Die Techno-Szene

Ein jugendkulturelles Phänomen aus sozialwissenschaftlicher Perspektive

Dissertation zur Erlangung des Doktorgrades (Dr. rer. soc.)
des Fachbereichs Gesellschaftswissenschaften der Justus Liebig-Universität Giessen

Vorgelegt von

Erik Meyer

aus Gießen

1998
Man muß diese versteinerten Verhältnisse dadurch zum Tanzen zwingen, daß man ihnen ihre eigene Melodie vorsingt!

Karl Marx

Für die jüngeren Deutschen und Europäer ist Berlin vor allem eine heitere und aufregende Stadt, die sie von Klassenreisen, Fußballspielen oder auch von der Love-Parade her kennen. Auch und gerade an diese Traditionen wollen wir anknüpfen, wenn wir Berlin zur Hauptstadt einer Republik der Neuen Mitte machen wollen.

Gerhard Schröder
# Inhaltsverzeichnis

1 **EINLEITUNG** .......................................................... 1
  1.1 Problem und Perspektive ........................................ 1
  1.2 Stand der Forschung ............................................. 3
  1.3 Konzeptualisierung der Vorgehensweise ....................... 7
    1.3.1 Konstitutive Fragestellungen .............................. 7
    1.3.2 Methodologisch-methodische Problemstellung .......... 8
    1.3.3 Verwendetes Datenmaterial ................................ 10

2 **JUGENDKULTUR IN SOZIALWISSENSCHAFTLICHER PERSPEKTIVE** ............. 14
  2.1 Jugend: Eine Begriffsbestimmung ............................ 14
  2.2 Das Paradigma des Übergangs ................................ 16
  2.3 Das Paradigma der Gegenkultur ................................ 19
  2.4 Der Wandel der Jugendkultur .................................. 22
    2.4.1 Individualisierung ........................................ 22
    2.4.2 Kommerzialisierung ....................................... 23
    2.4.3 Mediatisierung ............................................ 25
  2.5 Das Paradigma der Normalität .................................. 26

3 **ENTSTEHUNG UND ENTWICKLUNG VON TECHNO** .......................... 29
  3.1 Arbeitsdefinition von Techno als musikalischer Praxis ........ 29
  3.2 Die Geschichte von Techno ...................................... 30
    3.2.1 Die Anfänge elektronischer Musik ....................... 30
    3.2.2 Elektronische Pop-Musik ................................ 31
    3.2.3 Elektronische Tanzmusik in den USA .................... 35
      3.2.3.1 Disco .............................................. 35
      3.2.3.2 HipHop ............................................ 39
      3.2.3.3 House .............................................. 45
      3.2.3.4 Techno ............................................. 47
    3.2.4 Elektronische Tanzmusik in Großbritannien ............. 48
    3.2.5 Elektronische Tanzmusik in der BRD ...................... 53
  3.3 Ausdifferenzierung der elektronischen Tanzmusik ............ 56

4 **PRODUKTION, DISTRIBUTION UND REZEPTION VON TECHNO** .............. 61
  4.1 Produktion ..................................................... 61
    4.1.1 Das Instrumentarium .................................... 61
    4.1.2 Die Integration des Instrumentariums ................... 63
    4.1.3 Die Auswirkungen auf die ästhetische Praxis .......... 65
  4.2 Distribution ................................................... 69
    4.2.1 Labels .................................................... 69
    4.2.2 Vertriebsformen .......................................... 72
    4.2.3 Ladenlokale ............................................... 74
  4.3 Rezeption ..................................................... 76
    4.3.1 Diskotheken ............................................... 78
    4.3.2 Raves ...................................................... 84
    4.3.3 Stilisierungen des Selbst ............................... 89
    4.3.4 Exkurs: Zum Verhältnis von Risiko, Repression und Selbsthilfe... 94
5 MEDIEN DER TECHNO-SZENE ............................................................ 99
  5.1 Flyer ............................................................................................. 99
  5.2 Fanzines ...................................................................................... 104
    5.2.1 Gratis-Hefte ........................................................................ 105
    5.2.2 Musik-Magazine ................................................................. 108
    5.2.3 Szene-Zeitung ..................................................................... 113
  5.3 Computervermittelte Kommunikation .......................................... 114
    5.3.1 Digitale Dependancen .......................................................... 116
    5.3.2 Web-Zines ............................................................................ 117
    5.3.3 Event-Sites .......................................................................... 119

6 DIE LOVE PARADE ............................................................................ 123
  6.1 Entstehung und Entwicklung ..................................................... 123
  6.2 Die Argumentation der Akteure .................................................. 143
  6.3 Einordnung der expressiven Elemente ......................................... 151
  6.4 Exkurs: Zum Verhältnis von Repression und Politisierung .......... 160
    6.4.1 Fallbeispiel „Großbritannien“ ............................................. 161
    6.4.2 Fallbeispiel „Frankfurt am Main“ ....................................... 165

7 ZUSAMMENFASSENDE DISKUSSION DER ERGEBNISSE ............. 169
  7.1 Mediatisierung ............................................................................. 169
  7.2 Kommerzialisierung .................................................................... 172
  7.3 Individualisierung ........................................................................ 175

8 LITERATUR .......................................................................................... 180
Abkürzungsverzeichnis

3-D: dreidimensional
BBC: British Broadcasting Corporation
BZ: Berliner Zeitung
FR: Frankfurter Rundschau
FAZ: Frankfurter Allgemeine Zeitung
taz: die tageszeitung
LSD: Lysergsäure-Diäthylamidtartrat
MTV: Music Television
MDMA: Methylen-Dioxy-Meth-Amphetamin
NSB: Neue Soziale Bewegungen
SZ: Süddeutsche Zeitung
WOZ: Zürcher Wochenzeitung
1 EINLEITUNG

1.1 Problem und Perspektive

„Die gesellschaftliche Krise hat die Jugend erreicht.“


¹ Die Angaben beziehen sich auf Jugendliche zwischen 12 und 24 Jahren. Die einzige Kategorie, die bei der Mitgliedschaft in formellen Vereinigungen ebenfalls nur ein Prozent aufweist, sind „Bürgervereine zur Durchsetzung gesellschaftlicher/politischer Ziele“ (Fritzsche 1997, 357). Die abgefragten Bewegungen umfassen Tier- und Umweltschützer (17 bzw. 13%), Menschenrechtsgruppen und Dritte-Welt-Initiativen (jeweils 4%) sowie Kernkraftgegner (5%). (Fritzsche 1997, 371)

Dementsprechend sehen die Verfasser der Shell-Studie die weitgehende Abstinenz von der Teilnahme an konventionellen Angeboten kollektiven Engagements weniger in einem diffusen Desinteresse an politischer Partizipation, die als sog. Politikverdrossenheit die öffentliche Debatte um die Erklärung des Sachverhalts dominiert, begründet, sondern in der Distanz zur Form der Freizeitgestaltung: „Die Studie zeigt auch klar auf, daß Jugendliche zwar Interesse an der Mitarbeit in Vereinen und Organisationen haben, sie aber die Sozialisation durch die Verhaltensnormen dieser Vereine und Organisationen strikt ablehnen.“ (Fischer/Münchmeier 1997, 18) Weiterhin wird die Absage an formelle Verbindlichkeiten auch bei den altershomogenen Spontangruppen, die um eine kulturelle Praxis zentriert sind, deutlich: „Die
1.2 Stand der Forschung


jungen Leute bevorzugen Gruppenstile, die Spaß machen, Zerstreuung und Unterhaltung bieten, die unkomplizierten Umgang mit Gleichgesinnten ermöglichen, ohne daß man dabei längerfristige Verpflichtungen eingehen muß“ (ebd., 21).


1.2 Stand der Forschung
seien „sogenannte Freizeitszenen als wähl- und abwählbare Formationen getreten“ (Vollbrecht 1997a, 23). Insofern in diesen Beiträgen auf die empirische Erscheinung „Techno“ Bezug genommen wird, gilt sie als aktueller Beleg für die These vom Wandel der Jugendkultur (vgl. z.B. Vollbrecht 1997b, 13).\(^2\) Dieser Strukturwandel jugendspezifischer Sozialformen wird zwar in einer Reihe von Publikationen (insbesondere aus dem Umfeld des Arbeitskreises Bielefelder Jugendforschung) ausführlich thematisiert und theoretisch reflektiert (vgl. z.B. Ferchhoff 1990 und Heitmeyer/Olk 1990), empirisch fundierte Fallstudien von Freizeitszenen bilden jedoch die Ausnahme.\(^3\) Statt dessen dominieren Darstellungen, die versuchen, die Pluralität jugendkultureller Phänomene durch die typologische Deskription der Differenzierungen zu systematisieren und in diesem Kontext auch die Techno-Szene kategorisieren.\(^4\)


\(^2\) Die These vom Wandel der Jugendkultur wird in Kapitel 2.4 entfaltet.

\(^3\) In diesem Zusammenhang ist vor allem auf die Arbeiten der Trierer Forschungsgruppe „Medienkultur und Lebensformen“ hinzuweisen, die Medien als Kristallisationspunkte jugendlicher Fankulturen untersuchen. Für einen ersten Überblick siehe Vogelgesang 1997.

\(^4\) Vgl. hierzu die von Ferchhoff und Neubauer (1997, 157ff) vorgenommene Charakterisierung.
Ansatz zwar einen Beitrag zur Deskription der für Techno charakteristischen Praktiken der Partizipation, entzieht sich aber deren Einordnung in die Geschichte der Gleichaltrigen-Gruppen.\(^5\)


Einen Beitrag zum Stand der Forschung, der bislang in der akademischen Diskussion in Deutschland kaum rezipiert wurde, liefern auch die angelsächsischen Cultural Studies mit der Untersuchung der britischen Variante von Techno, die als Vorläufer des bundesdeutschen Phänomens verstanden werden kann. Einen ersten Einblick in die Entstehung und

---


\(^6\) 1997 ist eine überarbeitete und erweiterte Neuausgabe dieser Monographie erschienen (Poschardt 1997).

\(^7\) Dabei handelt es sich um den Beitrag zu einem Sammelband (Anz/Walder 1995), der im deutschsprachigen Raum erstmals zentrale Aspekte der Produktion, Distribution und Rezeption von Techno analysiert.

\(^8\) Eine soziologische Einordnung der Ergebnisse findet in seiner Diplomarbeit (Meueler 1996) statt.


1.3 Konzeptualisierung der Vorgehensweise

Im Anschluß an die Charakterisierung des Forschungsfeldes läßt sich die Voraussetzung für eine sozialwissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Thema „Techno“ folgendermaßen formulieren:

„Phänomenologisch gesehen haben wir es beim Phänomen Techno mit einem distinkten Erfahrungskomplex, mit einer besonderen Sub-Sinnwelt (...) zu tun. Organisiert aber ist dieser distinkte Erfahrungskomplex in einem speziellen Milieu, dessen Praktiken zu explorieren, dessen Semiotik zu beschreiben und dessen Eigen-Sinn zu ergründen, kurz: das in seiner kulturellen Besonderheit ethnographisch zu rekonstruieren ist.“ (Hitzler/Pfadenhauer 1998, 75; Hervorhebung im Original)

Die von dieser Forschungsaufgabe aufgeworfenen Fragestellungen sollen im folgenden auch im Hinblick auf eine geeignete forschungsstrategische Vorgehensweise konkretisiert werden.

1.3.1 Konstitutive Fragestellungen

Ausgehend von der Annahme, daß die bundesdeutsche Techno-Szene als eine soziale Aggregation verstanden werden kann, in deren Zentrum die Produktion, Distribution und Rezeption des musikalischen Genres „Techno“ steht, sollen vor allem folgende Fragestellungen verfolgt werden:

I. Was ist Techno?

II. Wie wird Techno produziert, distribuiert und kollektiv rezipiert?
1.3 Konzeptualisierung der Vorgehensweise

III. Welche kulturellen Güter und Praktiken sind für die Techno-Szene darüber hinaus konstitutiv?


1.3.2 Methodologisch-methodische Problemstellung

Die vorliegende Untersuchung orientiert sich an einer Vorstellung sozialwissenschaftlichen Verstehens wie sie in der qualitativen Forschung als auf die Erkenntnis des Typischen gerichtete Einstellung zu empirischen Erscheinungen formuliert wurde. Aus dieser Prämisse resultiert eine hermeneutische Perspektive, die sich durch verschiedene Verfahren der Datenerhebung und -auswertung realisieren läßt. Im vorliegenden Fall erscheint eine Vorgehensweise angemessen, die Elemente ethnographischer Feldforschung mit einer Analyse von Dokumenten kombiniert, die im kulturellen Kontext des Untersuchungsgegenstands (ent-) stehen. Diese Methoden kontrollieren sich wechselseitig, indem der Erwerb eigener Erfahrungen im Feld es erlaubt, die aus der Auswertung anderer Quellen gewonnenen Erkenntnisse zuverlässiger zu evaluieren und umgekehrt. Analog zur vergleichenden Analyse verschiedener Arten von Daten wurde in Anlehnung an den Ansatz der grounded theory (Glaser/Strauss 1967) die Verfahrensweise der „konstanten Komparation“ auf das Verhältnis von Datenerhebung und -auswertung angewendet. Der

10 „Die paradigmatische Behauptung verstehender Ansätze lautet, daß das Betreiben von Sozialwissenschaften schlechthin auf Akten von Verstehen basiert, und zwar in dem Sinne, daß ihm Verstehen vorausgeht und zugrunde liegt, und daß es notwendigerweise immer Verstehen beinhaltet (...).“ (Hitzler 1993, 233; Hervorhebung im Original)
12 Für einen ersten Überblick einschlägiger Forschungsansätze siehe z.B. Hitzler 1993, 235; Fußnote 11.
13 Als entscheidendes Kriterium für die Wahl der jeweiligen Methode(n) kann in der qualitativen Sozialforschung deren Gegenstandsangemessenheit gelten (vgl. z.B. Flick 1995, 13). Dieser Begriff bezieht sich auf die vorgegebene Fallstruktur sowie die formulierte Fragestellung.
1.3 Konzeptualisierung der Vorgehensweise

Forschungsprozeß orientiert sich somit nicht an einer Operationalisierung von im Vorfeld formulierten Vermutungen, sondern bereits vorhandene Konzepte (wie die im 2. Kapitel entfalteten Ergebnisse der sozialwissenschaftlichen Jugendforschung) werden als vorläufige Problematisierung des vorliegenden Phänomens verstanden. Im Anschluß an diese Sensibilisierung erfolgt die weitere Strukturierung durch die Strategie des „theoretischen Sampling“.15 Die Formulierung von Arbeitshypothesen erfolgt dabei im Forschungsverlauf, durch dessen Fokussierung auch ihre Integration erreicht werden kann.16


Obgleich damit eine Partizipation an bestimmten kulturellen Praktiken verbunden war, kam es in der Regel nicht zur Intervention im Sinne einer  

15 „Theoretical sampling is the process of data collection for generating theory whereby the analyst jointly collects, codes, and analyzes his data and decides what data to collect next and where to find them, in order to develop his theory as it emerges.“ (Glaser/Strauss 1967, 45)
17 Da sich diese Vorgehensweise am Verfahren des theoretical sampling orientiert, handelt es sich dabei nicht um eine einmalige Auswahlentscheidung, sondern um den Einstieg in weitere empirische Explorationen.

1.3.3 Verwendetes Datenmaterial

Die vorliegende Untersuchung basiert primär auf Datenmaterial, das nicht eigens zum Zweck der sozialwissenschaftlichen Analyse generiert wurde. Trotzdem ist der Zugang zum Feld für die Datenerhebung konstitutiv, denn die Feldforschung ist nicht nur für die Evaluierung der aus der Analyse von Interviews als Methode zur Einholung von Informationen über die Erfahrungen der Akteure wurde aus pragmatischen Erwägungen verzichtet (zur erkenntnistheoretischen Fundierung dieser Entscheidung vgl. Hitzler 1993, 231). Zum einen ist die Befragung von Beteiligten für die Beantwortung der formulierten Fragestellung nicht notwendig, zum anderen existiert im vorliegenden Fall bereits eine erhebliche Menge an Daten in Form von Dokumenten (siehe Kapitel 1.3.3). Darüber hinaus kann durch diese Einschränkung der Interaktion die Reaktivität der Datenerhebung auf ein vertretbares Maß minimiert werden. Dabei handelt es sich nicht nur um eine forschungsstrategische Frage, die die Qualität der erhobenen Daten betrifft, sondern auch um eine ethische Entscheidung, die die Intervention in das Feld unter dem Aspekt seiner Veränderung problematisiert.


Eine Ausnahme bilden die aus eigenen Erfahrungen im Feld hervorgegangenen und ex post versprachlichten Erkenntnisse. Darüber hinaus wurden auch Darstellungen einbezogen, die nicht als akzidentale Dokumente bezeichnet werden können. Dabei handelt es sich um Deskriptionen szenespezifischer Sachverhalte, die im Kontext systematischer Deutungen präsentiert werden. Dazu zählen Publikationen, die sich an ein sozialwissenschaftlich informiertes oder sachlich interessiertes Publikum richten.

18 Auf Interviews als Methode zur Einholung von Informationen über die Erfahrungen der Akteure wurde aus pragmatischen Erwägungen verzichtet (zur erkenntnistheoretischen Fundierung dieser Entscheidung vgl. Hitzler 1993, 231). Zum einen ist die Befragung von Beteiligten für die Beantwortung der formulierten Fragestellung nicht notwendig, zum anderen existiert im vorliegenden Fall bereits eine erhebliche Menge an Daten in Form von Dokumenten (siehe Kapitel 1.3.3). Darüber hinaus kann durch diese Einschränkung der Interaktion die Reaktivität der Datenerhebung auf ein vertretbares Maß minimiert werden. Dabei handelt es sich nicht nur um eine forschungsstrategische Frage, die die Qualität der erhobenen Daten betrifft, sondern auch um eine ethische Entscheidung, die die Intervention in das Feld unter dem Aspekt seiner Veränderung problematisiert.


20 Eine Ausnahme bilden die aus eigenen Erfahrungen im Feld hervorgegangenen und ex post versprachlichten Erkenntnisse. Darüber hinaus wurden auch Darstellungen einbezogen, die nicht als akzidentale Dokumente bezeichnet werden können. Dabei handelt es sich um Deskriptionen szenespezifischer Sachverhalte, die im Kontext systematischer Deutungen präsentiert werden. Dazu zählen Publikationen, die sich an ein sozialwissenschaftlich informiertes oder sachlich interessiertes Publikum richten.


22 Aus dieser Einordnung resultiert, daß hier nicht nur die verbalen, sondern auch die visuellen Daten in die Analyse einbezogen werden. Dies gilt ebenso für andere Dokumente, die als Selbstzeugnisse eingeschätzt werden, sowie für fotografi sche oder filmische Darstellungen von szenespezifischen Sachverhalten.
23 Zur weiteren Definition, Deskription und Differenzierung dieser im folgenden als Fanzines und Flyer bezeichneten genre- und typischen Gattungen siehe Kapitel 5.1 und 5.2.


24 Zur weiteren Definition, Deskription und Differenzierung der analysierten Angebote siehe Kapitel 5.3. Da bei diesen Dokumenten die Möglichkeit der Veränderung und Vergänglichkeit besteht, bedarf es der Protokollierung bzw. Archivierung der betreffenden Daten.
25 „Der Terminus ‘Tonträger’ bezeichnet sämtliche Medien, die geeignet sind, akustische Signale derart zu speichern, daß sie mittels technischer Anlagen originalgetreu wieder abgerufen werden können.“ (Gruber 1995, 31). Im vorliegenden Fall werden unter diesem Begriff vorwiegend Vinyl-Schallplatten und Compact-Discs (CDs) verstanden.
27 Dabei handelt es sich teilweise um Veröffentlichungen, die in Art und Herkunft selbst Dokumente darstellen (z.B. Klanten 1995). Dies gilt zumindest inhaltlich auch für andere
1.3 Konzeptualisierung der Vorgehensweise

Rekonstruktion wechselseitig und ermöglichen es auch, nicht nur aktuelle, während des Untersuchszeitraums erhobene Daten und Dokumente in die Analyse einzubeziehen.

Darstellungen, die explizit als Artikulationen von Akteuren angelegt sind (z.B. Westbam 1997).
2.1 Jugend: Eine Begriffsbestimmung


Lebenslagen konfrontiert, die bislang biographisch betrachtet als jugendspezifisch galten.


2.2 Das Paradigma des Übergangs

Die gesellschaftliche Bedeutung sowie die kulturelle Bedingtheit der Existenz von Gleichaltrigen-Gruppen wurde erstmals im Rahmen der struktur-funktionalistischen Soziologie systematisch ausgearbeitet. Ausgehend von Parsons’ Theorie sozialer Systeme und seinen modernisierungstheoretischen Annahmen analysiert Eisenstadt (1966) die historische Ausdifferenzierung einer eigenständigen Lebensphase „Jugend“ sowie die Intensivierung altershomogener Beziehungen in diesem Zeitraum als Charakteristikum moderner, durch funktionale Differenzierung gekennzeichneter Gesellschaften. „In diesen Gesellschaften sind Berufsrollen, ganz im Unterschied zu Familienrollen, eher affektiv neutral als emotional, eher spezialisiert als diffus, eher universalistisch als partikularistisch sowie eher instrumentell als expressiv.“ (Baacke/Ferchhoff 1995, 38) Durch diese Differenz können für die Erlangung des sozialen Status des Erwachsenen konstitutive Rollendispositionen von den Kindern...

2.2 Das Paradigma des Übergangs

nicht innerhalb der verwandtschaftlichen Beziehungen der Familie erlernt werden, sondern müssen durch andere gesellschaftliche Institutionen vermittelt werden, die mit einer Separation von Altersgruppen verbunden sind.


2.2 Das Paradigma des Übergangs

Eisenstadt werden die soziokulturellen Gemeinsamkeiten der Gleichaltrigen-Gruppen in Abgrenzung von den in der Erwachsenengesellschaft vorherrschenden Orientierungen mit dem Begriff der **Jugendkultur** bezeichnet.\(^{30}\)


---


\(^{31}\) „Kontinuität bedeutet die fortdauernde Erfüllung der wichtigsten institutionellen Rollen und allgemeinsten Orientierung durch die Mitglieder einer Gesellschaft ohne Berücksichtigung des Wandels in der biologischen Zusammensetzung der Mitgliedschaft (d.h. des Austausches der Generationen).“ (Eisenstadt 1966, 280)

\(^{32}\) Grundlegend dazu Mannheim 1964.
2.3 Das Paradigma der Gegenkultur

Eine fundamentale Kritik erfuhr das integrative Paradigma des Übergangs seit Anfang der 70er Jahre durch Arbeiten aus dem Umfeld des britischen *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS), einem Forschungsinstitut an der Universität Birmingham.\(^{33}\) Insbesondere die These von der Herausbildung einer homogenen Jugendkultur und die daraus resultierende Charakterisierung davon abweichender Phänomene als Erscheinungen der Anomie ignoriere die Bedeutung gesellschaftlicher Stratifikation für die Gestalt jugendlicher Gesellungsformen. Ausgehend von der Annahme der Existenz einer hierarchisch gegliederten Klassengesellschaft sowie einer anthropologischen Konzeption von Kultur, die diese als die gesamte Lebensweise einer sozialen Gruppe begreift\(^{34}\), werden Jugendkulturen im Ansatz des CCCS als generationsspezifische Subkulturen klassenspezifischer „Stammkulturen“ (*parent cultures*) verstanden. Vermittelt durch die jeweilige Klassenlage werden die jugendlichen Subkulturen bspw. im Bildungssystem mit den Konformitätsansprüchen der dominanten bürgerlichen Kultur konfrontiert.\(^{35}\)

„Wenn wir also von Subkulturen als Subsysteme schichten- und klassenspezifischer Kulturen sprechen, dann heißt dies, daß in ihnen ein doppeltes zum Vorschein kommt: ein wie auch immer gearteter Dissens (eine ‘Abweichung’) von der herrschenden Kultur und eine, wenn auch möglicherweise partielle oder ins spiegelbildlich Negative gewendete Übereinstimmung mit der Stammkultur, deren Subsysteme sie sind.“ (Lindner 1981, 187)

---


\(^{34}\) „Die ‘Kultur’ einer Gruppe oder Klasse umfaßt die besondere und distinkte Lebensweise dieser Gruppe oder Klasse, die Bedeutungen, Werte und Ideen, wie sie in den Institutionen, in den gesellschaftlichen Beziehungen, in den Glaubenssystemen, in Sitten und Bräuchen, im Gebrauch der Objekte und im materiellen Leben verkörpert sind.“ (Clarke et al. 1979b, 41)

2.3 Das Paradigma der Gegenkultur

Diese doppelte Konstitution determiniert die Art der jugendkulturellen Artikulation und unterscheidet insbesondere die altershomogenen Beziehungen von Arbeiterjugendlichen von den Gleichaltrigen-Gruppen aus dem Mittelstand.

