papers of Charles Sanders Peirce. Volume 5, Pragmatism and Pragmaticism*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Peres da Silva, Glaucia (2018). Produktivität der Musikkulturen? Soziologische Kritik eines Begriffs. In: Holger Schwetter et al. (Hrsg.), *Die Produktivität von Musikkulturen*. Wiesbaden: Springer VS, S. 13-36.
- Perret, Dirk (2016). Musik und Rhythmik. In: Silvia Gartinger und Rolf Janssen (Hrsg.), *Professionelles Handeln im sozialpädagogischen Berufsfeld. Erzieherinnen + Erzieher, Band 2*. Berlin: Cornelsen Schullerverlage GmbH, S. 216-253.
- Peterson, Richard/ Simkus, Albert (1992). How Musical Tastes Mark Occupational Status Groups. In: Michèle Lamont und Marcel Fournier (Hrsg.), *Cultivating Differences: Symbolic Boundaries and the Making of Inequality*. Chicago: University of Chicago Press, S. 152-186.
- Peterson, Richard A./ Anand, N. (2004). The Production of Culture Perspective. *Annual Reviews of Sociology*, 30, S. 311-334.
- Peterson, Richard A./ Bennett, Andy (2004). Introducing Music Scenes. In: Andy Bennett und Richard A. Peterson (Hrsg.), *Music Scenes: Local, Translocal and Virtual*. Nashville: Vanderbilt University Press, S. 1-15.
- Pfadenhauer, Michaela (2007). Das Experteninterview. Ein Gespräch auf gleicher Augenhöhe. In: Renate Buber und Hartmut H. Holzmüller (Hrsg.), *Qualitative Marktforschung*. Wiesbaden: Gabler, S. 449-461.
- Pfeifer, Wolfgang (1993). Produktivität. In: ders., *Etymologisches Wörterbuch*, 2. Auflage. <https://dwds.de/wb/Produktivität>. Zugegriffen: 14. April 2011
- Pfleiderer, Martin (2006). *Rhythmus. Psychologische, theoretische und stilanalytische Aspekte populärer Musik*. Bielefeld: transcript Verlag.
- Pfleiderer, Martin (2008). Live-Veranstaltungen von populärer Musik und ihre Rezeption. In: Gerhard Gensch et al. (Hrsg.), *Musikrezeption, Musikdistribution und Musikproduktion. Der Wandel des Wertschöpfungsnetzwerks in der Musikwirtschaft*. Wiesbaden: Gabler Verlag, S. 83-107.

- Pini, Maria (2012). Women and the Early British Rave Scene. In: Mark J. Butler (Hrsg.), *Electronica, Dance and Club Music*. London: Ashgate, S. 339-356.
- Pink, Sarah (2009). *Doing Sensory Ethnography*. New York: Sage Publications.
- Platz, Judith (2008). Die ‚schwarze‘ Musik. In Axel Schmidt und Klaus Neumann-Braun, Klaus, *Die Welt der Gothics. Spielräume düster konnotierter Transzendenz*. 2. Auflage. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, S. 257-288.
- Pleitgen, Fritz (2010). RUHR. Vom Mythos zur Marke. In: Julia Frohne et al. (Hrsg.), *RUHR. Vom Mythos zur Marke*. Essen: Klartext Verlag, S. 6-8.
- Pleitgen, Fritz/ Scheytt, Oliver (2010). Ruhr 2010 und die Folgen. Das Konzept der Metropolregion trägt weit über das Jahr der Kulturhauptstadt hinaus. In: Klaus Engel und Michael Vassiliadis (Hrsg.), *Werte, Wissen, Wachstum. Was Deutschland tun muss*. Hamburg: Hoffmann und Campe, S. 219-226.
- Plodroch, Ina (2013). 20 Jahre „Sound of Cologne“. Das Label Kompakt hat den Minimal Techno geprägt. *Deutschlandfunk*, 15. März 2013. https://www.deutschlandfunk.de/20-jahre-sound-of-cologne.807.de.html?dram:article_id=240602. Zugegriffen: 03. April 2016.
- Polk O'Meara, Caroline/ Tretter, Eliot M. (2013). Sounding Austin: Live Music, Race, and the Selling of a City. In: Fabian Holt und Carsten Wergin Carsten (Hrsg.), *Musical Performance and the Changing City. Post-Industrial Contexts in Europe and the United States*. New York: Routledge, S. 52-76.
- Poschardt, Ulf (1997). *DJ Culture. Diskjockeys und Popkultur*. Überarbeitete und erweiterte Neuauflage. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuchverlag.
- Potts, Jason/ Cunningham, Stuart/ Hartley, John/ Ormerod, Paul (2008). Social network markets: a new definition of the creative industries. *Journal of Cultural Economics* 32, S. 459-474.
- Poulakos, Andreas (2013). DJ Koze - "In der Endphase wurde ich ein bisschen verrückt". *Welt*, 30.03.2013.
- Prensky, Marc (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On The Horizon*, Vol. 9, No. 5, S. 1-6.
- Prior, Nick (2008). Putting a Glitch in the Field: Bourdieu, Actor Network Theory and Contemporary Music. *Cultural Sociology* 2008, 2, S. 301-319.
- Prosek, Achim (2008). Sie nennen es Metropole. Die Kulturregion Ruhrgebiet zwischen Anspruch und Wirklichkeit. In: Johannes Springer et al. (Hrsg.), *Echt! Pop-Protokolle aus dem Ruhrgebiet*, Duisburg: Salon Alter Hammer, S. 92-112.
- Quenzel, Gudrun/ Lottermann, Annina/ Koch, Gertraud (2010). Entwicklungsfaktor Kultur. Über die Bedingungen kultureller Produktivität. *KWI Interventionen*, Nr. 1.
- Quinn, Robert E. (1988). *Beyond Rational Management: Mastering the Paradoxes and Competing Demands of High Performance*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Raab, Jürgen/ Soeffner, Hans-Georg (2004). Lebensführung und Lebensstile – Individualisierung, Vergemeinschaftung und Vergesellschaftung im Prozess der Moderne. In: Friedrich Jaeger und Jörn Rüsen (Hrsg.), *Handbuch der Kulturwissenschaft. Themen und Tendenzen, Band 3*. Stuttgart: Verlag J. B. Metzler, S. 341-355.
- Rapp, Tobias (2009). *Lost and Sound: Berlin, Techno und der Easyjetset*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Rauhe, Hermann (1968). Zum Wertproblem der Musik. Versuch einer Ästhetik der Trivialität als Grundlage für eine Didaktik der Populärmusik. In: Werner Krütfeldt (Hrsg.), *Didaktik*

- der Musik 1967. Vorträge und Referate der 14. Bundestagung des Arbeitskreises für Schulmusik und allgemeine Musikpädagogik.* Hamburg: Verlag der Gesellschaft der Freunde des Vaterländischen Schul- und Erziehungswesens Hamburg, S. 24-44.
- Ravlin, Elizabeth C./ Meglino, Bruce M. (1987). Effect of values on perception and decision making: a study of alternative work values measures. *Journal of Applied Psychology*, Vol. 72, No. 4, S. 666-673.
- Rebmann, Dennis/Stratmann, Philip (2013). *Mit Schmackes! Punk im Ruhrgebiet.* Bottrop: Verlag Henselowsky Boschmann.
- Reckwitz, Andreas (2012). *Die Erfindung der Kreativität: zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung.* Berlin: Suhrkamp.
- Reckwitz, Andreas (2017). *Die Gesellschaft der Singularitäten.* Berlin: Suhrkamp.
- Reichert, Jo (2015). Abduktion, Deduktion und Induktion in der qualitativen Forschung. In: Uwe Flick et al. (Hrsg.), *Qualitative Sozialforschung. Ein Handbuch.* 11. Auflage. Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag, S. 276-285.
- Reimann, Marieke (2019). KitKat Club Berlin: Schließt er oder schließt er nicht? *Ze.tt*, 06.12.2019. <https://ze.tt/kitkat-club-berlin-schliesst-er-oder-schliesst-er-nicht/>. Zugegriffen: 14.06.2021.
- Reininghaus, Wilfried (2007). Von der Freien Reichsstadt zur Westfalenmetropole? Dortmunds Selbstwahrnehmung im Raum und in der Zeit. In: Karl Ditt und Klaus Tenfelde (Hrsg.), *Das Ruhrgebiet in Rheinland und Westfalen. Koexistenz und Konkurrenz des Raumbewusstseins im 19. und 20. Jahrhundert.* Paderborn: Ferdinand Schöningh, S. 315-341.
- Reitsamer, Rosa (2011). The DIY Careers of Techno and Drum 'n' Bass DJs in Vienna. *Dancecult: Journal of Electronic Dance Music Culture* 3(1), S. 28-43.
- Reitsamer, Rosa (2016). Die Praxis des Techno. Zur theoretischen und methodischen Erfassung elektronischer Musikkulturen. In: Kim Feser und Matthias Pasdzierny (Hrsg.), *Techno Studies. Ästhetik und Geschichte elektronischer Tanzmusik.* Berlin: b_books, S. 29-41.
- Renn, Joachim/ Straub, Jürgen (2002). Transitorische Identität. In: Jürgen Straub und Joachim Renn (Hrsg.), *Transitorische Identität: der Prozesscharakter des modernen Selbst.* Frankfurt [u.a.]: Campus-Verlag.
- Renner, Tim (2004). *Kinder, der Tod ist gar nicht so schlimm! Über die Zukunft der Musik- und Medienindustrie.* Frankfurt a. M.: Campus Verlag.
- Reuband, Karl-Heinz (2019). Musikpräferenzen und Musikpublika. In: Deutscher Musikrat (Hrsg.), *Musikleben in Deutschland.* Bonn: Deutsches Musikinformationszentrum, S. 510-535.
- Reuter, Markus (2019). Fusion-Festival: Wie die Polizei ein liberales und erfolgreiches Sicherheitskonzept gefährdet. *Netzpolitik*. <https://netzpolitik.org/2019/fusion-festival-wie-die-polizei-ein-liberales-und-erfolgreiches-sicherheitskonzept-gefaehrdet/>. Zugegriffen: 20. September 2019.
- Reybrouck, Mark (2012). Musical sense-making and the concept of affordance: an ecosemiotic and experiential approach. *Biosemiotics*, 5(3), S. 391-409.
- Reynolds, Simon (1998). *Energy Flash. A Journey through Rave Music and Dance Culture.* London: Pan Macmillan.
- Reynolds, Simon (2011a). *Retromania: Pop Culture's Addiction to Its Own Past.* London: Faber and Faber.

- Reynolds, Simon (2011b). Maximal Nation. Electronic music's evolution toward the thrilling excess of digital maximalism, *Pitchfork* 6.12.2011.
- Rietveld, Hillegonda (2001). Im Strom des Techno. ›Slow-Mix‹-DJ-Stile in der Dance Music der 90er Jahre. In: Peter Wicke (Hrsg.), *Rock- und Popmusik (Handbuch der Musik im 20. Jahrhundert, Bd. 8)*. Laaber: Laaber, S. 267-299.
- Rimkus, Nils (2008). *Wandel durch Kultur - Kultur durch Wandel? Regionalmarketing im Ruhrgebiet als Einflußfaktor auf das Image der Region und die Identität ihrer Bewohner; Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage und Interpretation unter kommunikationstheoretischen Gesichtspunkten*. Dissertation, Ruhr-Universität Bochum, Fakultät für Philosophie, Pädagogik und Publizistik, 2007.
- Robards, Brady/ Bennett, Andy (2011). MyTribe: Postsubcultural manifestations of belonging on social network sites. *Sociology* (45), Nr. 2, S. 303-317.
- Roccas, Sonia/ Sagiv, Lilach (2010). Personal values and behavior: taking the cultural context into account. *Social and Personality Psychology Compass*, Vol. 4, No. 1, S. 30-41.
- Roccas, Sonia/ Sagiv, Lilach/ Schwartz, Shalom H./ Knafo, Ariel (2002). The big five personality factors and personal value. *Personality and Social Psychology Bulletin*, Vol. 28, No. 6, S. 789-801.
- Roccas, Sonia/ Schwartz, Shalom H./ Amit, Adi (2010). Personal value priorities and national identification. *Political Psychology*, Vol. 31, No. 3, S. 393-419.
- Roholt, Tiger C. (2014). *Groove: a phenomenology of rhythmic nuance*. New York [u.a.]: Bloomsbury.
- Rokeach, Milton (1973). *The Nature of Human Values*. New York: Free Press.
- Rose, Pinky (2001). Ein Sample ist wie ein Geist. Wolfgang Voigts Projekt Gas. In: Jochen Bonz (Hrsg.), *Sound Signatures. Pop-Splitter*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, S. 159-162.
- Rosen, Sherwin (1981). The economics of superstars. *American Economic Review* 71(1), S. 167-183.
- Ruopp, Jürgen (2008). *UK-Vertrieb Pinnacle vor dem Aus*. <http://www.musikmarkt.de/Aktuell/News/UK-Vertrieb-Pinnacle-vor-dem-Aus>. Zugegriffen: 15. Januar 2016.
- Saldanha, Arun (2012). Music tourism and factions of bodies in Goa. In: Mark J. Butler (Hrsg.), *Electronica, Dance and Club Music*. London: Ashgate, S. 467-486.
- Salter, Chris (2014). Atmospheres of Affect. In: Marie-Luise Angerer et al (Hrsg.), *Timing of Affect: Epistemologies, Aesthetics, Politics*. Zürich [u.a.]: Diaphanes, S. 225-243.
- Sanio, Sabine (2004). Erfahrung statt Vergegenständlichung. Zum Begriff der Situation in der gegenwärtigen Ästhetik. In: Helga de la Motte-Haber (Hrsg.), *Musikästhetik*. Laaber: Laaber Verlag, S. 355-372.
- Sanio, Sabine (2014). Die Zeit der Audiotechniken. Über einige kompositorische Strategien für die Zeiterfahrung. In: Sabine Sanio (Hrsg.), *Sound als Zeitmodell: Zeit als Klang denken. Musik, Klangkunst und die französische Zeitphilosophie*. Berlin: Universität der Künste Berlin, S. 63-69.
- Savage, Mike (2006). The Musical Field. *Cultural Trends* 15(2/3), S. 159 – 174.

