

The background of the cover is a close-up photograph of a textured fabric, possibly canvas or linen. The fabric is light-colored with a fine, grid-like weave. In the lower right quadrant, there is a large, circular pattern in shades of blue and yellow, resembling a stylized eye or a decorative motif. The lighting is soft, creating subtle shadows and highlights across the fabric's surface.

ROSA REITSAMER

DIE DO-IT-YOURSELF-KARRIEREN DER DJS

Über die Arbeit in elektronischen Musikszenen

[transcript] Studien zur Populärmusik

Rosa Reitsamer
Die Do-it-yourself-Karrieren der DJs

Rosa Reitsamer (Dr. phil.) lehrt Soziologie an der Universität für Musik und darstellende Kunst in Wien. Ihre Forschungsschwerpunkte sind Musik-, Kunst- und Jugendsoziologie, Cultural Studies und Gender Studies.

ROSA REITSAMER

Die Do-it-yourself-Karrieren der DJs

Über die Arbeit in elektronischen Musikszenen

[transcript]

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© 2013 transcript Verlag, Bielefeld

Die Verwertung der Texte und Bilder ist ohne Zustimmung des Verlages urheberrechtswidrig und strafbar. Das gilt auch für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und für die Verarbeitung mit elektronischen Systemen.

Umschlaggestaltung: Kordula Röckenhaus, Bielefeld

Umschlagabbildung: Fatih Aydoğdu, Wien

Lektorat: Doris Hana, Wien

Satz: Simone Haischberger, Linz

Druck: Majuskel Medienproduktion GmbH, Wetzlar

ISBN 978-3-8376-2323-9

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier mit chlorfrei gebleichtem Zellstoff.

Besuchen Sie uns im Internet: <http://www.transcript-verlag.de>

Bitte fordern Sie unser Gesamtverzeichnis und andere Broschüren an unter:
info@transcript-verlag.de

Für Manu

»You're the sunshine of my life«

und meine Soulmates

Doris, Anthony, Fatih

Inhalt

Einleitung | 9

I. Zum Stand der Forschung: Ein Überblick | 17

1. »Jugend-Subkultur«: Ein Forschungsparadigma und seine Kritik | 17
2. Neuere Konzepte: Clubkulturen, Neo-Tribes, Musikszenen | 25
3. Ökonomien der Jugendkulturen und Kulturarbeitsmärkte | 31

II. Theoretischer Rahmen für die empirische Untersuchung | 41

1. Kultur als »soziale Praxis« | 41
2. Musikszenen: Felder der kulturellen Produktion | 43
3. Kulturelles Kapital in Musikszenen | 45
4. Das Wissen der DJs | 51
5. Die Logik der Felder | 53

III. Methodologie und Erhebungsinstrumente | 57

1. Grounded Theory: Grundprinzipien | 57
2. Grounded Theory: Untersuchungslogik | 60
3. Erhebungsinstrumente der feldspezifischen Analyse | 62
4. Erhebungsinstrumente der fallspezifischen Analyse | 63
 - 4.1 Beobachtung, Begleitung und Leitfadeninterview | 66

IV. Darstellung der Untersuchungsergebnisse | 69

1. Genese, Struktur und Organisationsweise lokaler Musikszenen | 69
 - 1.1 Theoretische Bestimmung des Begriffs Musikszene | 69
 - 1.2 Wiener Techno-Szene | 73
 - 1.3 Wiener Szene für experimentelle elektronische Musik | 83
 - 1.4 Wiener Drum'n'Bass-Szene | 85
2. DJ-Tätigkeit | 88
 - 2.1 Der Plattenladen und die Tonträgersammlung der DJs | 89
 - 2.2 Die Praxis des DJ-ings | 95
 - 2.3 Die (Selbst-)Konstruktion »guter« DJs | 113
 - 2.4 Wie kommen DJs zu ihren Auftritten? | 125

- 3. Die Musikproduktion im »Wohnzimmer-Studio« | 135
 - 3.1 Das »Song Getting« elektronischer Musikstücke | 136
 - 3.2 Musikproduktion und Kreativität | 155
 - 3.3 Die Suche nach dem Plattenlabel für die Veröffentlichung von Tonträgern | 162
 - 3.4 Die Bedeutung der Tonträger für die DJ-Karriere | 173
- 4. Netzwerke | 178
 - 4.1 Clubhosts und Organisationseliten | 179
 - 4.2 Einladungspolitik der Clubhosts | 181
 - 4.3 Netzwerke von DJ-Frauen: Female Pressure | 188
- 5. Selbstvermarktung | 199
 - 5.1 Das verwertbare DJ-Profil | 200
 - 5.2 Selbststeuerung der Karriere durch Selbstvermarktung | 207
 - 5.3 Die Arbeits- und Zeiteinteilung der DJs | 213

**Von der Schwierigkeit, ein/e erfolgreiche/r DJ zu werden –
Resümee und Ausblick | 219**

Literatur | 233

Anhang | 251

Einleitung

Vor dreißig Jahren hätte wohl kaum jemand gedacht, dass Diskjockeys (DJs) den Rock- und Popmusiker/innen ihren Platz als viel gefeierte Superstars streitig machen würden. DJs galten lange Zeit als Hintergrund-Entertainer/innen in Diskotheken, die in den Konzertpausen der Bands ein Musikstück nach dem anderen spielten und das Publikum zum Tanzen animierten.

Die DJs, die im Mittelpunkt der vorliegenden empirischen Studie stehen, haben diese Tätigkeit – das DJ-ing – für ihre Auftritte in Clubs und Bars perfektioniert und verdienen damit einen Großteil ihres Lebensunterhalts. Untersuchungsgegenstand der vorliegenden qualitativen Studie sind die ökonomisch erfolgreichen Do-it-yourself-Karrieren von DJs aus den Wiener Musikszenen Techno, Drum'n'Bass und experimentelle elektronische Musik.

Zahlreiche Studien rekonstruieren die Entstehungsgeschichte elektronischer Tanz- und DJ-Musiken (Brewster und Broughton 1999; Poschardt 1997), eruieren die Charakteristika der Rave-Kultur und Technomusikszenen, häufig im Vergleich zu vorangegangenen Jugend(sub)kulturen und im Kontext gegenwärtiger Globalisierungs- und Individualisierungsprozesse (vgl. Hitzler und Pfadenhauer 2001, Klein 1999, Redhead 1997, Gilbert und Pearson 1999) oder fragen nach der Partizipation von Mädchen und jungen Frauen in elektronischen Musikszenen (vgl. Hutton 2006, McRobbie 1994, Pini 1997, Reitsamer 2011). Weitgehend unerforscht sind bislang die Karriereverläufe von DJs.

In diesem kargen Forschungsstand findet sich einer der Gründe, der DJs und ihre Karrieren für die soziologische Forschung interessant macht. Ein weiterer liegt in der gegenwärtigen Popularität von elektronischer Musik

und Clubkulturen bei Jugendlichen. Der Berufswunsch vieler, vor allem männlicher, Jugendlicher scheint sich heute nicht länger im Traum vom erfolgreichen Rock-Musiker auszudrücken als vielmehr in der Vorstellung, ein »Celebrity«-DJ werden zu wollen, der Hunderte Musikkonsumenten zu einem Clubbesuch bewegt. Die große Anzahl von DJs, die wöchentlich bei Clubnächten in Europa und Amerika, aber auch in urbanen Zentren Asiens oder Afrikas auftreten, verweist nicht zuletzt darauf.

Dass DJ kein Beruf ist, der durch eine institutionalisierte Ausbildung erlernt werden kann, dürfte hinlänglich bekannt sein. Die Gründungen von »DJ Akademien« in Österreich und Deutschland sowie die Forderung nach der »Schaffung eines anerkannten Berufsbildes für Discjockeys« des in Deutschland ansässigen Berufsverbandes Discjockeys e.V. (www.bvd-ev.de) lassen sich jedoch als erste Anzeichen für eine Institutionalisierung der Ausbildung zum/zur DJ und eine staatliche Anerkennung als Beruf interpretieren. Diese Tendenzen sind seit der Jahrtausendwende zu beobachten, also rund zwanzig Jahre nachdem die ersten elektronischen Musikgenres HipHop, House und Techno in afroamerikanischen Subkulturen in New York, Chicago und Detroit entstanden. Inspiriert waren die »Erfinder/innen« dieser und der folgenden elektronischen Musiken von der Do-it-yourself-Kultur, in deren Zentrum die Idee steht, mit den vorhandenen Instrumenten und Geräten eine neue Musik zu schaffen, die sich abseits des musikalischen »Mainstreams« ansiedelt.

Die Anfänge der Do-it-yourself-Kultur wurzeln in der Avantgarde der 1950er und den aufkommenden sozialen Bewegungen der 1960er Jahre, die sich durch Selbstorganisation, das Aufbrechen der Grenzen zwischen Konsument/in und Produzent/in und eine nicht-formalisierte Lernpraxis charakterisieren, deren Akteur/innen ein dezidiertes Interesse an der Verwendung neuer Technologien (Kopiermaschinen, Computer, Video, Internet, Musiksoftware etc.) zeigen und sich gegen hegemoniale Ideologien u.a. über Kunst- und Musikproduktion richten (Calmbach 2007, McKay 1998 und 2010; Spencer 2008). Jugendkulturen, vor allem Punkrock und seine folgenden modifizierten Formen, inklusive der feministisch-queeren Riot-Grrrl-Bewegung der 1990er Jahre und den daraus hervorgegangenen Musik- und Kunstfestivals, die unter dem Namen Ladyfest reüssieren, erheben das Do-it-yourself-Ethos zum zentralen Organisationsprinzip, in dem Musik, alternative Print- und Online-Medien und Mode jede/r auch ohne Ausbildung produzieren und über alternative Distributionswege vertreiben

kann. Die Grenzen zwischen Konsum und kultureller Produktion brechen in den Jugendkulturen spätestens mit Punkrock auf, was auch viele junge Frauen inspirierte, ein Instrument in die Hand zu nehmen und eine Band zu gründen, ein Fanzine zu produzieren oder die eigenen Modeideen zu realisieren.