In dieser Perspektive ist die Funktion der jeweiligen Jugendkultur nicht die Vorbereitung auf den Einstieg in das Erwachsenenleben, sondern der Versuch, „klassenspezifische Probleme, die generationsspezifisch erfahren werden, auf ‘magische’, symbolisch-expressive Weise zu ‘lösen’“ (Lindner 1979, 11):

„Der Ausweg, den die Subkultur anbietet, ist eigentlich nur eine Scheinlösung (imaginary). Es handelt sich dabei um den ideologischen Versuch, reale Probleme, die nicht anders zu verarbeiten sind, scheinhaft zu lösen (magically).“ (Brake 1981, 31; Hervorhebung im Original).

So werden die Jugendlichen in der Ausbildung und auf dem Arbeitsmarkt zwar mit gesellschaftlichen Widersprüchen konfrontiert, die in den kapitalistischen Produktionsverhältnissen begründet sind, ihre Bearbeitung bleibt aber auf den Bereich der Freizeit beschränkt. Das zentrale Ausdrucksmittel dieser Auseinandersetzung ist der Stil der jeweiligen Subkultur, in dem sich ihr Selbstverständnis symbolisch artikuliert.36

Der subkulturelle Stil entsteht durch die *Bricolage*37 von Objekten38, die sowohl der klassenspezifischen als auch der dominanten Kultur entstammen

---


37 „Um den Prozeß der Stilschöpfung zu schildern, gebrauchen wir ein wenig eklektisch Lévi-Strauss’ Begriff *bricolage* (Bastelei - die Neuordnung und Rekontextualisierung von Objekten, um neue Bedeutungen zu kommunizieren, und zwar innerhalb eines Gesamtsystems von Bedeutungen, das bereits vorrangig und sedimentierte, den


gebrauchten Objekten anhaftende Bedeutungen enthält“) (Clarke 1979, 136; Hervorhebung im Original). „Die Schöpfung kultureller Stile umfaßt also eine differenzierende Selektion aus der Matrix des Bestehenden.“ (ebd, 138)


In ähnlicher Art und Weise analysierte Baacke (1970) bereits das Phänomen „Beat“ als „sprachlose Opposition“.

21

2.4 Der Wandel der Jugendkultur

2.4.1 Individualisierung


Darüber hinaus geht in dieser Perspektive mit der Pluralisierung von Lebenslagen und Diversifizierung von Lebensläufen auch eine

40 Diese Darstellung eines „Kapitalismus ohne Klassen“ (Beck) trifft nicht auf alle Industriegesellschaften in gleichem Maße zu. „So ist in Großbritannien die soziale
2.4 Der Wandel der Jugendkultur

Enthierarchisierung kultureller Praxisformen einher, die den für den Subkulturbegriff konstitutiven Bezug auf den konsensualen Standpunkt einer hegemonialen Kultur in Frage stellt:

„Der Terminus Subkultur suggeriert, es handele sich um kulturelle Sphären, die unterhalb der (vermeintlich) allgemein akzeptierten (Hoch-)Kultur liegen. So gesehen meint Subkultur ein ungeordnetes, manchmal auch unterdrücktes, oftmals auch geringgeschätztes kulturelles Segment, dessen Zulassung und Fortbestand stets von der Toleranz oder dem Integrationspotential der dominanten Kultur abhängig ist und nie aus seinem subalternen Status entlassen wird. Diese polarisierende Deutung entspricht nicht (mehr) den empirischen Gegebenheiten sozialer Differenzierungen“ (Ferchhoff 1990, 65).


2.4.2 Kommerzialisierung

Ein weiterer Bezugspunkt für die These vom Wandel der Jugendkultur ist die subversive Bedeutung von Stil als authentisches Ausdrucksmittel jugendlicher Subkulturen. Voraussetzung für dieses Verständnis ist, daß die subkulturelle Stilschöpfung sich zunächst unbeeinflußt von den Massenmedien und der Manipulation durch die Mechanismen des Marktes vollzieht. Ausgehend von dieser Annahme erfolgt die kommerzielle Verbreitung eines auffälligen Stils im Anschluß an diesen autonomen Akt und wird als Form der Vereinnahmung verstanden (vgl. Hebdige 1983, 84ff). Diese erfolgt einerseits durch die Imitation der stilistischen Innovationen seitens der Kulturindustrie, die diese in Produktinnovationen transformiert und auf ihre Warenform reduziert. Durch die Abstraktion vom historischen und sozialen Kontext der Entstehung wird der Stil zur marktabhängigen Mode und verliert durch die inflationäre Vermarktung als Massenware seinen

Klassenzugehörigkeit nach wie vor auch im Alltag deutlich wahrnehmbar und Objekt bewußter Identifikation“. (Beck 1986, 121f)
2.4 Der Wandel der Jugendkultur

ursprünglichen (oppositionellen) Inhalt: auf die Ausbreitung und Ausbeutung folgt seine Auflösung.\footnote{Unter ‘Auflösung’ verstehen wir, daß ein bestimmter Stil aus dem Kontext und der Gruppe, die ihn schuf, disloziert und neu aufgegriffen wird - unter Betonung jener Elemente, die ihn zu einem ‘kommerziellen Angebot’ machen, besonders ihrer Neuheit. Vom Standpunkt der Subkultur betrachtet, die den Stil schuf, existiert er als \textit{totaler Lebensstil}; durch den kommerziellen Nexus wird er in einen neuen \textit{Konsumstil} verwandelt.” (Clarke 1979, 152; Hervorhebung im Original)}

Die zweite Form der Vereinnahmung stellt die Veröffentlichung subkultureller Stile durch die Medien dar, die ebenfalls zum Verlust von Exklusivität führt. Die ideologische Interpretation des jugendlichen Verhaltens ermöglicht dessen Entschärfung durch die Inkorporation in einen bereits existierenden Bedeutungsrahmen. Dieses Ergebnis wird durch die entdramatisierende Etikettierung als exotiche Episode im Rahmen einer bagatellisierenden Berichterstattung ebenso wie durch die Stilisierung und Stigmatisierung im Modus der „moral panic“\footnote{Diesen Prozeß beschreibt Cohen (1972) am britischen Beispiel der Berichterstattung über die Auseinandersetzungen zwischen Mods und Rockern Mitte der 60er Jahre.} erreicht. In einem mehrstufigen Modell verkürzen Medien „gewissermaßen die Halbwertszeit von Jugendkulturen. Im Quartanfieber von Skandalon, Entschärfung, Verallgemeinerung und Entwertung treiben sie die Entwicklung und Aufhebung jugendkultureller Stile voran und streichen nebenbei parasitär ihren Gewinn aus einer medienspezifischen Ökonomie der Aufmerksamkeit ein.“ (Vollbrecht 1997a, 26)

In dieser Perspektive hat sich die Temporalisierung und Trivialisierung subkultureller Stile durch internationale mediale sowie ökonomische Distributions- und Diffusionsprozesse derart verstärkt, daß die „Differenz zwischen sogenannten ‘authentischen’ oder primären jugendlichen Subkulturen ‘von unten’ und den sogenannten kulturindustriell und massenmedial vermittelten Modesubkulturen ‘von oben’“ (Baacke/Ferchhoff 1995, 41) nicht mehr aufrecht zu erhalten ist. Die Akzeleration der Ausbreitung und Ausdifferenzierung von Stilen führt so zu der Annahme einer „’Überbetonung’ der Ausdrucksfunktionen“ (Ferchhoff 1990, 70), die primär Distinktionsinteressen dient und nur noch bedingt mit der sozialen
2.4 Der Wandel der Jugendkultur

Situation der Jugendlichen korrespondiert. Als eklektisch-expressive Ästhetisierungen der Oberfläche werden aktuelle Jugendstile somit als Ausdruck eines postmodernen „anything-goes“ gedeutet.

2.4.3 Mediatisierung


1. eine Zunahme der medienvermittelten Erfahrung;
2. eine Zunahme des Stellenwerts elektronischer Medien für die Freizeitgestaltung von Kindern und Jugendlichen;
3. eine wachsende Verschmelzung von Medienwirklichkeit und sozialer Wirklichkeit;
4. eine zunehmende Durchdringung des Alltags durch Medien- und Werbesymbolik. (Jäckel 1997, 10)

Die mit der Veralltäglichung der Nutzung von Bildschirmmedien verbundenen Befürchtungen beziehen sich vor allem auf den Konsum unterhaltender und

43 „Vielmehr handelt es sich um exportierte, sekundäre und inkorporierte Stile, um über Markt und Medien teilweise schon kommerzialisierte und in bestimmter Hinsicht um ‘aufgelöste’, unechte Mode-Stile, von deren Entstehungszusammenhang nur noch wenige Elemente und Accessoires übrig bleiben.“ (Baacke/Ferchhoff 1995, 42)

44 Die Einschätzungen der Wirkungen von Medien sind in der Rezeptionsforschung umstritten, weshalb die für die These vom Wandel der Jugendkultur besonders bedeutsamen Positionen im Konjunktiv referiert werden. Im Gegensatz zu diesen (kultur-)

2.5 Das Paradigma der Normalität


45 „Der Begriff ‘Szene’ - abgeleitet von der Wand (skené) des antiken griechischen Theaters, vor der die Schauspieler auftraten, bezeichnet ursprünglich eine Einheit des Dramas, nämlich die in Auf- und Abtritte gegliederten Untereinheiten von Akten’ (Baacke 1993) - beinhaltet also eine sozialökologische Qualität, die sich auf die Möglichkeit zur Selbstdarstellung und auf den actiongeladenen Erlebnisgehalt bezieht.“ (Vollbrecht 1995)


In dieser Perspektive kann die folgende Untersuchung des Fallbeispiels der Techno-Szene als aktueller Bezugspunkt für ein entsprechendes Vorhaben fungieren.

47 Der Begriff der Produktion bezieht sich in diesem Zusammenhang nicht auf die industrielle Fertigung von Tonträgern, sondern auf die technische Realisierung einer künstlerischen Konzeption.


49 Dementsprechend wird in der folgenden Darstellung die elektronische Pop-Musik von der elektronischen Tanzmusik durch die intendierte bzw. vorherrschende Form der Rezeption unterschieden. Diese Bezeichnung lehnt sich an den im anglo-amerikanischen Sprachgebrauch Verwendung findenden Begriff des Dancefloor an, der sich auf die Tanzfläche von Discotheken bezieht und so auch die Differenz zum konventionellen Gesellschaftstanz anzeigt.

3.2 Die Geschichte von Techno

3.2.1 Die Anfänge elektronischer Musik


Im Anschluß daran wurden Ende der 40er Jahre vor allem in Paris durch Pierre Henry und Pierre Schaeffer in der Musique Concrète Geräusche aufgezeichnet, die im Tonstudio manipuliert und in Tonbandcollagen mit kompositorischer Absicht montiert wurden.

„Mit der Entwicklung hin zur Musique concrète ist einer der Wege beschrieben, die heranführen an die elektronische Musik. Denn die studietechnische Veränderung, Verfremdung, Überlagerung, Mischung und Neuzusammensetzung von aufgezeichneten Klängen ist nicht nur kennzeichnend für die Musique concrète sondern ebenso für die ersten Studioproduktionen von elektronischer Musik. Nur wurden hier im Gegensatz zu den Umweltgeräuschen der Musique concrète ausschließlich elektronisch erzeugte Klangereignisse verwendet.“ (Batel/Salbert 1985, 9).

---

\(^{51}\) Zu den Anfängen elektronischer Klangzeugung vgl. z.B. Berrisch 1996.

Für die Entstehung dieser Form der musikalischen Produktion ist das Medium des Rundfunks besonders bedeutsam, da hier sowohl ein anwendungsbezogenes Interesse an der Entwicklung akustischer Innovationen als auch die Möglichkeit der Finanzierung entsprechender Geräte bestand. So entstanden Anfang der 50er Jahre in einem speziell eingerichteten Studio des damaligen Nordwestdeutschen Rundfunks in Köln unter Beteiligung des Komponisten Karlheinz Stockhausen erste Experimente mit elektronischer Musik (vgl. Meueler 1996, 89), die seitdem ein Bestandteil der sog. E-Musik darstellt.53

3.2.2 Elektronische Pop-Musik


53 Die Unterscheidung von „ernster“ (E-) und „Unterhaltungs-“ (U-) Musik impliziert hier nicht die damit häufig verbundenen Werturteile. In diesem Zusammenhang kann die Bezeichnung „elektronische Musik“ als Sammelbegriff für alle Arten der elektronisch erzeugten Musik verstanden werden, während die Formen, die der E-Musik zugeordnet werden, durch die Großschreibung des Adjektivs als „Elektronische Musik“ gekennzeichnet werden.

54 LP ist die Abkürzung für Langspielplatte (engl.: „Long Player“) und bezeichnet eine Vinyl-Schalldplatte von 30 cm Durchmesser und einer Abspieldauer von 33 1/3 Umdrehungen pro Minute. Da viele LPs inzwischen auch als Compact Discs (CDs) vorliegen, werden Tonträgerveröffentlichungen von entsprechendem Umfang (bezogen auf die Anzahl der präsentierten Titel) bzw. entsprechender Spieldauer im folgenden vorwiegend als Album bezeichnet. Darunter werden desweiteren auch Veröffentlichungen verstanden, die als Doppel-LPs bzw. -CDs vorliegen.
3.2 Die Geschichte von Techno

geprägt. Etwa zeitgleich entstanden so bspw. in der Bundesrepublik Ende der 60er Jahre verschiedene Formationen, die mit dem Begriff des Krautrock bezeichnet werden und zum Teil in der e-musikalischen Tradition von Stockhausen stehen. Im Gegensatz zur konventionellen Pop- und Rockmusik ist dieses Genre durch einen Vorrang des Instrumentalen und des Improvisierens charakterisiert.

Die für die weitere Entwicklung einflußreichste Formation entstand zu dieser Zeit mit der Düsseldorfer Gruppe „Kraftwerk“. Diese vollzog 1974 mit ihrem Titel „Autobahn“ auf dem gleichnamigen Album einen popmusikalischen Paradigmenwechsel, indem sie unter Verwendung eines sog. Mini-Moog-Synthesizers fast vollständig auf ein konventionelles Instrumentarium verzichtete und sich gleichzeitig vom avantgardistischen Anspruch der Vorläufer verabschiedete. So basierte die bisherige Darbietung psychedelischer Rockmusik in den 60er Jahren vorwiegend auf einer live-elektronischen Spielweise und beinhaltete Elemente exzessiver

55 Rockmusik wird hier als ein popmusikalisches Genre verstanden, das in der Tradition des Rock’n’Roll steht und dadurch mit der Verwendung von (elektrisch verstärkter) Gitarre und Baßgitarre sowie Schlagzeug assoziiert wird.

56 „Krautrock‘ war die ironische Bezeichnung in der englischsprachigen Musikpresse für diese ganz aus der Art geschlagene Rock-Version der BRD-Deutschen, womit auf ein Stereotyp zurückgegriffen wurde, das schon im Zweiten Weltkrieg bei Engländern und Amerikanern aufkam und im Sauerkraut ein Symbol des ’typisch Deutschen‘ ausgemacht haben wollte.“ (Wicke/Ziegenrücker 1997, 442)


3.2 Die Geschichte von Techno


Zu dieser Zeit grenzte sich Punk bereits von den orchestralen Kompositionen beliebter Vertreter elektronischer Pop-Musik wie Jean-Michel Jarre, der 1976 das Album „Oxigène“ veröffentlichte, ab und konzentrierte sich auf die Verwendung eines konventionellen Rock-Instrumentariums und die Reduktion musikalischer Komplexität. „Als vor allem gegen den spiel- und studiotechnisch perfekten Bombast-Rock der 70er-Jahre-Supergroups (Pink Floyd, Genesis, Yes u.a.) gerichtete Lärmattacke war Punk Rock von einer

---

60 Zu den technologischen Voraussetzungen und den genannten Geräten siehe Kap. 4.1.1.
63 So lautet im Titel „Taschenrechner“ auf dem Album „Computerwelt“ (1981) eine Zeile „Ich bin der Musikant mit dem Taschenrechner in der Hand“.
3.2 Die Geschichte von Techno


Währenddessen entstand auch in der Bundesrepublik ein eigenständiges popmusikalisches Genre, das sich durch die Verwendung der deutschen Sprache in den Texten der (zumindest vordergründig) trivialen Titel


### 3.2.3 Elektronische Tanzmusik in den USA

#### 3.2.3.1 Disco

Noch bevor *Disco* als eigenständiges musikalisches Genre entsteht, wird der für diese Form der elektronischen Tanzmusik charakteristische Sound Ende der 60er Jahre als eine Mischung aus afro- und lateinamerikanischer Pop-Musik in einigen New Yorker Diskotheken entwickelt. Als einer der Erfinder des Disco-Sounds gilt der Discjockey Francis Grosso, „der nicht einfach Platten auflegte, sondern sein Material varierte und manipulierte“ (Poschardt 1995, 107). Für diese Praxis ist die Kombination von zwei...

65 Zur Diskothek als Ort, an dem der Tanz zu Tonträgern statt zu livemusikalischen Darbietungen institutionalisiert wird, siehe Kap. 4.3.1.

66 Unter dem Discjockey (DJ) wird hier eine Person verstanden, die bei Tanzveranstaltungen durch das Abspielen von Tonträgern die Anwesenden animiert (siehe dazu Kap. 4.3.1). Die Bezeichnung als DJ findet jedoch zunächst für Moderatoren, die im Rundfunk ein vorwiegend musikalisches Programm präsentieren, Verwendung (vgl. dazu Poschardt 1995, 40ff).
3.2 Die Geschichte von Techno

Schallplattenspielern konstitutiv, die durch ein Mischpult miteinander verbunden sind bevor das Audiosignal an den Verstärker weitergeleitet wird, so daß ein nahtloser Übergang zwischen zwei Musiktiteln erreicht werden kann.


---

67 Der Schiebe- bzw. Drehregler, mit dem diese Justierung realisiert wird, wird als Pitch-Controller bezeichnet. Mit der Veränderung der Laufgeschwindigkeit wird jedoch auch die Tonhöhe transponiert, so daß nur eine geringfügige Variation möglich ist (in der Regel zwischen +/- 8%), sofern diese nicht als akustischer Effekt eingesetzt werden soll.


68 „Record mixing is a two-part process. The sounds may be manipulated during the recording session (the ‘rough’ mix) and during postproduction.“ (Tankel 1990, 38)
69 „producer/engineer King Tubby discovered that by manipulating the elements of a recording through reverb and echo or emphasizing bass tracks and phasing elements in and out of the mix, one could create a multitude of versions from the raw components of any given recording“ (Sanjek 1994, 347).
70 Als Single wird eine Vinyl-Schallplatte von 17 cm Druchmesser und einer Abspielgeschwindigkeit von 45 Umdrehungen pro Minute bezeichnet. Durch die kurze Spieldauer enthält sie auf jeder Seite in der Regel nur einen Titel (daher auch die Bezeichnung).
Erfordernissen einer für den Gebrauchszusammenhang der Diskothek produzierten Tanzmusik entsprach daher eine Verlängerung dieser Dauer wie sie in der Praxis des DJs, Titel nahtlos ineinander zu mischen, bereits angedeutet wird.

Diese Erfordernisse reflektiert die Einführung der sog. Maxi-Single\(^{71}\) durch die Musikindustrie, die zunächst ausschließlich zum Zweck der Promotion\(^{72}\) produziert und an einflußreiche DJs verteilt wurde. Diese Praxis korrespondiert mit der Gründung sog. record pools, in denen sich DJs zusammenschlossen, um mit entsprechenden Exemplaren bemustert zu werden.\(^ {73}\) Dadurch wurden die DJs nicht nur in die Vermarktung von Tonträgerveröffentlichungen involviert, sondern sogar in den Prozeß deren Produktion integriert, wenn sie die Vertreter der Plattenfirmen über die Reaktionen des Publikums informierten. „1976 wurde die erste Maxi-single gepreßt, die in den Plattenläden verkauft wurde.“ (Poschardt 1995, 124). Dabei handelt es sich um den Titel „Ten Percent“ der Gruppe „Double Exposure“, für dessen Remix der DJ Walter Gibbons verantwortlich war.

Charakteristisch für die auf Maxi-Singles veröffentlichten (Disco-)Versionen ist eine Verlängerung des Titels durch ausgedehnte instrumentale Zwischenpassagen, die von Perkussionseffekten dominiert werden, bei gleichzeitiger Reduktion des vokalen Vortrags.


\(^{72}\) Die „Promotion“ ist im Musikgeschäft ein zentraler Bestandteil des Marketing und bezeichnet die „Gesamtheit der Mittel, die zur Verkaufsförderung eines Musikers oder seiner Produktionen eingesetzt werden“ (Wicke, Ziegenrücker 1997, 404).


3.2.3.2 HipHop


---

74 Unter einem Soundtrack wird hier die Musik zu einem Film verstanden, die auch als Album veröffentlicht wird.
und Hall noch verstärken. Die Praxis des DJs, zu dieser Musik einen vokalen Vortrag zu improvisieren, wird dort als „talk over“ oder „toasting“ bezeichnet.