- Schafer, Raymond Murray (2010). *Die Ordnung der Klänge. Eine Kulturgeschichte des Hörens*. Mainz: Schott.
- Schäfer, Sven et al. (1998). *Techno-Lexikon*. Berlin: Schwarzkopf & Schwarzkopf.
- Schäfer, Kerstin (2000). Schaben & Voss, Sender, Betrug. *De:Bug*, 37.
- Scharte, Sebastian (2018). „Pack schlät sich, Pack verdrächt sich“. Der Rheinländer und seine Nachbarn im Osten – der eine stumpf (und Bergmann), der andere stur (und Bauer). In: Katrin Bauer und Andrea Graf (Hrsg.), *Erfinden, Empfinden, Auffinden. Das Rheinland oder die (Re-)Konstruktion des Regionalen im globalisierten Alltag*. Münster, New York: Waxmann, S. 95-109.
- Scheel, Susanne (2005). *VJing – Musikvisualisierung im 20. Jahrhundert*. Schriftliche Hausarbeit zur Erlangung des Grades einer Magistra Artium. Institut für Medienwissenschaft, Ruhr-Universität Bochum.
- Scheler, Max (1927). *Der Formalismus in der Ethik und die materiale Wertethik*. 3. unveränd. Aufl., erg. durch ein ausführl. Sachreg. Halle a.d.S.: Niemeyer.
- Scheler, Max (1974). *Wesen und Formen der Sympathie*. Bern [u.a.]: Francke.
- Schläbitz, Norbert (2003). Wie sich alles erhellt und erhält. Von der Musik der tausend Plateaus oder ihrem Bau. In: Marcus S. Kleiner und Achim Szepanski (Hrsg.), *Soundcultures. Über elektronische und digitale Musik*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, S. 107-136.
- Schlöder, Bernd (1993). *Soziale Werte und Werthaltungen. Eine sozialpsychologische Untersuchung des Konzepts sozialer Werte und des Wertewandels*. Opaden: Leske + Budrich.
- Schlögl, Anita (2011). *Mehrwert Musik. Musikwirtschaft und Stadtentwicklung in Berlin und Wien*. Wiesbaden: Springer/VS.
- Schmenk, Holger/ Krumm, Christian (2010). *Kumpels in Kuttten. Heavy Metal im Ruhrgebiet*. Bottrop: Verlag Henselowsky Boschmann.
- Schmenk, Holger/ Schiffmann, Andreas (2017). *Kumpels mit Kuttten 2: Heavy Metal im Ruhrgebiet*. Oberhausen: Verlag Nicole Schmenk.
- Schmid, Wilhelm (1998). *Philosophie der Lebenskunst: Eine Grundlegung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Schmidt, Siegfried J. (1994). *Kognitive Autonomie und soziale Orientierung. Konstruktivistische Bemerkungen zum Zusammenhang von Kognition, Kommunikation, Medien und Kultur*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Schmidt, Axel/Neumann-Braun, Klaus (2003). Keine Musik ohne Szene? Ethnographie der Musikrezeption Jugendlicher. In: Axel Schmidt und Klaus Neumann-Braun (Hrsg.), *Popvisionen. Links in die Zukunft*, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 246-272.
- Schmidt, Axel/ Neumann-Braun, Klaus (2008). *Die Welt der Gothics. Spielräume düster konnotierter Transzendenz*. 2. Auflage. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schnebel, Dieter (1972). *Denkbare Musik. Schriften 1952-1972*. Hrsg. Von Hans Rudolf Zeller. Köln: Verlag M. DuMont Schauberg.
- Schneider, Albrecht (Hrsg.) (2001). *MusikerInnen – Übungsbunker – Szene-Clubs: Zur Infrastruktur der Populärmusik in Hamburg. Eine empirische Untersuchung*. Münster: Lit.

- Schneider, Daniel (2016). Party im Schubert – über die Archivierbarkeit von Techno und Clubkultur. In: Kim Feser und Matthias Pasdzierny (Hrsg.), *Techno Studies. Ästhetik und Geschichte elektronischer Tanzmusik*. Berlin: b_books, S. 83-103.
- Schneider, Norbert (2011). Ästhetische Geltungsansprüche. In: Friedrich Jaeger und Burkhard Liebsch (Hrsg.), *Handbuch der Kulturwissenschaft. Grundlagen und Schlüsselbegriffe, Band 1*. Stuttgart: Verlag J. B. Metzler, S. 266-276.
- Schneider, Helmut/ Proseck, Achim (2009). Wir im Revier – Stationen regionaler Identität. In: Achim Proseck et al. (Hrsg.), *Atlas der Metropole Ruhr*. Köln: Emons Verlag, S. 32-35.
- Schönebäumer, Matthias (2008). Italiener können's besser. *Zeit Online*, 22.08.2008. <https://www.zeit.de/online/2008/35/italo-disco-revival>. Zugegriffen: 20. Oktober 2018.
- Schramm, Holger (2007). Wirkungen von Musik. In: Beate Schneider und Stefan Weinacht (Hrsg.), *Musikwirtschaft und Medien. Märkte – Unternehmen – Strategien*. Baden-Baden: Nomos, S. 267-306.
- Schramm, Holger (2008). Rezeption und Wirkung von Musik in den Medien. In: Stefan Weinacht und Helmut Scherer (Hrsg.), *Wissenschaftliche Perspektiven auf Musik und Medien*. Wiesbaden: Springer, S. 135-153.
- Schuler, Michael (1995). Hardcore + Gabber. In: Philipp Anz und Patrick Walder (Hrsg.), *Techno*. Zürich: Ricco Bilger, S. 92-99.
- Schulze, Gerhard (2000). *Die Erlebnisgesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart*. 8. Auflage. Frankfurt am Main: Campus Verlag.
- Schulze, Holger (2016). Corporeal Listening. In: Jens Gerrit Papenburg und Holger Schulze (Hrsg.), *Sound as Popular Culture: a Research Companion*. Cambridge [u. a.]: The MIT Press, S. 281-289.
- Schumann, Maurice (2015). Individualanarchismus – Staatskritik und alternative Gesellschaftsorganisation. In: Peter Seyferth (Hrsg.), *Den Staat zerschlagen! Anarchistische Staatsverständnisse*. Baden-Baden: Nomos-Verlagsgesellschaft, S. 85-104.
- Schumpeter, Joseph (1952). *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Eine Untersuchung über Unternehmergewinn, Kapital, Kredit, Zins und den Konjunkturzyklus*. 5. Auflage. Berlin: Duncker & Humblot.
- Schurian, Christoph (2016). Keine Love-Parade – Techno im Ruhrgebiet. In: Heinrich Theodor Grütter (Hrsg.), *Rock & Pop im Pott. 60 Jahre Musik im Ruhrgebiet*. Essen: Klartext Verlag, S. 140-153.
- Schütz, Alfred (1951). Making Music Together – A Study in Social Relationship, *Social Research*, 18:1/4, S. 76-97.
- Schwab, Daniel (2008). *Die Independent-Musikkultur. Lebensentwürfe junger Erwachsener zwischen Selbstverwirklichung und ökonomischen Zwängen*. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller.
- Schwanhäußel, Anja (2010). *Kosmonauten des Underground. Ethnografie einer Berliner Szene*. Frankfurt/ New York: Campus Verlag.
- Schwartz, Shalom H. (1992). Universals in the content and structure of values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In: Mark P. Zanna (Hrsg.), *Advances in Experimental Social Psychology, Vol. 25*. New York: Academic Press, S. 1-65.
- Schwartz, Shalom H. (1994). Are there universal aspects in the structure and contents of human values? *Journal of Social Issues, Vol. 50, No. 4*, S. 19-46.

- Schwartz, Shalom H./ Bilsky, Wolfgang (1988). Toward a universal psychological structure of human values. *Journal of Personality & Social Psychology*, Vol. 53, No. 3, S. 550-562.
- Schwartz, Shalom H./ Melech, Gila/ Lehmann, Arielle/ Burgess, Steve/ Harris, Mari/ Owens, Vicki (2001). Extending the cross cultural validity of the theory of basic human values with a different method of measurement. *Journal of Cross Cultural Psychology*, Vol. 32, No. 5, S. 519-542.
- Schwartz, Shalom H./ Cieciuch, Jan/ Vecchione, Michele/ Davidov, Eldad (2012). Refining the theory of basic individual values. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 103, No. 4, S. 663-688.
- Schwarz, Michael (1997). Das Phänomen des Künstlerstars. In: Werner Faulstich und Helmut Korte (Hrsg.), *Der Star: Geschichte – Rezeption – Bedeutung*. München: Fink, S. 195-204.
- Schwarzbeck, Martin (2008). *Ambivalente Gesellschaft. Die Berliner Technoszene: Ein Erfolgsmodell für Re-Integration unter Individualisierungsbedingungen?* Saarbrücken: VDM Verlag.
- Schwetter, Holger (2018). Ein Song, den du gut gebrauchen kannst. Popmusikalische Produktivität und ihre Verbindung zu Vermarktung und Rezeption. In: Holger Schwetter et al. (Hrsg.), *Die Produktivität von Musikkulturen*. Wiesbaden: Springer VS, S. 99-123.
- Schyma, Bernd (2002). *Neue Elektronische Musik in Köln: Szenen, Ströme und Kulturen*. Masterarbeit, Geographisches Institut, Universität Köln.
- Seel, Martin (2003). *Ästhetik des Erscheinens*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft.
- Seeliger, Martin (2011). Kultur – Struktur – Handlung. Symbolische Formen und Organisationen als zwischen Struktur- und Handlungsebene vermittelnde Instanzen. In: Christoph Jacke et al. (Hrsg.), *Pop, Populäres und Theorien. Forschungsansätze und Perspektiven zu einem prekären Verhältnis in der Medienkulturgesellschaft*. Münster: LIT Verlag, S. 203-218.
- Senn, Olivier et al. (2021). Taste and familiarity affect the experience of groove in popular music. *Musicae scientiae*, Bd. 25 (2021), 1, S. 45-66.
- Seyferth, Peter (2015). Einleitung. In: Peter Seyferth (Hrsg.), *Den Staat zerschlagen! Anarchistische Staatsverständnisse*. Baden-Baden: Nomos-Verlagsgesellschaft, S. 9-42.
- Shank, Barry (1994). *Dissonant Identities: The Rock 'n' Roll Scene in Austin, Texas*. Hanover: University Press of New England.
- Shusterman, Richard (1991a). The Fine Art of Rap. *New Literary History*, Vol. 22, No. 3, S. 613-632.
- Shusterman, Richard (1991b). Form and Funk: The Aesthetic Challenge of Popular Art. *British Journal of Aesthetics*, Vol. 31, No. 3, S. 203-213.
- Sicko, Dan (2010). *Techno Rebels: The Renegades of Electronic Funk*. Revised, updated. Detroit (Michigan): Painted Turtle.
- Simmel, Georg (1992). *Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung (Gesamtausgabe Band 11)*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- SINUS Institut (2018). *Informationen zu den Sinus-Milieus 2018*. https://www.sinus-institut.de/fileadmin/user_data/sinus-institut/Bilder/Sinus-Milieus_092018/2018-09-18_Informationen_zu_den_Sinus-Milieus.pdf; Zugegriffen: 21. Juli 2019.

- Small, Christopher (1998). *Musicking. The Meanings of Performing and Listening*. Middletown, Connecticut: Wesleyan University Press.
- Smith, Nigel E. (2004). And the Beat Goes on: An Introduction to French Techno Culture. *The French Review*, Vol. 77, Nr. 4, S. 730-741.
- Smudits, Alfred (2008). Soziologie der Musikproduktion. In: Gerhard Gensch et al. (Hrsg.), *Musikrezeption, Musikdistribution und Musikproduktion. Der Wandel des Wertschöpfungsnetzwerks in der Musikwirtschaft*. Wiesbaden: Gabler Verlag, S. 241-265.
- Snead, James (1990). Repetition as a figure of black culture. In: Henry Louis Gates, Jr (Hrsg.), *Black Literature and Literary Theory*. Reprint. New York [u.a.]: Routledge, S. 59-79.
- Soeffner, Hans-Georg (1992). Stil und Stilisierung. Punk oder die Überhöhung des Alltags. In: ders., *Die Ordnung der Rituale. Die Auslegung des Alltags 2*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 76-101.
- Soeffner, Hans-Georg (2004). Die Kultur des Alltags und der Alltag der Kultur. In: Friedrich Jaeger und Jörn Rüsen (Hrsg.), *Handbuch der Kulturwissenschaft. Themen und Tendenzen, Band 3*. Stuttgart: Verlag J. B. Metzler, S. 399-412.
- Soeffner, Hans-Georg/ Raab, Jürgen (2004). Kultur und Auslegung der Kultur. Kulturosoziologie als sozialwissenschaftliche Hermeneutik. In: Friedrich Jaeger und Jürgen Straub (Hrsg.), *Handbuch der Kulturwissenschaft. Paradigmen und Disziplinen, Band 2*. Stuttgart: Verlag J. B. Metzler, S. 546-567.
- Sommer, Andreas Urs (2016). *Werte. Warum man sie braucht, obwohl es sie nicht gibt*. Stuttgart: J. B. Metzler Verlag.
- Sommer, Andreas Urs (2016b). Werte sind verhandelbar. *Neue Zürcher Zeitung*, 14.03.2016.
- Söndermann, Michael (2010). *Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009*. Kurzfassung. Berlin: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie.
- Spinoza, Benedictus de (1977). *Die Ethik*. Revidierte Übersetzung von Jakob Stern. Stuttgart: Philip Reclam Jun.
- Sponheuer, Bernd (1987). *Musik als Kunst und Nicht-Kunst: Untersuchungen zur Dichotomie „hoher“ und „niederer“ Musik im musikästhetischen Denken zwischen Kant und Hanslick*. Kassel: Bärenreiter.
- Spsychiger, Maria B. (2017). From musical experience to musical identity: musical self-concept as a mediating psychological structure. In: Raymond MacDonald, David J. Hargreaves und Dorothy Miel (Hrsg.), *Handbook of Musical Identities*. Oxford: Oxford University Press, S. 267-287.
- Stadt Köln (2019). *LSBITQ als Wirtschaftsfaktor für Köln*. Köln: Stadt Köln, Amt für Integration und Vielfalt.
- Stahl, Geoff (2004). “It’s like Canada reduced”: setting the scene in Montreal. In: Andy Bennett und Keith Kahn-Harris (Hrsg.), *After Subculture: Critical Studies in Contemporary Youth Culture*. Basingstoke: Macmillan Education, S. 51-64.
- Stahl, Geoff (2007). Musicmaking and the City. Making Sense of the Montreal Scene. In: Dietrich Helms und Thomas Phleps (Hrsg.), *Sound and the city. Populäre Musik im urbanen Kontext*. Bielefeld: transcript Verlag, S. 141-159.