Selbstorganisation, »learning by doing« abseits von Ausbildungsinstitutionen und der fließende Übergang vom Musikfan zum/zur kulturellen Produzent/in charakterisieren u.a. auch die hier untersuchten Karrieren von DJs. Ich bezeichne sie deshalb als Do-it-yourself-Karrieren. Sie brechen mit den Vorstellungen über eine lineare Arbeitsbiografie, denn weder sind sie in Institutionen verankert noch verlaufen sie geradlinig und kontinuierlich ansteigend.

Der Schwerpunkt dieser qualitativen Studie liegt auf der Untersuchung der Do-it-yourself-Karrieren von Wiener DJs entlang der beiden folgenden Forschungsfragen: Welche Distinktionsstrategien entwickeln DJs, um sozial bedeutsame Unterschiede und Hierarchien in den Musikszenen zu erzeugen? Welche Strategien und Typen der Selbstpräsentation lassen sich in der sozialen Praxis der DJs erkennen?

Im Zuge der Beantwortung dieser Fragen soll die Theorie der kulturellen Felder nach Pierre Bourdieu den theoretischen Rahmen bilden (II) und die Grounded Theory als Methodologie dienen, um die gewählten Erhebungsmethoden (Interviews, Beobachtungen, Zeitungsarchivrecherchen etc.) miteinander in Verbindung zu bringen (III). Der empirische Teil der Studie umfasst eine kürzere feldspezifische Analyse, die sich der Formierung und dem Bestand der drei Wiener Szenen Techno, Drum'n'Bass und experimentelle elektronische Musik widmet (IV, 1), sowie eine umfassende fallspezifische Analyse der DJ-Karrieren, wobei nicht die individuellen Karriereverläufe untersucht werden, sondern die sozialen Praktiken der DJs, die sowohl Musiksammeln, DJ-ing, Musikmachen und dgl. inkludieren als auch ihre Distinktions-, Selbstdarstellungs- und Anerkennungspraktiken (IV, 2 bis 5).

Die für diese Studie ausgewählten DJ-Frauen und -Männer verdienen ihren Lebensunterhalt mit ihren Auftritten bei Szene-Events, der Musikproduktion und angrenzenden Tätigkeiten wie etwa dem Veranstellen von Clubnächten. Sie sind ökonomisch erfolgreiche DJs. Wie lang sie diese Einnahmequellen aufrechterhalten können, ist weder für die DJs selbst absehbar, noch konnte diese Frage durch die Untersuchung ihrer Karrieren

beantwortet werden. Die Do-it-yourself-Karrieren der DJs – so meine These – hängen wesentlich von der Selbstpräsentation der DJs, deren Selbstvermarktung und aktiver Selbstgestaltung ihres Werdegangs sowie der Anerkennung der DJs durch Clubpublikum, Kolleg/innen und andere Szene-Akteur/innen ab. Ökonomisch erfolgreiche DJ-Karrieren können sich nur in ökonomisch potenten Musikszenen entwickeln, sie stehen in Abhängigkeit vom Entwicklungsstand und den Strukturen der (trans-)lokalen Musikszenen, in deren Zentrum eine von Szene-Akteur/innen aufgebaute Do-it-yourself-Ökonomie steht.

Die Diskussion über die ökonomischen Aspekte von Jugendkulturen, die Einflüsse der »Creative Industries« auf lokal verankerte Musikszenen und ein Überblick zu ausgewählten Studien über Kulturarbeitsmärkte bilden neben dem Überblick zu Konzepten, Studien und zentralen Begriffen der Jugendkulturforschung den Kern des Kapitels zum derzeitigen Forschungsstand (I). Die soziologische und Cultural-Studies-Forschung beschäftigt sich erst seit rund zwanzig Jahren mit den ökonomischen Aspekten von Jugendkulturen – eine Bewegung weg von der Suche nach widerständigen Praktiken von Jugendlichen hin zur Untersuchung der Mikro- und Do-it-yourself-Ökonomien in jugendkulturellen Feldern. Jugendkulturen wurden lange Zeit als subkulturelle Räume von Jugendlichen im Übergang von der Kindheit zum Erwachsenen-Status definiert, die sie mit ihrer Eingliederung in die Arbeitswelt sukzessive verlassen. Seit einigen Jahrzehnten werden Jugendkulturen und Musikszenen immer häufiger zu Arbeitsplätzen von (post-)adoleszenten Akteur/innen, die versuchen, ihren Lebensunterhalt mit Musikmachen, Event-Veranstaltungen, Grafik- oder Modedesign zu verdienen. Der Blick der akademischen Forschung richtet sich dabei auf diese Akteur/innen als Beispiele für »New Cultural Worker« (McRobbie 1998), »Neue Selbstständige« (Bologna 2006) oder »Unternehmer/innen ihrer Selbst« (Bröckling 2007). Vor dem Hintergrund dieser Ansätze lässt sich die Untersuchung der Do-it-yourself-Karrieren von DJs als eine Fallstudie verstehen, die danach fragt, wie der u.a. von Ulrich Beck (Beck 1986; Beck, Giddens und Lash 1996) oder Richard Sennett (2006) beschriebene gesellschaftliche Wandel in den untersuchten kulturellen Feldern und den sozialen Praktiken der DJs übersetzt wird. Das Erodieren der Grenzen zwischen Ökonomie und Kultur, zwischen Hoch- und Massenkultur, das mit neoliberalen gesellschaftlichen Umstrukturierungsprozessen einhergeht, lässt sich als ein zentrales Merkmal der gegenwärtigen Ver-

fasstheit der kulturellen Felder beschreiben. Diese Verschiebungen zeigen sich auch in den untersuchten Musikszenen und sie finden in den Do-it-yourself-Karrieren der von mir befragten und beobachteten DJs eine Übersetzung.

Historisch betrachtet handelt es sich bei den ökonomisch erfolgreichen Do-it-yourself-Karrieren von DJs um ein junges soziales Phänomen, weil DJs erst in den 1990er Jahren den Status von hoch bezahlten Musiker/innen erlangten. Ihre Geschichte lässt sich jedoch bis in die 1920er Jahre zurückverfolgen: Bereits damals nahmen US-amerikanische Radio-DJs mit ihren Sendungen wesentlichen Einfluss auf die Verbreitung und Vermarktung von Musik und beeinflussten den Musikgeschmack der Radiohörer/innen nachhaltig (Brewster und Broughton 1999; Poschardt 1997). Die Ursprünge des DJ-ings – das Spielen von Schallplatten zur Unterhaltung des Publikums – wurzeln allerdings in der auf Jamaika entstandenen »Sound-system«-Kultur der 1950er Jahre (Bradley 2003) und den Disco-DJs der späten 1960er Jahre (Mühlenhöver 1999). Soundsystem-, Disko- und später Techno-DJs verstehen ihre Tonträger nicht als fertig produzierte Musikstücke, sondern als »Rohmaterial« für ihre über mehrere Stunden andauernden Musikblöcke, die sie bei ihren Auftritten in Veranstaltungslokalen oder auf mobilen, auf der Ladefläche eines LKWs positionierten Sound-Systemen im öffentlichen Raum spielen. Mit ihrer Musikauswahl und ihren »Mix-Techniken« an den Plattenspielern und Mischpulten ziehen sie das Publikum in ihren Bann und animieren es zum Tanzen.

Das zweite Kapitel der vorliegenden Studie widmet sich der Praxis des DJ-ings. Voraussetzung für das DJ-ing ist der Kauf von Tonträgern und das Sammeln von Musik (2.1), denn erst wenn DJs eine umfangreiche Musiksammlung besitzen, können sie ein über mehrere Stunden andauerndes »DJ-Set« spielen. Ich frage nach dem feldspezifischen kulturellen Kapital der DJs, ihrem inkorporierten, visuellen und kognitiven Szene-, Musik- und Technikwissen, das sie beim DJ-ing in den Veranstaltungslokalen einsetzen (2.2.) sowie nach ihren Vorstellungen, was eigentlich eine/n »gute/n« DJ ausmacht (2.3); zudem richtet sich der Fokus darauf, wie es den DJs zu Karrierebeginn gelingt, regelmäßige DJ-Auftritte bei Szene-Events zu platzieren, wodurch sie ihre Investitionen an Zeit für das Erlernen des DJ-ings und an Geld für den Kauf von Tonträgern allmählich durch erhaltene Honorare für Auftritte amortisieren (2.4).

Das DJ-ing ist jedoch nicht die einzige Tätigkeit der von mir befragten DJs. Sie produzieren auch Musikstücke in ihren so genannten Home- oder Wohnzimmerstudios, die auf kleinen Independent-Plattenlabels und/oder im Internet veröffentlicht werden. Die Praxis des Musikmachens der DJs nimmt in den späten 1960er Jahren ihren Anfang, als sie während der Disko-Ära neben Musiker/innen, Musikproduzent/innen und Aufnahme-/Tontechniker/innen die zusätzliche Position des »Remixers« in den Studios erobern. Von der Idee geleitet, die Spieldauer existierender Soul- und Funk-Lieder zu verlängern und sie dem »Disko-Beat« mit Betonung auf Rhythmus und Bass zu unterwerfen, kreieren sie mit Mehrspuraufnahmegeräten und analogen Synthesizern so genannte Remixe mit dem Ziel, die Spieldauer der Seven-Inch-Singles zu verlängern und den »remixten« Musikstücken mit zahlreichen Stimmungswechseln, Breaks, Instrumentaleinlagen und Gospelgesängen einen neuen »Sound« zu geben. Aus Mangel an Alternativen nehmen Disko-DJs ihre Remixe zunächst auf Tonband auf, da die Spieldauer einer Single zu kurz ist und die Produktion einer Langspielplatte zu kostspielig. Dieses Problem löst sich mit der Maxi- bzw. 12-Inch-Single, die mit der Größe einer Langspielplatte und der Abspielgeschwindigkeit einer Single genügend Platz für ein bis zu fünfzehn Minuten langes Musikstück bietet. Mit der Gründung der ersten Independent-Disko-Plattenlabels in US-amerikanischen Städten und ihrer Spezialisierung auf die Herstellung und den Vertrieb von 12-Inch-Schallplatten erlangen Disko-DJs in den 1970er Jahren eine erste rudimentäre Anerkennung als Musikproduzenten (Poschardt 1997). Erst in den 1980er Jahren, als mit der Digitalisierung eine »technische Revolution« einsetzt und der Musikcomputer erfunden wird, entsteht das zeitgenössische »Home-Studio«, das erlaubt, ein komplettes Musikstück zu erstellen und die zuvor getrennten Tätigkeitsbereiche von Musiker/in, Musikproduzent/in und Aufnahme-/Tontechniker/in im Musikstudio endgültig zu übernehmen (Kealy 2000; Smudits 2003). Diese neue Technologie greifen verstärkt auch Frauen auf, wenngleich sich unter den ca. 500 aufgelisteten Musikproduzent/innen in der »Encyclopedia of Record Producers« (Olsen, Verna und Wolff 1993) nur fünf Frauen finden. Die Unterrepräsentanz von Musikproduzentinnen und DJ-Frauen zeigte sich auch in den untersuchten Musikszenen, wodurch sich die Frage nach den Gründen bei der Untersuchung der DJ-Karrieren nicht nur im Hinblick auf die Musikproduktion aufdrängte.