Da Instrumentalversionen aktueller Musik-Titel zu diesem Zeitpunkt in den USA nur vereinzelt vorliegen, konzentriert er sich auf den Instrumentalteil eines Stückes und wiederholt dieses sog. „break“ mehrfach hintereinander oder kombiniert es mit breaks aus anderen Platten. Für diese Technik des „cut'n'mix“ sind zwei Plattenspieler notwendig, zwischen denen mittels eines Mischpultes so hin und her gewechselt werden kann, daß jeweils nur die Musik, die auf einem Gerät abgespielt wird, vom Publikum gehört werden kann. Während der eine Plattenspieler läuft, kann der DJ auf dem zweiten das nächste Stück vorbereiten und im Anschluß einblenden. Die breaks avancieren so zum zentralen Motiv dieser musikalischen Ausdrucksform und dementsprechend werden die Tänzer, die sich bei diesen Passagen durch besonders artistische Tanzstile hervortun, als „breakdancer“ bezeichnet.77
Hier stellt sich eine Entwicklung ein, die weg vom Partner-Tanz und hin zu solistischen Einlagen führt. Diese werden auch auf der Straße zu Musik aus tragbaren Cassettenrecordern vorgeführt. Die breakdancer konkurrieren um die ausgefallendsten Bewegungen und werden dabei insbesondere von Figuren aus asiatischen Kampfsportarten wie Karate inspiriert.78


77 Als „breakdance“ wird auch eine spezifische Form dieses Tanzes bezeichnet, die sich von anderen Stilen wie bspw. dem Electric Boogie unterscheiden läßt. Zur Abgrenzung vom Begriff des „b(reak)-boy“, der die männlichen Anhänger von HipHop im allgemeinen bezeichnet, wird im folgenden zur Bezeichnung der Tänzer der Begriff „breakdancer“ verwendet.
78 Diese verdanken ihre Popularität vor allem den Kung-Fu-Filmen mit Bruce Lee, die zu diesem Zeitpunkt äußerst beliebt sind (vgl. Toop 1991, 128f).
3.2 Die Geschichte von Techno

Das Interesse von Grandmaster Flash\(^79\), der etwa zeitgleich mit Kool DJ Herc in Erscheinung tritt, gilt der Innovation der technischen Möglichkeiten des DJing. Er führt das „backspinning“ ein, bei dem ein kurzes Segment der Platte mehrmals hintereinander gespielt wird.

„To backspin a record the DJ delicately rotates the record back (as short as one rotation or less) and as he releases the cut to be amplified through the system he quickly backspins a record on another turntable. By the time the cut is played on one turntable, he is ready to repeat the previous cut (Slovenz 1988, 155).“

Wird das Zurückdrehen der Platte bei aufliegender Nadel nicht ausgeblendet, so ist ein kratzendes Geräusch zu hören. Der rhythmische Einsatz dieses Effektes, bei dem die Platte schnell vor- und zurückbewegt wird, wird als „scratching“ bekannt. Läßt sich bei diesen Techniken die Urheberschaft nur schwierig klären, so wird Grandmaster Flash übereinstimmend als derjenige DJ genannt, der erstmalig als zusätzliches Gerät eine sog. „beat-box“ benutzt.\(^80\)


---

\(^79\) Dieser Künstlername bezieht sich auf die Figur des „Großmeisters“ in verschiedenen asiatischen Kampfsportarten.

\(^80\) Als „beat-box“ werden analoge Rhythmusgeräte mit einer geringen Auswahl an vorgegebenen Klangieinstellungen, die sich an das herkömmliche Schlaginstrumentarium anlehnen, und wenigen fest programmierten Rhythmen bezeichnet, die sich nur im Tempo und in der Lautstärke verändern lassen. Da die elektronisch erzeugten Klänge vom originalen Schlagzeugklang abweichen und das Metrum im Gegensatz zum Trommeln eines Schlagzeugers absolit exakt eingehalten wird, tritt der maschinelle Charakter im Klangbild deutlich hervor.


Inzwischen etabliert sich eine weitere Ausdrucksform, die auf Kool DJ Hercs toasting basiert. Um die wachsende Zahl der Zuhörer zu unterhalten, wird der DJ von einem „Master of Ceremony“ (MC) begleitet, der das Publikum zur Partizipation anriempft. Er fordert die Anwesenden auf, „to 'keep their hands clappin', fingers snappin', feet tappin' (Slovenz 1988, S. 151) oder lobt die Fähigkeiten des DJs. Diese in Reimen vorgetragene Hervorhebung geht dabei oft einher mit der Herabsetzung von Konkurrenten, dem sog. „dissing“82. Die improvisierten oder formalisierten Statements werden später zu Texten erweitert, die zum Teil von mehreren MCs vorgetragen werden, wobei der eine die Zeile des anderen beendet oder ein Dialog geführt wird. Diese Form des Rap83 wird durch die Praxis der Plattenindustrie begünstigt, auf der B-Seite von Maxi-Singles eine Instrumentalversion des Hits von Seite A zu veröffentlichen, zu der die MCs ihren rhythmischen Sprechgesang vortragen können.

So entwickelt sich bis zum Ende der 70er Jahre in den New Yorker Stadtteilen Bronx, Harlem und Brooklyn eine Subkultur, die unter dem Namen „HipHop“ bekannt wird und außer breakdance und rap auch noch das „graffiti-writing“84 umfaßt.85 Sie steht in Abgrenzung zu der zeitgleich

82 Dieses Wort ist eine Abkürzung für „to disrespect“.
Die Geschichte von Techno

populären Form musikalischer Unterhaltung durch das Genre „Disco“, für dessen Produktion der Einsatz teurer Studiotechnologie charakteristisch ist. Darüber hinaus handelt es sich bei den New Yorker Diskotheken zu dieser Zeit um relativ exklusive Orte wie dem „Studio 54“ (vgl. z.B. Poschardt 1995, 135f), die vielen Jugendlichen nicht zugänglich sind. Das prägnanteste Merkmal der frühen HipHop-Kultur ist deshalb, mit einfachen Mitteln unter der Bedingung knapper Ressourcen besonders kreative Effekte zu erzielen:

„Created in urban poverty, where real instruments are an expensive luxury but record players are commonplace, the everyday technology of consumption has been redefined and become an instrument, with which music can be produced. “
(Gilroy 1987, 211)


86 Mit „Wheels of Steel“ werden die Plattenteller des Abspielgerätes bezeichnet.


88 Zur Funktionsweise des Samplers siehe Kap. 4.1.1.
3.2.3.3 House


Ebenso wie bei Disco und HipHop entstanden entsprechende musikalische Produktionen erst im Anschluß an die Popularisierung des jeweiligen Sounds in den Diskotheken. Durch die Verbreitung und Verbilligung der verwendeten Technologie wurden die DJs selbst zu Produzenten dieser Musik. Zunächst wurden in Chicago im Verfahren des „homerecording“ (vgl. Kap. 4.1.2) erste einfache „tracks“\(^{90}\) auf Audio-Cassetten aufgenommen, die bspw. bei Radiosendungen präsentiert wurden. Im Anschluß daran wurden Mitte der 80er Jahre insbesondere durch die Chicagoer Plattenfirmen „DJ International“ und „Trax“ die ersten Tonträger veröffentlicht. In diesem

---

\(^{89}\) Im Anschluß an die Ausdifferenzierung von House in verschiedene Subgenres werden die frühen Formen von House als Deep House und die an gospelartigem Gesang orientierten Titel als Garage House bezeichnet.


3.2 Die Geschichte von Techno

3.2.3.4 Techno


Dabei bezog sich Juan Atkins als Mitglied von Cybotron sowohl auf die futuristische Ästhetik einer Formation wie Kraftwerk als auch auf das Buch „The Third Wave“ von Alvin Toffler (1980), in dem sog. „techno rebels“ als Avantgarde des postindustriellen Zeitalters proklamiert werden, und steht somit in der popkulturellen Tradition des sog. „Afrofuturismus“.

Ab 1985 arbeitete Atkins allein unter dem Namen „Modell 500“ weiter und kooperierte darüber hinaus mit Kevin Saunderson und Derrick May. In der Musik dieser drei DJs und Produzenten verband sich die Vorliebe für den Ende der 70er Jahre ebenfalls in Detroit produzierten P-Funk eines George Clinton mit elektronischer Pop-Musik aus Europa, eine Mischung, die in Detroit vor allem der Radio-DJ Charles Johnson alias Electrifying Mojo populär gemacht hatte. Im Gegensatz zum eher harmonischen House der Nachbarstadt Chicago

91 „Speculative fiction that treats African-American themes and adresses African-American concerns in the context of twentieth century technoculture - and more generally, African-American signification that appropiates images of technology and a prosthetically enhanced future - might for want of a better term, be called ‘Afrofuturism’.“ (Dery 1994, 180)
reflektiert Techno dabei durch die musikalische Gestaltung die desolate soziale Situation, die in Detroit mit der Deindustrialisierung verbunden war.


3.2.4 Elektronische Tanzmusik in Großbritannien


„There was a palpable sense of liberation in throwing off designer clothes and donning a carefree T-shirt and jeans; it

3.2 Die Geschichte von Techno

was a statement that the holiday wasn’t over yet, that there would be no return to reality. It was also an implicit rejection of the rigid style hierarchy that the London scene was based on” (Collin 1997, 63).


Auf die Popularisierung dieses Phänomens reagierten die britischen Massenmedien ab Herbst 1988 im Modus der „moral panic“. Insbesondere die inzwischen auch in London bei den Acid House-Parties verbreitete Einnahme der Droge „Ecstasy“ führte zu einer Ablehnung der gesamten jugendkulturellen Praxis. Daraufhin wurde das musikalische Genre Acid House ausschließlich mit dem Konsum illegaler Drogen identifiziert, was dazu führte, daß bspw. die BBC-Fernsehhitparade „Top of the pops“ keine Aufführungen von Titeln erlaubte, die das Wort „acid“ enthielten, was im

3.2 Die Geschichte von Techno


Da die gesetzlichen Grundlagen für ein vollständiges Verbot der Veranstaltungen jedoch beschränkt waren, wurde inzwischen an deren Verschärfung gearbeitet. In diesem Zusammenhang starteten die Organisatoren von Raves eine „Freedom to Party“-Kampagne und gründeten im Januar 1990 sogar eine eigene Vereinigung. „The Association of Dance Party Promoters was launched to provide them with a respectable front and dissociate them from the scammers and gangsters while, they hoped, making themselves eligible for licences later in the year.“ (Collin 1997, 115) Dabei verstanden sich die Protagonisten als Prototyp des von der amtierenden Regierung unter der britischen Premierministerin Magaret Thatcher propagierten freien Unternehmertums und forderten eine Liberalisierung der Lizensierungsverfahren. Im Vorfeld der Verabschiedung des „Entertainments (Increased Penalties) Act“, das eine Verschärfung der Strafandrohung sowie Möglichkeiten zur Konfiszierung von Erlösen aus dem Gesetz entsprechend illegalen Parties vorsah, fanden darüber hinaus Demonstrationen unter dem „Freedom to Party“-Motto statt, die jedoch nur geringe Resonanz fanden, so daß das Gesetz am 13. Juli 1990 in Kraft trat. „It increased the penalties for holding an unlicensed public entertainment so that the courts have the power

96 Die Eintrittspreise waren mit 15 Pfund relativ hoch, was nicht zuletzt mit den horrenden Kosten für die Ausrichtung dieser Veranstaltungen zusammenhängt. Trotzdem versammelte sich bei diesen Veranstaltungen im Gegensatz zu den Clubabenden, bei denen der Einlaß in der Regel durch einen Türsteher kontrolliert wurde, ein heterogenes Publikum.
3.2 The History of Techno

To impose a fine up to £20,000 for each proven offence or to sentence those responsible to prison for up to six months, or both." (Redhead 1993, 21) Gleichzeitig wurden einigen ausgewählten Diskotheken verlängerte Öffnungszeiten zugestanden (vgl. ebd., 15).


98 Ebenso funktioniert auch der 1988 von „The JAMs“ unter dem Namen „The Timelords“ veröffentlichte Titel „Doctorin’ The Tardis“, der sich gleichermaßen auf die populäre britische Fernsehserie „Dr. Who“ wie auf den Titel „Doctorin’ the House“ von Coldcut bezieht.


### 3.2.5 Elektronische Tanzmusik in der BRD


99 Nach diesem Prinzip produziert der ebenfalls im Rhein-Main-Gebiet tätige DJ Thorsten Fenslau ab 1989 das Projekt „Culture Beat“. Später verfolgt der Frankfurter Produzent Rolf Ellmer alias Jam el Mar zusammen mit dem DJ Markus Löffel alias Mark Spoon als „Jam & Spoon“ eine ähnliche Konzeption.

3.2 Die Geschichte von Techno

Jahre das Musikfestival „Berlin Atonal“ veranstaltet, lädt dazu 1989 verschiedene Formationen, die elektronische Tanzmusik präsentieren, aus Großbritannien und den USA sowie Vertreter des Frankfurter „Technoclub“ ein (vgl. Klanten 1995, LOC 1.0/CLU 2.12/TRE\textsuperscript{101}). Dadurch wird der dauerhafte Kontakt zu DJs aus Detroit und dem Genre „Techno“ begründet, dessen Name sich in der Bundesrepublik in der Folge als Oberbegriff zur Bezeichnung aktueller elektronischer Tanzmusik durchsetzt.\textsuperscript{102}


\textsuperscript{101} Diese Art der Angabe ersetzt in der vorliegenden Veröffentlichung die Paginierung.
\textsuperscript{102} In diesem Sinne umfaßt die Bezeichnung „Techno“ auch die musikalischen Vorläufer House und Acid House.
3.3 Ausdifferenzierung der elektronischen Tanzmusik


3.3 Ausdifferenzierung der elektronischen Tanzmusik

Neben den bereits bestehenden Stilrichtungen, die wie House und Acid House unabhängig von ihrem ursprünglichen Entstehungsort inzwischen international produziert und rezipiert werden, entstehen ab Anfang der 90er Jahre weitere Subgenres von Techno. Im folgenden sollen einige dieser Subgenres vorgestellt werden, um das Spektrum zu charakterisieren, das die aktuelle elektronische Tanzmusik umfaßt. Dabei konzentriert sich die Darstellung auf Phänomene, die nicht nur saisonalen Charakter haben,

3.3 Ausdifferenzierung der elektronischen Tanzmusik

sondern zu einem festen Bestandteil der musikalischen Praxis von Techno geworden sind. ¹⁰⁴


¹⁰⁴ Die Reihenfolge dieser Darstellung orientiert sich an der gängigen Unterscheidung der Subgenres durch die Angabe des Tempos in beats per minute (bpm) und beginnt bei den niedrigsten Werten (vgl. z.B. Lau 1995, 67).


107 Wenn der DJ auf dieses Ansinnen reagiert und das Abspielen der Platte umgehend stoppt, um die entsprechende Passage zu wiederholen, wird diese Praxis als „rewind“ bezeichnet.

108 Dieses begrenzt oft abspielbare Unikat wird nicht als Vinyl-Schallplatte gepreßt, sondern in eine mit Acetat beschichtete Metallplatte, die sog. „dubplate“, geschnitten.
3.3 Ausdifferenzierung der elektronischen Tanzmusik

tranceartige Synthesizerklänge unterbrochen wird, als *Drum’n’Bass* bezeichnet, der sich deutlich von dem durch das 4/4-Metrum dominierten Techno unterscheidet.
4 PRODUKTION, DISTRIBUTION UND REZEPTION VON TECHNO

4.1 Produktion

4.1.1 Das Instrumentarium


Eine Alternative zu dieser Art der elektronischen Klangerzeugung stellt das Sampling dar. Diese Technologie ermöglicht die Umwandlung analoger Audiosignale in digitale Werte, wodurch existierende Klangereignisse digital gespeichert werden können, „so daß dieses Material für die musikalische


Die Bezeichnung dieser Praxis als Sampling bezieht sich auf den technischen Vorgang der Datenreduktion, durch den dieses Verfahren realisiert wird: Das akustische Ausgangssignal wird abgetastet und dabei werden in regelmäßigen minimalen Zeitabständen Proben (engl. samples) entnommen. Dementsprechend wird das dazu verwendete Gerät als Sampler und die dadurch aufgezeichneten Klängeignisse als Samples bezeichnet.

Alternativ zur eigenständigen Erarbeitung von Samples können auch auf externen Speichermedien wie CD-Rom oder Diskette vorhandene musikalische Materialien verwendet werden, die im Handel als digitale „Sound-Libraries“ angeboten werden.

Die so entstehende Endlosschleife wird als „Loop“ bezeichnet.

109 Die Bezeichnung dieser Praxis als Sampling bezieht sich auf den technischen Vorgang der Datenreduktion, durch den dieses Verfahren realisiert wird: Das akustische Ausgangssignal wird abgetastet und dabei werden in regelmäßigen minimalen Zeitabständen Proben (engl. samples) entnommen. Dementsprechend wird das dazu verwendete Gerät als Sampler und die dadurch aufgezeichneten Klängeignisse als Samples bezeichnet.

110 Alternativ zur eigenständigen Erarbeitung von Samples können auch auf externen Speichermedien wie CD-Rom oder Diskette vorhandene musikalische Materialien verwendet werden, die im Handel als digitale „Sound-Libraries“ angeboten werden.

111 Die so entstehende Endlosschleife wird als „Loop“ bezeichnet.
Erst mit ihrer Verwendung im Kontext von Acid House erfuhr die TB 303 ihre Popularität und inzwischen existieren auch entsprechende Nachbauten.\footnote{112}


4.1.2 Die Integration des Instrumentariums


\footnote{112} Darüber hinaus besteht inzwischen die Möglichkeit, die Funktion des Gerätes durch die Verwendung einer entsprechenden Software am Computer zu simulieren.

\footnote{113} Die Bedeutung dieser Geräte wird auch daran deutlich, daß sie in den (Künstler-) Namen von Formationen oder Personen, die Techno produzieren, Verwendung finden. Vgl. z.B. die britische Formation „808 State“.

\footnote{114} Diese Klaviatur bedarf keiner eigenen Klangerzeugung und wird als Masterkeyboard bezeichnet. Die von einem Masterkeyboard mittels MIDI gesteuerten Geräte werden ungeachtet ihrer Funktion als Slaves bezeichnet. Insofern es sich bei diesen Slaves um


Synthesizer handelt, bedürfen diese wiederum keiner eigenen Klaviatur und werden in dieser Form als Expander bezeichnet.

4.1 Produktion


4.1.3 Die Auswirkungen auf die ästhetische Praxis


„In ‘realist’ sampling, the aim is merely to simulate a particular instrument sound (...). In modernist sampling, juxtaposition of ‘quotes’ serves to ironise or satirise excerpted material, undermining or redefinig ist established connotations; or else its allusions show a kind of indentification with a particular tradition. Postmodern sampling is formally similar to modernist sampling but juxtaposes materials in a network of ‘texts’ which refuse any position of judgement on them: the listener has only a tissue of fragmented references which (...) prevent interpretative fixities or certitudes.“ (Durant 1990, 187)

Insgesamt ist mit den dargestellten Entwicklungen somit ein verändertes Verständnis der musikalischen Produktion verbunden, die sich an der Praxis des Mixens beim DJing orientiert. Die Person des DJs ist durch die intime Kenntnis des musikalischen Materials, das als Ressource verwendet werden kann, darüber hinaus auch dafür prädestiniert, diese Konzeption umzusetzen. In diesem Kontext ist die ästhetische Kompetenz nicht mehr durch die Schöpfung angeblich autonemer Artefakte charakterisiert, sondern durch die Fähigkeit zur Selektion und Kombination existierender Kunstwerke.
Die Relativierung der Autorenschaft durch die Praxis des Sampling evoziert jedoch nicht nur ästhetische, sondern auch Fragestellungen, die das Urheberrecht betreffen. Diese Problematik wird für die Akteure relevant, wenn entsprechende musikalische Produktionen den privaten Verwendungszusammenhang verlassen und veröffentlicht werden. Das Sampling kann zu juristischen Folgen führen, wenn die Rechteinhaber der verwendeten musikalischen Zitate deren Benutzung nicht ausdrücklich autorisiert haben. Aus dieser Situation resultierende Rechtsstreitigkeiten werden dann in der Regel ausgehend von Art und Ausmaß der Aneignung entschieden:

„Despite the variety of settlements, the legal status of a sample involves three key issues: the nature of appropriation, the amount in bars or length in number of seconds, and the intention of use, either to compliment or parody and in some way damage the status of the original recording.“ (Sanjek 1994, 354)

Um einen Rechtsstreit über diese Fragen zu vermeiden, müssen vor der Veröffentlichung entsprechender Produktionen deshalb Absprachen getroffen werden, die als „Clearing“ bezeichnet werden. Dieses Verfahren wird dadurch verkompliziert, daß bei Tonträgerveröffentlichungen Urheber und Rechteinhaber häufig nicht identisch sind. Darüber hinaus spielen beim Clearing die finanziellen Forderungen der Rechteinhaber eine entscheidende Rolle. Die Demokratisierung des Zugangs zur musikalischen Produktion durch die Praxis des Sampling bleibt somit durch rechtliche Regelungen begrenzt, deren Angemessenheit sowohl angesichts der musikalischen wie technologischen Entwicklung als auch aus kulturhistorischer Perspektive fragwürdig ist. So ist zu konstatieren, daß die Auffassung von Autorenschaft, wie sie sich in der Gesetzgebung manifestiert, in der Tradition der literaten Kultur steht und dementsprechend mit Konzeptionen

119 Sanjek (1994, 355) weist darauf hin, daß das Ziel der entsprechenden Gesetzgebung ursprünglich den Zweck verfolgte, „to protect the reproduction of a whole recording, not the appropriation of separate sounds on that recording, which digital technology permits“.  
4.1 Produktion

der oralen Kultur, die für das Verständnis von populärer Musik relevant sind, konkuriert.\textsuperscript{121}

Bezogen auf die ästhetische Praxis von Techno bedeutet dies, daß einzelne Titel ihren Anspruch auf Abgeschlossenheit verlieren und die musikalische Produktion zu einem Prozeß der Variation wird, der sich besonders deutlich im (re-)mixen realisiert und dadurch auch die Reduktion der musikalischen Strukturierung relativiert.

„The most important criterion in the genre is that records should provide material for the DJ to manipulate (...). Played individually, and in non-dance contexts, many recordings sound over-redundant, too long, lacking in development and contrast.“ (Langlois 1992, 236).


\textsuperscript{121} Der oralen ist im Gegensatz zur literaten Kultur die Vorstellung eines individuellen Autors fremd, weil Originalität nicht als Eigenschaft eines Textes, sondern als Virtuosität bei der Manipulation narrativer und musikalischer Vorgaben angesichts einer spezifischen Situation verstanden wird. Zur Diskussion dieser Problematik am Beispiel von HipHop vgl. Meyer 1994, 34f.
4.2 Distribution

4.2.1 Labels


„Diese kleinen Firmen haben zumeist eine charismatische Persönlichkeit - Produzent, Manager oder Musiker - in ihrem Umkreis, dem sie viel künstlerischen Freiraum gewähren. Diese Personen prägen die Identität der einzelnen Unternehmen.“ (Deutsche Ausgabe von Le Monde Diplomatique vom 12.6.1998) „Oft sind die Künstler direkte Teilhaber dieser Unternehmen, wenn sie sie nicht sogar gemeinsam mit ihren unmittelbaren Partnern (...) gegründet haben“ (ebd.).

Insofern repräsentiert die jeweilige Veröffentlichungspolitik eher die ästhetischen Vorstellungen der Beteiligten als ausschließlich zweckrationalen Erwägungen hinsichtlich der Vermarktbarkeit.

---

122 Das „Label“ bezeichnet zunächst den Markennamen, unter dem ein Unternehmen Tonträger auf den Markt bringt und ist insofern identisch mit dem bei Schallplatten in der Mitte befindlichen kreisrunden Etikett (eng.: label). In diesem Sinne wird der Begriff synonym mit der Bezeichnung für eine Organisationseinheit zur Vermarktung von Tonträgerveröffentlichungen verwendet, die sich an einem bestimmten Musikstil bzw. am Geschmack einer potentiellen Zielgruppe orientiert.