- Steer, Thorsten (2008). *Vinyl-Verkäufe gehen zurück*. <http://www.musikmarkt.de/Aktuell/News/Vinyl-Verkaeufe-gehen-zurueck>. Zugegriffen: 15. Januar 2016.
- Steinkrauß, Niko (2005). Wettbewerbsanalyse. In: Michel Clement und Oliver Schusser (Hrsg.), *Ökonomie der Musikindustrie*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag, S. 25-40.
- Sterne, Jonathan (2003). *The Audible Past: Cultural Origins of Sound Reproduction*. Durham: Duke University Press.
- Stöckler, Eva-Maria (2008). „Produkt Musik“. Eine musikwissenschaftliche Annäherung. In: Gerhard Gensch et al. (Hrsg.), *Musikrezeption, Musikdistribution und Musikproduktion. Der Wandel des Wertschöpfungsnetzwerks in der Musikwirtschaft*. Wiesbaden: Gabler Verlag, S. 267-292.
- Strachan, Robert (2007). Micro-independent record labels in the UK. Discourse, DIY Cultural Production and the Music Industry. *European Journal of Cultural Studies* 10, S. 245-265.
- Straub, Jürgen (2011). Identität. In: Friedrich Jaeger und Burkhard Liebsch (Hrsg.), *Handbuch der Kulturwissenschaft. Grundlagen und Schlüsselbegriffe, Band 1*. Stuttgart: Verlag J. B. Metzler, S. 277-303.
- Strauss, Anselm L. (1978). *Negotiations: Varieties, Processes, Contexts, and Social Order*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Strauss, Anselm L./ Corbin, Juliet (1990/ 1996). *Grounded Theory: Grundlagen qualitativer Sozialforschung*. Weinheim: Beltz.
- Straw, Will, (1991). Systems of articulation logics of change: Communities and scenes in popular music. *Cultural Studies*, Vol. 5 (3), S. 368–388.
- Straw, Will (2001). *Scenes and Sensibilities*. In: Public, Nr. 22/23, S. 245-257.
- Strübing, Jörg (2007). *Anselm Strauss*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Strübing, Jörg (2008). *Grounded Theory. Zur sozialtheoretischen und epistemologischen Fundierung des Verfahrens der empirisch begründeten Theoriebildung*. 2. überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Strübing, Jörg (2011). Zwei Varianten von Grounded Theory? Zu den methodologischen und methodischen Differenzen zwischen Barney Glaser und Anselm Strauss. In: Günter Mey und Katja Mruck (Hrsg.), *Grounded Theory Reader*. 2. aktualisierte und erweiterte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 261-277.
- Strübing, Jörg (2013). *Qualitative Sozialforschung*. München: Oldenbourg Verlag.
- Tadday, Ulrich (2004). Musikalische Körper – körperliche Musik. Zur Ästhetik auch der populären Musik. In: Helga de la Motte-Haber (Hrsg.), *Musikästhetik*. Laaber: Laaber Verlag, S. 395-407.
- Tapscott, Don (1997). *Die digitale Revolution: Verheißungen einer vernetzten Welt - die Folgen für Wirtschaft, Management und Gesellschaft*. Wiesbaden: Gabler.
- Tapscott, Don/ Williams, Anthony (2006). *Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything*. New York [u.a.]: Portfolio.
- Taylor, Timothy D. (2007). The Changing Shape of the Culture Industry; or, How Did Electronic Music Get into Television Commercials? *Television New Media*, 8, S. 235-258.
- Technics (2016). *Pressemitteilung – Technics Grand Class SL-1200G/GAE: Direktantriebener, Hi-Fi-optimierter Plattenspieler der nächsten Generation*.

- <http://www.technics.com/de/news/20160105-technics-sl-1200g/>. Zugegriffen: 23. August 2016.
- Théberge, Paul (2016). Listening as Gesture and Movement. In: Jens Gerrit Papenburg und Holger Schulze (Hrsg.), *Sound as Popular Culture: a Research Companion*. Cambridge [u.a.]: The MIT Press, S. 243-249.
- Thiel, Thomas (2018). Wo Prince um ein Kettenhemd feilschte. *Ruhr Nachrichten*. <https://www.ruhrnachrichten.de/dortmund/legenden-des-dortmunder-nachtlebens-orpheum-plus-1277702.html>. Zugegriffen: 04. Juli 2019.
- Thiel, Thomas/ Klüh, Jana (2018). Dortmunds Diskoszene, wie wir sie kennen, stirbt – aber das ist nicht schlimm. *Ruhr Nachrichten*. <https://www.ruhrnachrichten.de/dortmund/dortmunds-diskoszene-wie-wir-sie-kennen-stirbt-aber-das-ist-nicht-schlimm-plus-1359598.html>. Zugegriffen: 04. Juli 2019.
- Thornton, Sarah (1997). *Club cultures: music, media and subcultural capital*. 2nd reprint. Cambridge [u.a.]: Polity Press.
- Throsby, David (2001). *Economics and culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Titon, Jeff Todd (2008). Knowing Fieldwork. In: Timothy J. Cooley und Gregory Barz (Hrsg.), *Shadows in the field: new perspectives for fieldwork in ethnomusicology*. New York: Oxford University Press, S. 25-41.
- Toffler, Alvin (1970). *Future Shock*. New York [u.a.]: Bantam Books.
- Toffler, Alvin (1980). *The Third Wave. The Classic Study of Tomorrow*. New York [u.a.]: Bantam Books.
- Toop, David (1992). *Rap Attack. African Rap to global Hip-Hop*. New York: Serpent's Tail.
- Triandis, Harry C./ Leung, Kwok/ Villareal, Marcello J./ Clack, Felicia I. (1985). Allocentric versus idiocentric tendencies: convergent and discriminant validation. *Journal of Research in Personality*, Vol. 19, No. 4, S. 395-415.
- Tröndle, Martin (Hrsg.) (2018). *Das Konzert II. Beiträge zum Forschungsfeld der Concert Studies*. Bielefeld: transcript Verlag.
- Trost, Wiebke (2014). Time Flow and Musical Emotions. The Role of Rhythmic Entrainment. In: Marie-Luise Angerer et al (Hrsg.), *Timing of Affect: Epistemologies, Aesthetics, Politics*. Zürich [u.a.]: Diaphanes, S. 207-223.
- Tschmuck, Peter (2003). *Kreativität und Innovation in der Musikindustrie*. Innsbruck: Studien-Verlag.
- Tschmuck, Peter (2009). *Die Rezession in der Musikindustrie. Eine Ursachenanalyse*. <https://musikwirtschaftsforschung.wordpress.com/2009/06/25/die-rezession-in-der-musikindustrie-eine-ursachenanalyse/>. Zugegriffen: 13. November 2017.
- Tschmuck, Peter (2013a). Das 360°-Musikschaffen im Wertschöpfungsnetzwerk der Musikindustrie. In: Bastian Lange et al. (Hrsg.), *Akustisches Kapital. Wertschöpfung in der Musikwirtschaft*. Bielefeld: transcript Verlag, S. 285-315.
- Tschmuck, Peter (2013b). Is Streaming the Next Big Thing? Die Künstlerinnen-Perspektive. *Kollektion 2014 – Magazin für Musik und darstellende Kunst Wien*, S. 19-23.
- Uhlig, Sascha (2014). Über Musikproduktion. Interview mit Mate Galic und Ricardo Villalobos. *Groove*, Nr. 150, S. 52-55.

- Unicomb, Matt (2015). *Festivals cancel Ten Walls appearances*. <http://www.residentadvisor.net/news.aspx?id=29942>. Zugegriffen: 25. Januar 2016
- Überall, Frank (2008). *Der Klügel in der politischen Kultur Kölns*. Bonn: Bouvier Verlag.
- Van Quaquebeke, Niels/ Kerschreiter, Rudolf/ Buxton, Alice E./ van Dick, Rolf (2010). Two lighthouses to navigate: effects of ideal and counter-ideal values on follower identification and satisfaction with their leaders. *Journal of Business Ethics*, 93, S. 293-305.
- Van Quaquebeke, Niels/ Graf, Matthias M./ Kerschreiter, Rudolf/ Schuh, Sebastian C./ van Dick, Rolf (2014). Ideal Values and Counter-ideal Values as Two Distinct Forces: Exploring a Gap in Organizational Research. *International Journal of Management Reviews*, Vol. 16, S. 211-225.
- Verplanken, Bas/ Holland, Rob (2002). Motivated decision making: effects of activation and self-centrality of values on choices and behaviour. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 82, No. 3, S. 434-447.
- Verquer, Michelle L./ Beehr, Terry A./ Wagner, Stephen H. (2003). A meta-analysis of relations between person-organization fit and work attitudes. *Journal of Vocational Behavior*, Vol 63, No. 3, S. 473-447.
- Vester, Michael (2004). Soziale Ungleichheit, Klassen und Kultur. In: Friedrich Jaeger und Jörn Rüsen (Hrsg.), *Handbuch der Kulturwissenschaft. Themen und Tendenzen, Band 3*. Stuttgart: Verlag J. B. Metzler, S. 318-340.
- Vickers, Earl (2011). The Loudness War. Do Louder, Hypercompressed Recordings Sell Better? *J. Audio Eng. Soc.*, Vol. 59, No. 5, S. 346-351.
- Vitos, Botond (2015). The Dance Floor Experiment: Researching the Mediating Technologies and Embodied Experiences of Electronic Dance Music Events. *Popular Music and Society*, October 2015, S. 131-150.
- Vogt, Sabine (2005). *Clubräume – Freiräume. Musikalische Lebensentwürfe in den Jugendkulturen Berlins*. Kassel: Bärenreiter.
- Volkman-Schluck, Philip (2012). Wie die EM einer kleinen Band den Geldsegen bringt. *Welt*, 28.06.2012.
- Volkwein, Barbara (2003). *What's Techno? That's Techno!* Osnabrück: epos Verlag.
- Volkwein, Barbara (2016). Klangzeitgeschehen. Werkanalyse elektronischer Clubmusik. In: Kim Feser und Matthias Pasdzierny (Hrsg.), *Techno Studies. Ästhetik und Geschichte elektronischer Tanzmusik*. Berlin: b_books, S. 171-182.
- von Appen, Ralf (2007). *Der Wert der Musik. Zur Ästhetik des Populären*. Bielefeld: transcript Verlag.
- von Gehlen, Dirk (2011). *Mashup. Lob der Kopie*. Berlin: Suhrkamp Verlag.
- Voss, Arnold (2012). Die B3E-Story – oder wie das Bochumer Szeneviertel namens Bermudadreieck entstanden ist. *Ruhrbarone*. <https://www.ruhrbarone.de/die-b3e-story-oder-wie-das-bochumer-szeneviertel-namens-bermudadreieck-entstanden-ist-teil-1/44210>; Zugegriffen: 16. August 2019.
- Wallach, Jeremy (2011). *Metal rules the globe: heavy metal music around the world*. Durham, NC [u.a.]: Duke University Press.

- Walter, Klaus (2016). Fraktus – ein Techno-Mythos? Carsten Meyer und Jacques Palminger im Gespräch mit Klaus Walter. In: Kim Feser und Matthias Pasdzierny (Hrsg.), *Techno Studies. Ästhetik und Geschichte elektronischer Tanzmusik*. Berlin: b_books, S. 137-154.
- Waltz, Alexis (2014). Techno-Kapitalismus. So läuft der Tanz ums große Geld. *Groove, Nr. 149, Juli/August*.
- Waltz, Matthias (2001). Zwei Topographien des Begehrens: Pop/Techno mit Lacan. In: Jochen Bonz (Hrsg.), *Sound Signatures. Pop-Splitter*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, S. 214-231.
- Watkins, Holly (2011). Ecologies of Place and Placelessness. *Journal of the American Musicological Society, Vol. 64, No. 2 (Summer 2011)*, S. 404-408.
- Webster, Emma et al. (2018). *Valuing live music: The UK Live Music Census 2017 report*. Newcastle: Newcastle University Prints.
- Weheliye, Alexander G. (2005). *Phonographies: grooves in sonic afro-modernity*. Durham [u.a.]: Duke University Press.
- Weheliye, Alexander G. (2014). Engendering Phonographies: Sonic Technologies of Blackness. *Small Axe, 2014, Vol. 18, Nr 2 (44)*, S. 180–190.
- Weheliye, Alexander G. (2015). "White Brothers With No Soul" – Un Tuning the Historiography of Berlin Techno. *CTM 2015 Magazine*. <https://www.ctm-festival.de/news-mobile/white-brothers-with-no-soul-un-tuning-the-historiography-of-berlin-techno/>; letzter Zugriff: 29. Oktober 2019.
- Weinacht, Stefan/ Schneider, Beate (2007). Kooperation und Konkurrenz. Zum Verhältnis von Musik und Medien. In: Beate Schneider und Stefan Weinacht (Hrsg.), *Musikwirtschaft und Medien. Märkte – Unternehmen – Strategien*. Baden-Baden: Nomos, S. 7-16.
- Weiszäcker, Robert K./ Horvath, Michael (2018). Wertschöpfung. . *Gabler Wirtschaftslexikon*. <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/wertschoepfung-50306/version-273526>; Zugriffen: 10. Dezember 2018.
- Wellinger, Renzo, Gottfried, Gideon (2012). *Dance or Die!* www.musikmarkt.de/content/download/380871/7211942/version/2/file/Musikmarkt_Heft_4012_10_16.pdf. Zugriffen: 11. April 2015.
- Werckmeister, Otto Karl (1971). *Ende der Ästhetik*. Frankfurt am Main: Fischer.
- Werner, Julia (2001). Die Club-Party. Eine Ethnographie der Berliner Techno-Szene. In: Ronald Hitzler und Michaela Pfadenhauer (Hrsg.), *Techno-Soziologie*. Opladen: Leske + Budrich, S. 31-50.
- Westera, Wim (2013). *The Digital Turn. How the Internet Transforms Our Existence*. Bloomington: Authorhouse.
- Wicke, Peter (1987). *Anatomie des Rock*. Leipzig: Deutscher Verlag für Musik.
- Wicke, Peter (1997). »Let the sun shine in your heart« Was die Musikwissenschaft mit der Love Parade zu tun hat. *Die Musikforschung*, 50. Jahrg., H. 4, S. 421-433.
- Wicke, Peter (1998a). *Von Mozart zu Madonna. Eine Kulturgeschichte der Popmusik*. Leipzig: Gustav Kiepenheuer Verlag.
- Wicke, Peter (1998b). »Move your body« Über Sinn, Klang und Körper. *Referat auf dem Symposium »Sehen und Hören in der Medienwelt« der Gesellschaft für Ästhetik, Hannover 2.-4.10.1998*.