Das Kapitel zur Musikproduktion thematisiert einzelne Facetten dieser Praxis, beginnend mit dem Erwerb der Produktionsmittel und der Rekonstruktion, wie das Do-it-yourself-Ethos beim Erlernen der Musikproduktion und den Kooperationen mit anderen DJs, Musikproduzent/innen und Musiker/innen in die Praxis übersetzt wird (3.1). In Kapitel 3.2 – Musikproduktion und Kreativität – werden drei unterschiedliche Typen der Selbstpräsentation beschrieben, die sich in den Erzählungen der DJs über das Musikmachen identifizieren lassen und unmittelbar auf die historisch etablierten und aktuellen Diskurse über Kreativität verweisen. Auf welche Hürden DJs bei der Suche nach einem Independent-Plattenlabel für die Veröffentlichung ihrer Musikstücke vor dem Hintergrund der »Krise der Musikindustrie« mit rückläufigen Tonträgerverkäufen stoßen und wie sie diese Hürden dennoch zu überwinden glauben bzw. auch überwinden, steht im daran anschließenden Kapitel zur Diskussion (3.3). Die Vorstellungen der DJs über die Bedeutung von veröffentlichten Tonträgern für eine ökonomisch erfolgreiche Karriere bildet den Abschluss des Kapitels über die Musikproduktion (3.4).

DJ-ing und Musikproduktion sind die zentralen, jedoch nicht die einzigen Tätigkeiten meiner Interviewpartner/innen, bei denen sie ihr feldspezifisches kulturelles und symbolisches Kapital in ökonomisches konvertieren. Das Veranstellen von Szene-Events – eine weitere Tätigkeit, mit der sie Geld verdienen – diskutiere ich im Kapitel über Netzwerke (IV, 4). Neben der Einladungspolitik der DJs in ihrer Funktion als Event-Veranstalter/innen und den subjektiven Profiten, die durch dieser Tätigkeit entstehen (4.1 und 4.2), beschreibe ich zudem die Aktivitäten von Female Pressure, einem Netzwerk für DJ-Frauen und Musikproduzentinnen, und analysiere die Diskussionen auf den beiden Mailinglisten »Female Pressure« und »Female Pressure Vienna« mit Rekurs auf Konzepte zu »Third-Wave-Feminismus« und Queer Theory (4.3).

Mit der Übernahme all dieser Aufgaben – vom DJ-ing über die Musikproduktion bis zur Veranstaltung von Szene-Events – sind DJs heute zu Musiker/innen, Musikproduzent/innen und Event-Organisator/innen geworden, die ihre Tätigkeiten durch intensive Selbstvermarktungsstrategien anbieten. Das Kapitel über die Selbstvermarktung der DJs bildet folglich den Abschluss der Darstellung der Forschungsergebnisse (IV, 5). Ich widme mich dem »Profil«, das DJs im Verlauf ihrer Karriere entwickeln und vermarkten (5.1) und analysiere anschließend ihre Vorstellungen über

die Selbststeuerung ihres Karriereverlaufs durch Selbstvermarktung (5.2) sowie ihre praktizierte Arbeits- und Zeiteinteilung (5.3).

Im Unterschied zum Werdegang von Rock- und Popmusiker/innen, die zumindest rudimentär seit den 1980er Jahren erforscht werden (Bayton 1998; Bennett 1980, Cohen 1991, Finnegan 1989, Fornäs et al.1995), liegt bislang keine (mir bekannte) empirische Studie über ökonomisch erfolgreiche DJ-Karrieren vor. Obwohl der Begriff Do-it-yourself (DIY) häufig von Jugendkulturforscher/innen herangezogen wird, um die kulturellen Praktiken von Jugendlichen zu kontextualisieren, wurde er im Zusammenhang mit Karriereverläufen bislang nicht näher bestimmt – weder theoretisch noch empirisch. In der Darstellung der Do-it-yourself-Karrieren von DJs, wodurch auch der Begriff Do-it-yourself-Karriere eine nähere Bestimmung erfährt, lässt sich mein Beitrag zu den bisherigen Forschungen über Jugendkulturen im Allgemeinen und Musikszenen und ihre Akteur/innen im Besonderen ausmachen.

I. Zum Stand der Forschung

Ein Überblick

1. »JUGEND-SUBKULTUR«: EIN FORSCHUNGSPARADIGMA UND SEINE KRITIK

1942 bereits definiert Talcott Parsons »youth culture« als eine Lebensphase, die den Übergang von der Kindheit zum Erwachsensein kennzeichnet, in der Jugendliche über ihr spezifisches Konsum- und Freizeitverhalten einen distinkten, von der Generation der Eltern differenten Lebensstil entwickeln (Parsons 1942/dt. 1971). Parsons orientiert sich für seine strukturfunktionalistische Definition an Karl Mannheims Begriff der Generation (Mannheim 1942/1971); eine wesentliche empirische Grundlage für seine Definition bildet die »Entdeckung« des Jugendalters bzw. die Wahrnehmung dieser Phase als einen eigenen Lebensabschnitt gegen Ende des 19. Jahrhunderts, die sich auf die Regelung des Lebenslaufs und seine Standardisierung u.a. durch die Entstehung der Kleinfamilie in der Mittelschicht, der gesetzlichen Einführung der Schulpflicht oder die Altersversorgung zurückführen lässt (Gilles 1980, Reitsamer 2010, Savage 2008). Neben der gesellschaftlichen Durchsetzung des Jugendalters sind die Entstehung einer Teenager-Industrie mit Musik, Mode und Freizeitkonsum und die ökonomischen und demografischen Veränderungen in der Nachkriegszeit weitere Voraussetzung für die Formierung von Jugendkulturen in den 1950er Jahren (Cohen, P. 1972; Lindner 1981).

Robert R. Bell und Friedrich H. Tenbruck, Parsons' Zeitgenossen, verstehen die »moderne Jugend« der 1950er Jahre mit ihrer »überraschenden Einheitlichkeit« (Bell 1961/dt. 1971) hinsichtlich Symbolen, sozialem Ver-

halten und der Präferenz für einen Kleidungsstil, für »Teenager-Schlager« und »Rock'n'Roll-Musik« als eine »eigenständige Teilkultur« (Tenbruck 1962/dt. 1971), die als »klassenloses Phänomen« definiert wird. Gegen die Theorie der »Teilkultur der Jugendlichen« mit ihrer These einer homogenen, klassenübergreifenden Jugendkultur argumentieren Frederick Elkin und William Westley mit der Begründung, dass sie bei Jugendlichen der Mittelschicht keine Anwendung findet. Die solidarischen Familienbeziehungen und die positiven Beziehungen zu Autoritätspersonen, die Elkin und Westley (1955/dt. 1971) in ihrer Untersuchung über die US-amerikanische Jugend der Mittelschicht vorfinden, können mit der Jugendkultur-Theorie nicht in Einklang gebracht werden.

Diesen soziologischen Betrachtungen von Jugendkultur in den Nachkriegsjahren folgt die »Soziologie der Abweichung«, die den Begriff »Subkultur« für die Beschreibung von devianten und delinquenten männlichen Jugendbanden in US-amerikanischen Städten der 1950er und 1960er Jahre aufgreift und an den historisch etablierten Dualismus von »abweichenden« und »idealen« bzw. idealisierten Jugendlichen anknüpft, der um die Jahrhundertwende entsteht. Zu den empathischen Vorstellungen der Mittel- und Oberschicht sowie der Vertreter/innen von Recht, Ordnung und Erziehung über den »idealen« Jugendlichen mit eigenen, jedoch von Eltern und Institutionen überwachten Freiräumen und Jugendbewegungen (u.a. Boys' Brigade, Pfadfinder, Wandervogel, Arbeiter/innenjugend) bilden die Jugendbanden in europäischen und amerikanischen Städten den Gegenpol. Diese Kinder und Jugendlichen aus den verarmten Schichten der Arbeiterklasse verkörpern angeblich alle Eigenschaften, die Jugendliche zu »Kriminellen« machen: ein spezifischer Kleidungsstil, das Besetzen öffentlicher Plätze, sexuelle Frühreife und ökonomische Unabhängigkeit von den Eltern durch Einkommen aus »dead-end-jobs« sowie abweichendes, kriminelles und gewalttätiges Verhalten (Gilles 1980).

Eine der ersten Studien über Jugendbanden legt Frederic M. Trasher bereits 1927 mit dem Titel »The Gang. A Study of 1313 Gangs in Chicago« vor. Männliche Jugendliche sozial schwacher Eltern (Migrant/innen) verschaffen sich in der Gang einen sozialen Platz und soziales Ansehen, indem sie eine spezifische Moral entwickeln und ihre Zugehörigkeit zur Gang durch ihre Sprechweise, für sie charakteristische Gesten, Körperhaltung, Kleidung, Frisur und andere Artefakte sicherstellen. Die als kulturell verun-

sichert wahrgenommenen Jugendlichen verschaffen sich so erstmals sichere Werte.