Unter diesen Bedingungen haben sich die Labels zum eigentlichen Ordnungsprinzip der Techno-Musik entwickelt. Während die Produzenten häufig unter wechselnden Pseudonymen und Projektnamen unterschiedliche Subgenres bedienen, präsentiert das Label in der Regel konstant die spezifische Ausformung einer bestimmten Stilrichtung.\(^{124}\) Hinzu kommt die Art des Angebots von Techno-Tonträgern. Dabei handelt es sich in der Mehrzahl um Maxi-Singles als Format, das den Anforderungen von Tanzveranstaltungen entspricht. Da es sich um Produkte handelt, die für ein ausgesprochenes Fachpublikum produziert werden, wird häufig auf das sonst übliche Design der Schallplattenhülle verzichtet.\(^{125}\) Da das Cover vielfach einfarbig und ohne Aufdruck ist, gibt ein Loch in der Mitte den Blick auf das kreisrunde Etikett auf dem Tonträger frei, das nur wenige Informationen enthält.

Diese Form der Präsentation entspricht den zunächst zu Promotionszwecken produzierten Platten, die als „white labels“ bezeichnet werden.\(^{126}\) Diese werden vor der offiziellen Veröffentlichung in geringer Auflage produziert und ausschließlich an Multiplikatoren, die als Meinungsführer fungieren, distribuiert.

„Record companies utilise the exclusive appeal of these recordings to generate interest in a particular track on dance floors, amongst influential DJs and amongst media publications associated with dance music, and create a demand which can be brought to the notice of the press, radio and television media.“ (Negus 1992, 132)

---

\(^{124}\) Sobald sich das Angebot eines Labels stark diversifiziert, tendiert dieses zur Gründung von Sublabels, um dadurch das Risiko eines Image- bzw. Profilverlustes zu minimieren. Dies gilt gleichermaßen für Major- wie Minor-Labels. „Die Bezeichnung Label wird in diesen Fällen sowohl für die Muttergesellschaft als auch für die untergeordneten Marken verwendet (...).“ (Gruber 1995, 549)

\(^{125}\) „Das Cover einer Schallplatte hat im Laufe der Entwicklung der populären Musik einen immer größeren Stellenwert bekommen, was sich in der optischen Gestaltung dieses Verpackungsmittels niederschlägt. So erfüllt es die Funktion eines Kaufstimulus, der die Platte aus der Masse des Angebots optisch herausheben soll.“ (Wicke/Ziegenrücker 1997, 127)

\(^{126}\) Weitere Verwendungszusammenhänge außerhalb der Promotion sind ursprünglich folgende: „With its lack of formal information and anonymous aura of mystique, white labels initially signified a rare import, the reproduction of an absolete or obscure recording, or an illegally produced remix of an existing track.“ (Negus 1992, 132)
Da es im Techno-Bereich häufig bei einer geringen Erstauflage bleibt, wird diese sowohl zu Promotionszwecken verwendet als auch zum Verkauf in den einschlägigen Fachgeschäften (siehe Kap. 4.2.3) angeboten.

Die Distribution in Form von white labels reflektiert jedoch nicht nur eine verkaufsfördernde Aura der Einzigartigkeit\textsuperscript{127}, sondern ist auch ein Erfordernis der Kostenreduktion. Verbunden mit den vergleichsweise niedrigen Kosten zur Produktion einer veröffentlichungsfähigen Aufnahme sind so im Techno-Bereich bereits kleinere Auflagen von Tonträgern rentabel\textsuperscript{128} und ermöglichen erst die immense Anzahl an entsprechenden Veröffentlichungen.\textsuperscript{129} Zur Systematisierung dieses für den Verbraucher ausgesprochen unübersichtlichen Angebots\textsuperscript{130} und als Möglichkeit zur Absicherung dieser für die Akteure finanziell prekären Praxis werden besonders erfolgreiche Titel in Form von Kompilationen veröffentlicht. Dabei handelt es sich um Alben, auf denen verschiedene Titel eines Künstlers, Labels oder Subgenres vertreten sind. Häufig werden diese Veröffentlichungen in Form von CDs auch von Majors realisiert und auf konventionelle Art und Weise vermarktet (vgl. Fehlmann 1995, 235), so daß sie über die einschlägigen Fachgeschäfte hinaus Verbreitung finden und an ein größeres Publikum verkauft werden können.


\textsuperscript{127} In diesem Zusammenhang kann die Limitierung der Auflage auch als Marketinginstrument verstanden werden.
\textsuperscript{128} „Mit 1000 bis 1500 verkauften Einheiten ist in der Regel erst einmal das Nahziel erreicht, und das heißt: die Produktionskosten wieder einspielen.“ (Klanten 1995, LOC 1.0/FEA 1.8/VER)
\textsuperscript{129} Pro „Monat erscheinen weltweit 300-500 neue Maxis“ (Fehlmann 1995, 237).
\textsuperscript{130} Viele Titel werden auf diese Art und Weise erst einem größeren Publikum zugänglich, da einmal vergriffene Tonträger nur selten nachgepreßt werden.

Insofern die Leitung eines Minor-Labels nicht sogar identisch mit bestimmten Künstlern ist, resultieren aus den Beziehungen der Beteiligten meist (regionale) Netzwerke mit entsprechenden Synergieeffekten. Darüber hinaus fungieren sie durch ihre Marktnähe als Testmarkt für die Majors, die weiterhin über ein bedeutenderes Budget zur Finanzierung einer Tonträgerveröffentlichung verfügen.\footnote{Laut Wirtschaftswoche vom 14.8.1997 beträgt deren Kapitaleinsatz zur Produktion eines Albums zuzüglich entsprechender Marketingmaßnahmen wie der Produktion von Videoclips bis zu einer Million Mark.}

4.2.2 Vertriebsformen

4.2 Distribution

„Discomania“\textsuperscript{132}, die zumeist aus Plattenläden hervorgegangen sind\textsuperscript{133}, die sich ihrerseits um eigene Importe von ausländischen Tonträgerveröffentlichungen bemüht haben (vgl. Kap. 4.2.3). Die sich aus diesen Bestrebungen entwickelnden Exklusivverträge mit Labels bilden gemeinhin die Grundlage einer eigenständigen Vertriebsorganisation (vgl. Schäfer/Schäfers/Waltmann 1998, 335).


Während beim Versand von physischen Tonträgern nur der Einzelhandel eingeschränkt wird, etabliert sich gegenwärtig eine alternative Form der Distribution, die darüber hinaus sowohl die Stellung von Labels als auch von Vertriebsorganisationen bei der Verbreitung von musikalischen Aufnahmen in Frage stellt. Dabei handelt es sich um die Möglichkeit, eine musikalische Aufnahme zu digitalisieren und diese Daten so zu komprimieren, daß sie ohne gravierende Qualitätsverluste via Internet übermittelt werden können. Unter diesen technologischen Voraussetzungen wird bereits eine Vielzahl von Titeln angeboten, die die Kunden im Modus „Music on Demand“ einzeln

\textsuperscript{132} Vgl. dazu „A Decade of Discomania - Faxinterview mit Deutschlands größtem unabhängigen Schallplattenvertrieb und Großhändler“ in Frontpage Nr. 8/1995.

\textsuperscript{133} Vgl. dazu die Einträge in Schäfer/Schäfers/Waltmann 1998 zu den als Vertrieben fungierenden Firmen Container (89), Discomania/DMD (110f) und Groove Attack (159).
und gegen die Entrichtung einer Gebühr auf ihrem PC speichern und dort abhören können. Da diese Form des Musikkonsums nicht besonders komfortabel ist, können die Daten mit einem sog. CD-Brenner auch auf einer CD gespeichert und mit einem konventionellen CD-Player abgespielt werden. Die Produzenten musikalischer Aufnahmen können bei dieser Form der Verbreitung nicht nur musikindustrielle Selektionsmechanismen umgehen, sondern auch einen höheren prozentualen Anteil am jeweiligen Verkaufserlös realisieren.

4.2.3 Ladenlokale

Die Mehrzahl der von Techno-Labels realisierten Tonträgerveröffentlichungen wird in entsprechenden Fachgeschäften verkauft. Dabei handelt es sich zunächst um Plattenläden, die im Gegensatz zu den Tonträger-Abteilungen von Kaufhäusern oder Fachmärkten vorwiegend Vinyl-Schallplatten sowie Zubehör für DJs verkaufen, aber auch um Geschäfte, die sowohl Tonträger als auch die in der Techno-Szene bevorzugt getragene Kleidung (vgl. Kap. 4.3.3) anbieten. Wie bei den Tonträgern wird ein Teil dieser sog. „clubwear“, die auch in entsprechenden Ladenlokalen verkauft werden.
Boutiquen verkauft wird, in kleinen Stückzahlen und unabhängig von großen Modemarken von Personen hergestellt, die selbst in die Techno-Szene involviert sind.\textsuperscript{139} Dies gilt in der Regel auch für die Betreiber dieser Fachgeschäfte, die fast in jeder bundesdeutschen Kleinstadt bestehen. Inzwischen existieren sogar im Franchise-System betriebene Ladenketten, die wie die Geschäfte namens „Delirium“ in mehreren bundesdeutschen Großstädten vertreten sind.

Für den interessierten Konsumenten von Techno-Tonträgern ist der intensive Kontakt zu einem lokalen Fachgeschäft von zentraler Bedeutung. Da die Mehrzahl der Maxi-Singles nur in geringer Auflage vorliegt, findet kein völlig freier Verkauf statt, sondern die entsprechenden Tonträger werden für persönlich bekannte Interessenten zurückgelegt bzw. erst auf deren Anfrage bestellt.\textsuperscript{140}

„Ein guter Plattenladen zeichnet sich vor allem auch durch eine eigene Import-policy aus. Das heißt, daß die nicht nur vom Großhändler Platten kriegen, sondern selber direkt aus England und Amerika Platten importieren, also selber da anrufen und sich eine Kiste rüberschicken lassen; und deshalb da Platten haben, die jetzt in den konfektionierten Läden nicht zu haben sind.“ (Westbam 1997, 52f)

Darüber hinaus bieten die Plattenläden die Möglichkeit, sich einen Überblick über die vorhandenen Neuveröffentlichungen zu verschaffen.\textsuperscript{141} Zu diesem Zweck befinden sich dort in der Regel mehrere Abspielgeräte mit Kopfhörern, die Gelegenheit zum Anhören der vorhandenen Tonträger bieten.

\textsuperscript{139} Analog zur Musikindustrie werden die betreffenden Unternehmen der Mode-Branche ebenfalls als Labels bezeichnet.

\textsuperscript{140} Daraus können durch Praktiken der sozialen Schließung auch hierarchische Strukturen innerhalb der Szene resultieren. Vgl. dazu einen Bericht über weilbliche DJs, sog. „DJanes“: „Erst neulich hätten sie festgestellt, daß sie früher alle Manschetten hatten, die einschlägigen Plattenläden zu betreten, erklärt Aroma. Als sie angefangen habe, als DJane (DJ) zu arbeiten, sei sie immer in einen Plattenladen in München gegangen: ‚Da hockte dann König Tom Novy auf dem Thron und hat neue Platten an seine Schergen verteilt. Ich stand immer in der letzten Reihe und habe mich geärgert, daß ich nur drittklassige Platten abgekriegt habe.‘“ (taz-magazin vom 7.2.1998)

\textsuperscript{141} Dazu gehören nicht nur die regulären Tonträgerveröffentlichungen sondern insbesondere auch die sog. „Bootlegs“, Aufnahmen, die unter Umgehung der Urheberrechte vertrieben werden. Neben den Neuveröffentlichungen spielen selbstverständlich auch Raritäten eine Rolle, die in anderen Ladenlokalen bereits vergriffen sind.
In dieser Perspektive bieten diese Ladenlokale nicht nur die Möglichkeit zum Konsum, sondern auch zur Kommunikation, denn sie dienen als sozialer Ort, an dem interessierte Jugendliche interne Informationen austauschen können.\footnote{Vgl. dazu folgende (Selbst-) Einschätzung, formuliert am Beispiel eines einschlägigen Londoner Ladenlokals: „Black Market (...) is turning into a whole community. A place where people hang out, people talk to people, people get work and make deals with each other. We need spots like that, where kids can hang out and be influenced for the good.“(Steve Jeviere, zitiert nach Rose 1991, 50)} Diesen Zweck reflektiert zuweilen auch die innenarchitektonische Gestaltung mit Sitzgelegenheiten und das häufig vorhandene Angebot an Getränken. Insbesondere bei der Abwesenheit einer lokalen Diskothek, in der ausschließlich Techno-Musik präsentiert wird, bilden die entsprechenden Fachgeschäfte den organisatorischen Mittelpunkt der Szene, denn hier liegen auch die Veranstaltungshinweise und die technospezifischen Gratis-Hefte aus, die über alle Aspekte von Techno berichten (vgl. Kap. 5). Dementsprechend fungieren sie während der Öffnungszeiten als Treffpunkte, an denen Techno-Musik gehört werden kann und Kontakte zu anderen Konsumenten geknüpft werden können. Der Besuch eines Fachgeschäfts findet deshalb vielfach nicht nur zielgerichtet zum Zweck des Kaufs entsprechender Produkte statt, sondern kann als integraler Bestandteil der Freizeitgestaltung verstanden werden.

4.3 Rezeption


\footnote{Vgl. dazu folgende (Selbst-) Einschätzung, formuliert am Beispiel eines einschlägigen Londoner Ladenlokals: „Black Market (...) is turning into a whole community. A place where people hang out, people talk to people, people get work and make deals with each other. We need spots like that, where kids can hang out and be influenced for the good.“(Steve Jeviere, zitiert nach Rose 1991, 50)}


145 In einigen Städten existieren auch sog. „freie Radios“, die nur eine regionale Reichweite haben und in der Regel von eingetragenen Vereinen betrieben werden. In diesem Zusammenhang engagieren sich häufig auch Akteure aus der Techno-Szene mit eigenen Sendungen.

4.3.1 Diskotheken

Als Musik, die ihre spezifische Qualität zumeist erst durch die Präsentation bei Tanzveranstaltungen entfaltet, bedarf es geeigneter Ortlichkeit zur kollektiven Rezeption von Techno. Dabei handelt es sich zunächst um die Diskothek als Ort, an dem der Tanz zu Musik, die auf Tonträgern gespeichert ist, institutionalisiert wurde.\footnote{Dementsprechend bezieht sich der aus dem Französischen stammende Begriff der „discotheque“ auch auf eine Schallplattensammlung.} Die Durchsetzung der Diskothek als Ort für kommerzielle Tanzveranstaltungen reflektiert sowohl ökonomische als auch technologische Erfordernisse. Zum einen war es zunächst finanziell günstiger, Tanzmusik von Tonträgern durch einen DJ präsentieren zu lassen, als von Live-Musikern, zum anderen handelt es sich bei der inzwischen in Diskotheken gespielten Musik um Studioaufnahmen, die sich live nicht adäquat reproduzieren lassen. „So the discotheque eventually became a site of consumption appropriate to music whose site of production is the studio.“ (Thornton 1996, 86) Die Bezeichnung von Diskotheken als Clubs rekurriert auf die häufig zusätzlich zur Erhebung von Eintrittspreisen durchgeführte Selektion des Publikums durch einen Türsteher und impliziert die über den Erwerb einer temporären Mitgliedschaft hinaus gegebene Möglichkeit einer dauerhaften sozialen Schließung durch die Konstitution der Kategorie des Stammgastes. In diesem Kontext kann der Status des Stammgastes nicht allein durch eigene Aktivitäten erworben werden, sondern er wird regelrecht

\footnote{Diese Differenz ist inzwischen nur noch bedingt gegeben, da besonders bekannte DJs Abendgagen in bis zu fünfstelliger Höhe verlangen.}
4.3 Rezeption


149 „Dabei kann es generelle, formulierbare Beschränkungen geben, zum Beispiel 'keine Turnschuhe' oder 'Krawattenzwang', einschätzungsbedingte (jemand riecht irgendwie nach Ärger') oder situationsgebundene - wenn zum Beispiel schon zu viele Männer im Laden sind, kommen keine mehr herein.“ (Janke/Niehues 1995, 90) In manchen Fällen dient die Einlaßkontrolle auch dem Zweck, die Besucher nach Drogen oder Waffen zu durchsuchen.

150 Diese Maßnahmen sollen einen Effekt haben, den Bob Colacello für die legendäre New Yorker Diskothek „Studio 54“ in einem Interview auf folgende Formel gebracht hat: „Eine Diktatur an der Tür und eine Demokratie auf der Tanzfläche.“ (Spiegel Nr. 37/1998)
Figuren variabel im Raum erzeugt werden. Im Gegensatz zu livemusikalischen Darbietungen werden die Lichteffekte nicht zur Überhöhung von Personen auf einer Bühne eingesetzt, sondern beleuchten ausschließlich Tänzer und Tanzfläche (vgl. Marquardt 1995).


„Getanzt wird fast ausschließlich berührungsfrei“ (Lau 1995, 69), wobei sich die Tänzer vornehmlich auf einer Stelle bewegen. „Die Gleichmäßigigkeit des Tänzes wird nur durch die ekstatischen Schreie der TänzerInnen, z.B. bei langsameren musikalischen Passagen unterbrochen.“ (Richard/Krüger 1995, 98) Dementsprechend liegen die Höhepunkte der Musik für die Tänzer „nicht unbedingt an der Stelle der größten Lautstärke oder höchsten Komplexität, sondern (...) in der Partie (...), die kurz vor dem dichtesten Abschnitt steht“

151 Analog zu anderen Veranstaltungsformen kann zur Charakterisierung der „Very Important Persons“ (VIPs) in diesem Kontext folgendes festgestellt werden: „Der Status VIP (der insbesondere Freunden, Geschäftspartnern und Presseleuten verliehen wird) verschafft neben dem freien Eintritt eine Reihe von kleinen Privilegien, wie z.B. den Zutritt zu Räumen der Hinterbühne, die ansonsten den DJs und Organisatoren der Veranstaltung vorbehalten sind.“ (Hitzler/Pfadenhauer 1998, 81, Fußnote 11)
4.3 Rezeption


In diesem Zusammenhang ist auch eine zeitliche Ausdehnung des Tanzvergnügens zu konstatieren. Je nach Öffnungszeit erfolgt der Besuch einer Diskothek möglichst spät am Abend bzw. früh am Morgen. Eine Verlängerung dieser Zeit findet am Wochenende, an dem die Mehrzahl der Diskothekenbesuche stattfindet, durch sog. „Afterhour-Parties“ statt, die z.B. nach der Sperrstunde an anderer Orten durchgeführt werden. In diesem Kontext finden sogar Nachmittags Tanzveranstaltungen statt, so daß die Möglichkeit besteht, ein ganzes Wochenende zu tanzen. Darüber hinaus wird dadurch auch Personen, die aufgrund ihres Alters bei Abendveranstaltungen nicht eingelassen werden oder denen der Besuch von den Erziehungsberechtigten nicht gestattet wird, die Gelegenheit zur Partizipation an der kollektiven Rezeption von Techno gegeben.154

Die Gestaltung des musikalischen Programms obliegt einem DJ, der die Tonträger in der Regel nicht nur auswählt, sondern auch mit technischen Hilfsmitteln nach seinen ästhetischen Vorstellungen manipuliert. Im Mittelpunkt stehen dabei die durch die Kombination von zwei

152 In Großraumdiskotheken existieren gelegentlich auch getrennte Räumlichkeiten, in denen gleichzeitig die Musik unterschiedlicher Subgenres präsentiert wird.
153 Während in einigen bundesdeutschen Großstädten Diskotheken auch wochentags in der Innenstadt zeitlich ausgedehnte Öffnungszeiten haben, kann dies in Kleinstädten häufig nur von Einrichtungen erreicht werden, die bspw. in Industriegebieten liegen, da dort die entsprechenden Emissionen und der Publikumsverkehr mangels Anwohnern nicht als Lärmbelästigung wahrgenommen wird.
154 Vgl. dazu auch den Beginn von Raves, der bspw. beim Mayday in der Regel um 18.00 Uhr erfolgt.
4.3 Rezeption


„Ein neues Stück kündigt sich im vorherigen durch eine sequenzierte, rhythmische Abfolge eines mehr oder minder charakteristischen Wortes, Satzes, Geräusches an, ebenso können Wörter oder Geräusche in die folgende Platte isoliert fortgeführt werden.“ (Westbam 1997, 24)  


„Das Mischpult ist das eigentliche Instrument der Synthese. (...) Der Crossfader verbindet im Regelfall die beiden Kanäle, an die die Plattenspieler angeschlossen sind. (...) Durch die Schieberegler für die einzelnen Kanäle kann deren Output variiert werden. Besonders wichtig sind die Kippschalter, mit denen einzelne Kanäle in Bruchteilen von Sekunden an- und ausgeschaltet werden können.“ (Poschardt 1997, 243)

Dabei wird auf vokale Beiträge im Sinne einer Ansage volkomen verzichtet. Ausnahmen stellen gelegentlich nur knappe Aufforderungen an die Tanzenden dar, die diese zur Bewegung animieren sollen.


83
Verwendung findet. „It is an appropriate term for it implies a conregration of limited time and unity (...); crowds may contain a nucleus of regulars, degrees of integration and clusters of cliques.“ (Thornton 1996, 110) Die daraus resultierende Strukturierung der „crowd“ ist somit weniger durch Konformität als durch Affinität geprägt (vgl. ebd.; 111), die durch gemeinsame ästhetische Präferenzen begründet wird.  

4.3.2 Raves


organisiert und auch bezogen auf die Besucherzahlen der größte bundesdeutsche Rave, der in geschlossenen Räumlichkeiten stattfindet. Dies entspricht auch dem Anspruch der Veranstalter, die diesen durch die Wahl des jeweiligen Mottos und dessen Erläuterung im programmatischen Einleitungstext im Programmheft zur Veranstaltung dokumentieren.


Veranstaltungen statt, die ein ganzes Wochenende umfassen können.\textsuperscript{162} Aus diesen Rahmenbedingungen resultiert die Notwendigkeit, ein entsprechendes Aufgebot an diversen DJs und sog. „Live-Acts“ zu präsentieren, deren Auftritt jeweils etwa ein bis zwei Stunden dauert. Dieses sog. „Line-up“ wird im Vorfeld der Veranstaltung vor allem in den szeneinternen Medien angekündigt und charakterisiert in Verbindung mit der Wahl des Ortes deren verhältnismäßige Einzigartigkeit, die auch einen entscheidenden Anreiz zum Besuch eines Raves darstellt.\textsuperscript{164}

Im Gegensatz zum Besuch einer Diskothek oder eines Clubabends bedarf es seitens der Teilnehmer eines Raves in der Regel einer aufwendigeren Vorbereitung der Teilnahme. Die Eintrittskarten für eine kommerzielle Großveranstaltung können bzw. müssen bereits im Vorverkauf erworben werden. Dadurch entfällt jedoch auch die Einlaßkontrolle im Sinne der Durchsetzung einer spezifischen Türpolitik. Dementsprechend und bedingt durch die Bereitstellung verschiedener Bereiche, die mit der Musik unterschiedlicher Subgenres beschallt werden, ist bei Raves auch ein relativ heterogenes Publikum präsent. In dieser Perspektive handelt es sich bei Raves im Gegensatz zu Diskotheken und Clubabenden um eine tendenziell egalitäre Veranstaltungsform, die nur durch die Höhe der Eintrittspreise eingeschränkt wird. Diese sind jedoch auf Grund der immensen Produktionskosten beträchtlich und können je nach Art der Veranstaltung bis zu etwa 90.- DM betragen. Hinzu kommen zumindest noch die Kosten für den Konsum von Getränken sowie für die Anreise, da die Raves ein überregionales Publikum anziehen.\textsuperscript{165}

\textsuperscript{162} Im Gegensatz zum Besuch von Diskotheken und Clubabenden finden legale Raves ausschließlich am Wochenende statt bzw. beginnen am Vorabend eines Feiertags.
\textsuperscript{163} Dabei handelt es sich um Formationen, die ein entsprechendes musikalisches Programm unter Verwendung eines elektronischen Instrumentariums präsentieren.
\textsuperscript{164} Die zentrale Bedeutung der DJs wird auch dadurch deutlich, daß sie bei Raves in der Regel eine räumlich exponierte Stellung einnehmen.
4.3 Rezeption


Dementsprechend geht mit dieser Veranstaltungsform auch eine Professionalisierung des Engagements einher, um entsprechende Erlöse zu erzielen. So wird das notwendige Management wie bspw. beim „Mayday“ in Form einer eigenen Unternehmung (GmbH) organisiert, die die kommerzielle Vermarktung der Veranstaltung betreibt. Dabei werden vor allem zusätzlich zu den Einnahmen aus dem Eintritt weitere Programme präsentiert wird (vgl. die vom Münchner Veranstalter „Die Partysanen“ organisierten reisen „Rave & Cruise“ oder „Rave & Snow“).