- Wicke, Peter (2007). Das Sonische in der Musik. *PopScriptum 10, Das Sonische - Sounds zwischen Akustik und Ästhetik.* https://www2.hu-berlin.de/fpm/popscrip/themen/pst10/pst10_wicke.pdf. Zugegriffen: 21. Oktober 2015.
- Wicke, Peter (2009). Der Tonträger als Medium der Musik. In: Holger Schramm (Hrsg.) *Handbuch Musik Medien*, Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH. S. 49 – 87.
- Wicke, Peter (2016). The Sonic: Sound Concepts of Popular Culture. In: Jens Gerrit Papenburg und Holger Schulze (Hrsg.), *Sound as Popular Culture: a Research Companion*. Cambridge [u.a.]: The MIT Press, S. 23-30.
- Wicke, Peter/ Ziegenrucker, Wieland, Ziegenrucker, Kai-Erik (2007). *Handbuch der populären Musik: Geschichte, Stile, Praxis, Industrie*. Mainz: Schott
- Wieder, Svenja (2013). *SFX übernimmt "Nature One"-Veranstalter i-Motion.* <http://www.musikmarkt.de/Aktuell/News/SFX-uebernimmt-Nature-One-Veranstalter-i-Motion>. Zugegriffen: 25. Januar 2016.
- Wikström, Patrik (2013). *The Music Industry: Music in the Cloud, 2nd edition*. Cambridge [u. a]: Polity Press.
- Wilke, Thomas (2013). Studio 54 in Münster, Exzesse in Westfalen? Über die Polyvalenz des Raumes im Medium „Diskothek“. In: Marcus S. Kleiner und Thomas Wilke (Hrsg.), *Performativität und Medialität Populärer Kulturen. Theorien, Ästhetiken, Praktiken*. Wiesbaden: Springer, S. 419-439.
- Wilke, Thomas (2014). Vom Platten- zum Datenreiter. Digitalisierung und DJing in populären Kulturen. In: Uwe Breitenborn et al. (Hrsg.), *Gravitationsfeld Pop. Was kann Pop? Was will Popkulturwirtschaft? Konstellationen in Berlin und anderswo*. Bielefeld: transcript Verlag, S. 61-79.
- Williams, Justin A. (2009). “You never been on a ride like this befo”: Los Angeles, automotive listening, and Dr. Dre’s “G-Funk”. *Popular Music History, Bd. 4, 2*, S. 160-176.
- Williams, Raymond (1958). *Culture and Society 1780 -1950*. London: Chatto & Windus.
- Williamson, John/ Cloonan, Martin (2007). Rethinking the music industry. *Popular Music, Volume 26/2*, S. 305-322.
- Winter, Carsten (2011). Von der Push- zur Pull-Kultur(-innovation). In: Karin Janner et al. (Hrsg.), *Social Media im Kulturmanagement. Grundlagen. Fallbeispiele, Geschäftsmodelle, Studien*. Heidelberg: mitp Verlags GmbH, S. 149-189.
- Winter, Carsten (2012). How media prosumers contribute to social innovation in today's new networked music culture and economy. *International Journal of Music Business Research*, Oct. 2012, vol. 1 no. 2, S. 46-73.
- Winter, Carsten (2013). Die Entwicklung der Medien als „Ursachen“ und als „Wesen“ musikbezogener Wertschöpfung. In: Bastian Lange et al. (Hrsg.), *Akustisches Kapital. Wertschöpfung in der Musikwirtschaft*. Bielefeld: transcript Verlag, S. 321-347.
- Winter, Carsten (2013b). Über den Sinn und die Notwendigkeit normativer Medienkulturfor- schung in der Kommunikationswissenschaft. In: Matthias Karmasin et al. (Hrsg.), *Normativität in der Kommunikationswissenschaft*, Wiesbaden: Springer VS, S. 303-328.
- Winter, Rainer (2010a). *Der produktive Zuschauer. Medienaneignung als kultureller und ästheti- scher Prozess*. Köln: Von Halem.

- Winter, Rainer (2010b). Ein Plädoyer für kritische Perspektiven in der qualitativen Forschung. *Forum Qualitative Sozialforschung*. In: Günter Mey und Katja Mruck (Hrsg.), *Qualitative Forschung – 10 Jahre Berliner Methodentreffen*. Wiesbaden: Springer VS, S. 117-132.
- Witkin, Robert W. (2003). *Adorno on Popular Culture*. London/New York: Routledge.
- Wöhe, Günther/ Döring, Ulrich (2010). *Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre*. 24. überarbeitete und aktualisierte Auflage. München: Verlag Franz Vahlen.
- Wohltmann, Hans-Werner/ Steven, Marion/ Piekenbrock, Dirk/ Peukert, Helge (2018). Produktionsfaktoren. *Gabler Wirtschaftslexikon*. <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/produktionsfaktoren-45598/version-268889>; Zugegriffen: 11. Dezember 2018.
- Woodcock, George (1962). *Anarchism: A History of Libertarian Ideas and Movements*. Cleveland und New York: The World Publishing Company.
- Zagorski-Thomas, Simon (2012). Musical Meaning and the Musicology of Record Production. In: Dietrich Helms und Thomas Phleps (Hrsg.), *Black Box Pop: Analysen populärer Musik*. Bielefeld: transcript Verlag, S. 135-148.
- Zahner, Nina Tessa (2006). *Die neuen Regeln der Kunst. Andy Warhol und der Umbau des Kunstbetriebs im 20. Jahrhundert*. Frankfurt am Main: Campus Verlag.
- Zeiner-Henriksen, Hans T. (2010). Moved by the Groove: Bass Drum Sounds and Body Movements in Electronic Dance Music. In: Anne Danielsen (Hrsg.), *Musical Rhythm in the Age of Digital Reproduction*. Farnham: Ashgate, S. 121 –139.
- Ziemer, Jörg (1997). Delikte im Bereich synthetischer Drogen in Duisburg. In: Werner Wicher (Hrsg.), *Dokumentation der Suchtprophylaxe-Fachtagung vom 18.9.1996 zum Thema Mode-, Partydrogen und Jugendkultur und weiterführende Materialien*. Duisburg: Stadt Duisburg, Jugendamt, S. 52-54
- Zill, Rüdiger (2003). Produktion/ Poiesis. In: Karlheinz Barck et al. (Hrsg.), *Ästhetische Grundbegriffe: Historisches Wörterbuch in sieben Bänden*. Stuttgart, Weimar: Metzler, S. 40-86.
- Zukin, Sharon (1995). *The Cultures of Cities*. Oxford: Blackwell.
- Zukin, Sharon (2010). *Naked City. The Death and Life of Authentic Urban Places*. Oxford: Oxford University Press.

14.3 Dokumentationen und Filme

- Argentiero, Dino (2012). *Fuckmybeatz: Nightlife in Frankfurt*. Schmerbeck Filmproduktion
- Badham, John (1977). *Saturday Night Fever*. Paramount Pictures.
- Bredow, Gary (2006). *Detroit High Tech Soul. The Creation of Techno Music*. Plexi Film.
- Campana, Paolo (2011). *Vinylmania. Wenn das Leben in 33 Umdrehungen pro Minute läuft*. good!movies
- Cappelutti, Roberto/ Herrmann, Broka (1995). *Im Techno Rausch – 60 Stunden Dauerparty*. ARD.
- Claasen, Maja (2006). *Feiern – Don't forget to go home*. HFF Konrad Wolf.
- Dammertz, Tanja (2013). *Tomorrowland. Disney World für Partypeople*. Spiegel TV. <https://www.spiegel.de/video/tomorrowland-video-99010544.html>; Zugegriffen: 05. Mai 2019.
- Fiennes, Sophie (2012). *Slavoj Žižek: The Pervert's Guide to Ideology*. P Guide Productions, Zeitgeist Films.
- Frears, Stephen (2000). *High Fidelity*. Touchstone Pictures, Working Title Films, Dogstar Films.
- Haupt, Joachim (1993). *Technocity - Ein Wochenende in der Berliner Szene*. SFB. <https://vimeo.com/2852069>. Zugegriffen: 19. August 2016.
- Hiller, Arthur (1970). *Love Story*. Paramount (Universal Pictures).
- ID&T (2018). Tomorrowland 2018 Aftermovie. *YouTube* <https://www.youtube.com/watch?v=HkyVTxH2fIM>. Zugegriffen: 07. Mai 2019.
- ID&T (2019). Tomorrowland 2019 Aftermovie. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=hvIq3PTJWxs>. Zugegriffen: 07. Mai 2019.
- Kappeller, Thomas/ Züger, Sebastian (2006). *We Built This City. A Documentary on Electronic Music Made in Cologne*. Kiepenheuer & Witsch.
- Katzer, Phillipp/ Thiele, Anne (2019). Fusion - Ein Festival kämpft für Freiheit ohne Polizei. *Y-Kollektiv, YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=x53pwDg4350>; Zugegriffen: 20. August 2019.
- Leone, Sergio (1966). *Zwei glorreiche Halunken*. Produzioni Europee Associate, United Artists.
- Lyschik, Christine (2009): *Zeitgeist Stammheim*. Hochschule Darmstadt. <https://www.youtube.com/watch?v=D8JxGUR5iqk>; Zugegriffen: 25. Juni 2015.
- Mischer, Britta/ Yuriko, Nana (2012). *Bar 25 – Tage außerhalb der Zeit*. 25films, Arden Film.
- Pailhe, Dimitri (2014). *Willkommen im Club – 25 Jahre Techno*. Bellota Films, ARTE France.
- Pietrobono, Anthony (2019). Tomorrowland 2019 – What It's Actually Like. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=ySWetg2Dp-g>; Zugegriffen: 13. Oktober 2019.
- Rehkopf, Julia (2017). Illegale Techno-Raves in Köln. *Y-Kollektiv, YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=N-3B-7cAkFI>; Zugegriffen: 15. Februar 2018.
- Rütt, Achim (2016). PollerWiesen – Die Geschichte einer Party. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=203o85JksGM>; Zugegriffen: 04. Mai 2019.
- Sextro, Maren/ Wick, Holger (2006). *A documentary film about Richie Hawtin*. In: Slices – The electronic music magazine. Sense Music & Media.
- Sextro, Maren/ Wick, Holger (2008). *We call it Techno! A documentary about Germany's early techno scene and culture*. Sense Music & Media.

Stöhr, Hannes (2008). *Berlin Calling*. Movienet Film.

Thurston, Mike (2019). Does Tomorrowland Live Up To The Hype? | 2019 Review. *YouTube*.
https://www.youtube.com/watch?v=KfqwxK_GB-Q; Zugegriffen: 13. Oktober 2019.

14.4 Diskographie

- 10dens (2013). *Arbol Del Tule*. BergWacht Records: BW 002.
- A Number of Names (1981). *Sharevari*. Capriccio Records: P-928.
- Acid, Rob (2012). *Prometheus EP*. Babiczstyle: Babiczstyle005.
- Ada (2004). *Maps*. In: *Blondie*. Areal Records: Areal026.
- Alle Farben feat. Graham Candy (2014). *She moves (Far away)*. Synesthesia: SYN001.
- Alter Ego (2004). *Rocker*. Klang Elektronik: KLANG 84 ltd.
- Âme (2006). *Rej (A Hundred Birds Remix)*. Defected: DFTD138.
- Ananda, Gabriel (2013). *Let It In And Let It Out*. Suara: SUARA097.
- Ananda, Gabriel (2014). *Field*. Click Records: CR001.
- Ananda, Gabriel & Cio D'or (2006). *Lauschgoldengel*. Treibstoff: Treibstoff 62.
- Antitainment (2005). *Themesong*. In: *Cooler Plattentitel*. Unknown Records: 0012.
- Aphex Twin (1999). *Windowlicker*. Warp Records: WAP105.
- Audion (2006). *Mouth to Mouth*. Spectral Sound: SPC-39.
- Auntie Flo (2012). *Sun Ritual*. In: *Speicher 72*. Kompakt Extra: KOM EX 72.
- Avidan, Asaf (2012). *One day/ Reckoning song (Wankelmut Remix)*. Four Music: 88765410992.
- Bäumel, Patrice (2007). *Just Electricity*. Trapez: TRAPEZ 073.
- Bäumel, Patrice (2014). *Vertigo*. In: *Speicher 81*. Kompakt Extra: KOM EX 81.
- Bambaataa, Afrika & The Soul Sonic Force (1982). *Planet Rock*. Metronome: 0930.087.
- Battles (2007). *Mirrored*. Warp Records: WARP CD156.
- Battles (2011). *Gloss Drop*. Warp Records: WARP CD212.
- Bellini (1997). *Samba de Janeiro*. Virgin: DINS D 165.
- Boman, Axel (2011). *ABBA 002*. Studio Barnhus: BARN 005.
- Brandt Brauer Frick (2010). *You Make Me Real*. Studio !K7: !K7278CD.
- Brandt Brauer Frick Ensemble (2011). *Mr. Machine*. Studio !K7: !K7286CD.
- Cash, Johnny (2002). *Hurt*. In: *American IV: The Man Comes Around*. American Recordings, Lost Highway: 063 339-2.
- Cerrone (1976). *Love in C minor*. Malligator: 773 801.
- Charly Lownoise & Mental Theo (1994). *Wonderfull Days*. Polydor: 851 372-2.
- The Chemical Brothers (1999). *Hey boy, hey girl*. In: *Surrender*. Virgin: 7243 8 47610 2 8.
- Chymera (2013). *Under the Slip*. In: *Speicher 76*. Kompakt Extra: KOM EX 76.
- Cocker, Joe (1969). *With a little help from my friends*. In: *With a little help from my friends*. Polydor: 184 220.
- Coma (2009). *Crystal*. In: *Crystal EP*. Kompakt: KOM 199.
- Coma (2011). *Gravity*. In: *Gravity EP*. Kompakt: KOMPAKT 236.
- Commodores (1984). *Nightshift*. Motown: ZC 69281.
- Cooper, Max (2009). *Stochastisch Serie*. Traum Schallplatten: TRAUM V117.
- Craig, Carl & von Oswald, Moritz (2008). *ReComposed*. Deutsche Grammophon: 476 691 3.
- Cyberonik (1992). *Thrash*. Plus 8 Records: plus8016.