Sehr ähnlich argumentieren William Foote Whyte und Albert K. Cohen in ihren Publikationen »Street Corner Society. Die Sozialstruktur eines Italienviertel« (Whyte [1943] 1981) und »Delinquent Boys: The Culture of the Gang« (Cohen 1955/dt. 1961). Sie gehen von einer idealtypischen Folie an Normen und Werten der bürgerlichen Gesellschaft aus und definieren die untersuchten männlichen Jugendbanden aus der unteren Arbeiter/innenklasse als von dieser Folie abweichend. Durch »kollektives Wissen, Überzeugungen, Werte, Codes, Geschmäcker, Vorurteile« (Cohen 1961: 23) legen diese männliche Jugendliche ihre Zugehörigkeit zu einer »Bande« fest, deren Lebensstil in Abgrenzung zur »»anständigen« Erwachsenen-Gesellschaft« und zur »nationalen Kultur« steht. Cohen greift das Konzept der Subkultur, ursprünglich von Milton M. Gordon (1947) für ethnische Gruppierungen in den USA angewandt, auf, um das Verhalten von Delinquenten als eine Art Fluchtweg aus ihrer sozioökonomischen Situation zu beschreiben. Cohens Theorie über Jugendbanden als »delinquente Subkulturen« mit ihrer »Verkehrung« der normativen Werte der Gesamtgesellschaft in ihr Gegenteil gab den Anstoß für eine Reihe von Studien zu Jugenddelinquenz, zu denen u.a. Robert Merton (1957) Anwendung von Emile Durkheims Theorie der »sozialen Anomie« auf Jugendkriminalität zählt.

Die herrschenden Unsicherheiten über die Theoretisierung der neu entstandenen Jugendkulturen seit den 1950er Jahren erfahren mit der Entstehung der britischen Cultural Studies am Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) der Universität Birmingham¹ eine breitenwirksame Klärung, indem Ansätze, die Jugend ausschließlich im Sinne der kommerziellen und publizistischen Manipulation und Ausbeutung betrachteten, in den Hintergrund gedrängt werden. Die »Birmingham School« orientiert sich, wie vorangegangene Konzeptionen, an den Begriffen Generation und Subkultur und greift für die Definition von Jugendsubkultur auf Raymond Williams Kulturbegriff zurück. Williams versteht Kultur als eine »Schlüsselkategorie«, die er mit anderen »key words« der Moderne – Industrie, Demokratie, Klasse, Kunst – in seiner Analyse der »historischen Genese

1 Das Forschungszentrum CCCS wurde 1964 von Richard Hoggart gegründet und 2002 unter internationalen Protesten geschlossen.

des modernen Kulturbegriffs« von 1780 bis 1950 (Horak 2006: 209) in Verbindung bringt. Die Analyse von Kultur wird zur politisch motivierten Gesellschaftsanalyse der sozialen Lebensverhältnisse der Arbeiter/innenklasse. Der vielzitierte Satz Williams', »culture as a way of life [...] as a mode of all our common experience« (Williams 1958: xviii/dt. 1972) bedeutet folglich, Kultur als einen Prozess und eine alltägliche Praxis zu verstehen, als eine umfassende Lebensweise, die sich im Alltag und in Institutionen wie in Kunst und Literatur manifestiert (Lutter und Reisenleitner 2008). Williams führt in seine Analyse die Kategorie der »Arbeiter/innenkultur« ein, die im Unterschied zur Hoch- oder bürgerlichen Kultur nicht auf der Idee des Individuums aufbaut; die Grundlage der proletarischen Kultur basiert auf der Idee eines gemeinschaftlichen Kollektivs (Marchart 2008). Williams setzt die verschiedenen Elemente der Kultur zueinander in Verbindung und deutet sie als Ausdruck einer Gefühlsstruktur (»structure of feeling«). Diese Gefühlsstruktur ist ein Ensemble aus »Denk- und Fühlweisen, die ein regelmäßiges Muster zeigen und die ganze Lebensweise, die gelebte Kultur einer Epoche, Klasse oder Gruppe beinhalten, formen bzw. von ihnen geformt werden« (Horak 2006: 214). Mit diesem Kulturbegriff rückt eine kultur- und sozialanthropologische Auffassung von Kultur als »gesamte Lebensweise einer Gruppe« für die Definition von Jugendsubkulturen in den Vordergrund:

»Subkulturen müssen eine so eigenständige Gestalt und Struktur aufweisen, dass sie als von ihrer Stammkultur verschieden identifizierbar sind. Sie müssen um gewisse Aktivitäten und Werte, um gewisse Formen des Gebrauchs von materiellen Artefakten, territorialen Räumen usw. zentriert sein, welche sie signifikant von der umfassenderen Kultur unterscheiden. [...] Subkulturen gewinnen also aufgrund distinkter Aktivitäten und »Kristallisationspunkte« der Gruppen Gestalt. Sie können lockere oder feste Bindungen aufweisen. Manche Subkulturen sind nur locker definierte Strömungen oder Milieus innerhalb der Stammkultur: sie besitzen keine eigenständige »Welt«. Andere entwickeln eine klare, kohärente Identität und Struktur. [...] Wenn diese fest definierten Gruppen sich auch nach Alter und Generation unterscheiden, nennen wir sie »Jugend-Subkulturen.« (Clarke et al. 1975, dt. 1979: 45).

Clarke et al. verorten Jugendsubkulturen in der Arbeiter/innenklasse. Die Altershomogenität der Jugendlichen, ihre oppositionellen Haltungen zur »Stammkultur« (die Arbeiter/innenklassekultur der Eltern) und zur hegemonialen Kultur sowie ihre Stile bilden die Eckpfeiler für die Definition

von Jugendsubkulturen, die den Anstoß für eine Reihe empirischer Studien zu britischen Jugendkulturen am CCCS gibt.² Dick Hebdige und Paul Willis untersuchen die in Jugendsubkulturen entwickelten Rituale und Stile als eine »widerständige Praxis«, wobei sie auf unterschiedliche Theorien und Methoden zurückgreifen. In »Subculture: The Meaning of Style« (1979/dt. 1983) verbindet Dick Hebdige die Strukturalismus-Theorie von Claude Levi-Strauss mit Roland Barthes' Ansatz zur Semiotik für die Analyse wesentlicher Vorläufer der heute medialisierten, global zirkulierenden jugendkulturellen Stile der Beatniks, Hipsters, Teds, Mods, Skinheads und Punks. Paul Willis wählt für seine Untersuchung »Profane Culture. Rocker Hippies: Subversive Stile der Jugendkultur« (1978/dt. 1981) die Methoden der Ethnografie und das qualitative Interview. Er untersucht die »Strategie der Profanisierung« der Rocker und Hippies, die durch die Aneignung kultureller Artefakte entsteht und einen Akt des Widerstands darstellen.

Der Forschungszweig der britischen Cultural Studies zu Jugendkulturen interpretiert »Stil« als »imaginäre Lösung« der Arbeiter/innenklasse-Jugendlichen für ihre realen Probleme wie mangelnder Zugang zu höherer Schulbildung und Arbeitslosigkeit. Diese einflussreichen Arbeiten lassen den Buchtitel »Resistance Through Rituals« (Clarke et al. 1975/dt. 1979) für eine Generation von Forscher/innen zu einem wissenschaftlichen Leitmotiv für die Suche nach widerständigen Praktiken von Jugendlichen als subversive Artikulation ihrer Klassenlage werden.

Eine der ersten Kritiken an der Jugendsubkultur-Theorie wird bereits Mitte der 1970er Jahre von der »Women's Studies Group« am Centre for Contemporary Cultural Studies formuliert. Angela McRobbie und Jenny Garber halten in ihrem 1977 veröffentlichten Artikel »Girls and Subculture« fest: »Very little seems to have been written about the role of girls in youth cultural groupings« (McRobbie und Garber 1977/2005: 105), und wenn Mädchen/junge Frauen in den Analysen thematisiert werden, dann als »passiver Aufputz« zu den aktiven, als widerständig porträtierten jungen Männern oder als Subjekte, die dominante Weiblichkeitsstereotype reproduzieren. Die wichtigste Frage für McRobbie und Garber ist allerdings nicht, wie junge Frauen als aktive Subjekte in den Jugendsubkulturen sichtbar gemacht werden können. Die Herausforderung für die empirische Er-

2 Im deutschsprachigen Raum formulierte Rolf Schwendtner eine »Theorie der Subkultur« (1973).

forschung von Mädchenkulturen besteht also weniger in einer additiven Perspektive; sie liegt vielmehr darin, nach den kulturellen Praktiken von Mädchen und jungen Frauen zu fragen, durch die sie Formen der Kollektivität herstellen und eine eigene, distinkte Kultur hervorbringen (McRobbie und Garber 1977/2005). In der Tradition der Frauenforschung der 1970er Jahre mit ihrem Anliegen der Erforschung »weiblicher Lebenszusammenhänge« (Prokop 1976) entwickeln McRobbie und Garber das Konzept der »bedroom culture« zur Beschreibung einer distinkten Mädchenkultur. Diese spielt sich im Unterschied zu den Freizeitaktivitäten junger Männer nicht auf der Straße ab, sondern vielmehr in den Kinderzimmern der Mädchen – »[...] the place where girls meet, listen to music and teach each other make-up skills, practice their dancing, compare sexual notes, criticise each other's clothes and gossip« (Frith 1978: 66).