Voraussetzung für eine Vielzahl der verwendeten Gestaltungselemente ist zunächst die Verdunklung des jeweiligen Raumes.


Der Mayday 6 „Rave Olympia“ beanspruchte laut Angaben der Veranstalter ein Budget von über 1,2 Millionen DM (vgl. Klanten 1995, LOC 1.0/CLU 2.13/MAY).

Finanzierungsmöglichkeiten erschlossen. Ein wesentliches Element stellt in diesem Zusammenhang die Zusammenarbeit mit einem oder mehreren Sponsoren dar. Die betreffenden Unternehmen, die häufig Markenartikel wie Getränke oder Zigaretten herstellen, stellen dabei Finanz-, Sach- und/oder Dienstleistungen bereit. „Im Gegenzug beabsichtigt der Sponsor, mit Hilfe genau definierter Leistungen seitens des Gesponsorten diese Unterstützung kommunikativ zu nutzen.“ (Fries 1996, 28)

Zur Umsetzung dieser Absicht erhalten die Sponsoren in der Regel das Recht, im Rahmen der Veranstaltung verschiedene Werbemittel einzusetzen. So wird üblicherweise das Logo der Firmen bzw. der jeweils beworbenen Marken in die entsprechenden Ankündigungen integriert. „Darüber hinaus bietet sich das Anbringen von Spanntüchern am Veranstaltungsort“ (Fries 1996, 29) an sowie die Ausstattung des dort beschäftigten Personals mit Kleidungsstücken, die auf den Sponsoren hinweisen.


4.3.3 Stilisierungen des Selbst

Da sich die Zugehörigkeit zur Techno-Szene primär durch die Partizipation an den entsprechenden Tanzveranstaltungen entscheidet, werden die Akteure als „Raver“ bezeichnet. Darüber hinaus signalisieren die Raver die subjektiv wahrgenommene Zugehörigkeit zur Szene durch spezifische Stilisierungen des Selbst, die vorwiegend beim Besuch einer Diskothek oder eines Raves präsentiert werden bzw. aus dieser Rezeptionssituation resultieren. Dabei handelt es sich im Gegensatz zu anderen jugendkulturellen Formationen (wie z.B. Skinheads) nicht um streng kodifizierte Stilisierungen. Die im folgenden aufgeführten Stilmerkmale sind daher besonders auffällige und häufig auftretende Elemente, die jedoch keine definitiven Kriterien zur kollektiven Abgrenzung im Alltag darstellen.


Eine weitere Variante dieser an archaische Techniken zur Stilisierung des Körpers anknüpfenden Praktiken stellt das sog. „Branding“, die absichtsvolle Verzierung der Haut durch Narben von Brandwunden, dar, das jedoch nicht so verbreitet ist.
Mit diesen Stilisierungen des Körpers\textsuperscript{172} korrespondiert auch ein Spezifikum der Kleidung, die vor allem bei Ravern weiblichen Geschlechts darauf angelegt ist, diese zur Schau zu stellen. Die eng anliegende Bekleidung tendiert dazu, mehr oder weniger viel Hautfläche nicht zu bedecken, weshalb besonders häufig bauchfreie Tops getragen werden. Bei Veranstaltungen, die mit hohen Temperaturen und der körperlichen Aktivität des Tanzens verbunden sind, reflektiert diese Reduktion der Kleidung aber auch einen funktionalen Aspekt. Dies führt bei männlichen Ravern gelegentlich auch zum völligen Verzicht auf die Bekleidung des Oberkörpers und bei weiblichen zu deren Reduktion auf BHs, Bustiers oder Bikini-Oberteile. In diesem Kontext ist mit dem Tragen von Trainingsjacken und -hosen, Trikots und Turnschuhen auch eine Affinität zu Kleidung aus dem Bereich des Sports zu konstatieren.


bestimmten Kleidungsstücken (z.B. Hotpants) und anderen Accessoires (z.B. einem Schnuller) erreicht.\textsuperscript{173}


\textsuperscript{173} Insgesamt entsteht so bei den entsprechenden Events häufig der Eindruck der Infantilisierung, den McRobbie als „Kultur der Kindheit, der präsexuellen, präödipalen Phase“ (McRobbie 1997, 200) charakterisiert und im Hinblick auf die in diesem Zusammenhang häufig gegenwärtigen gesundheitlichen Gefahren wie AIDS folgendermaßen interpretiert: „Scheinbar verspricht die Kultivierung eines hypersexualisierten Erscheinungsbildes, das allerdings durch Schnuller, Pfeife oder Lutscher symbolisch versiegelt oder ‘verschlossen’ ist, einen Ausweg. Der Körper soll vor ‘Invasion’ geschützt werden.“ (ebd., 201)

\textsuperscript{174} Vgl. analog dazu die als „Bootlegs“ bezeichneten Tonträgerveröffentlichungen (siehe Kap. 4.2.3).


eine Reihe von Substanzen bezeichnet, die mit MDMA chemisch verwandt sind und auch als Ecstasy gehandelt werden“ (Schroers 1997, 93).


4.3 Rezeption


4.3.4 Exkurs: Zum Verhältnis von Risiko, Repression und Selbsthilfe


4.3 Rezeption

andererseits Ecstasy die Wahrnehmung entsprechender Empfindungen, die als körperliche Warnsignale verstanden werden können\textsuperscript{180}, erschwert, kann es zur Vernachlässigung der erforderlichen Flüssigkeitszufuhr mit den genannten Folgen kommen.


\textsuperscript{180} Die betreffenden Substanzen „beseitigen nicht nur das Müdigkeitsgefühl, sondern unterdrücken auch Hunger- und Durstgefühle und blockieren Schutzmechanismen wie


z.B. Muskelkater“ (Schuster/Wittchen 1997, 81).

181 Die Bezeichnung „Eve“ bezieht sich auf Ecstasy.


182 1997 liegt die Gesamtauflage der inzwischen überarbeiteten und erweiterten Broschüre nach eigenen Angaben bei 170000 Exemplaren.

183 Neben der aufsuchenden Arbeit bei Techno-Veranstaltungen existieren auch anonyme Angebote der telefonischen Beratung („Rave Save Line“).

Obgleich die staatliche Prohibitionspolitik somit als ein zentrales Problem der Arbeit von „Eve & Rave“ zu identifizieren ist, sind bislang keine Ansätze zu politischen Kampagnen im Sinne einer Interessenvertretung, die auf die Veränderung der gesetzlichen Rahmenbedingungen abzielt, erkennbar. Das ehrenamtliche Engagement der in diesem Kontext tätigen Initiativen (außer Eve & Rave\textsuperscript{185} z.B. das „Institut zur Förderung qualitativer Drogenforschung, akzeptierender Drogenarbeit und rationaler Drogenpolitik e.V.“ in Münster) beschränkt sich weitgehend auf die Unterstützung der Selbsthilfe der Konsumenten und ist in seiner Funktion dem Verbraucherschutz vergleichbar.

\textsuperscript{184} Vgl. die entsprechenden Angaben unter http://www.raveordie.com/drugs/xtc/analyidx_d.html

\textsuperscript{185} Bis 1997 haben sich in der Bundesrepublik außer in Berlin auch in Nordrhein Westfalen und in Kassel entsprechende eingetragene Vereine etabliert. Andere Gruppen von Eve & Rave wie z.B. in Münster arbeiten als Projekte der AIDS-Hilfe, die sich bspw. auch an der Finanzierung der Partydrogen-Broschüre beteiligt.
5 MEDIEN DER TECHNO-SZENE


5.1 Flyer


186 Daraus resultiert eine „Trajektstruktur“ (Hitzler), die folgendermaßen charakterisiert werden kann: „Produktion und Konstruktion von EVENTS sind typischerweise mehrstufige, komplexe Prozesse, innerhalb deren zunächst die Voraussetzungen solcher sozialer Ereignisse geschaffen, dann diese Ereignisse in situ erzeugt und schließlich deren Spuren teils beseitigt, teils sedimentiert werden müssen.“ (Events 1998, Hervorhebung im Original). In dieser Perspektive manifestiert sich die Bedeutung eines Events nicht zuletzt in der Kommunikation, die darüber stattfindet.

187 Lau weist darauf hin, daß diese Ankündigungsform bereits Anfang der 80er Jahre in der Punk-Szene verwendet wird. Diese Vorläufer der Techno-Flyer „setzten sich zusammen aus handschriftlichen Elementen, wurden im berüchtigten Schnipsel-Layout unter
und häufig fotokopierten Handzettel auch nicht öffentlich statt, sondern die Weitergabe war im wesentlichen an die personale Interaktion der Interessenten geknüpft.\textsuperscript{188}


\textsuperscript{188} In dieser Perspektive stehen die Flyer formal in der Tradition politischer Flugschriften mit kassiberartigem Charakter.

\textsuperscript{189} Verwendung von Elementen aus Zeitungen, Comics und Werbebroschüren gestaltet und dann kopiert“ (Lau 1995, 70).
Ergebnisse kann durch handelsübliche Drucker erfolgen, mit denen selbst farbige Vorlagen erzeugt werden können. Zu deren Vervielfältigung bedarf es auch nicht unbedingt kostspieliger Druckverfahren, sondern es können in einem „Copy-Shop“ eigenständig (Farb-) Kopien erstellt werden.

Die Auswirkungen dieser Verfahren des sog. „Desktop Publishing“ auf die grafische Gestaltung der Flyer sind nahezu identisch mit denen, die bereits am Beispiel der musikalischen Produktion und nicht zuletzt im Rückgriff auf Begrifflichkeiten der bildenden Kunst dargestellt wurden (vgl. Kap. 4.1). Der weitgehende Verzicht auf vokale Elemente zur Begleitung der Musik sowie das anfängliche Anonymitätsideal seitens der Akteure bedingt dabei eine Fokussierung der Visualisierung auf übergreifende thematische Aspekte.\(^{190}\) Unter diesen formalen Voraussetzungen sind verschiedene inhaltliche Vorgaben signifikant (vgl. auch Vogelgesang et al. 1998, 96ff). Dabei bildet die Visualisierung der technologischen Orientierung, wie sie sich insbesondere in der Musik manifestiert, einen Schwerpunkt: Viele Flyer bedienen sich einer futuristischen Ästhetik, die sich an die diversen Subgenres der „Science Fiction“ anlehnt. Dafür sind sowohl Darstellungen aus dem Bereich der Raumfahrt als auch der Versuch der Visualisierung virtueller Welten wie des sog. „Cyberspace“ charakteristisch. Es finden vor allem Formen wie Fraktale oder artifizielle Figuren Verwendung, also Effekte, die durch die digitale Bildbearbeitung ermöglicht werden. Desweiteren werden im Sinne eines nostalgischen oder Retro-Futurismus auch mechanische Geräte wie Roboter oder Maschinen aus dem Bereich der Musiktechnologie abgebildet.

In diesem Zusammenhang wird auch ausgiebig die Ikonographie weiterer Genres bzw. Phänomene der populären Kultur zitiert. Da die Entwicklung der japanischen Gesellschaft als prototypisch für die Projektion technokultureller Trends gilt, finden die verschiedensten visuellen Elemente der japanischen

\(^{189}\) „Wer also unter der Woche nicht schon an den richtigen Orten ist, wird vom Ereignis des nächsten Wochenende nichts erfahren.“ (Pesch/Weisbeck 1995, 100)

\(^{190}\) Diese Problematik betrifft u.a. auch die grafische Gestaltung der Cover von Tonträgern, die - insofern es sich nicht um white labels handelt - mit ähnlichen ästhetischen Mitteln wie sie bei den Flyern Verwendung finden, bearbeitet wird (vgl. die von Pesch/Weisbeck 1995 in ihrem Bildband getroffene Auswahl an Illustrationen).


Mit der Etablierung von Techno-Events als Teil eines prosperierenden „Erlebnismarktes“ (Schulze) werden die Flyer ebenso wie die Veranstaltungen immer aufwendiger. Um unter diesen Bedingungen die Einzigartigkeit eines Events zu kommunizieren, wird ein Design erforderlich,


192 Charakteristisch für diese Darstellung von (fast) nackten Frauen ist die Einnahme einer Pose, die inzwischen als ausgesprochen gekünstelt und kitschig wahrgenommen wird. Aus dieser Perspektive können auch Motive aus anderen Genres der popularen Kultur als unfreiwillig komisch oder geradezu grotesk wahrgenommen werden und so zum Bestandteil einer Ästhetik werden, die gemeinhin mit der Vokabel „Trash“ (im Sinne von „Schund“) bezeichnet wird.
das nicht mehr im „Do-it-Yourself“-Verfahren realisiert werden kann und
daher mit der Professionalisierung dieser Tätigkeit einhergeht.194 So treten
an die Stelle von Kopien zunehmend „vierfarbige Hochglanzdrucke, gefalzt
und ausgestanzt, mit Hologrammen und 3-D-Graphiken versehen“ (Spiegel
Nr. 28/1995). Ebenso wie bei der Kleidung orientiert sich die grafische
Gestaltung dieser Flyer an den Prinzipien „Künstlichkeit“ und
„Oberflächlichkeit“ (vgl. Kap. 4.3.3), die sich sowohl in der Verwendung
reflektierender Sonderfarben wie Gold oder Silber als auch der Bedruckung
von Materialien wie Folien manifestiert.

Auch das Format der Flyer ist von diesen Entwicklungen betroffen. Dies
bedeutet vor allem eine Vergrößerung der Fläche (inzwischen in der Regel
DIN A 5) und/oder des Umfangs. Für die Vorzeigeveranstaltung „Mayday“ hat
sich eine mehrseitige Broschüre im Format DIN A 4 etabliert, die auch die
Popularität einzelner Personen reflektiert, da sie unter anderem Fotografien
der auftretenden DJs beinhaltet.195 Der Mayday verfügt darüber hinaus über
ein eigenes Markenzeichen, das in der Regel die erste Umschlagseite
dominiert. Ähnlich fixierte Zeichenelemente in Form der Verbindung einer
spezifischen Typographie mit einem Logo zu einem sog. „Logomark“
existieren auch für andere (regelmäßig durchgeführte) Veranstaltungen. Da
diese häufig nicht mehr ohne die Unterstützung von Sponsoren stattfinden,
stellen deren Markenzeichen ein weiteres visuelles Element vieler Flyer
dar.196

Diese Veränderung der Flyer bzw. der Veranstaltungen, die durch sie
beworben werden, beeinflußt auch die Form der Distribution. Zusätzlich zur
Verteilung an szenespezifischen Örtlichkeiten werden sie verschickt. Dazu

---

besonderen Bedeutung aglophiler Anspielungen in der populären Kultur vgl. auch Hitzler
1994.

194 Aus dem Umfeld der Techno-Szene sind somit eine Reihe von Einzelpersonen und
Agenturen hervorgegangen, die die grafische Gestaltung von technotypischen Artefakten
beruflich betreiben.

195 Als werbewirksam gelten in diesem Zusammenhang offensichtlich auch Angaben zur
technischen Ausstattung der Veranstaltung, die ausführlich dargestellt werden.

196 Auch hier setzt der Mayday Maßstäbe, da das jeweilige Programmheft darüber hinaus
sogar Produktwerbung enthält.

### 5.2 Fanzines


Da das wesentliche Kriterium dieser Definiton ist, daß Fanzines von und für Fans hergestellt werden, werden im folgenden auch solche Special-Interest-Magazine, die sich vorwiegend auf das Phänomen „Techno“ beziehen, jedoch kommerziell verlegt und konventionell vertrieben werden, unter diesem Begriff subsumiert.\(^{198}\) Darüber hinaus wird das Kriterium einer

---


fehlenden Gewinnerzielungsabsicht im Kontext der Techno-Szene dadurch relativiert, daß die Mehrzahl der Magazine zwar kostenlos abgegeben werden, aber allein durch die Einnahmen aus dem Anzeigengeschäft Profile erzielen.\textsuperscript{199} Die Distribution dieser im folgenden als „Gratis-Hefte“ bezeichneten Fanzines erfolgt im wesentlichen auf die gleiche Weise wie die der Flyer, es exisitier aber auch die Möglichkeit des Abonnements.\textsuperscript{200}

5.2.1 Gratis-Hefte

Ein Fanzine, das deutlich in der Tradition des Flyers als Medium zur Ankündigung von Veranstaltungen steht, dokumentiert dies nicht zuletzt mit seinem Titel: Der \textit{Flyer} entsteht zunächst als eine redaktionell bearbeitete Selektion von Flyern, die ab November 1994 im Format DIN A 6 in Berlin erscheint.\textsuperscript{201} Zum charakteristischen Gestaltungsmerkmal dieser Publikation entwickelt sich neben dem Format das grafische Design der ersten Umschlagseite durch ein „Falschlogo“. Dabei handelt es sich in der Regel um das Bootlegging des Erscheinungsbildes eines bekannten Markenartikels (vgl. Kap. 4.3.3), dessen Name durch den Titel „\textit{Flyer}“ ersetzt wird.\textsuperscript{202}

In den letzten Jahren entwickelte sich der \textit{Flyer} vom technospezifischen Veranstaltungskalender zu einer Publikation, die eher dem Erscheinungsbild eines konventionellen Stadtmagazins entspricht.\textsuperscript{203} Diese Orientierung...

Ein Fanzine, das eher der ursprünglichen Definition entspricht, stellt die Zeitschrift *Groove* dar. Bereits der Titel reflektiert die inhaltliche Ausrichtung auf musikalische Themen, denn als „groove“ wird eine sinnliche Qualität von populärer Musik bezeichnet; insbesondere, wenn diese den Rezipienten zur Bewegung animiert (vgl. Schäfer/Schäfers/Waltmann 1998, 159). In diesem Sinne handelt es sich bei *Groove* um ein Fanzine, das sich nicht nur auf Techno konzentriert, sondern sich auch mit anderen Genres elektronischer Tanzmusik beschäftigt. *Groove* entsteht Ende 1989 in Frankfurt als zweimonatlich erscheinendes, sechzehnseitiges Fanzine im Format DIN A4 und mit deutlichem Bezug auf das Rhein-Main-Gebiet.\(^\text{205}\)


\(^\text{205}\) Diese Orientierung manifestiert sich zunächst im Untertitel, der anfangs „Das kostenlose Musikmagazin für das Rhein-Main-Gebiet“ lautet und später durch die Bezeichnung als „Sound of Frankfurt-Magazin“ dokumentiert wird. Als „Sound of Frankfurt“ werden zeitweise insbesondere die populären Musiktitel Frankfurter Produzenten bezeichnet, die in Kap. 3.2.5 dem Genre *Eurodance* zugerechnet werden.


206 Diese Darstellungsform ist für viele Techno-Fanzines charakteristisch; zuweilen finden auch Collagen von Fotografien Verwendung.

207 Die Bedeutung dieser Themen manifestiert sich auch außerhalb des redaktionellen Teils bei den Anzeigen, die den Anteil der jeweiligen Inhalte am Heft relativ genau reflektieren.

208 Vgl. die entsprechende Angabe unter http://www.groove.de.
5.2.2 Musik-Magazine


Bereits die folgende Novemberausgabe ist mit einer Startauflage von 100000 Exemplaren (vgl. Horizont Nr. 45/1995) und für einen Einzelpreis von 4,50 DM im Zeitschriftenhandel erhältlich.209 Damit gehen weitere Veränderungen einher: So hat die Ausgabe einen Umfang von 100 Seiten und ist im

209 Es kann nur gemutmaßt werden, daß diese Entscheidung mit der Planung des Fanzines „Frontpage“, sich im Zeitschriftenhandel zu etablieren, zusammenhängt.
Gegensatz zu früheren Ausgaben zumindest zum Teil auf Hochglanzpapier gedruckt. Darüber hinaus findet sich in der Heftmitte ein heraustrennbares Poster im Format DIN A 2\textsuperscript{210} und die Raveline führt nun den Untertitel „Das Techno-Magazin“.\textsuperscript{211} Zu den inhaltlichen Innovationen zählen neben der zunehmenden Ausrichtung der Berichterstattung auf Ereignisse aus dem gesamten Bundesgebiet die Einrichtung eines mehrseitigen Modeteils sowie mehrere auf das Heft verteilte Seiten mit ironisch-satirischen Darstellungen, die in Bezug zur Techno-Szene stehen. Während der Titelschriftzug und seine Plazierung unverändert beibehalten werden, finden später zunehmend Titelbilder von prominenten Vertretern der in der Raveline behandelten musikalischen Genres Verwendung und mit dem Umfang (zwischen 120 und 140 Hochglanz-Seiten) steigt auch der Preis auf 6,- DM. „Die Auflage von 140.000 Exemplaren wird im gesamten deutschsprachigen Raum plus Benelux vertrieben.“ (Schäfer/Schäfers/Waltmann 1998, 272)

Bei der Frontpage handelt es sich um das erste Fanzine, das sich mit dem Thema „Techno“ beschäftigt bzw. die Verwendung dieser Bezeichnung als Sammelbegriff für verschiedene Genres elektronischer Musik überhaupt erst einführt. Im Frühjahr 1989 erscheint die erste Ausgabe der Frontpage mit einem Umfang von acht Schwarzweiß-Seiten im Format DIN A 5 und einer Auflage von 5000 Exemplaren.\textsuperscript{212} Zu diesem Zeitpunkt fungiert die Zeitschrift im wesentlichen als Werbebroschüre für die in Frankfurt stattfindenden Veranstaltungen des „Technoclub“ (vgl. Kap. 3.2.5), der auch als Herausgeber des „Technozone“ (so der Untertitel der ersten Ausgabe) genannt wird. Dementsprechend wird das kostenlose Heft zunächst im Rhein-Main-Gebiet verteilt, bis die Frontpage 1990 zeitweise auch der

\textsuperscript{210} Im Gegensatz zu konventionellen Musikzeitschriften handelt es sich bei den ausgewählten Motiven nicht um Fotografien von prominenten Vertretern der im Heft behandelten Genres, sondern meistens um Elemente der grafischen Gestaltung der Raveline.


\textsuperscript{212} Sofern nicht anders angegeben, sind die Angaben zu den ersten fünf Jahrgängen der Frontpage der entsprechenden Selbstdarstellung im Localizer 1.0 (Klanten 1995, LOC 1.0/MAG 5.11/FRO) entnommen.
5.2 Fanzines

Musikzeitschrift *Network Press* beiliegt, bis diese ihr Erscheinen einstellt. Im Anschluß daran erscheint die *Frontpage* wieder als eigenständiges monatliches Magazin in einer Auflage von inzwischen 15000 Exemplaren.