Cybotron (1981). *Alleys of your mind*. Deep Space Records: 107043X.

Cybotron (1983a). *Clear*. Fantasy: D-216.

Cybotron (1983b). *Enter*. In: *Enter*. Fantasy: F-9625.

Cybotron (1984). *Techno City*. Fantasy: D-226.

Daft Punk (1995/1997). *Da Funk*. In: *Homework*. Virgin: V 2821.

Darude (1999). *Sandstorm*. 16 Inch Records: SIRCDS1601.

Der Dritte Raum (1998). *Hale Bopp*. Virgin: 7243 8 95256 6 3.

Der Dritte Raum (2008). *Swing Bop*. Save to Disc Recordings: STD 101.

Die Shitlers (2017). *Bochum Hamme*. In: *This Is Bochum, Not L.A.* Weltgast: INDIGO LP 147481.

Die Vögel (2009). *Blaue Moschee*. Pampa Records: PAMPA 001.

Divine (1982). *Shoot your Shot*. Metronome: 0930.099.

Divine (1983). *Love Reaction*. Metronome: 813 821-1.

DJ Koze aka Monaco Schranze (2003). *Der Säger von St. Georg*. In: *Speicher 11*. Kompakt Extra: KOM EX 11.

DJ Koze (2007). *Mariposa*. In: *Total 8*. Kompakt: KOM 160.

DJ Koze (2009). *40 Love*. In: *Total 10*. Kompakt: KOM 200.

DJ Koze (2010). *Der Wallach*. In: *Total 11*. Kompakt: KOM 220.

DJ Koze (2013). *Amygdala*. Pampa Records: PAMPA CD007.

DJ Rolando aka The Aztec Mystic (1999). *Jaguar*. In: *Knights Of The Jaguar EP*. Underground Resistance: UR-049.

Doering, Dirty (2010). *I would*. In: *Bar 25 – Tage außerhalb der Zeit*. Bar25: Bar25-15.

Dorau, Andreas (1997). *So ist das nun mal*. In: *70 Minuten Musik ungeklärter Herkunft*. ElektroMotor: 531 171-2.

Efdemin (2007). *Efdemin*. Dial: dial CD 10.

Eulberg, Dominik (2013). *Noch ein Bass im Ärmel*. Herzblut Recordings: HERZ 30-6.

Eurythmics (1983). *Sweet dreams (are made of this)*. In: *Sweet dreams (are made of this)*. RCA: RCD 25447.

Evil Hinko (2009). *Ratzefummel*. In: *Ratzefummel E.P.* Gedankensport: GDS005-6.

Fake, Nathan (2004). *The Sky Was Pink (Holden Remix)*. Border Community: 06BC.

Faki, Len (2009). *BX 3*. In: *Berghain 03 Part II*. Ostgut Ton: o-ton23.

Fatboy Slim (2008). *The Rockafeller Skank*. In: *You've Come A Long Way, Baby*. Skint: SKI 491973 2.

Fingers Inc. (1988). *Can you feel it*. Jack Trax: JTX 20.

Fisherspooner (2001/2000). *Emerge*. International Deejay Gigolo Records: Gigolo 27561.

Flo Rida & David Guetta (2010). *Club can't handle me*. Atlantic: 075678899904.

Francesco Tristano (2011). *Bachcage (Moritz Von Oswald & Lawrence RMX)*. Deutsche Grammophon: 028947644002.

Garnier, Laurent (2000). *Man with the Red Face*. F Communications: F 119.

Garrix, Martin (2013). *Animals*. Tiger Records: 4250117633752.

Gater (2002). *Taboo*. In: *Taboo EP*. Dekathlon Records: DEKA 003.

Gebrüder Teichmann (2004). *Dance and More*. In: *Speicher 25*. Kompakt Extra: KOM EX 25.

Girl Talk (2010). *All Day*. Illegal Art: IA123.

Goosen, Frank (2007). *Nicht schön, aber direkt*. In: *A40 – Geschichten von hier*. Roof Music: RD 2733306.

Green Velvet (2013). *Bigger than Prince*. Circus Recordings: CIRCUS028.

Guetta, David (2009). *When love takes over* feat. Kelly Rowland. Virgin: 509999640662 5.

Guetta, David (2009b). *Sexy Bitch* feat. Akon. Virgin: 509993065592 8.

Guetta, David (2009c). *One Love*. EMI: 509996853722.

Guetta, David (2011). *Titanium* feat. Sia. EMI: 5099908389428.

Guns'n'Roses (2008). *Chinese Democracy*. Black Frog/ Geffen Records: 0602517906075.

Hasselhoff, David (2015). *True Survivor*. Universal Music: 00602547175052.

Hemmann, Marek (2009). *Gemini*. Freude am Tanzen: FAT 042.

Henneberg, Andreas (2013). *Driss*. Heinz Music: Heinz Music 010.

Henneberg, Andreas (2013b). *Skirmish*. Heinz Music: Heinz Music 010.

Henry, Pierre & Colombier, Michel (1967). *Psyché Rock*. In: *Pour le temps présent et musiques concrètes pour Maurice Béjart*. Philips: 836.893 DSY

Henry, Pierre & Colombier, Michel (1995/2000). *Psyché Rock*. Philips: 465 905-2.

Human Resource (1991). *The Dominator*. Logic Records: 614 828.

Inner City (1988a). *Good Life*. Virgin: 0-96591.

Inner City (1988b). *Big Fun*. KMS: KMS 015.

Inner City (1989a). *Ain't Nobody Better*. 10 Records, Virgin: 612 234.

Inner City (1989b). *Do You Love What You Feel*. 10 Records, Virgin: 612 428.

The Jackson 5 (1970). *ABC*. Tamla Motown: 1C 054-91532.

Jones, Grace (1985). *Slave to the rhythm*. In: *Slave to the rhythm*. Manhattan Records: 1A 062-24 0447 1.

Kalkbrenner, Paul & Kalkbrenner, Fritz (2008). *Sky and Sand*. BPitch Control: BPC 185.

Kendricks, Eddie (1973). *Girl you need a change of mind*. Tamla: T 54230F.

Ke\$ha (2009). *Tik Tok*. RCA, Sony Music: 88697 61904 2.

Kiss (1979). *I was made for lovin' you/ Hard times*. Casablanca: NB 983.

Klangkarussell (2012). *Sonnentanz*. Stil Vor Talent: SVT088.

Klingande (2013). *Jubel*. B1 Recordings: 06025 3759510 5.

Klock, Ben (2009). *Subzero*. Ostgut Ton: o-ton19.

Kraftwerk (1977). *Trans Europa Express*. In: *Trans Europa Express*. Kling Klang: 1C 064-82 306.

Lady Gaga (2013). *Artpop*. Interscope Records: 602537543045.

Laserkraft 3D (2010). *Nein, Mann*. We Play: 88697 78077 2.

Legowelt (2002). *Disco Rout*. In: *Tangent 2002: Disco Nouveau*. Ghostly International: GI-7.

Leonhard, Lars (2013). *Thunderbolt*. <https://www.youtube.com/watch?v=HFT7ATLQQx8>

Zugegriffen: 28. August 2015

Liebing, Chris (1999a). *The Real Schranz Part 1*. CLAU: CLAU01.

Liebing, Chris (1999b). *The Real Schranz Part 2*. CLAU: CLAU02.

Liebing, Chris (1999c). *The Real Schranz Part 3*. CLAU: CLAU03.

Liebing, Chris (2007). D. In: *A, B, C, D EP Part 2*. CLR: CLR17.

Lopez, Jennifer feat. Jadakiss & Styles (2002). *Jenny from the block*. Epic: EPC 673281 5.

Lost Frequencies (2015). *Are you with me*. Kontor Records: 1065064KON.

Lützenkirchen (2008). *3 Tage wach*. Stil Vor Talent: SVT 019.

M|A|R|R|S (1987). *Pump up the volume*. 4AD: BAD 707.

Madonna (2005). *Confessions on a Dancefloor*. Warner Bros. Records: 9362-49460-2.

Magda (2005). 48 Hour Crack In Your Bass. In: *Stop*. M_nus: MINUS 35.

Magda (2006). *She's a Dancing Machine*. M_nus: Minus 43 CD.

Manowar (1992). Metal Warriors. In: *The Triumph of Steel*. Atlantic: 7567-82423-2.

Mark'Oh (1994). *Tears don't lie*. Peace Records: 851 236-2.

Marusha (1994). *Over The Rainbow*. Low Spirit Recordings: 859 887-2.

Masseyeff, Nicolas (2010). *No more time (Gabriel Ananda Remix)*. Herzblut Recordings: HERZBLUT 018.

Mayer, Michael (2001). Hush Hush Baby. In: *Total 3*. Kompakt: KOM 40.

McCoy, Van & The Soul City Symphony (1975). *The Hustle*. Avco: AV-4653.

McWilliams, Leland (2011). *Viva la Revolucion (Matthew Dekay Remix)*. Potobolo Records: PTBL044

Meinhardt, Marcus (2012). Endjoy. In: *Bar 25 – Tage außerhalb der Zeit*. Bar25: Bar25-23CD.

Meloboy (2005). *Hot Love*. NovaMute: 12NOMU143.

Mills, Jeff (2005). *Blue Potenzial (Live With Montpellier Philharmonic Orchestra)*. Satélite K: SATKCD053.

Minilogue (2013). *Everything Is All You've Got*. Cocoon Recordings: CORCD033.

Miss Kittin & The Hacker (1998). Frank Sinatra. In: *Champagne! E.P.* International DeeJay Gigolo Records: Gigolo 11.

Moby (1991). *Go*. Outer Rhythm: FOOT 15.

Model 500 (1985a). *No UFOs*. Metroplex: M-001.

Model 500 (1985b). *Night Drive (Thru Babylon)*. Metroplex: M-002.

The Modernist (2006). Pearly Spencer. In: *Total 7*. Kompakt: KOMPAKT 140.

Mollono.Bass (2011). *The Smiling Shaman*. Acker Records: ACKER RECORDS 22-1.

Money Boy (2018). *Ich bin Rich*. Twentyone Entertainment: kein LC.

Moroder, Giorgio (1979). $E=MC^2$. In: $E=MC^2$. Casablanca: NBLP 7169.

Moskwa TV (1985). *Tekno Talk*. Westside Music: WESTSIDE 21010.

Motor (2008). Ice. In: *Speicher 62*. Kompakt Extra: KOM EX 62.

Mülheim Asozial (2013). Mülheim bleibt dreckig. In: *Familie und Beruf*. Twisted Chords: tc 105.

New Order (1983). *Blue Monday*. Factory: FAC 73.

Niconé & Braemer, Sascha (2012). Thank you. In: *Bar 25 – Tage außerhalb der Zeit*. Bar25: Bar25-23CD.

Nine Inch Nails (1994). Hurt. In: *The Downward Spiral*. Nothing Records, Interscope Records: 92346-2.

Nirvana (1991). Smells like teen spirit. In: *Nevermind*. Sub Pop: DGCD 24425.

No Doubt (2012). *Push and Shove*. Interscope Records: 0602537124220.

Nu (2012). Who loves the sun. In: *Bar 25 – Tage außerhalb der Zeit*. Bar25: Bar25-23CD.

Oceana (2012). *Endless Summer*. Embassy Of Music: 5053105283026.

Octave One feat. Lisa Newberry (1990). *I Believe*. Transmat: MS-10.

Omi (2014). *Cheerleader (Felix Jaehn Remix)*. Ultra Records: 88875 07544 2.

Osuna, Paco (2008). Orbeat. In: *Orbeat*. Plus 8 Records: plus8096.

Pachanga Boys (2011). Time. In: *Girlcatcher*. Hippie Dance: HIPPIE DANCE 02.

Pachanga Boys (2012). *Christine*. Hippie Dance: Hippie Dance 03 Special Edition.

Paape, Jürgen (2002). *So weit wie noch nie*. Kompakt: KOM 62.

Paape, Jürgen (2006). Take That. In: *Total 7*. Kompakt: KOMPAKT 140.

Pantha Du Prince (2010). *Black Noise*. Rough Trade: RTRADCD544.

Pooley, Ian (2000). *Coração Tambor*. V2: VVR5014086.

Preston, Billy & Wright, Syreeta (1979). *With You I'm Born Again*. Motown/ EMI Electrola: 1C 006-63 589.

The Prodigy (1992). *Out of Space*. Blow Up: INT 125.976.

Rhythm Controll (1987). *My House*. Catch A Beat Records: 2160.

Rinôçérôse (1999). *Installation Sonore*. V2: VVR1007221.

Ripley, Claire (2013). *Make or Break (Patrick Chardronnet Remix)*. Audiomatique Recordings: AMCD 05.

Robotnick, Alexander (1983). *Problèmes d'amour*. ZYX Import: 0701.

Ry/ Wiedemann, Frank (2012). Howling (Âme Remix). In: *Howling EP*. Innervisions: IV39.

Samin (2007). *Heater*. Get Physical Music: GPM074.

Schnuffel das total süße Eichhörnchen (2008). Wichtig. In: *Leben auf der Überholspur*. Expertenmusik International: kein LC.

Silver Convention (1975). *Fly, Robin, Fly*. Jupiter Records: 16 362 AT.

Spears, Britney (2013). *Britney Jean*. RCA: 88843 00119 2.

States of Mind (1990/2008). *Elements of Tone*. Plus 8 Records: PLUS8001wav.