Mit den Globalisierungs-, Medialisierungs- und Individualisierungsprozessen in westlichen Gesellschaften verstärkt sich die Kritik an der Jugendsubkultur-Theorie in den 1980er und 1990er Jahren. Die linearen Aufarbeitungen der Jugendkulturen von den Mods und Teds in den 1950ern über die Rocker und Skinheads in den 1960ern bis zu den Punks in den 1970ern, die gegen hegemoniale gesellschaftliche Werte und Normen rebellieren, zeigen sich als unhaltbar (Redhead 1990; Horak 2002). Jugendkulturen, so der Tenor in deutsch- wie englischsprachigen akademischen Diskursen, können nicht länger als »Gegenkulturen« definiert werden. Jugendliche lösen sich mit ihrem Freizeit- und Konsumverhalten zunehmend von ihrer sozialen Herkunft, da die Jugendkulturen der 1990er Jahre herkunftstranszendierend wirken können (Baacke 1998). Anstelle von »Überzeugung, Kampf, Herausforderung und Weltveränderung« tritt eine »Selbstdarstellung mittels exzentrischer Ausdrucksweisen und Bricolage-techniken« (Vollbrecht 1997: 25). Die von den Mods, Teds, Beatniks, Rockern oder Punks entwickelten Stile werden für Jugendliche zu einem »supermarket of style« (Polhemus 1994 und 1996), der ihnen unterschiedliche, nach Beliebigkeit variierende Modestile und Musikgenres für zahlreiche neue Kombinationen zur Verfügung stellt und aus denen sich hybride Jugendkulturen entwickeln. Als zentraler globaler Bezugsrahmen für die Entstehung und Partizipation an hybriden Jugendkulturen fungieren seit den 1920er Jahren die kulturellen Codes der afroamerikanischen Populärkultur, auf die Jugendliche unterschiedlicher Klassen-, Milieu-, ethnischer und geografischer Herkünfte (beabsichtigt oder nicht) referieren,

wenngleich ihre Bezugnahmen zu unterschiedlichen Ausprägungen, Bedeutungen und Lesarten führen. Während die historische (Über-)Identifikation weißer Jugendlicher in Mitteleuropa mit Elementen der »Black Diaspora« zu einem »populären Antirassismus« (McRobbie 1994) führen kann, werden HipHop, Reggae, Techno, Drum'n'Bass oder die jamaikanische Sound-system-Kultur vor allem von Jugendlichen in minoritären gesellschaftlichen Positionen als Werkzeuge für ihre identitären Aushandlungsprozesse herangezogen. Indem sich die Jugendlichen nicht länger als exklusive Subkulturen mit strikten Ein- und Ausschlussritualen definieren, sondern ihre Zugehörigkeit entlang variierender Distinktionslinien von »hip«, »cool« und »up« versus »out« und »down« aushandeln, können sie auf unterschiedliche kulturelle Codes der »Black Diaspora« für die Bestimmung ihrer Identitäten und gesellschaftlichen Positionen zurückgreifen. Les Back zeigt in seiner qualitativen Studie »New Ethnicities and Urban Culture« (1996), wie afro-britische Jugendliche in London am Beginn der 1990er Jahre Musikstile wie HipHop für ihre Definitionen von Schwarz-Sein in Großbritannien heranziehen. Musiker/innen, DJs und Musikfans bringen »neue Ethnizitäten« zum Ausdruck, die nicht länger als exklusive Jugendsubkulturen existieren; vielmehr werden sie zu Ressourcen und bieten beliebig variierbare Identifikationsmöglichkeiten für schwarze Jugendliche. Das Ergebnis ist eine Art von »diasporic code-switching« (Back 1996), das beispielsweise auch türkische Jugendliche der zweiten und dritten Generation in Berlin (Caglar 1998), Jugendliche aus so genannten Wiener Gastarbeiter/innenfamilien (Horak 2003) oder junge Migrant/innen in Paris oder New York zu vollziehen vermögen (Huq 2003). Diese Beispiele sind neben New Asian Dance Music und French Rap, Chicago House oder Goa Trance nur ein paar wenige der heterogenen Ausdifferenzierungen hybrider jugendkultureller Phänomene in westlichen Zentren, die einen »neuen Internationalismus« (Huq 2003) in der Jugendkultur unterstreichen und auf Dezentralisierungsprozesse weg vom alten Traum des »American way of life« verweisen, der seit der Swing-Jugend der 1920er Jahre für Generationen von Jugendlichen Leitmotiv war (vgl. Reitsamer 2010).

Sarah Thornton verweist in ihrem vielzitierten Buch »Club Cultures. Music, Media and Subcultural Capital« (1996) auf die Medialisierung von Jugendkulturen, indem sie Fernsehen, Radio, Print- und Online-Medien als integrale Einflüsse für die Entstehung und den Bestand von Jugendkulturen

identifiziert und die Annahme von »medienfreien« (Sub-)Kulturen zurückweist:

»[...] [M]edia sights, sounds and words are more than just representations; they are mediations, integral participants in music culture. Needless to say, there are no primordial premedia cultures in Britain today. Even when a youth culture defines itself against the overexposed entertainments of the Sun or the prime-time pleasures of *Top of the Pops*, its identity and activities are conditioned by the desire to be part of something that is not widely distributed or televised.« (Thornton 1996: 121, Hervorh. im Original)

Die medialen Diskurse über Jugendliche als »folk devils«, die Anlass für »moral panic« (Cohen, S. 1972) geben, verändern sich in den 1990er Jahren allmählich. Amy Binder (1990) beobachtet zwei Wellen der »moral panic« in Bezug auf Jugendliche und Populärmusik, die in den USA seit den 1980er Jahren auftauchten. Die erste Welle entsteht 1985 und ist mit Heavy Metal verbunden, die zweite Welle taucht um die 1990er Jahre auf und im Mittelpunkt steht Rap-Musik bzw. HipHop. Die beiden Musikstile werden von gesellschaftlichen Eliten herangezogen, um ihre Bedenken über den moralischen Verfall der Gesellschaft im Allgemeinen und von Jugendlichen im Besonderen auszudrücken.

Etwa zeitgleich zu den medialen Diskursen über den moralischen Verfall der Gesellschaft werden die Begriffe Jugend, Dissidenz und Authentizität – das symbolische Kapital der Jugendkulturen – von der Kulturindustrie aufgegriffen und zu gewinnbringenden Konsumgütern vermarktet (Holert und Terkessidis 1996). Begleitet werden diese Prozesse von einer verstärkten Disziplinierung und Kontrolle von Jugendlichen.

Die Kriminalitätsstatistiken von Jugendlichen, aber auch Techno und die Rave-Kultur, veranlassen staatliche Institutionen in den 1990er Jahren zu neuen Gesetzgebungen und Kontrollen. Für die USA diagnostiziert Lawrence Großberg einen »American war on kids« (2005) seitens konservativer, neoliberaler Politiker/innen, durch den Jugendliche nicht länger als die nächste, zukunftsweisende Generation gesehen werden, sondern als eine potenzielle Bedrohung des Rechtsstaats. Eine ähnliche Entwicklung beobachtet Steve Redhead (1997) im Großbritannien der 1990er Jahre mit dem »Criminal Justice and Public Order Act«. Mit diesen Kritiken und Studien verlieren Klasse und Generation zugunsten der Diskussionen um den Einfluss von Geschlecht und Ethnizität, der Globalisierungs-, Medialisierungs-

und Kommerzialisierungsprozesse und der steigenden Disziplinierung und Kontrolle von Jugendlichen zunehmend an Bedeutung in britischen und deutschsprachigen Theorien über Jugendkulturen. Die »Subkultur-Theorie« als zentrales Forschungsparadigma verschwindet in den 1990er Jahren aus den wissenschaftlichen Diskursen, und es entstehen neue Begriffe und Theorien, die sich von der Suche nach widerständigen Stilen und Ritualen in Jugendkulturen verabschieden.

2. NEUERE KONZEPTE: CLUBKULTUREN, NEO-TRIBES, MUSIKSZENEN

Mit der Phrase »Subculture to Clubcultures« erfasst Steve Redhead (1997) die Komplexität der sozialen, ökonomischen und kulturellen Bedingungen für Jugendkulturen und Populärmusik in den 1990er Jahren und schlägt vor, den Begriff »Subkultur« durch »Clubkulturen« als neues analytisches Konzept im Kontext weitreichender neoliberaler Umstrukturierungen in den USA und Europa zu ersetzen.

»[T]he notion of ›subculture‹ [...] is seen to be no longer appropriate – if, indeed, it ever was – to conceptual apparatuses needed to explain pop music culture’s development since the publication of Hebdige’s major book in 1979. The late 1970s and early 1980s marked the start of an extended free-market experiment in the New Right government in the UK, the USA and many other countries, which forms the political, economic and cultural conditions for the moment of what some writers have called ›club cultures‹ (Thornton 1996). [...] ›Clubcultures‹ is the concept, and global youth formation, which supplements ›subculture‹ as the key of the analysis for the histories and futures of youth culture.« (Redhead 1997: x)

Den Begriff »Club Cultures« führt Sarah Thornton 1996 in die Diskussion über britische Jugendkulturen zur Beschreibung der gegen Ende der 1980er Jahre verbreiteten Club- und Rave-Kultur ein. Mit Rekurs auf Pierre Bourdieus Theorie der kulturellen Felder werden »Clubkulturen« als »Geschmackskulturen« definiert, in deren Mittelpunkt Gruppen von Clubbesucher/innen stehen, die sich auf der Basis eines gemeinsamen Musikgeschmacks, Medien- und Drogenkonsums sowie einer Vorliebe für das Tanzen an spezifischen lokalen Orten versammeln. Thornton zufolge sind diese Zusammentreffen von Jugendlichen bei Clubs und Raves »ad hoc

communities« mit loser Zugehörigkeit, die für unbestimmte Zeit bestehen und sich auch wieder auflösen können. Thornton fokussiert den kulturellen Wandel in Jugendkulturen am Beispiel der britischen Club- und Ravekultur, wobei sie sich nicht ausschließlich auf die Beschreibung und Interpretation von subkulturellen Stilen konzentriert, sondern auch subkulturelle Ideologien thematisiert, die Clubbesucher/innen für die Aushandlung gesellschaftlicher Machtverhältnisse heranziehen. Thorntons Studie steht in der Tradition der britischen Cultural Studies, indem nach möglichen widerständigen Praktiken von Jugendlichen gefragt wird; gleichzeitig erfährt die Jugendsubkultur-Theorie durch die Bezugnahme auf Bourdieus Theorie der kulturellen Felder eine Weiterentwicklung. Der Begriff »subkulturelles Kapital« wird eingeführt und Medien werden im Unterschied zur »Birmingham School« nicht als Vermarktungs- und Kommerzialisierungsinstitutionen von authentischen jugendkulturellen Stilen verbannt. Thornton weist den Gegensatz von Subkulturen und Medien zurück und verwendet den Begriff »subcultures« to identify those taste cultures which are labelled by media a subcultures and the word »subcultural« as a synonym for those practices that clubber call »underground« (Thornton 1996: 8). Um den Beitrag unterschiedlicher Medienformation auf die soziale und ideologische Formation von Clubkulturen zu untersuchen und ihren Stellenwert in der Konstruktion von Authentizitätsdiskursen auszuloten, führt Thornton die Unterscheidung zwischen »mass media«, »niche media« und »micro media« ein. Zu den Mikromedien der Clubkultur zählen neben Flyern, Postern und Fanzines auch terrestrische und virtuelle Medien wie Mailinglisten, Internet-Archive und Web-2.0-Plattformen (MySpace, You Tube, Weblogs³, Wikis⁴) sowie Piratenradios, alternative Radiostationen und TV-Sender etc.; der Übergriff Nischenmedien dient zur Bezeichnung von Jugend-, Musik- und Lifestyle-Magazinen.