Im Juni 1992 erscheint die *Frontpage* dann in alleiniger Verantwortung von Laarmann im Format DIN A 4 sowie mit einem Umfang von 32 Seiten und einer Auflage von 20000 Exemplaren unter dem programmatischen Titel „The Next Generation“. Diese Veränderung manifestiert sich auch in einer zusätzlich zur Datierung eingeführten Nummerierung, die sich an die Bezeichnung von Produktversionen wie beispielsweise bei Software anlehnt (z.B. Nr. 6/92 - 2.01). Darüber hinaus erhält der Titelschriftzug eine neue Typographie und erstreckt sich nun senkrecht über den linken Rand der ersten Umschlagseite. Für die Veränderung der gesamten grafischen Gestaltung des Fanzines ist der als Art Director fungierende Alexander Branczyk verantwortlich. Er prägt die für *Frontpage* fortan charakteristische visuelle Erscheinungsweise, die sich durch die Kombination kleiner Schriftgrößen für den Fließtext mit Headlines, die aus der Schichtung von

---

übereinandergesetzten Schrifttypen bis zu deren Unleserlichkeit entstehen, auszeichnet.\(^{214}\)


versucht, über die Analyse aktueller Tendenzen hinaus, Trends zu prognostizieren bzw. zu kreieren.\textsuperscript{215}


\textsuperscript{216} Nachdem sich Laarmann im Anschluß an diese Entwicklung aus allen (finanziellen) Beteiligungen an Unternehmungen der Techno-Szene zurückzieht, meldet er sich im Herbst 1998 mit einem, nun nicht mehr explizit auf die Techno-Szene bezogenen,
5.2.3 Szene-Zeitung


und als Verb verwendet bezeichnet der für den Titel gewählte Terminus die Entfernung entsprechender Fehler.


### 5.3 Computervermittelte Kommunikation

Unter dem Begriff der computervermittelten Kommunikation können alle Formen der Kommunikation verstanden werden, die durch die Übertragung von Daten zwischen Computern mittels Techniken der Telekommunikation ermöglicht werden. Als Grundelemente zu unterscheiden sind in diesem Zusammenhang textuelle, visuelle (Fotografien, Grafiken, bewegte Bilder) und akustische Elemente (sog. Audio-Files), die zu multimedialen Dokumenten (vor allem sog. HTML-Seiten) kombiniert werden können. Die folgende Darstellung konzentriert sich dabei auf diese Dokumente, die über das World Wide Web (WWW) verfügbar sind bzw. andere Internetdienste, die von dort aus angeboten werden.

---


219 Die vorgenommene Einschränkung ist dadurch begründet, daß diese Angebote dem Verständnis von Medien entsprechen wie es diesem Kapitel zu Grunde liegt. Aus diesem funktionalen Verständnis von Medien resultiert weiterhin, daß auf die Analyse von Angeboten verzichtet wird, die von Privatpersonen primär zum Zweck der individuellen
5.3 Computervermittelte Kommunikation

Damit entfällt die nähere Auseinandersetzung mit Formen computervermittelter Kommunikation, die schon vor der Verbreitung des WWW Verwendung gefunden haben, aber auch weiterhin genutzt werden. Dabei handelt es sich insbesondere um die sog. „Newsgroups“, die als themengebundene Gesprächsforen fungieren. Die Interessenten können die dort gesammelten Beiträge lesen und darauf entweder öffentlich reagieren oder direkt dem jeweiligen Autor antworten. In der Regel kann auch eine Registrierung als Abonnent vorgenommen werden, um dann alle neuen Beiträge automatisch als E-Mail zu erhalten. Ein Beispiel für ein solches Forum, in dem technospezifische Themen diskutiert werden, ist die Newsgroup mit dem Titel „alt.rave“.


Die technologische Gesamtheit der Newsgroups wird als „Usenet“ bezeichnet. „Ursprünglich war das Usenet kein Teil des Internet, sondern ein weltweites Netzwerk von Rechnern, die die einzelnen Diskussionsbeiträge untereinander austauschten. Heute ist das Internet der Transportweg, auf dem der größte Teil des Datenaustausches im Usenet stattfindet.“ (Schauecker 1996, 499)

Entsprechende Angaben finden sich nicht nur im redaktionellen Teil, sondern auch in den Anzeigen.

führt in der Regel dazu, daß ein einzelnes Angebot mit anderen einschlägigen Adressen „vernetzt“ ist.


5.3.1 Digitale Dependancen

des Inhaltsverzeichnisses bis zur Publikation aller Textteile reichen kann. Bei DJs und Labels entsprechen die Inhalte häufig einer Selbstdarstellung mit Angaben über die Biographie bzw. Geschichte sowie die jeweiligen Tonträgerveröffentlichungen.

Neben diesen Inhalten stellt die Ermöglichung der Kontaktaufnahme durch die Angabe einer Adresse, an die den jeweiligen Editoren eine E-Mail geschickt werden kann, einen verbreiteten Bestandteil der Angebote dar. Ein zentrales Element der grafischen Gestaltung von Web-Sites etablierter Institutionen ist im Sinne einer „Corporate Identity“ in der Regel die Berücksichtigung der bereits bekannten Logomarks sowie eine Farbgebung, die sich an diesen orientiert. Bei sog. „Personality Pages“ übernimmt häufig eine Porträtfotografie die Funktion, die Online-Präsentation mit der Offline-Präsenz visuell zu verknüpfen. Insofern eine Vielzahl dieser „virtuellen Visitenkarten“ (Bieber) somit weitgehend auf die Funktion einer „digitalen Dependance“ beschränkt bleiben, sollen im folgenden vor allem einschlägige Angebote, die darüber hinaus gehen, exemplarisch charakterisiert werden.223

5.3.2 Web-Zines


223 Auf Grund der beständigen Revision von Form und Inhalt der Angebote sowie der Weiterentwicklung der technischen Möglichkeiten kann diese Darstellung nur eine Momentaufnahme relevanter Strukturmerkmale sein.
224 Dementsprechend wird die Entwicklung dieses Angebotes hier exemplarisch dargestellt.
### 5.3 Computervermittelte Kommunikation

Anfang an als eine Art „Knotenpunkt“, der vor allem die Verknüpfung zu anderen technospezifischen Web-Sites herstellt.\(^\text{225}\)


---

\(^{225}\) Obgleich der Begriff des „Knotenpunkts“ die Funktion der Verknüpfung betont, fungiert ein entsprechendes Angebot gleichzeitig auch als „gatekeeper“, da die hergestellten Verbindungen sich selektiv zur Vielfalt der Vermittlungsmöglichkeiten verhalten.

\(^{226}\) Bei einem Chat (engl.: Plauderei) handelt es sich um ein online geführtes „Gespräch“, das ausschließlich textbasiert durchgeführt wird. Diese Form der Konversation wird durch den synchronen Kommunikationskanal einer sog. „Chatline“ ermöglicht, d.h. die über die

Obgleich diese Bereiche mit dem Konkurs der Technomedia GmbH (vgl. Kap. 5.2.2) nicht mehr aktualisiert werden und mit der Einstellung des Fanzines Frontpage ein weiterer inhaltlicher Bestandteil des Angebotes entfällt, bleibt „Techno Online“ weiterhin erreichbar. Im Frühjahr 1998 findet dann eine Umgestaltung der Web-Site statt, die nun in neuer Erscheinungsweise im wesentlichen die bisherige Ausrichtung des Angebotes fortführt. Durch den Verzicht auf die aufwendige Bereitstellung eigens erstellter Inhalte fungiert Techno Online somit zwar weniger als bislang als „content provider“, die Funktion des Angebotes als „Knotenpunkt“ wird jedoch gestärkt. So wird auf die Einrichtung tagesaktueller Rubriken verzichtet, es besteht jedoch die Möglichkeit der Registrierung als Interessent an Informationen, die in Form von E-Mails versendet werden. Mit der Plazierung einer Fläche, auf der verschiedene grafisch gestaltete Werbebotschaften für andere Angebote erscheinen (einem sog. „Banner“), findet sich am unteren Ende der Homepage schließlich ein Hinweis auf die Finanzierung der Web-Site.

5.3.3 Event-Sites

Neben den relativ statischen Strukturen findet sich auch auf der Homepage von Techno Online wiederholt die prominent plazierte Ankündigung von technospezifischen Veranstaltungen, verbunden mit dem Verweis (Link) auf weiterführende Informationen. In der Regel handelt es sich dabei um Angebote, bei denen die Aktualisierung der Inhalte und Serviceleistungen temporär auf das jeweilige Ereignis bezogen ist. Insbesondere bei regelmäßig stattfindenden Veranstaltungen wie dem Mayday handelt es sich

---

Tastatur eingegebenen Äußerungen erscheinen umgehend auf den Bildschirmen aller Teilnehmer, die zur gleichen Zeit einen gemeinsamen sog. „Channel“ kontaktieren.

227 Diese Entwicklung demonstriert auch, daß sich die Web-Site nicht auf die Funktion der medialen Repräsentation des Fanzines Frontpage reduzieren läßt.

228 In der Rubrik „Mailinglists“ können mehrere dieser Dienste auch anderer Anbieter wie „Low Spirit“ oder „Mayday“ abonniert werden.
dabei um Web-Sites, die dauerhaft unter einer Top-Level-Domain erreichbar sind. Neben diesen offiziellen Anlaufstellen etablieren auch andere Anbieter entsprechende Web-Sites, die von der Popularität der jeweiligen Veranstaltung im Sinne einer „Ökonomie der Aufmerksamkeit“ profitieren, indem sie auf das Event bezogene Informationen und Dienstleistungen zusammenstellen.\[229\]

Bereits im Vorfeld der jeweiligen Veranstaltung erfüllen diese Angebote verschiedene Funktionen, die zunächst im wesentlichen denen der Flyer entsprechen. Über die ausführliche Ankündigung hinaus besteht dabei vor allem die Möglichkeit, Angaben, die z.B. die Änderung des Programms betreffen, umgehend zu aktualisieren. Solche kurzfristigen Korrekturen können nicht nur über die Web-Site kommuniziert werden, sondern es wird den Interessenten häufig auch angeboten, sich im Rahmen einer sog. Mailingliste als Empfänger eines Newsletters, der per E-Mail verschickt wird, registrieren zu lassen.\[230\] In diesem Zusammenhang werden teilweise auch Angebote zur Koordination von Anreise und gegebenenfalls Übernachtung gemacht.


5.3 Computervermittelte Kommunikation


Zusätzlich zur synchronen tritt im Anschluß an die jeweilige Veranstaltung die diachrone Dimension einer medial vermittelten Partizipation am Event. Neben der Nachbereitung durch die Veranstalter sowie gegebenenfalls der Dokumentation von Pressestimmen werden die Teilnehmer häufig dazu aufgefordert, eigene Eindrücke zu formulieren und per E-Mail an die Editoren der jeweiligen Web-Site einzuschicken.\(^\text{233}\) Diese dokumentieren dann die vor

---


\(^{233}\) Im Rahmen der offiziellen Loveparade-Homepage (da diese Web-Site mit sog. „Frames“ operiert, ist keine genaue Lokalisierung der entsprechenden Files möglich) wurde 1998 sogar ein interaktives Formular angeboten, in das die Nutzer Antworten auf folgende...
5.3 Computervermittelte Kommunikation

allem in Form von Texten aber auch Bildern eingehenden Beiträge in entsprechenden Rubriken. In dieser Perspektive wird deutlich, daß vor allem bereits besonders populäre Veranstaltungen für die Begleitung durch Event-Sites prädestiniert sind: Verschiedene Formen medialer Repräsentation verstärken sich hier wechselseitig und mit der Anzahl von Einzelereignissen (z.B. die verschiedenen Parties, die am gesamten Wochenende vor und nach der Loveparade stattfinden) und potentiellen Teilnehmern daran, steigt ex ante der Bedarf an entsprechenden Informationen sowie ex post die Möglichkeit der Berichterstattung. Durch die interaktive Inklusion der Interessenten vereinen die über die Schnittstelle der technospezifischen Web-Sites realisierten Formen computervermittelten Kommunikation nicht nur die Funktionen der bereits dargestellten Medien der Techno-Szene, sondern erweitern sie darüber hinaus um die Möglichkeit einer „virtuellen“ Vergemeinschaftungsform.

Fragen eintragen sollten: „Was war dein einschneidendes Parade Erlebnis 1998? Was war für dich der schönste Wagen? Die wievielte Love Parade war dies für dich?“


6.1 Entstehung und Entwicklung

6 DIE LOVE PARADE


Um diese Debatte im Kontext des sozialwissenschaftlichen Diskurses über die Transformation sozialer Aggregation und politischer Artikulation (vgl. Kap. 1.1) zu reflektieren, wird zunächst die Entstehung und Entwicklung der Love Parade sowie die öffentliche Auseinandersetzung über diese Veranstaltung rekonstruiert. Schließlich soll das Phänomen in den kulturhistorischen Kontext verschiedener Formen kollektiver Artikulation im öffentlichen Raum eingeordnet werden, um eine resümierende Charakterisierung der Veranstaltungsform zu erreichen.

6.1 Entstehung und Entwicklung

Die erste Love Parade findet im Sommer 1989 in Berlin statt und steht damit im Kontext der Entstehung der bundesdeutschen Techno-Szene (vgl. Kap. 3.2.5) und unter dem Eindruck der Popularität des Phänomens „Acid House“ in Großbritannien, die durch die Rede vom „summer of love“ charakterisiert wird (vgl. Kap. 3.2.4). Bereits diese, auf die Hippie-Bewegung bezogene Bezeichnung, verweist auf ein zumindest zu diesem Zeitpunkt zentrales...
Motiv der Techno-Szene, nämlich den Eindruck, daß insbesondere die Veranstaltungsform der Raves auch sozialutopische Elemente reflektiert.\textsuperscript{236}


So versammeln sich am betreffenden Samstag-Nachmittag etwa 150 Personen auf dem Kurfürstendamm. Der Umzug, der vom Wittenbergplatz bis zum Adenauerplatz und zurück zum Ausgangspunkt führt, wird von Kraftfahrzeugen begleitet, die Musikanlagen mit Lautsprechern transportieren. Statt parolenartiger Durchsagen wird jedoch elektronische Musik präsentiert und die Teilnehmer bewegen sich tanzend voran. Zur Finanzierung der entsprechenden organisatorischen Voraussetzungen merkt Roeingh retrospektiv an:

„Schon damals hatten wir einen Sponsor, der uns das bezahlt hat. 750 Mark hat die erste Love Parade gekostet.

\textsuperscript{236} So charakterisiert Meueler (1996, 22) diese Dimension folgendermaßen: „Raven erscheint als ein individuell erlebbarer, temporärer Dispens des die westlichen Industriegesellschaften beherrschenden Prinzips der formalen Rationalität (…)“.\textsuperscript{237} Als Quelle auch für die Veranstaltungen der folgenden sieben Jahre läßt sich das anlässlich der Love Parade 1995 im Technomedia Verlag erschienene Heft „Love 95 - The Berlin Love Weekend Magazine“ heranziehen, aus dem - soweit nicht anders angemerkt - die entsprechenden Angaben entnommen sind.\textsuperscript{238} Vgl. z.B. die Reproduktion des entsprechenden Dokuments im Localizer 1.0 (Klanten 1995, LOC 1.0/CLU 2.1/LOV). Ob es sich dabei um eine ausschließlich ironische bzw. funktional zur Erlangung der Demonstrationsgenehmigung getätigte Aussage handelt, darüber kann an dieser Stelle nur spekuliert werden.


239 Vgl. die Reproduktion der Titelseite des Dokuments im Localizer 1.0 (Klanten 1995, LOC 1.0/CLU 2.1/LOV).


„Mit dieser Demonstration wollen wir für einen ungeteilten Frieden auf der ganzen Welt demonstrieren. Insbesondere fordern wir einen sofortigen Waffenstillstand in Bosnien, Tschetschenien und Mexiko.“

Der genannte Termin wird in der Folge revidiert, da für den selben Tag mit dem sog. „Christopher Street Day“ bereits eine Demonstration angemeldet wurde, und außerdem anläßlich der Verhüllung des Reichstages durch den

243 Dieses Schreiben liegt dem Verfasser als Faksimile vor.


„Das könnte die Organisatoren etwa 250.000 Mark kosten“ (taz vom 26.5.1995). Es kann davon ausgegangen werden, daß die ablehnende Haltung der Stadtregierung vor allem durch die Absicht motiviert war, die Übernahme dieser Kosten, die die Stadt im Falle einer Genehmigung der Love Parade als Demonstration zu tragen hat, zu vermeiden.


In diesem Konzept, das dem Verfasser in Kopie vorliegt, werden u.a. der Einsatz sog. „Trash Terminators“ (Freiwillige, die die Benutzung eigens aufgestellter Müllcontainer betreuen sollen) sowie diverse präventive Maßnahmen (insbesondere die Einrichtung eines Informationspools zur Sammlung der Partyankündigungen, durch den die Anzahl der vor Ort verteilt Flyer minimiert werden soll sowie eines von der Zigarettenfirma Reynolds gesponsorten Pfandbechersystems für die Getränkeversorgung) zur Reduktion der Müllmenge genannt.

Als weitere Kontextvariable, die die Entscheidung beeinflußt haben soll, nennen Henkel und Wolff (1996, 103), daß die Stadt Frankfurt am Main den Veranstaltern 1 Million Mark für die Verlegung der Love Parade nach Frankfurt geboten habe. Die Glaubwürdigkeit dieser Angabe, die dort nicht durch Quellen belegt wird und in keiner anderen Publikation
6.1 Entstehung und Entwicklung


Die Angaben zur Teilnehmerzahl stellen ab 1995 eine Näherung dar, die aus den Angaben von Veranstaltern, Polizei und Presse gebildet wird.


Akquisition finanzieller Mittel für die Durchführung der Love Parade genannt, die „durch einen Mix aus Sponsoring, Medienpartnerschaften und eigenen Merchandising-Produkten“ (Ralf Regitz, zitiert nach Raveline Nr. 7/1998) realisiert wird.


Am 10. April einigen sich die Beteiligten schließlich darauf, daß der Umzug „vom Ernst-Reuter-Platz über die Siegessäule bis kurz vor das Brandenburger Tor“ (taz vom 13.4.1996) geführt wird. Von dort aus werden


\[\text{Diese Haltung, die vor allem von Innensenator Jörg Schönbohm (CDU) eingenommen wird, vertreten auch der Landeskonservator Helmut Engel (vgl. SZ vom 2.4.1996) sowie der betroffene Bezirksbürgermeister von Berlin-Mitte, Joachim Zeller (CDU).} \]

Obwohl im Vorfeld der Veranstaltung die Einbeziehung öffentlicher Verkehrsmittel bei den Planungen zur Beförderung der Teilnehmer berücksichtigt werden, kommt es am Wochenende der Love Parade insbesondere in der Berliner Innenstadt, aber auch bei der Anfahrt auf verschiedenen Autobahnen zu erheblichen Behinderungen. Etwa 600000 Jugendliche versammeln sich auf der Straße des 17. Juni um rund 40 Sattelschlepper (bei etwa 100 Bewerbungen) mit Musikanlagen, deren Leistung auf Bitten der Veranstalter 15000 Watt nicht überschreiten sollen.


Auf der gegen 20.00 Uhr beginnenden Abschlußkundgebung wird dann von verschiedenen prominenten DJs ein musikalisches Programm präsentiert.259 Dazu sind um die Siegessäule herum Bühnen errichtet worden, von denen aus die Beleuchtung und Beschallung des bis weit in die einmündenden Straßen hinein mit Publikum angefüllten Platzes stattfindet. Während die DJs nur wenige animierende Aufforderungen äußern, richtet Roein einige Sätze an die Anwesenden, in denen er zu Frieden und Völkerverständigung durch Musik aufruft.260

Eine weitere Neuerung gegenüber dem Vorjahr stellt auch der im Rahmen der Veranstaltung von den Organisatoren verbreitete Aufruf zur Gründung eines „Vereins zur Förderung der Love Parade“ dar. Damit soll nicht nur ein Instrument zum Lobbying geschaffen, sondern über den geplanten Mitgliedsbeitrag auch eine weitere Finanzierungsquelle erschlossen werden.261 Finanzielle Fragen stehen auch im Anschluß an die Parade im

258 Als Hauptsponsoren sind desweiteren die Firmen „Langnese“ und „Reynolds“ (Camel) mit eigenen Fahrzeugen vertreten. Darüber hinaus verfügt fast jeder Wagen über einen eigenen Sponsor, der Mittel für die Finanzierung der Startgebühren sowie der Ausstattung bereitstellt.


260 Obgleich sich die Ansammlung im Anschluß daran langsam auflöst, bleiben die Besucher während der gesamten Nacht und auch am nächsten Tag noch in der Stadt präsent. Diese Präsenz beschränkt sich nicht nur auf die zahlreichen Veranstaltungen im Rahmenprogramm (vgl. z.B. die Angaben im Berliner Lokalteil der taz vom 13.7.1996), sondern manifestiert sich auch im öffentlichen Raum bei spontanen Zusammenkünften, die sich bspw. um mit Musikianlagen ausgestatteten privaten Kraftfahrzeugen gruppieren. Dies gilt auch für die Veranstaltungen in den folgenden Jahren.

Mittelpunkt der Diskussion. So wurde der Tiergarten sowie das mit einer Ligusterhecke bepflanzte Rondell um die Siegessäule durch die Menschenmassen in erhebliche Mitleidenschaft gezogen und insbesondere durch den nicht genehmigten privaten Verkauf von Getränken in Dosen auch die Müllmenge im Vergleich zum Vorjahr überproportional gesteigert.


In der daraus resultierenden öffentlichen Debatte um die Genehmigung der Versammlung engagieren sich in der Folge auch Anlieger, die durch die Durchführung der Veranstaltung im Tiergarten Persönlichkeitsrechte beeinträchtigt sehen. Besondere Beachtung findet das juristische Vorgehen Idee der Love Parade nach draußen, in andere Städte und Länder, in die Medien, in die Institutionen, zu Politikern und Bürokraten." Diese Konzeption wird in den folgenden Jahren jedoch nicht weiter verfolgt und der Verein ist offensichtlich nicht über die Gründungsphase hinaus gekommen: „Angeblich ist das Geld, das letztes Jahr gespendet wurde, komplett dafür draufgegangen, den Verein administrativ einzurichten und zu bewerben.“ (Groove Nr. 47, 8-9/1997).

Offensichtlich hängt dieser Wechsel mit der Diskussion um die von den Teilnehmern verursachten Schäden und Verunreinigungen zusammen.


Im Falle eines Vorfalls wären nur hier ausreichende Ausweichmöglichkeiten für die erwarteten Menschenmassen gegeben (vgl. Groove Nr. 47, 8-9/1997).


Aktionen nehmen. So kursieren in der Punk-Szene bundesweit Flugblätter, die dazu aufrufen, am 12. Juli in Berlin präsent zu sein, um die Veranstaltung in eine „Hate Parade“ umzufunktionieren.267


---


270 In der taz vom 5.7.1997 wird diese Aussage zur Hateparade im Anschluß an eine Pressekonferenz des Veranstalters folgendermaßen kontextualisiert: „So soll sie auch eine Demonstration gegen Nazis sein, die sich immer stärker mit Springerstiefeln und „Sieg Heil“-Rufen unter die Gabba-Szene mischten.“ (Die Schreibweise „Gabba“ bezieht sich auf die Selbstbezeichnung einer einschlägigen Formation mit dem Namen „Gabba Nation“.)