Stefan, Nicolas (2009). Closer. In: *Speicher 65*. Kompakt Extra: KOM EX 65.

Stewart, Rod (1978). *Da ya think I'm sexy?* Warner Bros. Records: WB 17 277.

Stojan, Nico (2012). Ginkhoe. In: *Bar 25 – Tage außerhalb der Zeit*. Bar25: Bar25-23CD.

Studio Braun (2005). *Bierchen*. Nobistor: keine Angabe.

Summer, Donna (1975). *Love to love you baby*. Casablanca: NB 7034.

Summer, Donna (1977). I feel love. In: *Can't We Just Sit Down (And Talk It Over)*. Casablanca: NB 884.

Super Flu, Dortmunder Philharmoniker, Philipp Armbruster (2014). *Volkwein*. Monaberry: MO-NA026.

Superpitcher (2001). Heroin. In: *Heroin*. Kompakt: KOM 35.

Superpitcher (2002). *More Tomorrow*. In: *Yesterday*. Kompakt: KOM 66.
 Superpitcher (2004). *Baby's on Fire*. Low Spirit Recordings: LS | DMD | 04 | 005.
 Sylvester (1978). *You make me feel (Mighy real)*. Fantasy: BZ 4405.
 Ten Walls (2014). *Walking With Elephants*. BOSO: BOSO001D.
 Tenor, Jimi (1995). *Take my baby*. PIAS Benelux: 678.0085.22.
 Terje, Todd (2004). *Eurodans*. Soul Jazz Records: SJR 102-12
 The Beach Boys (1966). *Sloop John B*. In: *Pet Sounds*. Capitol Records: STK 74 147.
 The Beach Boys. (1967/1981). *And then I kissed her*. In: *Beach Boys Greatest Hits*. Capitol Records: PLAY.1013.
 The Beatles (1967/ 1977). *With a little help from my friends*. In: *Sgt. Peppers Lonely Hearts Club Band*. Apple Records: 1C 072-04 177.
 The Black Eyed Peas (2009). *I gotta feeling*. Interscope Records: 0602527131580.
 The Walter Murphy Band (1976). *A Fifth of Beethoven*. In: *A Fifth of Beethoven*. Private Stock: 1C 062-98.279.
 Thomas, Tobias/ Mayer, Michael (2009). *Total 9*. In: *Total 10*. Kompakt: KOM 200.
 Tiga & Zyntherius (2001). *Sunglasses at night*. In: *Sunglasses EP*. International Deejay Gigolo Records: Gigolo 80.
 T.Rex (1971). *Hot Love*. Ariola: 14 896 AT.
 Uffie (2006). *Hot Chick*. In: *Hot Chick/ In Charge*. Ed Banger Records: ED 012.
 Underground Resistance (1991). *Waveform E.P.* Underground Resistance: UR 004.
 U96 (1992). *Das Boot*. Polydor: 513185-2.
 Various (1988). *Techno! The New Dance Sound of Detroit*. 10 Records, Virgin: 303 322-406.
 Various (1993). *Tresor II: Berlin-Detroit: A Techno Alliance*. NovaMute: NMCD 3006.
 Various (1998). *The Sound of Cologne Vol. 1*. Sound of Cologne Records: SOC 01.
 Various (1999a). *Elektronische Musik aus Buenos Aires*. Traum Schallplatten: TRAUMCD 1.
 Various (1999b). *The Sound of Cologne Zwei*. Sound of Cologne Records: SOC 02.
 Various (2000). *Schaffelfieber*. Kompakt: KOMPAKT CD8.
 Various (2003a). *Schaffelfieber 2*. Kompakt: KOMPAKT 82.
 Various (2003b). *The Sound of Cologne Three*. Sound of Cologne Records: SOC 03.
 Various (2009). *The Sound of Cologne Vol. 4*. Sound of Cologne Records: SOC 04.
 Various (2012). *Bar 25 – Tage außerhalb der Zeit*. Bar 25: Bar25-23CD.
 Vera* & Villalobos, Ricardo (2013). *Rambutan*. Assemble Music: AS-04.
 Voigt, Wolfgang (2011). *Kafkatrax 3.2*. Kafkatrax: KAFKATRAX 3.
 Wamdue Project (1997/1999). *King of my Castle*. Urban: 563 891-2.
 Wassermann (1997). *Fackeln im Sturm*. Profan: PROFAN 017.
 Wassermann (2003). *Hot Love*. In: *Schaffelfieber 2*. Kompakt: KOMPAKT 82.
 Werding, Juliane (1972). *Am Tag als Conny Kramer starb*. Hansa Record: 10 927 AT.
 Whirlpool Productions (1996). *From: Disco To: Disco*. Ladomat 2000: Ladomat 2044.
 Wighnomy Brothers (2004). *Wurz + Bloss*. In: *Speicher 19*. Kompakt Extra: KOM EX 19.

Wood, Lilly and the Prick (2014). *Prayer in C (Robin Schulz Remix)*. Tonspiel, Warner Music Central Europe: 5054196-2011-2-8.

Wu-Tang Clan (2015). *Once Upon a Time in Shaolin*. Ohne Label (Eigenveröffentlichung): kein LC.

X-102 (1992). *The Rings of Saturn*. Tresor: Tresor 4.

15 Anhang

15.1 Fragebogen und Interviewleitfäden

15.1.1 Fragebogen Produzierende

- Welcher Jahrgang bist Du?
- Hattest Du Musikunterricht oder bist Du Autodidakt? Wenn ja, welches Instrument?
- Was für eine Ausbildung und/oder (Hoch-)Schulabschluss hast Du?
- Was für Musik hast Du im Laufe Deines Lebens gehört?
(Genres und Bands können angegeben werden)
- Welche davon intensiv?
- In welchen musikalischen Szenen hast Du Dich bisher bewegt?
- In welchen musikalischen Szenen bewegst Du Dich zurzeit?
- Hast Du vor Techno Musik gemacht? Wenn ja, was für welche?
- Hast Du andere Projekte? Wenn ja, welcher Art?
- Auf welchen Labels veröffentlichst Du?
- Bist Du GEMA-Mitglied?
- Bist Du VUT-Mitglied?
- Bist Du Mitglied in einer anderen Gesellschaft?

15.1.2 Fragebogen Partizipierende

- Welcher Jahrgang bist Du?
- Hattest Du Musikunterricht oder bist Du Autodidakt? Wenn ja, welches Instrument?
- Was für eine Ausbildung und/oder (Hoch-)Schulabschluss hast Du?
- Welchem Beruf gehst Du nach?
- Was für Musik hast Du im Laufe Deines Lebens gehört und gekauft?
(Genres und Bands können angegeben werden; gerne mit Jahreszahl)
- Welche davon intensiv?
- In welchen musikalischen Szenen hast Du Dich bisher bewegt?
- In welchen musikalischen Szenen bewegst Du Dich zurzeit?
- Welchen musikbezogenen Aktivitäten (auflegen, musizieren, hören, machen, weggehen, bloggen, veranstalten, etc) gehst Du nach?
- Wie viel Geld gibst Du pro Monat für,...
 - Tonträger aus:
 - Konzerte aus:
 - Clubbesuche aus:
 - Merchandise aus:
 - Musikmagazine aus:
- Wie viel Zeit verbringst Du im Monat für...
 - Tonträger/ Musik hören:
 - Konzertbesuche:
 - Clubbesuche:
 - Musikmagazine/ Blogs lesen:

15.1.3 Interviewleitfaden Produzierende

Akteur

- Wie bist Du zu Techno gekommen?
- Was war die Motivation für die Labelgründung?
- Wie und womit produzierst Du?
- Wie viel Geld hast Du für Produktionsequipment bisher geschätzt ausgegeben?
- Wie viel Zeit investierst Du für einen Track?
- Wie wählst Du Stücke für ein DJ-Set aus?
- Kannst Du von Deinem Schaffen leben?
- Welche Jobs hattest Du vor oder während Deiner Labelarbeit?
- Was motiviert Dich zur Kulturproduktion?
- Wie verlief Deine künstlerische Entwicklung?
- Mit welchen Schwierigkeiten sahst Du Dich in Deiner Karriereentwicklung konfrontiert? Hattest Du Probleme künstlerisch Fuß zu fassen?
- Wie sorgst Du für Deine Rente vor?

Musik

- Wie konnte Techno zu einem weltweiten Thema werden? Worin liegt Deiner Ansicht die Nachhaltigkeit/ Produktivität von Techno?
- Wie hat Techno den Mainstream Deiner Meinung nach beeinflusst?
- Hat Techno heutzutage noch ästhetische Relevanz außerhalb des Genres?
- Wie entstehen Hypes oder Trends im Techno?
- Wie geht ihr als Label und Musiker mit Hypes und Trends im Techno um?
- Was macht einen authentischen, resp. glaubwürdigen Track ästhetisch aus?
- Was macht einen unauthentischen, resp. unglaubwürdigen Track ästhetisch aus?
- Was macht einen relevanten Track ästhetisch aus?
- Was macht einen irrelevanten Track ästhetisch aus?

Netzwerk

- Wie erklärst Du Dir das Wiedererstarken des öffentlichen Interesses an der Clubkultur?
- Gibt es heutzutage mehr Produzenten als Mitte der 1990er?
- Was kann zu einem Ausschluss aus der Techno-Szene führen? Was sollte man als Techno-Produzent/-Distributor nicht machen?

Label

- Wie habt ihr Euch (Labelbetreiber) kennen gelernt?
- Wolltest Du mit dem Label und Deiner Musik ein bestimmtes Publikum erreichen?
- Auf welchen social network-Plattformen bist oder warst Du aktiv?

- Wofür nutzt Du diese Plattformen?
- Wie geht Ihr mit Uploads Eurer Tracks auf YouTube oder Soundcloud um? Lasst ihr es zu oder bekämpft ihr es? Warum?
- Wie beeinflusst das weltweite Technoszene euer Label und deren VÖs?
- Welche Rolle spielen Netzwerke für Euer Schaffen?
- Wie wichtig sind persönliche Bekanntschaft oder Freundschaft in Euerm Handeln?
- Wie ist [Label] international vernetzt?
- Wie kommen neue Musiker zu Euch, resp. wie entdeckst Du sie?
- Was muss ein Musiker/ Projekt/ Band mitbringen, um bei Euch gesignt zu werden?
- Wer macht Euer Booking?

Lokale Szene

- Wie kam es dazu, dass Köln euer erster Standort war?
- Warum der Umzug nach Berlin?
- Wie hat sich House/ Techno in Köln entwickelt?
- Wie kam Köln zu der prominenten Stellung innerhalb der weltweiten Technoszene?
- Gibt es einen Wettbewerb oder Verdrängung unter den Kölner Labels?
- Wie erklärst Du Dir die Koexistenz so vieler Techno-Labels in Köln?
- Wie ist Euer Verhältnis zu den anderen Kölner Labels?
- Gilt das für Techno im Generellen? Koexistenz statt Exstinktion
- Wie beeinflusst das lokale Technonetzwerk euer Label?
- Wie unterscheidet sich der Kölner zum Berliner Sound?

Industrie

- Wie ist die Technomusikwirtschaft strukturiert? Hierarchisch oder Netzwerk?
- Diverse Studien besagen, dass Indies mehr Glaubwürdigkeit und Authentizität als Majors genießen. Warum ist das Deiner Meinung nach so?
- Wie würdest Du das Verhältnis von Käufer/ Hörer und Label in Techno beschreiben?

Unternehmung

- Wie hat eure Labelarbeit angefangen? Wann wurde es gegründet?
- Wie ging Eure Entwicklung hin zur Bekanntheit vonstatten?
- Wie ging der Weg zur Professionalisierung vonstatten?
- Wie arbeitet ihr? Wie teilt ihr eure Arbeit auf?
- Welche Qualifikation braucht man, um für ein Technolabel wie [Name] zu arbeiten?
- Wie generiert ihr Aufmerksamkeit für das Label und die VÖs?
- Wie wählst Du Stücke für VÖs aus?
- Wie hoch sind die durchschnittlichen Produktionskosten einer Veröffentlichung?
- Wie groß ist der Zeitraum zwischen Produktion und Veröffentlichung?
- Wie viele Veröffentlichungen bringt ihr pro Jahr heraus? Warum?

- Wie viele Platten werden pro VÖ gepresst?
- Wie viele Platten verkauft ihr im Durchschnitt?
- Wie viele MP3s verkauft Ihr im Durchschnitt?
- Decken die Verkäufe die Kosten? Erzielen sie Gewinne?
- Wie hoch ist die Flop-Rate oder gibt es so etwas überhaupt? Warum?
- Wie relevant sind Platten noch für Techno?
- Hast Du Entscheidungen hinsichtlich VÖs schon einmal zurückgenommen? Warum?
- Wie hat sich die Digitalisierung der Musikproduktion und -distribution auf Euer Schaffen und Geschäft ausgewirkt?
- Spürt Ihr Verluste oder Gewinne durch MP3-DJs? Nimmt diese Entwicklung zu?
- Verkauft ihr mehr Vinyl oder MP3s?
- Wie unterscheiden sich die Käufertypen?
- Glaubst Du, dass physische Inhalte aussterben werden? Warum?
- Wie sieht heutzutage die Arbeit eines Techno-Labels aus? Ist das die reine Herstellung von Tonträgern oder mittlerweile mehr? (Dienstleistungen, etc)
- Wie finanziert sich [Label]?
- Gibt es freie Inhalte von Euren Labels? Was für welche? Warum?
 - Ist die Nutzung mehrerer Kanäle und Ökonomien (monetär/ symbolisch) eine bewusste Entscheidung?
 - Konntest Du Effekte aufgrund der freien Inhalte feststellen?
- Wie ist die Technomusikwirtschaft mit der Majormusikindustrie verflochten? Weisen Eure Verkäufe eine 80-20-Verteilung auf? Funktioniert euer Label nach dem Paretoprinzip, dass wenige VÖs den Rest finanzieren? Warum?
- Wie unterscheidet sich die Technomusikwirtschaft von der Major-Musikindustrie?
- Bildet Techno die Struktur der Musikindustrie im Kleinen ab?
- Hat sich die Technomusikwirtschaft gewandelt? Wie?
- Mit welchen Schwierigkeiten sieht sich ein Technolabel heutzutage konfrontiert?
- Wie sehen die Vorteile eines Indies aus?
- Wie sehen die Nachteile eines Indies aus?
- Wird [Label] jemals Hardstyle oder Hardcore verkaufen? Warum?