Ein anderes Konzept zur Erfassung von jugendkulturellen Musikgemeinschaften im Kontext von Globalisierung, neuen Medien- und Kommu-

-
- 3 Weblogs (eine Fusionierung der Begriffe »Web« und »Logbuch«) können von Einzelpersonen oder Gruppen betrieben werden, die regelmäßig Einträge posten. Weblogs können durch RSS-Feeds, Trackbacks (automatischer Benachrichtigungsdienst) und Blogrolls (Liste beliebter Weblogs) mit anderen Weblogs und Websites vernetzt werden.
 - 4 Website-Sammlungen, die von den Benutzer/innen gelesen und verändert werden können.

nikationstechnologien und der Formierung unterschiedlicher Musikszenen der »Dance Music« mit ihren zum Teil bis heute widerständigen Politiken der »Free Partys« und der Rave-Kultur schlägt Andy Bennett (1999) mit dem Begriff »neo tribes« vor. Ausgehend von Michel Maffesolis Buch »The Time of the Tribes: Decline of Individualism in Mass Society« (1996) entwickelt er ein alternatives theoretisches Modell für die Erforschung jugendlicher Gruppen, die traditionell als Subkulturen theoretisiert wurden. Mit der Definition von Neo Tribes als »a series of temporal gatherings characterised by fluid boundaries and floating membership« (Bennett 1999: 600) konzentriert sich Bennett auf die temporären Zusammenschlüsse jugendlicher Tanz- und DJ-Kulturen mit ihren »fluiden Grenzen« und losen Formen der Zugehörigkeit. Jugendliche entwickeln ihre Identitäten im »Herumwandern« zwischen zeit- und ortsspezifischen jugendkulturellen Zusammenschlüssen und nicht durch traditionelle Formen der Identifikation, wie sie von Forscher/innen in den Subkulturen identifiziert wurden. Bennett entwickelt sein Konzept in Abgrenzung zur Theorie der Jugendsubkultur, wobei er vor allem zwei Kritikpunkte formuliert, die eine weitere Verwendung dieser Theorie in Zweifel zieht. Diese Kritikpunkte beziehen sich auf das (implizit) formulierte Verständnis des Begriffs und seine Verwendung durch Soziolog/innen. Die Subkultur-Theorie hat seinen Definitionsgehalt eingebüßt, weil der Begriff Subkultur seit den späten 1980er Jahren immer häufiger nicht in der Tradition der »Birmingham School« angewendet wird, ohne jedoch eine alternative Definition vorzulegen. Dadurch haben sowohl der Begriff Subkultur als auch die durch die Cultural Studies vermittelte Subkultur-Theorie ihr Erklärungspotenzial eingebüßt. Der Terminus Subkultur wurde zu einer »discursive trope« (Bennett 1999: 603). Zudem ist mit dem Subkultur-Begriff die Annahme verbunden, Subkulturen seien eine »Teilmenge« (subsets) unserer Gesellschaft oder sie wären Kulturen innerhalb unserer Kultur. Mit dieser Annahme drängen sich soziale Kategorien, Begriffe und Trennungslinien zwischen unterschiedlichen Kulturen auf, die sich in der empirischen Forschung kaum belegen lassen.

Neben diesen beiden theoretischen Ansätzen wird auch der seit den 1940er Jahren im US-amerikanischen Musikjournalismus verwendete Terminus »Musikszene« als ein neues Konzept für die Erforschung von »music communities« herangezogen. Während in den 1940er und 1950er Jahren der Begriff Musikszene für die Berichterstattung über Musikstile, vor allem

Blues und Jazz, herangezogen wurde, die sich in einer Stadt oder einem Stadtteil (z.B. Chicago-Blues, New-Orleans-Jazz) entwickelten, dient eine breitere alltagssprachliche Verwendung des Begriffs seit den 1960er Jahren zur Beschreibung von sozialen Gruppen bestehend aus Musiker/innen, Musikproduzent/innen und -konsument/innen, die ein spezifisches Musikgenre (etwa Punk, Metal, Gothic, HipHop etc.) entwickeln und/oder verbreiten. Eine erste genauere theoretische Bestimmung erfährt der Begriff durch Will Straw Anfang der 1990er Jahre, der an frühe Forschungen zu lokalen Musikszenen anschließt. Straw beschreibt Szenen als »a particular state of relations between various populations and social groups, as these coalesce around specific coalitions of musical style« (Straw 1991: 379) und verweist zudem darauf, dass Szenen lokale oder translokale »kulturelle Räume« sind. Richard A. Peterson und Andy Bennett (2004) erweitern diese Einteilung in zwei Arten von Musikszenen und lehnen sich für ihre Definition an Pierre Bourdieus Konzept des »Feldes« (1999/2001) und Howard Beckers Konzept der »art world« (1982) an. Szenen können lokale, translokale oder virtuelle kulturelle Phänomene sein, indem Szene-Akteur/innen unterschiedliche Räume schaffen und nutzen, um sich kollektiv über Musik, Lifestyle-Elemente, Kleidungsstil, Drogenkonsum, politische Einstellungen und dgl. zu definieren und von anderen Szenen bzw. Szene-Akteur/innen abzugrenzen (Peterson und Bennett 2004).

Für den deutschsprachigen Raum legen Ronald Hitzler et al. und Michaela Pfadenhauer basierend auf ihren ethnografischen Forschungen zu Jugendkulturen in Deutschland eine Definition von »Szene« vor. Als »post-traditionale Formen der Gemeinschaftsbildung« sind Szenen »thematisch fokussierte kulturelle Netzwerke von Personen, die bestimmte materielle und/oder mentale Formen der kollektiven Selbststilisierung teilen und Gemeinsamkeiten an typischen Orten und zu typischen Zeiten interaktiv stabilisieren und weiterentwickeln« (Hitzler et al. 2005: 20; vgl. auch Pfadenhauer 2011). Szenen werden als Antwort auf gesellschaftliche Individualisierungsprozesse verstanden; die Teilnahme an diesen geht im Unterschied zu herkömmlichen Gesellungsformen nicht mit traditionell üblichen Bindungen und Verpflichtungen einher (Pfadenhauer 2011: 195). In einer »kartographischen« Operationalisierung des Szenekonzepts« (Hitzler et al. 2005) werden zwölf Kriterien für die nähere Bestimmung herausgearbeitet, wobei der Netzwerkcharakter von Szenen im Fokus steht. Als soziales Netzwerk hat jede Szene ein »Thema« (issue), an dem sich die

Aktivitäten der Szenegänger/innen orientieren. Durch das geteilte Interesse am »Thema« entwickeln Szenegänger/innen typische Einstellungen, Handlungs- und Umgangsweisen. Zudem bestehen Szenen aus »Netzwerken von Gruppen« (Hitzler et al. 2005: 25). Soziale Gruppen werden zu einem Teil von Szenen, weil sie sich auf der Basis ihrer gemeinsamen Interessenlagen zu anderen Gruppierungen hin öffnen und sich selbst nicht nur als eine soziale Gruppe, sondern als Teil einer Szene begreifen. Charakteristisch für eine soziale Gruppe ist ihre verdichtete Kommunikation mit anderen Gruppenmitgliedern, während die Kommunikation zwischen den einzelnen Gruppen eine vergleichsweise niedrige Dichte aufweist, denn Szenemitglieder müssen sich nicht zwangsläufig persönlich kennen, um sich als »Gleichgesinnte« identifizieren zu können. Vielmehr erkennen sie einander an typischen Merkmalen und interagieren in spezifischer Weise miteinander. Letztlich strukturieren sich Szenen um »Organisationseliten« (Hitzler et al. 2005: 27), die aus langjährigen Szenegänger/innen bestehen und auf Basis ihres Wissens über die Szene-Treffpunkte strukturieren und Events produzieren. Damit versuchen sie, ihr kulturelles in ökonomisches Kapital zu konvertieren. Die Mitglieder einer Organisationselite nehmen gegenüber herkömmlichen Szenegänger/innen eine relativ privilegierte Position ein und erlangen durch die Ausbildung weiterer Szene-Strukturen immer mehr Privilegien. »Organisationseliten bilden eine Art ›Szenemotor‹ insofern, als die Rahmenbedingungen szenetypischer Erlebnisangebote in erster Linie dort produziert werden und auch Innovationen sehr oft ihren Ursprung dort haben.« (Hitzler et al. 2005: 27) Die sozialen Gruppen und Organisationseliten können sich durch Altershomogenität charakterisieren, gleichzeitig finden sich in Szenen auch Personen, die dem Alter nach zwar als erwachsen gelten, jedoch ein »jugendliches« Verständnis ihrer selbst haben.