Wagen umfassenden Umzugs<sup>274</sup> etwa eine Million Menschen in Berlin. Dabei kommt es zwar zu massiven Verkehrsbehinderungen<sup>275</sup>, aber nicht zu den angekündigten Störungen der Veranstaltung.<sup>276</sup>

Trotzdem ergibt sich eine erhebliche Verzögerung bei der Abfahrt der Wagen, so daß die Abschlußkundgebung erst gegen 21.00 Uhr beginnen kann. Dazu sind 20 der Wagen zugelassen, um im Rondell Aufstellung zu nehmen. Das von der Siegessäule aus präsentierte musikalische Programm wird dabei über eine Funkfrequenz auf die einzelnen „sound systems“ übertragen, um eine optimale Beschallung zu erreichen. Die abschließende Ansprache von Roeingh versucht das Motto „Let the sun shine in your heart“ zu reflektieren und durch die Aufforderung zu gemeinsamen Gesten, bei denen die Arme in die Luft (zur Sonne) gereckt werden sollen, zu symbolisieren, was von vielen Anwesenden mit Pfiffen quittiert wird.<sup>277</sup>

Noch am nächsten Tag beginnt die Bestandsaufnahme der durch die Teilnehmer verursachten Schäden. Obgleich die Organisatoren mit dem Berliner Senat ein Verkaufsmonopol für die Veranstaltung vereinbart und sich daraufhin zur Beteiligung an den Reinigungskosten in einer Höhe von 280000 DM verpflichtet haben, werden vom Bezirksamt Tiergarten mehrere Genehmigungen für den Getränkeverkauf ausgestellt (vgl. Tagesspiegel vom 13.7.1997). Dadurch sowie durch die zahlreichen Schwarzhändler, die insbesondere Getränkedosen anboten, konnte die Müllmenge erneut nicht


<sup>275</sup> Diese betreffen nicht nur die Berliner Innenstadt, sondern auch die Anfahrt bspw. auf der A 24: „Nach einem Umfall zwischen Zarrentin und Wittenburg tanzten hunderte Raver auf der Fahrbahn. Die Polizei mußte die jungen Leute mehrfach auffordern, einzusteigen und weiterzufahren.“ (Tagesspiegel vom 13.7.1997)

<sup>276</sup> Von der Polizei werden 40 Personen festgenommen, die angeblich den Umzug blockieren wollen und in der Presse als Punker identifiziert werden (vgl. BZ vom 14.7.1997).

<sup>277</sup> Bei den Parties im Rahmenprogramm kommt es schließlich teilweise zu Problemen bezüglich der geringen Anzahl der Teilnehmer. „Stattdessen gab es Spontan-Partys an der Kaiser-Wilhelm-Gedächtniskirche, wo 5000 Raver die ganze Nacht feierten.“
reduziert werden. Darüber hinaus wird eine immense Schädigung des Tiergartens konstatiert, die sich vor allem in einer erheblichen Bodenverdichtung manifestiert (vgl. FAZ vom 15.7.1997). Ein weiteres wesentliches Problem stellt trotz der Bereitstellung von Toilettenwagen die Belastung der Böden durch Urin dar.\textsuperscript{278}


\textsuperscript{278} „Um wenigstens dem Uringestank abzuhelfen, setzte Berlins Polizei am Sonntag Wasserwerfer ein. Statt auf Demonstranten richteten sie den Strahl diesmal auf die mit Urin getränkten Böden.“ (BZ vom 14.7.1997)

\textsuperscript{279} So plädiert ein Vertreter des BUND dafür, „im kommenden Jahr mit der Love Parade auf den Flughafen Tempelhof oder die Avus auszuweichen“ (BZ vom 14.7.1997).

\textsuperscript{280} Damit werden auch Überlegungen der Berliner PDS aufgegriffen, die vom Umzug ausgehende Belastung durch die Organisation in Form eines Stemmmarsches zu minimieren (vgl. taz vom 14.7.1997)
an den entstehenden Kosten ab, die von den öffentlichen Haushalten getragen werden müssen (vgl. den Berliner Lokalteil der taz vom 6.5.1998).


283 Offensichtlich löst diese Kritik Reaktionen seitens der Veranstalter bzw. Gesellschafter aus, denn bereits am 10. Mai publiziert Kliehm eine weitere Pressemeldung, in der er seine Angaben unter Verweis auf verschiedene Presseberichte zu belegen sucht. Diese Auseinandersetzung manifestiert sich auch in der Mailingliste „list-love@techno.de“, zu der sich nicht-autoriserte Personen Zugang verschafft haben, um dort für die „Fuckparade“ zu werben und die Love Parade zu kritisieren.

Auch in den letzten Tagen vor der Parade konzentriert sich die öffentliche Diskussion auf die kommerzielle Dimension der Veranstaltung. So wird bekannt, daß sich der Sender Freies Berlin (SFB) für die Fernsehberichterstattung über die Love Parade zu einem Produktionsvolumen von 800000 DM verpflichtet hat sowie dazu, „der Love Parade GmbH die Bilder anschließend zur Vermarktung zur Verfügung zu stellen. Außerdem verlangen die ‘de facto Hausherren des Großen Sterns’ (laut SFB-Justitiar Magnus Schiebe) eine ‘Präsentation’ des Tonträgers von Low Spirit in ‘angemessenem Umfang’.” (Tagesspiegel vom 11.7.1998)\textsuperscript{285}

Neben verschiedenen Anstalten der ARD übertragen der Sponsor „RTL 2“, der auch mit einem eigenen Wagen beim Umzug vertreten ist, sowie der Sender „VIVA“ das Ereignis live.


\textsuperscript{285} Mit dem genannten Tonträger ist die von Dr. Motte und Westbam veröffentlichte Hymne zur Love Parade 1998 unter dem Titel „One World - One Future“ gemeint.
6.1 Entstehung und Entwicklung

SPD als auch die PDS kündigen an, im Rahmen der Love Parade Informationsmaterialien zu verteilen.\textsuperscript{286} Die Jugendorganisation der FDP ist ebenso wie die Jugendorganisationen der IG Metall und der Deutschen Postgewerkschaft mit einem eigenen Wagen am Umzug beteiligt.\textsuperscript{287} Während der Love Parade sind auch Innensenator Schönbohm sowie der Senator für Wissenschaft, Forschung und Kultur, Peter Radunski, (beide CDU) vor Ort präsent (vgl. ebd.).

Am 11. Juli versammeln sich dann nicht zuletzt wegen des regnerischen Wetters weniger Menschen als im Vorjahr in Berlin.\textsuperscript{288} Zur Kundgebung an der Siegessäule wurden zwei Bühnen errichtet und Roeingh hält dort gegen 20.00 Uhr seine Ansprache\textsuperscript{289}, an die sich bis etwa 23.00 Uhr die alljährliche Abschlußparty anschließt. So endet die zehnte Love Parade und wie im Vorjahr setzt sich der Konflikt um die Veranstaltung direkt im Anschluß an diese fort, da die eingegangenen Spenden seitens Berliner Unternehmen die bei den Aufräumarbeiten entstandenen Kosten nicht decken.\textsuperscript{290}

\begin{itemize}
\item \textsuperscript{287} Mit dem früheren französischen Kulturminister Jack Lang, der die Durchführung einer ähnlichen Veranstaltung in Paris anregt, ist sogar ein (ehemaliger) Politiker auf dem Wagen des deutsch-französischen Jugendwerkes vertreten (vgl. taz vom 13.7.1997).
\item \textsuperscript{288} Bei dieser Love Parade divergieren die Angaben über die Teilnehmerzahl erheblich. So geht die Polizei nur von etwa 350000 Personen aus, während die BSR auf Grund der geringeren Müllmenge etwa 600000 Teilnehmer schätzt (vgl. Berliner Morgenpost vom 13.7.1998). Durch die Witterungsbedingungen kann jedoch davon ausgegangen werden, daß die Teilnehmerzahl noch etwas höher ist, denn die Schauer halten viele Anwesende von einer dauerhaften Präsenz ab, was zu einer erhöhten Fluktuation am Veranstaltungsort beiträgt. Zur „Fuckparade“ versammeln sich etwa 1000 Personen um elf Wagen (vgl. taz vom 13.7.1998).
\item \textsuperscript{289} Obgleich er aus der Kritik in den Vorjahren die Konsequenz gezogen hat, andere an deren Vorbereitung zu beteiligen (im Rahmen seiner Homepage unter http://www.drmotte.de können in ein interaktives Formular entsprechende Vorschläge eingetragen werden), werden seine Aussagen zum „liebevollen, fröhlichen und toleranten Umgang miteinander“ (zitiert nach der taz vom 13.7.1998) allgemein als nicht angemessen bewertet (diese Einschätzung reicht von Fanzines bis zu den Tageszeitungen).
\item \textsuperscript{290} Die Veranstalter schlagen deshalb vor, daß der betroffene Bezirk diesen Fehlbetrag durch die Kooperation mit den von ihm an der Strecke genehmigten Dienstleistern erbringt. So wurde der Firma Nareyka von den Bezirken Charlottenburg und Tiergarten eine Lizenz zur Standvermietung entlang der Strecke erteilt (vgl. FR vom 10.7.1998). „Den Einwand von Baustadtrat Horst Porath, die Einnahmen durch Straßensonnenscheinungsgebühren würden an den Landeshauhalt fließen und könnten nicht für den Tiergarten verwendet werden, ließ Regitz nicht gelten. (...) Porath dagegen sieht schwarz: ‘Letztes Jahr hat uns die Finanzverwaltung statt einer Überweisung
6.2 Die Argumentation der Akteure

Nachdem die Entstehung und Entwicklung der Love Parade dargestellt wurde, sollen im folgenden die Artikulationen der an der Debatte um die Durchführung der Veranstaltung beteiligten Akteure im Hinblick auf die verfolgten Argumentationen zusammenfassend charakterisiert und gegebenenfalls kontextualisiert werden.291


291 Dabei soll davon abgesehen werden, die verfassungsrechtliche Dimension dieser Diskussion im Hinblick auf das unter Art. 8 GG formulierten Grundrecht auf Versammlungsfreiheit zu thematisieren, da es sich hier um keine juristische sondern diskursanalytische Bestandsaufnahme handelt.

entsprechende Genehmigung, nämlich, daß die Love Parade weder formal noch inhaltlich den Vorstellungen einer politischen Demonstration entspricht.

wesentlichen zwei Wege zur beabsichtigten Privatisierung der Kosten: So können sich die Veranstalter respektive entsprechende Sponsoren zu deren Übernahme freiwillig bereit erklären. Ist dies nicht der Fall, wird von den betreffenden Akteuren versucht, den Status der Love Parade als Demonstration in Frage zu stellen, um eine Anmeldung als private Veranstaltung zu erreichen. Wenn sich die Veranstalter unter dementsprechend veränderten Voraussetzungen trotzdem für eine Durchführung entscheiden würden, wären sie dann von vorneherein dazu verpflichtet, die Finanzierung der fraglichen Kosten zu gewährleisten.


Diese pragmatische Argumentation einer Kosten-Nutzen-Relation deckt sich formal mit der diverser privater Akteure, die ökonomisch motiviert ist. So verweisen bspw. am Kurfürstendamm anliegende Einzelhändler auf Umsatzeinbußen durch die Veranstaltung und fordern daher zumindest deren Verlegung. Gleichzeitig vertreten inzwischen auch Akteure aus dem Umfeld der Veranstalter, vor allem die Love Parade GmbH, aber z.B. auch Organisatoren von Veranstaltungen, die während der Love Parade besucht werden, ökonomische Interessen, die von einer Absage beeinträchtigt werden, ökonomische Interessen, die von einer Absage beeinträchtigt

werden würden. Hier muß also aus der Perspektive einer Positionierung zu diesen Anliegen ebenfalls eine Abwägung zwischen den verschiedenen Einzelinteressen vorgenommen werden.


Über diese pragmatische Argumentation hinaus, werden in dieser Debatte auch Aspekte der politischen Topographie verhandelt. Aus dem Vorhaben der Veranstalter ist die Absicht zu erkennen, die Demonstration an zentraler Stelle und unter Einbeziehung eines wesentlichen Symbols der Stadt sowie des vereinigten Deutschlands, dem Brandenburger Tor, durchzuführen. Der Vorschlag der Senatsverwaltung, die Strecke entlang der Karl-Marx-Allee vom Alexanderplatz nach Friedrichshain zu führen, reflektiert diese Dimension nicht. In der Presse werden unter dem Aspekt der politischen Topographie darüber hinaus die Konnotationen diskutiert, die mit dem jeweiligen Veranstaltungsort in historischer Perspektive verbunden sind:

Perspektive kann aus einem Imagegewinn auch ein materieller Profit erwachsen, der bspw. über eine Zunahme von Touristen realisiert werden könnte.


297 Bereits die bisherige Streckenführung über den Kurfürstendamm hat eine politische Bedeutung, da sie an die Tradition der Nutzung dieser Straße für demonstrative Aktionen anknüpft: „Fast alle Protestbewegungen und mehrere Protestgenerationen bemühten


sich dort Präsenz zu zeigen und ihr jeweiliges Anliegen öffentlichkeitswirksam zu plazieren.“ (Balistier 1996, 177)

Eine moralische Dimension führen andere Akteure in die Diskussion ein. Dabei handelt es sich maßgeblich um den Ausrichter der Gegenveranstaltung „Hateparade“. Obgleich auch in diesem Zusammenhang das Argument Verwendung findet, daß die Veranstaltung nicht politisch sei, ist die Argumentation zunächst nicht gegen den Status der Love Parade als Demonstration gerichtet. Vielmehr wird die Repräsentationsfunktion der Veranstaltung in Frage gestellt, da die dort präsentierten Subgenres von Techno nicht authentisch seien. Im Aufruf zur „Hateparade“ heißt es dementsprechend: „The Love Parade is mainstream, so it is non-political, trying to please the masses like any mainstream music. But come to a decent gabber party, there you will find lots of texts to scream along.“


Da die Veranstaltungsform der Love Parade im Rahmen der „Hateparade“ im wesentlichen übernommen wird, kann sich die Argumentation vor allem nicht gegen die Durchführung der Demonstration als Umzug, bei dem von Fahrzeugen aus vorwiegend Musik präsentiert wird, richten.

Vgl. dazu die in der Presse kolportierte Maßnahme der Veranstalter, für die während des Umzugs präsentierte Musik „die Zahl der Beats auf 130 pro minute“ (sic, taz vom 12.7.1997) zu beschränken.


1998 führt der Veranstalter der Gegendemonstration ein bereits angedeutetes Element der moralischen Dimension seiner Argumentation dementsprechend weiter aus: Der 1997 formulierte Vorwurf des

---


„Ausverkaufs“ authentischer Ausdrucksformen wird am Beispiel der Love Parade folgendermaßen konkretisiert:

„Wenn wir uns gegen die Kommerzialisierung des Techno wenden, dann heißt das, daß wir dagegen sind, Kommerz vor Inhalte zu stellen. Von Sponsoren darf man sich nicht diktieren lassen, welche Musikrichtungen auf Raves oder der Love Parade erwünscht sind und welche nicht. Kommerzialisierung drückt sich aber nicht nur an Wagen von Vorabendserien auf der Love Parade aus, es äußert sich auch in ideenlosen, immer gleich gestrickten Musikstücken, die einzig auf Massentauglichkeit und Chartgängigkeit abzielen.“ (Pressemitteilung vom 10.5.1998)

Erst vor dem Hintergrund dieses Verständnisses von Kommerzialisierung und bei der gleichzeitigen Ablehnung der Refinanzierung der Reinigungskosten durch die Organisatoren der Love Parade kritisiert Kliehm die von den Veranstaltern vorgetragene Berufung auf den Status als Demonstration:

„Uns ist daran gelegen, den finanziellen Hintergrund der Love Parade aufzudecken, da wir es eine Frechheit finden, wenn ein Unternehmen mit Millionen-Umsätzen um jeden wiederzubepflanzenden Busch und jedes Klohäuschen feilscht und schließlich das Land Berlin auf den Kosten sitzenläßt.“ (ebd.)

Obgleich er somit feststellt, daß es sich um „ein riesiges Geschäft unter dem Deckmantel der Demonstration“ (Pressemitteilung vom 7.5.1998) handelt, stellt dieser Vorwurf kein grundsätzliches Argument gegen die gewählte Veranstaltungsform dar, sondern nur gegen die konkrete Ausgestaltung durch die Organisatoren, die er mit dem Vorgehen bei der „Fuckparade“ kontrastiert.  

---


306 Indirekt bestätigen die Veranstalter der Love Parade die von Kliehm im Modus der Moralkommunikation vorgetragenen Vorwürfe. Obgleich sie sich grundsätzlich auf das Demonstrationsrecht berufen, führen auch sie wiederholt pragmatische Argumente in die Diskussion ein, sofern sie opportun sind. Diese Berücksichtigung des Kosten-Nutzen-Kalküls reicht von dem auch von ihnen vorgetragenen Verweis auf die Bedeutung der Veranstaltung für das Image Berlins bis zur Akzeptanz der Privatisierung der durch die
Somit läßt sich resümierend konstatieren, daß nur eine der im Rahmen der dargestellten Diskussion vorgetragenen Argumentationen die Durchführung der Love Parade als Demonstration grundsätzlich in Frage stellt, nämlich der zu Beginn der Debatte seitens des Berliner Polizeipräsidiums formulierte Einwand, daß die Veranstaltung weder formal noch inhaltlich den Vorstellungen einer politischen Demonstration entspreche. Da die Behörde selbst die Berufung auf das inhaltliche Kriterium revidiert, soll im folgenden vor allem der formale Vorwurf an Hand einer Einordnung der im Kontext der Love Parade verwendeten expressiven Elemente aus vergleichender Perspektive diskutiert werden.

6.3 Einordnung der expressiven Elemente


Obgleich die Bezeichnung der Veranstaltung als Parade eine Analogie zu militärischen Paraden nahelegt, ist die Diskrepanz zu dieser Veranstaltungsform besonders offensichtlich. Insbesondere das Moment der Kontrolle, das sich beim militärischen Defilee in der deutlichen Trennung von Akteuren und Publikum sowie den vorgegebenen Bewegungsabläufen manifestiert (vgl. Matta 1984, 218), ist im Kontext der Love Parade nicht gegeben. Die Analogie zu militärischen Paraden wird in der öffentlichen Diskussion daher nicht über die Veranstaltungsform sondern über den -ort
6.3 Einordnung der expressiven Elemente

hergestellt. Dies wird vor allem in der Debatte um die Verlegung der Love Parade deutlich. Die Konnotationen der politischen Topographie sollen in dieser Perspektive eine Analogie suggerieren, die sich bis auf die Wahl einer zentralen urbanen Örtlichkeit nicht in der Erscheinungsweise der Veranstaltung manifestiert.


Ähnlich punktuell wie militärische Paraden finden auch religiöse Prozessionen in einem räumlich wie zeitlich genau definierten Bereich des öffentlichen Raumes statt (vgl. Matta 1984, 222). Da gezeigt werden konnte, daß diese Grenzen im Kontext der Love Parade durch die Vielzahl der Veranstaltungen im Rahmenprogramm sowie das Verhalten der Teilnehmer auch außerhalb dieser Veranstaltungen transzendiert werden, bestehen hier


Übereinstimmungen mit modernen Formen des (Straßen-) Karnevals. Obgleich diese sich häufig um einen organisierten Umzug zentrieren, ist die partielle Aufhebung der räumlichen Trennung der Akteure sowie die Partizipation des „Publikums“ für diese Veranstaltungsform charakteristisch.


---


311 Ebenso wie „Techno“ ist die Bezeichnung des betreffenden Phänomens als „Samba“ eine mehrdimensionale semantische Domäne (vgl. Kap. 1.1): „A samba is not only a particular rhythm and the dance and music based on it, it is also often an occasion on which people meet to dance and play music.“ (Taylor 1982, 302)


313 „This is a privilege which can be bought at prices that vary according to the saliency of the place in the parade which a person (...) whishes to occupy.“ (Taylor 1982, 304)

Obgleich die dargestellten Formen des Karnevals ebenso wie die Love Parade auch ein Element der „Festivalisierung urbaner Räume“ (Bette 1998) geworden sind, bedeutet dies nicht nur die Formalisierung der Festivitäten und ihre Funktionalisierung für kathartische und kommerzielle Zwecke.\(^{315}\) Sowohl in der (argumentativen) Auseinandersetzung um die Reglementierung\(^{316}\) als auch in der Ausnutzung der temporären Tolerierung von Verstößen gegen die offizielle Ordnung manifestiert sich eine Form der Opposition gegen die Regulierung des öffentlichen Raums.


\(^{314}\) Der Notting Hill Carnival geht ebenso wie die Love Parade auf die Idee einer einzelnen Person zurück (vgl. Cohen 1993, 10).


\(^{316}\) Vgl. sowohl für den brasilianischen als auch den Notting Hill Karneval (siehe Cohen 1993, 3) den Versuch der jeweiligen Stadtverwaltung zur Verlegung der Veranstaltungen, der in Rio de Janeiro damit begründet wird, „that this will avoid the immense expense of setting up facilities for spectators of the parades in the city center“ (Taylor 1982, 307).
(ebd., 69) reflektieren, werden lokale Aktionen plebejischen Aufbegehrens von einem ereignishaftem Charakter dominiert, dessen unmittelbares Ziel zunächst die Störung von „Ruhe und Ordnung“ ist.\footnote{317}

Erst mit der Arbeiterbewegung entwickelt sich das „Modell des organisierten Massenaufmarsches“ (Kaschuba) zur dominanten Form oppositioneller Artikulation im urbanen Raum.\footnote{318} An die Stelle „der ‘Rotte’ als prototypischer Formation des sozialen Protests“ (Kaschuba 1991, 72) tritt der disziplinierte Demonstrationszug und an die Stelle „des Prinzips spontaner Gruppierung (...) das Prinzip organisierter Formierung“ (ebd., 74). In dieser (Selbst-)Inszenierung werden weniger Elemente der Volkskultur als Ordnungsmuster der bürgerlichen und obrigkeitlichen Festkultur zitiert. Dadurch repräsentiert die Form des friedlich-festlichen Straßen-Umzugs nicht nur die beteiligten sozialen Gruppen und deren politische Anliegen im öffentlichen Raum, sondern verdichtet diese darüber hinaus zum szenischen Entwurf einer alternativen „Ordnung“.


Gleichzeitig bedingt gerade der Verzicht auf rigide Organisationsformen die Notwendigkeit zur massenhaften Mobilisierung der Akteure, da bereits deren Anzahl nicht durch den Verweis auf eine entsprechende Mitgliedschaft belegt.


\footnote{318} Vgl. für eine ausführliche Charakterisierung dieser Entwicklung Balistier 1996, 29ff.