15.1.4 Interviewleitfaden Partizipierende

- Beschreibe doch bitte Deine Musiksozialisation!
- Wie bist Du zu Techno gekommen?
- Warum gehst Du den genannten musikbezogenen Aktivitäten nach?
- Hattest Du noch mal versucht, ein Instrument zu spielen oder Musik zu machen?
- Was war die Motivation für...[Aktivität]? Skizziere doch bitte kurz die Entwicklung
- Hast Du versucht, dass Hobby zu professionalisieren? Warum?
- Hattest Du Schwierigkeiten mit Deiner Arbeit Fuß zu fassen? Erklären!
- Was motiviert Dich zur Kulturproduktion?
- Bist Du mit Deinen Aktivitäten in ein Netzwerk eingebunden? Teilt Dein Freundeskreis Deine Interessen?
- Welche Bedeutung hat dies für Dich?

- Was schätzt Du oder was reizt Dich an der Musik Techno?
- Was schätzt Du oder was reizt Dich an der Kultur Techno?
- Unterscheidest Du zwischen Indie- und Majorthemen? Warum?
- Was macht Techno für Dich relevant?
- Was macht Techno für Dich unrelevant?
- Was macht Techno für Dich authentisch?
- Was macht Techno für Dich unauthentisch?
- Wann lehnt Du Technomusik ab? Wann gefallen Sie Dir nicht?
- Welche waren die bestimmenden Trends seit 2000?
- Was hältst Du persönlich von Hypes?
- Woher kennst Du Technomusiker?
- Wann folgst Du einem Label oder einem Musiker nicht mehr? [Musik, Sell Out, etc]
- Kaufst Du Tonträger/ Musik bestimmter Labels? Warum?
- Was zeichnet den Kölner Technosound aus? Unterscheidet er sich zum Berliner?
- Wie konnte Techno zu einem weltweiten Thema werden? Worin liegt Deiner Ansicht die Nachhaltigkeit/ Produktivität von Techno?
- Welche Art von Tonträgern kaufst Du und warum? Auch digital?
- Warum kaufst Du physische Tonträger?
- Kaufst Du Special Editions? Warum?
- Kaufst Du Technoalben? Seit wann?
- Glaubst Du, dass physische Inhalte aussterben werden? Warum?
- Wie entdeckst Du neue Musik? Wie wirst Du auf sie aufmerksam?
- Wann schenkst Du Musik Aufmerksamkeit?
- Wo hast Du Dein Wissen über Musik her? Warum überhaupt dieses Spezialwissen?
- Warum sammelst Du Musik?
- Was hältst Du von freien Inhalten?
- Hörst Du Musik über YouTube und kaufst Sie im Anschluss bei Gefallen? Warum?
- Was zeichnet Indieszenen oder großer Indiekulturen aus sozialer und ästhetischer Sicht aus?
- Wie würdest Du die Position/ Rolle des Fans im Techno und Indie-Bereich beschreiben?
- Wie beeinflussen die Fans eine Szene?
- Wie würdest Du das Verhältnis von Konsumenten und Produzenten im Techno charakterisieren? Gilt das auch für andere Indie-Kulturen?
- Beteiligst Du Dich an Szenediskussionen? Wie und warum?
- Hat sich die Musikwelt Deiner Ansicht nach gewandelt?
- Würdest Du als Beobachter sagen, dass die Musikwelt demokratischer geworden ist?
- Diverse Studien besagen, dass Indies mehr Glaubwürdigkeit und Authentizität als Majors genießen. Warum ist das Deiner Meinung nach so?
- Wie würdest Du reagieren, wenn ein von Dir geschätztes Label plötzlich Musik à la Swedish House Mafia oder David Guetta veröffentlichte?

15.2 Interviewverzeichnis und Interviewtranskripte

APA: Aufnahme Interview Annika
CRA: Aufnahme Interview Felix, Isabel und Jörg
DMA: Aufnahme Interview Dirk
GAA: Aufnahme Interview Gabriel
GCA: Aufnahme Interview Georg
GBA1: Aufnahme 1 Interview Guido
GBA2: Aufnahme 2 Interview Guido
GBA3: Aufnahme 3 Interview Guido
GBA4: Aufnahme 4 Interview Guido
GLA: Aufnahme Interview Gunnar
KHA: Aufnahme Interview Kathleen:
KKA1: Aufnahme 1 Interview Kevin
KKA2: Aufnahme 2 Interview Kevin
KKA3: Aufnahme 3 Interview Kevin
KKA4: Aufnahme 4 Interview Kevin
KKA5: Aufnahme 5 Interview Kevin
LLA: Aufnahme Interview Lars
MSA: Aufnahme Interview Marco
MMA1: Aufnahme 1 Interview Martin
MMA2: Aufnahme 2 Interview Martin
MMA3: Aufnahme 3 Interview Martin
MASA: Aufnahme Interview Massimo
MSCHA: Aufnahme Interview Michael
PHA: Aufnahme Interview Peta
RRA1: Aufnahme 1 Interview Riley
RRA2: Aufnahme 2 Interview Riley
RRA3: Aufnahme 3 Interview Riley
RFA1: Aufnahme 1 Interview Romain
RFA2: Aufnahme 2 Interview Romain
TSA1: Aufnahme 1 Interview Thomas
TSA2: Aufnahme 2 Interview Thomas
TAA: Aufnahme Interview Timo
ÜHA: Aufnahme Interview Ümit:
WV: schriftliche Antwort Wolfgang

Einige Aufnahmen mussten aufgrund äußerer Einflüsse unterbrochen werden. Dies ist anhand der fortlaufenden Nummerierungen ersichtlich. Die Aufnahmen und Transkripte befinden sich auf dem der Dissertation beigelegten Datenträger.

15.3 Glossar

303 (Roland TB-303):

Roland TB-303 ist ein analoger Basssynthesizer, der eigentlich für Gitarrist*innen konzipiert wurde, aber am Markt versagte. Allerdings ist dieser Synthesizer für die Genres Acid House und Acid Techno konstituierend, die den synthetischen und stark modulierbaren Klang der 303 in den Fokus rücken.

808 (Roland TR-808):

Die Roland TR-808 ist eine Drum Machine, die in elektronischer Tanzmusik genutzt wird. Ihr Klang wird eher mit House assoziiert.

909 (Roland TR-909):

Die Roland TR-909 ist eine Drum Machine, die in elektronischer Tanzmusik genutzt wird. Ihr Klang wird eher mit Techno assoziiert.

A&R (Artist & Repertoire):

Bei Plattenfirmen zuständig für die Entdeckung neuer Musiker*innen, Bewertung der Demos, Budgetierung von Marketing- wie Promotionmaßnahmen und Festlegung und Controlling von Verkaufszielen.

Ableton (Live):

Ableton Live der Firma Ableton ist sowohl eine DAW-Software als auch ein Sequenzer, der für Auftritte verwendet werden kann.

Afterhour:

Afterhour bezeichnet sowohl eine Veranstaltung elektronischer Tanzmusik, die erst früh morgens oder mittags beginnt, als auch eine Zusammenkunft im Anschluss an eine Party, um wahlweise die Party zu verlängern oder sich von hier gemeinsam zu erholen.

Artistpool:

Bezeichnung für die Summe an assoziierten oder dazugehörigen Musiker*innen eines Labels oder einer Bookingagentur.

Artwork:

Die grafisch-malerische Gestaltung der Verpackung einer Veröffentlichung. Dies umfasst die Hülle, Booklet oder Inlay und mittlerweile auch digitale Bilder für MP3-Veröffentlichungen.

Backstage:

Abgetrennter Bereich bei einem Veranstaltungsort, der zur Umkleide, Vorbereitung und dem Rückzug von Musiker*innen dient.

Backstock:

Bezeichnung für unverkaufte, meist ältere Tonträger, deren Aussicht auf Verkauf gering ist.

Beatmatching:

Das Synchronisieren von zwei Tracks elektronischer Tanzmusik mittels Plattenspieler, CD-Player oder digitalen Auflegedispositiven zur Erzeugung fließender Übergänge.

Bedroom Producer:

Bezeichnung für Produzent*innen/ Musiker*innen, die in ihrer Wohnung aufnehmen.

Black Music:

Sammelbezeichnung für vornehmlich afroamerikanische Popgenres wie modernen R&B und Soul sowie Hip-Hop.

Boiler Room:

Ein YouTube-Channel, der Live-Sets von DJs und Produzent*innen meist mit Tänzer*innen präsentiert.

Booking/ Booker*in:

Booking bezeichnet sowohl das Anbieten und Buchen von Musiker*innen. Diese werden durch Booking-Agenturen angeboten. In der Regel fragen Booker*innen von Clubs bei Booking-Agenturen nach Musiker*innen an.

Booking Fee:

Gebühr, die durch eine Booking Agentur erhoben und von der Gage der Musiker*innen abgezogen wird.

Bootleg:

Bootleg bezeichnet in der elektronischen Tanzmusik einen rechtlich nicht geklärten Remix meist aus einem anderen Genre. Bootlegs können Mash Ups ähneln. In der Regel werden Bootlegs nur in kleinen Stückzahlen gepresst und unter einem Pseudonym veröffentlicht.

Booklet:

Bezeichnung für das eingeschobene oder beigefügte Heft einer CD, welches oftmals auch Träger des Coverartworts ist.

Build-Up:

Teil des Breakdowns in welchem der Rhythmus wieder aufgebaut wird.

cheesy:

Umgangssprachlich für „kitschig“ oder „billig“.

Cherrypicking:

Die Übernahme der lukrativsten und erfolgreichsten Musiker*innen oder Labels bspw. in einen Vertriebskatalog.

Creative Commons:

Creative Commons ist eine gemeinnützige Organisation, die unterschiedliche Standard-Lizenzverträge anbietet. Die Nutzenden können dabei modular ihren Vertrag erstellen.

Crate Digging

Umg. Bezeichnung für das Suchen bzw. Graben nach Vinyl in den Plattenkisten

Cubase:

DAW-Software der Firma Steinberg.

Cover:

- a) Cover wird oft im Sinne von Neuinterpretation gedeutet.
- b) Die Hülle einer Veröffentlichung oder das Booklet einer CD.

DAW (Digital Audio Workstation):

Bezeichnung für computerbasierte Musikprogramme zur Aufnahme, Produktion, Mischung und Mastering

deep/ Deepness:

Schwer zu beschreibender Begriff, der im Sinne von subjektiv empfundener kompositorischer oder musikcharakterlicher Tiefe gedeutet werden kann. Deepness bildet den Gegenpart zu „oberflächlich“.

Discogs:

Discogs ist eine Datenbank für Diskografien und Marktplatz für rare Veröffentlichungen.

Division:

dt. Abteilung. Divisions und Subdivisions sind in Bezug auf die Musikindustrie Sublabels der Majors, die entweder gegründet oder aufgekauft wurden, um in einem Musikmarkt einzusteigen.

CDJ-2000 (Pioneer CDJ-2000):

Digitaler DJ-CD-Player der Firma Pioneer.

Drop:

Strukturabschnitt elektronischer Tanzmusik, der nach einem abgeschlossenen Klimax eines Breakdowns folgt und dabei eine Impulspause, die Hinzunahme der konstituierenden Beats und des Basses umfasst.

Dubplate:

Bezeichnung für eine Schallplatte, die entweder als Einzelstück oder in geringen Auflagen gepresst wird. Dubplates dienen dadurch zum einen des Antestens von Tracks, zum anderen der Bewerbung einer Veröffentlichung vor dem regulären Markteinführungszeitpunkt.

Dubstep:

Genre elektronischer (Tanz-)Musik mit mittlerem Ausgangstempo (150 – 170 bpm) und Breakbeats als konstituierenden Beats. Ein Charakteristikum von Dubstep ist das Half-Time, welches über die Snare realisiert wird, die keinen Backbeat spielt und nur auf der dritten Zählzeit erklingt. Dubstep sog. rückt Wobble-Bässe in den Vordergrund (vgl. Mathei 2012, S. 150).

Edit:

Illegaler Remix eines Stücks, welcher nur auf das komplette Ausgangsstück und nicht einzelne Spuren zurückgreifen kann. Häufig werden gewisse Teile gesampelt und mit zusätzlichen Instrumenten und Rhythmen versehen.

Fluffig:

Bezeichnet eher polyrhythmische Stücke ohne aggressive Klänge, die die Tänzer*innen in einem moderat bewegten Tanzfluss halten.

Geniale Dilletanten:

Die Bezeichnung verweist auf das Festival „Die große Untergangsshow – Festival Genialer Dilletanten“ am 04. September 1981 und die dort auftretenden experimentellen Bands und Musiker*innen wie etwa Einstürzende Neubauten oder Die Tödliche Doris.

Goa:

Goa bezeichnet ein Genre elektronischer Tanzmusik, das seinen Ursprung auf der gleichnamigen indischen Halbinsel hat. Goa ist ein Trancesubgenre mit hohem Ausgangstempo, 8tel- und 16tel-Basslines sowie indischen oder folkloristischen und psychedelischen Elementen (vgl. Mathei 2012, S. 144).

Hype:

Hype kann sowohl als schnelle Verbreitung und Aufmerksamkeitsgenerierung eines Phänomens (Lied, Musiker*in, Genre, Club, etc), als auch ein substanzloses, aufgebauschtes Phänomen verstanden werden. Beide Bedeutungen können aber auch zusammenfallen.

Lo-Fi:

Abk. f. Low Fidelity, dt. niedrige Auflösung. Bezeichnung für ein Aufnahmeverfahren, welches mit einfachen technischen Mitteln arbeitet oder so klingt, als ob einfache Mittel zur Aufnahme eingesetzt wurden. Bezieht sich auf den Klang nicht die Musik.

Long Run:

Bezeichnung für die Veröffentlichungsdauer von Tonträgern, die Jahre nach ihrer eigentlichen Veröffentlichung noch entdeckt und gekauft werden.

Low Cut (Filter):

Tiefensperre. Filter, der die Bassfrequenzen unterhalb einer festgelegten Grenzfrequenz dämpft.

Off-Location:

Ein nicht für Partys konzipierter Veranstaltungsort.