Hitzler et al. entwickeln ihre Szene-Definition vor dem Hintergrund von Individualisierungsprozessen und den Veränderungen der »Lebensphase Jugend« (vgl. u.a. Ferchhoff 2007; Scherr 2009), während Will Straw und Richard A. Peterson und Andy Bennett für ihre Definition stärker auf die urbanen, kulturellen und ökonomischen Kontexte von Musikszenen abstellen und die kulturellen Praktiken von Szene-Akteur/innen in Abgrenzung zu den wenigen global agierenden Musik- und Medienkonzernen verorten. Dennoch weisen die Definitionen einige Gemeinsamkeiten auf: Die Autor/innen gehen von »Netzwerken« (Hitzler et al. 2005; Pfadenhauer 2011) bzw. »Clustern aus Musiker/innen, Produzent/innen und Fans«

(Peterson und Bennett 2004) mit gemeinsamen Interessen für Musik, Mode, Stil und Medien aus, wobei die niedrigschwelligen Zugangsbarrieren, der sanktionslose Austritt sowie der temporäre ort- und zeitspezifische Charakter als zentrale Elemente von (Musik-)Szenen identifiziert werden. Gemeinsam ist den Autor/innen also der Versuch einer theoretischen Bestimmung der derzeitigen Verfasstheit von Jugendkulturen, die durch Globalisierungs-, Medialisierungs- und Kommerzialisierungsprozesse nicht länger als (vermeintlich) homogene Subkulturen verstanden werden können – sofern dies jemals der Realität entsprach.

Diese Studie operiert mit dem Begriff Musikszene, weil die untersuchte Techno-, Drum'n'Bass- und experimentelle elektronische Musikszene aufgrund ihrer sozialen Zusammensetzung und ihrer Organisationsweisen inklusive der ökonomischen Aspekte, den Definitionen von (Musik-)Szenen in weitaus größerem Umfang ähneln als der Definition von Jugendsubkulturen. Die Zugehörigkeit zu einer Musikszene ist vergleichsweise lose definiert, da Szenegänger/innen beliebig und ohne soziale Sanktionen »ihre« Szenen wählen und wechseln können. Szene-Akteur/innen weisen geringere biografische Ähnlichkeiten auf als Jugendliche in Subkulturen, zumal sie nicht zwingend derselben Klasse angehören oder in derselben Stadt geboren sind; schließlich charakterisiert sich eine Musikszene nicht über die Altershomogenität ihrer Akteur/innen. Die für diese Studie relevanten Musikszenen sind keine Jugendsubkulturen der Arbeiter/innenklasse und ihre Beziehungen zur »Stammkultur« und zur hegemonialen Kultur manifestieren sich über andere, teilweise geringere Abgrenzungsrituale. Soziale Gruppen teilen einen Musikgeschmack und bilden Netzwerke, um ein spezifisches Genre der elektronischen Musik zu konsumieren, zu verbreiten, zu produzieren und zu vermarkten. Innerhalb der Musikszenen finden sich unterschiedliche soziale Netzwerke, die sich im Kern verdichten, zeitlichen und technologischen Veränderungen unterliegen und sich aufgrund ihres temporären Charakters sogar auflösen können. DJs sind Teil dieser ausdifferenzierten lokalen, translokalen und virtuellen Netzwerke, weil sie über die Kapitalsorten und das Wissen verfügen, um Zugang zu den Netzwerken zu erlangen, diese aufrecht erhalten und vergrößern können. Neben diesen Kriterien eignet sich der Begriff Musikszene für die Untersuchung von DJ-Karrieren, weil er mit Pierre Bourdieus Theorie der kulturellen Felder verknüpft werden kann. Lokale Musikszenen lassen sich

als »Subfelder der kulturellen Produktion« definieren und DJs können als zentrale Akteur/innen in diesen Subfeldern bestimmt werden.

3. ÖKONOMIEN DER JUGENDKULTUREN UND KULTURARBEITSMÄRKTE

Ein zentraler Ausgangspunkt der britischen Jugendsubkultur-Theorie der 1970er Jahre ist die Unterscheidung zwischen Jugend- und Populärkultur. Erstere wird mit der Authentizität der Arbeiter/innenklasse-Jugendlichen assoziiert, während letztere als Ausdruck von Konsumkultur fungiert. Aus heutiger Sicht ist diese künstlich geschaffene Dichotomie zwischen »monolithischem Mainstream« und »widerständigen Subkulturen« (Muggleton und Weinzierl 2003: 7) nicht länger haltbar – sofern sie es jemals war, weil sich die Grenzen zwischen Jugend- und Populärkultur fließend gestalten. Die »Birmingham School« der 1970er Jahre versteht subkulturellen Stil als »symbolische Lösung« für soziokulturelle und ökonomische Probleme männlicher Peer-Groups der Arbeiter/innenklasse. Mods oder Rocker konnten durch ihre Zugehörigkeit zu einer Subkultur zwar Fluchtmöglichkeiten aus ihrem schulischen Alltag und langweiligen Arbeiter/innenklasse-Jobs erproben, eine Basis für ökonomische Karrieren boten die subkulturellen Stile jedoch nicht. Dies verändert sich mit der zunehmenden Ökonomisierung von Jugendkulturen, dem Aufbrechen der Grenzen zwischen Hoch- und Subkultur und der Entstehung des Konzepts der Creative Industries und seiner Durchsetzung in urbanen westlichen Zentren. Die spätestens in den 1990er Jahren etablierten neuen Beziehungen zwischen Kunst/(Jugend-) Kultur und Ökonomie markieren einen Bruch mit den antikommerziellen Vorstellungen über die Kreativität der Jugendlichen, denn immer mehr Jugendliche werden in kulturellen Feldern als Musik-, Medien- oder Modeproduzent/innen aktiv in der Hoffnung, damit ihren Lebensunterhalt zu verdienen.

Mit den Begriffen Clubkultur und Musikszene werden unterschiedliche Aspekte der Wechselwirkungen zwischen Jugendkultur und Ökonomie thematisiert. Dieser bislang wenig ausdifferenzierte Forschungszweig begreift die neoliberalen gesellschaftlichen und ökonomischen Umstrukturierungen und das damit verbundene Entstehen von urbanen Creative-Industries-Klustern als Ausgangspunkt für Studien zur gegenwärtigen Ver-

fasstheit der »alternative enterprise culture« (Redhead 1997) und den »independent micro economies« (McRobbie 2002) der Jugendkulturen. Die Analysen beziehen sich primär auf Großbritannien, nicht zuletzt weil der Aufbau der Creative Industries (kurz: CIs) mit der Politik der New-Labor-Regierung in urbanen britischen Zentren bereits in den 1990er Jahren forciert wird und Fragen nach den Auswirkungen dieser Politik auf Jugendkulturen virulent werden.

Das Konzept der Creative Industries taucht erstmals in Australien in den frühen 1990er Jahren auf und erlangt durch Tony Blair und Chris Smith mit der Gründung des britischen »Department for Culture, Media and Sport« (DCMS) in den späten 1990er Jahren eine für Europa breitenwirksame Popularität. John Howkins definiert Creative Industry als »an industry where brain work is preponderant and where the outcome is intellectual property.« (Howkins 2002/2005: 118). David Hesmondalgh (2002) fasst unter dem sehr ähnlichen Begriff Cultural Industries profitorientierte Firmen, staatliche und Non-Profit-Organisationen, die durch die industrielle Produktion kultureller Güter unmittelbar in die gesellschaftliche Bedeutungsproduktion involviert sind. Als wichtige »kulturelle Industrien« identifiziert er Werbung und Marketing, Radio- und Fernsehindustrie, Film-, Internet- und Musikindustrie, das Verlagswesen (Print- und elektronische Medien) sowie Video- und Computerspiele. Der in Europa verstärkt verwendete Begriff Creative Industries umfasst nicht nur die stark kommerzialisierten Industrien, sondern schließt auch die auf Handwerk basierende kulturelle Produktion von Schmuck, Mode oder Möbeln ein (Hesmondalgh 2002: 11). In Österreich setzte sich in den letzten Jahren neben dem Begriff Creative Industries auch die Bezeichnung Kreativwirtschaft durch, wobei das Thema von politischer Seite unter wirtschaftlicher, weniger unter kultureller Perspektive diskutiert und der Schwerpunkt auf das Innovations- und Beschäftigungspotenzial der Unternehmen der Kreativwirtschaft gelegt wird (KMU und IKM 2006).

Für das politische Interesse am Konzept der Creative Industries in Österreich bildet die Anthologie »Die organisierte Kreativität. Kultur. Software. Wachstum« (Morak 1999) einen Auftakt, die im Anschluss an das gleichnamige Wiener Symposium erschien. Mit dem Regierungswechsel von der SPÖ-ÖVP-Koalition zur ÖVP-FPÖ-Koalition und dem folgenden Regierungsprogramm »Zukunft im Herzen Europas. Österreich neu regieren« erfährt dieses Interesse nur ein Jahr später eine genauere Be-

stimmung. Im »Reformprogramm der ÖVP-FPÖ-Koalition 2000 – 2003« wird Kultur zunächst als ein »Wirtschaftsfaktor ersten Ranges« dargestellt, um in einem nächsten Schritt Maßnahmen für den Aufbau der Kreativwirtschaft vorzustellen wie die Penetration künstlerischer Produktion durch die »Bereitstellung von Risikokapital« oder die »gewerbliche Nutzung kreativer Leistung«. Termini wie »Sachzwang«, »Strukturanpassung«, »Modernisierung«, »Wirtschaftsfaktor«, »kultureller Wettbewerb«, »Evaluation«, »Expertengutachten« und »Rahmenbedingungen« dominieren den Diskurs über Kunst und Kultur, der sich in der Aufforderung zuspitzt, kulturelle Produzent/innen mögen sich primär auf den privatwirtschaftlichen Absatzmarkt konzentrieren, weil Kultur und Ökonomie nicht länger einander ausschließende Pole seien.