„Die Bewegung muß sich und ihrer Umwelt Proteste in außeralltäglichen Momenten vorführen“ (...). Dazu bedarf es neben der physischen Manifestation von Gemeinschaft, d.h. dem gelegentlichen zeitlichen und örtlichen Zusammenziehen möglichst aller Kräfte im Akt der des Massenprotests (...) weiterer expressiver Formen von Gemeinschaft. (...) Je weniger elaboriert die Ideologie und Argumentation der Bewegung, um so mehr scheinen diese symbolisch-expressiven Formen der Gemeinschaft an Bedeutung zu gewinnen.“ (Rucht 1995, 15)

Somit werden die entsprechenden Aktionen vor allem zum Anlaß, „um sich selbst mit vielen anderen als Teilhaber einer kollektiven Gesinnung zu zeigen“ (Soeffner 1995, 525), d.h. diese öffentlich zu demonstrieren. Die Monumentalität der modernen Massendemonstration reflektiert in diesem Zusammenhang auch das Erfordernis zur Einbeziehung der Öffentlichkeit. Diese Dimension der Inszenierung betrifft nicht mehr nur die gegebene Straßenöffentlichkeit in Form von Passanten, sondern auch das durch die Repräsentation der Veranstaltung vor allem in den audio-visuellen Medien zu erschließende Publikum.319

Prototypisch für diese Entwicklungen sind insbesondere die zentralen Kundgebungen der bundesdeutschen Friedensbewegung, deren Großdemonstrationen bisweilen die Dimension von „symbolischen Stadtbesetzungen“ (Balistier) erreicht haben.320 Betreffende Veranstaltungen wie der Abschlußtag der „Aktionswoche für den Frieden“ am 22. Oktober 1983 stellen gleichzeitig mit 500000 Teilnehmern bei der zentralen


320 Vgl z.B. folgende Charakterisierung der Veranstaltung, „die eine ganz Stadt in den Rhythmus und den Wirbel einer von Subkulturen getragenen, expressiv beschwingten Massenveranstaltung hereingezogen“ (Habermas 1985, 80) hat.

Die Politik der körperlichen Präsenz im und einer parteiischen Deutung des urbanen Raums manifestiert sich auch in den Paraden von Homosexuellen anläßlich des Christopher Street Day (CSD), die sich inzwischen um Umzüge mit Wagen und musikalischer Beschallung formieren.\textsuperscript{322} Ebenso wie entsprechende Veranstaltungen der Arbeiterbewegung (z.B. anläßlich des 1. Mai) und der NSB (z.B. die sog. „Ostermärsche“) reflektiert dessen Institutionalisierung das dauerhafte Anliegen der Akteure, das auch thematisch aktualisiert werden kann, in Abgrenzung zu Aktionen, die als konkrete Reaktionen auf einen Anlaß des Protestes konzipiert sind. Diese Kontinuierung in Form eines regelmäßigen offiziellen bzw. gegenkulturellen Feier-Tags realisiert bzw. demonstriert den Anspruch der Akteure auf Anerkennung, bedingt in der Regel jedoch auch eine Ritualisierung der entsprechenden Artikulationsformen.

Bei der Durchführung des CSD als „Parade“ wird die demonstrative Dimension des Defilees übernommen, ohne jedoch die Bewegungen der

\textsuperscript{321} Da gleichzeitig dezentrale Kundgebungen stattfanden kann die Teilnehmerzahl an diesem Tag insgesamt auf fast 1,5 Millionen Menschen geschätzt werden (vgl. Balistier 1996, 120)

\textsuperscript{322} Die Bezeichnung der Veranstaltungen als „Christopher Street Day“ rekurriert auf die militante Reaktion von Homosexuellen auf die Razzien der New Yorker Polizei, wie sie sich in der dortigen Stonewall-Bar in der Christopher Street im Juni 1969 manifestierte.
Beteiligten zu kontrollieren.\textsuperscript{323} Stattdessen übernehmen diese Paraden Gestaltungselemente aus karnevalistischen Phänomenen und steigern so die bereits in den Demonstrationen der NSB zu konstatierende präsentativen expressive Form der Selbstdarstellung\textsuperscript{324}, die mit dem weitgehenden Verzicht auf verbale Artikulation in Form von Redebeiträgen oder Sprechchören korrespondiert.


„Diese Entscheidung ist einer der größten Siege in der Geschichte des House- und Technomovements. Inzwischen gibt es viele Millionen Anhänger von House und Techno, die den Geist der Love Parade weiterverbreiten, was natürlich eine politische Dimension hat, auch wenn sich die House und Techno Bewegung nicht konventioneller politischer Begriffe und Strukturen bedient."

Im Ringen um die Anerkennung der Veranstaltungsform wird somit eine Deutungsstrategie expliziert, die in Abgrenzung zu machtorientierten


„Wenn sich die Teilnehmerzahl der Love Parade genau so entwickelt wie in den letzten Jahren (ständige Verdopplung) herrscht im Jahr 2010 Weltfrieden!“


326 Waren die entsprechenden Projekte der sog. „Alternativökonomie“ zunächst primär postmateriell motiviert, so ist nicht zuletzt unter der Bedingung einer sich

6.4 Exkurs: Zum Verhältnis von Repression und Politisierung


329 „Siebzehn Laster dröhnten techno-befeuert durch die Straßen der Hansestadt (...). Job Parade (...) war gleichzeitig die größte Veranstaltung des Deutschen Gewerkschaftsbundes (DGB) am 1. Mai.“ (ötv-magazin Nr. 6-7/1998)
6.4 Exkurs: Zum Verhältnis von Repression und Politisierung

Im folgenden sollen zwei Fallbeispiele vorgestellt werden, die zeigen, daß die demonstrative Konzeption der Love Parade nicht nur von politischen Akteuren zum Zweck der Selbstdarstellung adaptiert wird, sondern in diesem Zusammenhang durch bestimmte Konfliktkonstellationen auch andere Protestformen und -koalitionen hervorgebracht werden.

6.4.1 Fallbeispiel „Großbritannien“


331 Die „Free Festivals“ umfassen sowohl traditionelle als auch aktuelle performative Genres wie livemusikalische Darbietungen und Straßentheater. Sie werden zunächst weniger offiziell annonciert als ad hoc mit geringem organisatorischen Aufwand realisiert.
332 Die „Travellers“ führen eine nomadische Existenz. Sie reisen in eigenen Kleinbussen und campieren in ländlichen Gegenden. Einen Teil ihres Lebensunterhalts verdienen sie durch die Durchführung von „Free Festivals“.
333 In diesem Zusammenhang ist eine Präferenz für Orte und Termine mit mythischem Charakter zu konstatieren, die sich z.B. in der Durchführung von Veranstaltungen zur Sommersonnenwende in „Stonehenge“ manifestiert.
6.4 Exkurs: Zum Verhältnis von Repression und Politisierung


Da sich somit zeigt, daß die gesetzlichen Grundlagen für ein Vorgehen gegen die Veranstaltungen offensichtlich nicht ausreichen und in der Folge


335 Die Bezeichnung „sound systems“ bezieht sich hier auf die soziale Formation, die sich um das entsprechende „Equipment“ zentriert. Die für das vorliegende Phänomen bekannteste Formation verweist mit dem Namen „Spiral Tribe“ auf die Orientierung an der nomadischen Existenz der Traveller.

336 Das Interesse von Aktivisten der Acid-House-Szene an den „Free Festivals“ steht im Kontext der in Kap. 3.2.4. dargestellten legislativen Maßnahmen gegen illegale Raves und administrativen Maßnahmen zur Förderung von legalen Veranstaltungsorten.

Die besondere Betroffenheit der Acid-House-Szene von diesem Vorhaben wird nicht zuletzt durch die explizite Nennung von „Raves“ (vgl. McKay 1996, 164) und die nähere Charakterisierung der betreffenden Musik im Gesetzestext dokumentiert: „Music includes sounds wholly or predominantly characterized by the emission of a succession of repetitive beats.“ (zitiert nach ebd.)

Ebenso explizit wird das zur Amplifizierung der Musik verwendete „sound equipment“ einbezogen, für dessen Beschlagnahmung bzw. Beschädigung durch die Einsatzkräfte die Betroffenen sogar eine Gebühr entrichten müssen (vgl. ebd).

Als Reaktion auf dieses Vorhaben kommt es nicht nur zur Politisierung von fahrenden „sound systems“, die bereits 1993 Vereinigungen zur Vertretung ihrer Interessen etablieren (vgl. Collin 1997, 222), sondern darüber hinaus


wird sowohl eine umfassende Mobilisierung aller besonders betroffenen gesellschaftlichen Gruppen als auch deren Solidarisierung\(^{339}\) (vgl. ebd., 227) in Form einer außerparlamentarischen Opposition erreicht.\(^{340}\) In diesem Zusammenhang kommt es auch zu einer Verallgemeinerung der Veranstaltungsform der Raves als Element des Protests gegen den Gesetzentwurf, die von der Funktion des Fundraising (vgl. ebd., 228) bis zur Begleitung entsprechender Demonstrationen durch „sound systems“ reicht. Die Proteste kulminieren am 9. Oktober 1994 in einer zentralen Kundgebung in der Londoner Innenstadt, zu der sich mehrere zehntausend Teilnehmer versammeln (vgl. ebd., 230).\(^{341}\)


„These (...) actions took over key traffic junctions in Camden, Islington and Greenwich in the summer of 1995, and a year later occupied (...) a section of the M41 motorway in west London (...).“(Collin 1997, 237)


\(^{340}\) Zum Verhalten der parlamentarischen Opposition vgl. folgende Darstellung von Collin (1997, 229): „Labours Tony Blair had decided that his party should abstain from voting on the Bill, effectively removing any serious opposition to it within Parliament (although some forty Labour MPs disregarded his dictum and voted against).“

\(^{341}\) Bezeichnenderweise wird von den betreffenden Behörden die Beschallung der Demonstration durch sound systems untersagt, was im Verlauf der Veranstaltung durch die Anwesenheit einer mobilen Musikanlage zu Auseinandersetzungen mit der Polizei führt (vgl. McKay 1996, 172).

6.4 Exkurs: Zum Verhältnis von Repression und Politisierung

Die auch als „Rave against the machine“ bezeichneten unangemeldeten Aktionen funktionieren mittels der Beschallung durch sound systems die betreffenden Flächen temporär in „street parties“ um (vgl. Mixmag Nr. 9/1995). Somit läßt sich resümierend konstatieren, daß es durch die Repressionen zumindest zu einer temporären Politisierung der betroffenen Akteure aus der Acid-House-Szene gekommen ist, deren kulturelle Praktiken sich als Bestandteil des Repertoires unkonventioneller Formen politischen Protests etabliert haben.\textsuperscript{343}

6.4.2 Fallbeispiel „Frankfurt am Main“


Gleichzeitig kommt es zu den auch an anderen Orten zu konstatierenden Konflikten zwischen Akteuren, die gegen entsprechende Regelungen verstoßen, und der Polizei, die diese durchzusetzen versucht. Im Kontext


\textsuperscript{344} Vgl. die Darstellung im von den Organistoren der folgenden Veranstaltung herausgegebenen „Nachtexpress - Save Our Night II“ (1996).
\textsuperscript{345} Vgl. die Berichterstattung über den daraus resultierenden Gerichtsprozeß in der FR vom 18.6.1997.
\textsuperscript{346} Vgl. dazu die Beilage „INNEN!STADT!AKTION“ zur taz vom 2.6.1997.
6.4 Exkurs: Zum Verhältnis von Repression und Politisierung


---


Vorjahren den Behörden im Vorfeld nicht bekannt wurde\textsuperscript{349}, als Erklärung für die Vorgehensweise heranziehen. Hier bestand offensichtlich für den als liberal geltenden Corts\textsuperscript{350} durch die Demonstration von Entschlossenheit die Möglichkeit der parteiinternen Profilierung (vgl. taz vom 17.7.1997).


\textsuperscript{349} Vgl. die Aussage des Leiters der Schutz- und Kriminalpolizei in Frankfurt, Heinrich Bernhardt: „Im übrigen wurden diese Demos nur faktisch toleriert, weil die Polizei nicht ausreichend Kräfte zur Verfügung hatte.“ (zitiert nach FR vom 13.6.1997)

\textsuperscript{350} Vgl. folgende Charakterisierung von Corts: „Ein Mann, den der ehemalige Straßenkämpfer und aktuelle Europaabgeordnete der Bündnisgrünen, Dany Cohn-Bendit, bis dato für den ‘modernsten und liberalsten Christdemokraten’ der Kommune hielt.“ (taz vom 17.6.1997)

\textsuperscript{351} Neben der Mobilisierung durch die Berichterstattung der lokalen Medien erscheint auch der „Nachtexpress“ als „Sonderausgabe zur Nacht.Tanz.Protest.Demo“. Neben dem Demonstrationsaufruf und Darstellungen der Ereignisse vom 5.6. beinhaltet diese Ausgabe auch einen Bericht über die Aktionen von „Reclaim the Streets“.
7 ZUSAMMENFASSENDE DISKUSSION DER ERGEBNISSE

Vor dem Hintergrund der in Kapitel 2.4 dargestellten Dimensionen des Wandels der Jugendkultur wie er sich aus der Perspektive der sozialwissenschaftlichen Jugendforschung konzeptualisieren läßt, und auf der Grundlage der durchgeführten empirischen Exploration lassen sich am Beispiel der Techno-Szene abschließend einige Entwicklungen explizieren, die die (kultur-) kritischen Konnotationen, die mit den Prozessen der Mediatisierung, Kommerzialisierung und Individualisierung verbunden werden, relativieren.

7.1 Mediatisierung


Diese Einschätzung basiert im wesentlichen auf der konstitutiven Bedeutung des DJing für die kulturelle Praxis von Techno, da die Praktiken der Techno-DJs sowohl die Rezeption von Artefakten als auch deren Dekonstruktion und kreative (Re-) Kombination beinhalten. Die Techno-Szene zentriert sich zunächst nicht um die Rezeption des musikalischen Materials, das die DJs verwenden, sondern um die Präsentation der Ergebnisse ihrer Tätigkeit bei Tanzveranstaltungen. Erst dadurch, daß die DJs selbst zu Produzenten von eigenen Musik-Titeln werden, gewinnt die Rezeption der entsprechenden Tonträger an Bedeutung. Diese Entwicklung ist jedoch weder mit einem Bedeutungsverlust der Partizipation an der kollektiven Rezeption bei
7.1 Medialisierung

Tanzveranstaltungen verbunden, noch bleibt die Produktion von Titeln und Tonträgern einem extrem exklusiven Kreis von Akteuren vorbehalten.


bezogen sind. Vielmehr korrespondiert die Ausweitung medialer Angebote mit der Popularität der personalen Partizipation an der kollektiven Rezeption von Techno in Form der entsprechenden Veranstaltungen.


Insofern die angenommenen destruktiven Auswirkungen im vorliegenden Fall nicht hinreichend belegbar sind, kann die (kultur-) kritische Dimension der Mediatisierung nur im Rekurs auf den Begriff der Authentizität entfaltet werden. In dieser Perspektive wird von der Analyse der Artefakte sowie der Art ihrer Aneignung weitgehend abstrahiert und statt dessen von der Organisation ihrer Produktion, Distribution und Rezeption ausgegangen. Diese Annahme impliziert eine weitere Dichotomie, nämlich die zwischen der Entstehung entsprechender Ausdrucksformen und ihrer Erscheinungsweise in Form von Waren und Dienstleistungen.
7.2 Kommerzialisierung


Die Charakterisierung dieser Entwicklung als Extension der Kulturindustrie trifft nur bedingt zu, denn sie kann als Voraussetzung dafür verstanden werden, daß Ausdrucksformen, die als authentisch gelten und solche, die als inkorporiert wahrgenommen werden, koexistieren können. Dadurch wird gleichzeitig die Hierarchie von Ausbreitung, Ausbeutung und Auflösung jugendkultureller Stile, wie sie in der These von deren Temporalisierung und Trivialisierung zum Ausdruck kommt, in Frage gestellt. Vor diesem Hintergrund und vermittelt durch eine Radikalisierung des Prinzips der „Bricolage“ (vgl. Kap. 2.3) läßt sich die (subversive) Bedeutung des Stils nicht allein durch die Praxis der Signifikation, sondern nur situativ rekonstruieren.

Unter diesen Bedingungen kann auch die Einschätzung der Authentizität von Ausdrucksformen nicht durch die Fokussierung auf die Frage nach der Organsiation von Produktion, Distribution und Rezeption beantwortet werden, wie Thornton am sog. „Ausverkaufsvorwurf“ zeigt:

“(…) ‘selling out’ refers to the process by which artists or songs sell beyond their initial market which, in turn, loses its sense of possession, exclusive ownership and familiar belonging. In other words, ‘selling out’ means selling to outsiders” (Thornton 1996, 124; Hervorhebung im Original).

Wird die Kommerzialisierung von Ausdrucksformen in dieser Perspektive als deren Bereitstellung in Form von kulturellen Gütern und Dienstleistungen verstanden, bedeutet dies also nicht per se einen Verlust an Autonomie für die betreffenden Akteure. In diesem Zusammenhang kann auch eine Professionalisierung von Fähigkeiten, die die Akteure durch die Teilhabe an der kulturellen Praxis von Techno im Kontext ihrer Freizeitgestaltung erworben haben, konstatiert werden. Daraus resultieren verschiedene Verdienstmöglichkeiten, die in der Techno-Szene selbst realisiert werden können und von der subkulturellen Schattenökonomie über entstandardisierte bis zu etablierten Formen der Erwerbsarbeit reichen. Neben der Kombination von (Teilzeit-) Beschäftigungen, die für viele dieser Tätigkeiten charakteristisch ist, können auch verschiedene Formen der kaufmännischen Selbständigkeit konstatiert werden. Der Umfang dieser Unternehmungen umfaßt sowohl „Spielarten des Handwerkskapitalismus“, (Clarke 1979, 151) als auch die Kapitalgesellschaften, die die Großveranstaltungen organisieren.

Diese ökonomische Organisationsweise trägt gleichermaßen den Erfordernissen eines fragmentierten Marktes nach Diversifizierung und Flexibilisierung Rechnung (vgl. Kap. 4.2.1), wie sie als Reaktion auf eine prekäre Arbeitsmarktsituation verstanden werden kann. In dieser Perspektive

---

352 Vgl. die Darstellung von Langlois (1992, 232) für die Situation vieler britischer DJs: „Given the precarious nature of this kind of work, most DJs are also involved in other employment, though often in another side of the music-industry, perhaps working in record shops, promoting raves, music-journalism or re-mixing.“
kommt eine Kommerzialisierung auch ein Netzwerk, das zur materiellen Existenzsicherung einiger Akteure beitragen kann und dementsprechend für diese über die Dauer der Jugendphase hinaus an Relevanz gewinnt. Obgleich diese Dimension nur für eine „Organisationselite“ (Hitzler) zutrifft, manifestiert sich in diesem Phänomen besonders deutlich die im Kontext des Paradigmas der Normalität postulierte Tendenz, daß in einer Situation, in der sich die „Korridore des Übergangs“ (Schulze) verengen, altershomogene Beziehungen nicht nur transitorischen Charakter haben, sondern auch zur Phase des Einstiegs in eine längerfristige Existenzform mit jugendlichem Habitus, aber erwachsenem Geltungsanspruch werden können.


7.3 Individualisierung


Die Erfahrung der Gruppenzugehörigkeit wird dabei vor allem durch die kollektive Partizipation an den einschlägigen (kommerziellen) Erlebnisangeboten vermittelt, zu denen der Zugang unterschiedlich selektiv ist. Während die Diskotheken neben der Erhebung von Eintrittspreisen durch die Kontrolle des Einlasses über einen weiteren Selektionsmechanismus verfügen (vgl. Kap. 4.3.1), regeln die Raves den Zugang vor allem über den Verkauf der Eintrittskarten (vgl. Kap. 4.3.2). Daneben existieren Veranstaltungsformen, die durch die konspirative Organisation bereits die Integration in entsprechende Interaktionszusammenhänge voraussetzen, da das Wissen über Ort und Zeitpunkt der betreffenden Ereignisse nicht öffentlich bekannt gemacht wird. In diesem Zusammenhang konnte gezeigt werden, daß auch die einschlägigen Ladenlokale über die Distribution der konstitutiven kulturellen Güter hinaus als soziale Orte für die Vergemeinschaftung relevant sind (vgl. Kap. 4.2.2). Am wenigsten selektiv sind schließlich die öffentlichen Veranstaltungen der Techno-Szene in Form der als Demonstrationen durchgeführten Paraden (vgl. Kap. 6).

Was der Techno-Szene somit an struktureller Stabilität fehlt, wird durch die Intensität und Serialität der raum-zeitlich limitierten Manifestationen der Kollektivität kompensiert. Die Akteure werden bei den Veranstaltungen nicht nur als Rezipienten der von den DJs präsentierten Darbietung angesprochen, sondern physisch und psychisch umfassend involviert. Damit korrespondiert auch die für den Vollzug dieser Praktiken der Partizipation symptomatische Stimulation durch psychoaktive Substanzen, die die in Diskotheken und auf Raves durch das aufwendige Setting erzeugte außeralltägliche Atmosphäre reflektiert (vgl. Kap. 4.3.3). Die durch Drogenkonsum und/oder dauerhaften Tanz induzierten ekstatischen Erlebnisse der Körpererfahrung knüpfen dabei an archaische Rituale der Kollektivierung an, die die Zugehörigkeit zur Gemeinschaft als Erlebnis erfahrbar machen.

Gesellschaft abzielen, sondern primär an der Einschränkung individueller Autonomie anknüpfen. Wird die Möglichkeit der Wahlfreiheit als ein wesentliches Kriterium zur Charakterisierung von individualisierten Sozialzusammenhängen verstanden, resultieren diese Phänomene der Politisierung aus deren Beschränkung.


Auch die Konflikte um illegal betriebene Etablissements, als Orte, die für die Vergemeinschaftung bedeutsam sind, bzw. die restriktive Regelung der Dauer, an denen die Interessenten dort verweilen können, entzünden sich an der Einschränkung der Wahrnehmung von Selbstgestaltungs möglichkeiten. Hier sind sowohl Initiativen zur Selbsthilfe zu konstatieren, die sich praktisch für die Ausnutzung von ordnungspolitischen Freiräumen engagieren, als auch Formen der Artikulation von Interessen, die als Protest an das politisch-administrative System adressiert sind und die Veränderung der entsprechenden Rahmenbedingungen verfolgen. Im Gegensatz zur Selbsthilfe existieren dabei keine konventionellen Institutionalisierungen der Selbstorganisation, sondern nur lose Lebensstilkoalitionen wie das
Fallbeispiel der in Frankfurt am Main durchgeführten demonstrativen Aktionen gezeigt hat (vgl. Kap. 6.4.2).

In dieser Perspektive läßt sich im Hinblick auf die in der Einleitung formulierten Frage nach mobilisierungsfähigen Motivlagen für den vorliegenden Fall mit Baumann resümieren:

„Die deutlichste soziale Spannung unter postmodernen Bedingungen ist die zwischen Verführung und Repression: zwischen Wahlfreiheit und fehlender Wahlfreiheit, zwischen der Fähigkeit zur Selbstkonstitution und aufgezwungenen Kategorisierungen, die als beschränkend und lähmend empfunden werden.“ (Baumann 1995, 233)

Obgleich die Love Parade nicht als Reaktion auf eine konkrete Intervention in die Wahrnehmung von Selbstgestaltungsmöglichkeiten entsteht, artikuliert sich auch hier in der Auseinandersetzung um die Genehmigung der Veranstaltung als Demonstration ein Anspruch auf Anerkennung partikularer Interessen, der vor allem durch den Verweis auf die Popularität der (re-)präsentierten Praxis legitimiert wird (vgl. Kap 6). Die Veranstaltungsform der (Massen-) Demonstration wird dabei in ihrer konstitutiven Funktion als Medium zur öffentlichen Selbstdarstellung eines kollektiven Akteurs aufgegriffen und zur expressiven Inszenierung von Lebensstilanliegen genutzt.

8 LITERATUR


Laarmann, Jürgen (1997): Fuck the depression - We are alive! Warum Techno nicht stirbt und was wirklich draufgeht.... In: SPoKK (Hg.): Kursbuch JugendKultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende. Mannheim, S. 256-262.


Redhead, Steve [Hg.] (1993): Rave Off. Politics and deviance in contemporary youth culture. Aldershot et al..