Oldschool:

Nostalgische Bezeichnung in unterschiedlichen populärmusikalischen Genres für Musik aus der Anfangszeit der Genres, resp. die Ausprägung des Genres zu dieser Zeit.

Peaktime:

Der Zeitpunkt einer Party, an dem die meisten Gäste anwesend sind.

Press & Distribution Deal:

Bezeichnet in diesem Fall die Praxis, dass Labels ihre Tonträger über einen Vertrieb in Auftrag geben, der diese verteilt und die Verkäufe mit den Produktions- und Distributionskosten verrechnet.

Psytrance:

siehe: Goa

Residency/ Resident:

Eine Residency ist ein festes Engagement von DJs in einem Club oder bei einer Party. Solche DJs werden Resident-DJs oder Residents genannt.

Release:

Engl. Veröffentlichung; Bezeichnung für Tonträgerveröffentlichungen.

Royalties:

Engl. f. Tantiemen.

Sample Pack:

siehe: Sound Library

Sell Out:

Der künstlerische Ausverkauf von Musiker*innen oder Genres zugunsten heteronomer Praktiken und größerer Gewinnaussichten.

Set:

Auch: DJ-Set. Das Pendant der elektronischen Tanzmusik zum Konzert.

Slices:

DVD-Reihe des Magazins Electronic Beats, welches von T-Mobile finanziert wird.

SoundCloud:

SoundCloud ist eine Plattform zum Hören und Downloaden von Musik.

Sound Library:

Kommerzielle Zusammenstellungen oder Datenbanken von Audioklängen, die zur digitalen Komposition genutzt werden.

Speed:

auch: Pep; umgangssprachliche Bezeichnung für die leistungssteigernde Droge Amphetamin.

Special Editions:

Sonderauflagen von Tonträgern, die meist limitiert und speziell gestaltet sind. Dies kann sich sowohl auf farbiges Vinyl als auch besondere Gestaltungen des Covers beziehen. Ggf. werden solche Veröffentlichungen auch Beigaben beigelegt oder in speziellen Verpackungen vertrieben. Special Editions verfügen gegenüber regulären Veröffentlichungen oft über mehr und/oder andere Stücke.

Split-EP:

Bezeichnung für Tonträger, auf denen mehrere Musiker*innen/ Bands vertreten sind. Oft wird dabei jeweils eine Seite einer Schallplatte mit den Stücken einer Musiker*in/ Band versehen.

Spontan Open Air:

Eine Open Air-Veranstaltung elektronischer Tanzmusik, die in der Regel tagsüber durchgeführt wird. Es existieren sowohl rechtlich geduldete, als auch illegale Spontan Open Airs. Da solche Veranstaltungen mehrere Tage/ Wochen zuvor geplant und einige Tage vorher beworben werden, dient die Spontaneität eher der Absicherung im Sinne einer spontanen Zusammenkunft oder Spontandemo, die nach dem Versammlungsrecht nicht anmeldepflichtig sind.

Stagediving:

Von der Bühne springen, um vom Publikum gefangen und auf den Händen durchgereicht werden.

Subdivision:

siehe: Division

Tool:

Bezeichnung für funktionale Technotracks, die über wenig kompositorischen Einfallsreichtum verfügen und durch ihre Härte oder Dringlichkeit bestechen.

Track:

Bezeichnung für Stücke elektronischer Tanzmusik. Im Vergleich zu Songs verfügen diese über andere Strukturformen und -teile, die von einer AB- oder ähnlichen Songform abweichen. Stattdessen besitzen Tracks Strukturelemente wie Mixing-Areas, Breakdowns oder sukzessiv horizontal aufbauende Verlaufsteile.

Treibend:

Bezeichnet eher polyrhythmische Stücke, die die Tänzer*innen in einem intensiv bewegten Tanzfluss halten.

Vinylsleeve:

Papierschutzhülle einer Schallplatte.

Visuals:

Bezeichnung für Licht- und Videoprojektionen bei Partys/ Veranstaltungen, die von sog. VJs (Videojockeys) umgesetzt werden.

VST:

Abk. f. „Virtual Studio Technology“. Bezeichnung für ein Software-Protokoll zur computerbasierten Musikproduktion. VST ist der Industriestandard und wurde von der Firma Steinberg eingeführt. Via VST-PlugIns lassen sich virtuelle Instrumente und Effekte ansteuern.

VJ:

siehe: Visuals

Warm-Up:

In der Regel das erste DJ-Set bei einer Party oder Veranstaltung, welches in die Partynacht einführen und die Gäste zum Tanzen animieren soll. Bei einem Warm-Up halten sich DJs idealerweise in punkto Intensität zurück.

12inch:

Bezeichnung für Vinyl-Maxis im zwölf Zoll-Format.

15.4 Erwähnte Techno/ House-Musiker*innen dieser Studie

Ada	Cosmic	Orgasm	Geo
Adam Freeland	Soundsystem		George Morel
Aennigma	Cybotron		Gitte Verführt
Afir Yusuf	D-Nox & Beckers		Gus Gus
Ahmet Sisman	Daniel Steinberg		Hans Nieswandt
Akufen	Dave Clark		HD Substance
Alex Cortex	Denis Stockhausen		Heiko Voss
Alexander Kowalski	Denki Groove		Henson
Alle Farben	Dennis Herzing		Herb LF
Âme	Dennis Siemion		Hi-Spin
Andre Kraml	Der Diskotier		Hrdvision
Ante Perry	Der Dritte Raum		Hufschlag und Braun
Antony Rother	Derrick May Desiree		Ian Pooley
Arjun Vagale	Dieter Polen		Ingmar Koch (Dr. Walker)
Asun Sharma	Digitalmusikanten		Ingo Sänger
ATB	Dirk Leyers		Jake Fairley
Axel Boman	Dirk Middeldorf		Jake the Rapper
Basic Channel	Dirty Doering		Jamie Jameson
Basteroid	DJ Bleed		Jan-Eric Kaiser
Beanar	DJ Hell		Jeff Mills
Ben Klock	DJ Hooligan/ Da Hool		Jo Saurbier
Benjamin Brunn	DJ Jauche		Jörg Burger
Benjamin Pferd	DJ Koze		Johannes Heil
Benno Blom	DJ Rush		John Acquaviva
Black is beautiful	Dominik Eulberg		John Daly
Bleed	Dr. Motte		John Tejada
Bosi	Ed Dust		John Talabot
Brandt, Brauer, Frick (Ensemble)	Eddie „Flashin“ Fowles		Josh Wink
Breger	Efdemin		Jürgen Paape
Bushwacka	Ellen Allien		Juan Atkins
Carl Cox	Eric D.Clark		Juliet Sikora
Carl Craig	Extrawelt		Justice
Carsten Helmich	Fab!o		Justus Köhncke
Cem Oral	Fairmont		Kaito
Coma	Falko Brocksieper		Karotte
Cora S.	Felix Da Housecat		Kid Paul
Cosmic Baby	Frank Martiniq		Klangbausteine
	Gabriel Ananda		

Klaus Fiehe
Kölsch
Konfekt
Krischan Wesenberg
Kudios & Hütten-
hausen
Larry Heard
Len Faki
Loco Dice
Luciano
Luke Cass
Maceo Plex
Manuel Tur
Marcel Janovsky
Marcus Sur
Mario De Bellis
Mark Spoon
Marko Fürstenberg
Martin Buttrich
Marusha
Matthew Boone
Matthew Jonson
Matthias Schaffhäuser
Mattias Aguayo
Mauricio
Max Cooper
Melanie di Tria
Meloboy
Mia
Michael Mayer
Microtrauma
Mijk van Dijk
Minilogue
Model 500
Moguai
Monika Kruse
MSL
Nathalie de Borah
Nhar

Nico Stojan
Nicolas Jaar
N'to
Oliver Klein
Oracles
Paavo & Lauter
Pachanga Boys
Pantha du Prince
Pantone
Pascal F.E.O.S.
Paul Kalkbrenner
Paul van Dyk
Pazul
Pentatonix
Peter Dinklage
Phil Fuldner
Pional
Prodelay
Quartier Midi
Ralf Odermann
Ramin
Ramon Zenker
Reinhardt Voigt
Resistance D.
Ricardo Villalobos
Richie Hawtin
Riley Reinhold
Robert Babicz
Robin O'Really
Roger Sanchez
Roman Flügel
Ronald Christoph
Roosevelt
Rüde Hagestein
Ryan Davis
Samin
Schaeben & Voss
Seth Troxler
Sheldon

Solomun
Steffen Irrlinger
Superglass
Superpitcher
Super Flu
Sven Pulser
Sven Väth
Takiri Shido
Talla2XLC
Tanith
Tasman
Ten Walls
Terrible
The Loose Fits
The MFA
Thomas Geier
Thomas Schaeben
Till Krüger
Timboletti
Tobias Becker
Tobias Koth
Tobias Thomas
Todd Terje
Toomsen
Triple R
Tube & Berger
Ümit Han
Underground Re-
sistance
Vhymes
Wankelmut
Westbam
Westpark Unit
Whirlpool Production
Whomadewho
Wighnomy Brothers
Willem

Wolfgang Voigt (GAS,
Love Inc, Mike Ink,
Wassermann, etc)

Wolle XDP

Woody

Ziel 100

Zuckermann

3Phase

15.5 Erwähnte Techno/ House-Labels der Studie

1st Decade Records	FIRM	Minus
100% Pure	Force Inc!	Morr Music
200 Records	Freude am Tanzen	Motor
Acidicted	Fumakilla	Multicolour
Acid Tracks	Get Physical	Nightclubbing Music
AR	Grokenberger Records	No-One
Areal	Harthouse	Opaque
Automatik-Datamatik	Harvest	Oslo
Bar 25 Records	Heinz Music	Ostgut Ton
Basmati	Hidden Hawaii	Ovum
Basic Channel	Innervisions	Pampa
Be an ape	IRR	Paso
Beach Coma	Italic	Perlon
Bergwacht	Karmarouge	Planetvision Records
Bine	Katermukke	Platzhirsch
Border Community	Keine Musik	Profan
Boxer Recording	Kickboxer	Sender
BPitch Control	Kittball	Studio 1
Cadenza	Klangfarbe Schallplatte	Substatic
Cecille	Kompakt	Substation Records
Cocoon	Kontor	Tellray
Copycow	Ladomat	Transatlantik
Crime City	Lebensfreude	Trapez
Cripple Finger Records	Liebe + Detail	Trapez Limited
DIAL	Lost Vegas	Traum Schallplatten
Diametral	Low Spirit	Treibstoff
DIYnamic	MBF	Ultimae Records
DOS or die	Meerestief	Ware
Ed Banger	Metroplex	WARP
Elektrotribe	MfS	
Farside Records	Mild Pitch	
Fassade Records	Mille Plateux	

15.6 Clubs, Partys, Veranstaltungen

- Amsterdam, ADE Amsterdam Dance Event
Arnsberg, Cult
Berlin, Bar 25
Berlin, Berghain
Berlin, Bunker
Berlin, Bunt getrieben
Berlin, Dice Club
Berlin, Die Ständige Vertretung
Berlin, Eimer
Berlin, Elektro
Berlin, e-werk
Berlin, Golden Gate
Berlin, Jonny Knüppel
Berlin, Kater Holzig
Berlin, Kitkat-Club
Berlin, Klangsucht
Berlin, Klunkerkranich
Berlin, Kosmonaut
Berlin, Lupita
Berlin, Panorama Bar
Berlin, Planet
Berlin, Sisyphos
Berlin, Süß.War gestern
Berlin, Tekknozid
Berlin, Tresor
Berlin, Ufo
Berlin, UR Wedding
Berlin, Watergate
Berlin, Weekend
Berlin, WMF
Bochum, Apartment 45
Bochum, Bauernhof Schattbachstraße
Bochum, Eve Bar, I love my pony, Superheroes, Audiophil
Bochum, Kulturcafé, Tunes!
Bochum, Lumen (später Casa Electronica)
Bochum, Planet
Bochum, Primetime
Bochum, Ratskeller
Bochum, Ruhrpuls-Festival
Bochum, Rotunde
Bochum, Rotunde, N.A.T.U.R.-Festival
Bochum, Stargate (jetzt Projekt X), Why so serious?, Static, Licht Ist Musik Ist Abenteuer
Bochum, Tarm-Center
Bochum, Theater unter Tage, Tanzpalast
Dortmund, Bungalow Club
Dortmund, Cosmotopia
Dortmund, Orpheum
Dortmund, Versteck (später Royal Bambi)
Dortmund, Westfalenpark, Juicy Beats
Dortmund, Zu-House Club
Duisburg, Landschaftspark Nord, Phuture Club
Düsseldorf, Home
Düsseldorf, Poison-Club
Düsseldorf, Tor 3
Erfurt, Zentrum-Club
Essen, 19Down
Essen, Baikonur
Essen, Cadosa
Essen, Essence Club
Essen, Elysium
Essen, Flamingo
Essen, Frohnatur
Essen, Goethebunker
Essen, Hotel Shanghai
Essen, Rote Liebe
Frankfurt, Omen
Gelsenkirchen, Groove Club
Kassel, Aufschwung Ost
Kassel, Stammheim
Köln, Bergwacht
Köln, Coco Schmitz
Köln, Cosmic Orgasm Party
Köln, Elevator Partys
Köln, Gatorave-Partys
Köln, Gebäude 9
Köln, Gewölbe
Köln, Iz
Köln, Klick-Klack Club
Köln, Liquid Sky, Elektrobunker
Köln, Odonion
Köln, Papierfabrik
Köln, Raveclub
Köln, Rhein-Rhythmik
Köln, Schrebergarten
Köln, Space-Partys
Köln, Studio 672
Köln, Subway

Köln, Total Confusion
Köln, Treibstoff Club
Köln, Warehouse
Köln, 200-Club
Krefeld, Königsburg
Lärz, Fusion Festival
Manchester, Hacienda
Mülheim/ Ruhr, AZ,
Tanzrapid
Mülheim/ Ruhr,
Ringlokschuppen, Hüf-
tengold
Oberhausen, Druckluft,
Bang!, Beatplantation
Oberhausen, Old Dad-
dy
Oberhausen, Ruhr in
Love
Oberhausen, Turbinen-
halle (Cosmo-Club)
Winterberg, Die Grube
Würzburg, Airport