Das Konzept der Creative Industries ist mit der Jahrtausendwende in der österreichischen Politik angekommen und seine praktische Umsetzung wurde vollzogen. Allerdings markiert dieser neoliberale Umschwung in der österreichischen Kulturpolitik nur in Ansätzen einen Tabubruch, schließt er doch an die seit den 1980er Jahren zunehmende »Festivalisierung des Kulturbetriebs« (Mokre 2007) an. Für den Bereich der Populärmusik manifestiert sich die »Festivalisierung« in den 1980er Jahren mit den ersten von Institutionen der Hochkultur veranstalteten Musikfestivals mit Fokus auf Rockmusik⁵, die bereits ein Aufbrechen der Grenzen zwischen Hoch- und Populärkultur erahnen lässt. An die Öffnung der Hochkultur für breitere, teilweise bildungsferne und jugendliche Publikumsschichten schließt sich die Forderung nach Kommerzialisierung von Kunst und »Hochkultur« nahtlos an; dennoch werden Kunst und »Hochkultur« als öffentliche Aufgaben verstanden und daher bis heute fast ausschließlich öffentlich finanziert. Neben diesem Merkmal der österreichischen Kulturpolitik ist die geringe öffentliche Anerkennung von Populärkultur charakteristisch (Mokre 2007). Das zeigt sich u.a. an den im Vergleich zur Klassik kleinen Subventionssummen, den kaum vorhandenen Vertriebsstrukturen für Populärmusik (Jazz, Rock, Pop, elektronische Musik etc.) oder der verspäteten Aufnahme von Populärmusik in die Curricula der Musikuniversitäten. Obwohl sich die »Festivalisierung des Kulturbetriebs« in den 1980er und

5 Im Rahmen der Wiener Festwochen fanden in den 1980er Jahren folgende Musikfestivals statt: »Töne und Gegentöne« (1983), »Junge Festwochen« (1987), »Cosmo-Kinetical Theatre Red Pilot« (1988) und »Big Beat« (1989).

1990er Jahren rückblickend als durchaus anschlussfähig an die Forcierung der Creative Industries zeigt, ist ihre Relevanz für die österreichische Kulturpolitik gering.⁶

Das historisch geringe Interesse der Politik an Populärmusik ändert sich rudimentär mit der Eröffnung eines Creative-Industries-Clusters im MuseumsQuartier Wien (Quartier 21) im Jahr 2001 und der Gründung des Creative-Industries-Förderprogramms *departure*, das sich als »Wirtschaftsförderer im urbanen Gefüge« versteht und »UnternehmerInnen und UnternehmensgründerInnen sowie einzelne kreative und unternehmerische Spitzenleistungen der Creative-Industries-Bereiche Mode, Musik, Audiovision, Multimedia, Design, Verlagswesen, Kunstmarkt und Architektur« (www.departure.at; Einsicht 05/2012) unterstützt. Mit dem ersten Themen-call »Music to Sell« im Entstehungsjahr 2004⁷ wendet sich *departure* explizit an Musiker/innen, Betreiber/innen von Schallplattenlabels und Musikverlage, einen Förderantrag mit »außergewöhnlichen Ideen« und »hohen inhaltlichen und wirtschaftlichen Ansprüchen« (www.departure.at) einzuzeichnen. Die Ausarbeitung eines derartigen Förderantrags ist kompliziert und zeitaufwändig und daher für Einzelunternehmer/innen und Mikrounternehmen wie etwa kleine Schallplattenlabels kaum zu bewältigen. Bei Förderung des eingereichten Projekts können sie die vertraglich vereinbarte Drittmittelfinanzierung kaum lukrieren. Diese Klein- und Kleinstunternehmen machen allerdings den Großteil der Wiener CIs aus, was zur Folge hat, dass viele von *departure* geförderte Projekte von größeren und bereits etablierten Firmen durchgeführt werden, die ihr Vorhaben vermutlich auch ohne staatliche Förderung umsetzen könnten (Mokre 2007).

Weitere Einzelförderungen für Musiker/innen offerieren der SKE Fonds, die Kunst- und Kulturförderung der Verwertungsgesellschaft Austromechana und der Österreichische Musikfonds, wobei sich Letzterer (im Unterschied zum SKE Fonds) in seiner Selbstdarstellung deutlich an der Terminologie der Creative Industries orientiert: Der »Kreativstandort Österreich« soll gestärkt und finanzielle Anreize für die »qualitative und quantitative Steigerung der Produktionstätigkeit in Österreich« sollen ge-

6 Zur Wiener Kulturpolitik und Wiener Musikszenen in den 1970er und 1980er Jahren vgl. Drexler, Eiblmayr und Maderthaler 1998.

7 Beim Call »Music to Sell« wurden von den 36 eingereichten Projekten sieben mit einer Gesamtsumme von rund 720.000 Euro gefördert, darunter die zwei independent Plattenlabels Couch Records und Karate Joe (www.departure.at).

schaffen werden (Österreichischer Musikfonds, Handout zur Pressekonferenz am 4. Juli 2005, www.musikfonds.at; Einsicht 05/2012)⁸. Musik wird als Wirtschaftsfaktor definiert, das deklarierte Ziel ist es, mit staatlichen Förderungen die internationale Präsenz österreichischer Musiker/innen und Plattenfirmen am deutschen und britischen Musikmarkt durch eine Öffentlichkeits- und Vermarktungskampagne zu erhöhen. Die Gründung von *departure* mit seinen spezifischen »Call for Projects« und die Fördervereine Österreichischer Musikfonds veranschaulichen exemplarisch, wie sich die politische Forderung nach der Durchsetzung der Creative Industries manifestiert. Welche Auswirkungen diese Förderungen auf den Bereich der Populärmusik haben, ist bislang weitgehend unklar. Ungeachtet der Creative-Industries-Förderprogramme für den Bereich der Populärmusik tritt die Stadt Wien als Fördergeberin für einzelne Veranstaltungsorte auf, wobei sie Förderungen für den Bau oder Umbau von Veranstaltungsorten (u.a. Arena, Flex, Fluc, Passage oder der 2008 eröffnete Club Prater Dome) und Subventionen für den laufenden Veranstaltungsbetrieb (z.B. Arena, Planet Music, Wiener Stadthalle) vergibt.

Mit der steigenden Popularität der Creative Industries in Österreich und ihrer Förderung von staatlicher Seite wurden einige Studien durchgeführt, die sich unterschiedlichen Aspekten der Creative Industries in Wien bzw. Österreich widmen. Erstaunlicherweise bleibt in diesen teilweise umfassenden quantitativen Erhebungen – mit Ausnahme einer – Musik unberücksichtigt, obwohl gerade durch die historisch etablierte Vermarktung von Wien als Stadt für klassische Musik die österreichische Wirtschaft alljährlich mit gesicherten Einnahmen aus dem Tourismus rechnen kann. Die von FORBA 2005 veröffentlichte empirische Untersuchung erfasst in einem untergeordneten Punkt die Arbeits- und Lebensbedingungen von in Wiener CI-Bereichen tätigen Personen mit dem Ergebnis, dass in den Branchen Architektur, Design, Grafik, Mode, Film/Rundfunk/Video, Software/Multimedia/Internet und Werbung ein hoher Anteil an atypischen Beschäftigungsverhältnissen und eine hohe durchschnittliche Arbeitszeit existieren und ein hoher Autonomiegrad der Beschäftigten vorherrscht. Als die stärksten Belastungen nennen die über 900 Befragten aus diesen CI-

8 Der Österreichische Musikfonds wird von den Institutionen BM:UKK, AKM/Gesellschaft zur Förderung österreichischer Musik, Austro-mechana/SKE, Fachverband Film und Musik, IFPI, ÖSTIG und ORF gefördert (www.musikfonds.at).

Bereichen den Zeitdruck und die Zukunftssorgen (Reidl et al. 2006). Die Trendsetterfunktion, die den CIs im Hinblick auf Geschlechterarrangements und egalitäre Arbeitsformen zugeschrieben werden (vgl. Betzelt und Gottschall 2007), erfüllen die Wiener CIs allerdings nicht. Geschlecht steuert auch in diesen Feldern nach wie vor maßgeblich die Position der Akteur/innen, wodurch Frauen in prestigeträchtigen Führungspositionen unterrepräsentiert sind, ihre Tätigkeiten öfter als Männer auf künstlerisch-kreative Subbereiche der CIs verlegen und häufiger in atypischen Beschäftigungsverhältnisse anzutreffen sind (Mayerhofer 2000; Mayerhofer und Huber 2008; Papouscheck et al. 2006).

Der Frage nach den Veränderungen der Arbeitsbedingungen und Beschäftigungsmöglichkeiten durch die Etablierung der Creative Industries in jugendkulturellen Feldern geht Angela McRobbie in ihrem Artikel »Clubs to Companies: Notes on the Decline of Political Culture in Speeded-Up Creative Worlds« (2002) nach. Die »micro-economies of culture and the arts« (McRobbie 2002) manifestieren sich in der Clubkultur und in den Bereichen Mode, Design und Kunst als »kleinunternehmerische Aktivitäten« von jungen Menschen, die sich von den Sphären der Kultur und Kreativität angezogen fühlen und von einer Beschäftigung in Institutionen ausgeschlossen werden. Diese »subkulturellen Unternehmer/innen«, wie sie McRobbie (2007) bezeichnet, sind durch das auf Punk folgende »Do-it-yourself«-Ethos beeinflusst und bauen eine eigenständige Mikroökonomie auf, indem sie die klandestinen und rebellischen Momente der Jugendkulturen mit den Tätigkeiten von Event-Marketing und der Club-Promotion verbinden. Die Clubkulturen als »zweite Welle junger Kreativer« (McRobbie 2007: 84) schließt an die »erste Welle« selbstgenerierter subkultureller Unternehmer/innen in der Zeit von 1985 bis 1995 in Großbritannien an. Während in der »ersten Welle« vor allem junge Designer/innen Modestile erfinden und die Kleidung eigenhändig in ihren Klein(st)unternehmen produzieren, weitet sich in der »zweiten Welle« dieses Arbeitsethos auf größere Ausschnitte der jungen Bevölkerung in Großbritannien aus. In diesem Arbeitsethos sind, McRobbie zufolge, die Merkmale der heutigen Mikroökonomien der Clubkulturen angelegt. Sie umfassen u.a. die Arbeit in einem oder mehreren Projekten, das Fehlen der Möglichkeiten für die Entwicklung einer Arbeitsmarktpolitik aufgrund neuer Arbeitsbeziehungen durch die Auflösung der Grenze zwischen Arbeit und Freizeit und die Abhängigkeit von sozialen Netzwerken. Die über Praktika und Gratisarbeit

angeeigneten Kenntnisse und Fähigkeiten ermöglichen Arbeit in der Nachtökonomie der Clubkultur mit ihrer Netzwerk- und Freelance-Kultur (McRobbie 2002). Die Arbeitsbedingungen und Beschäftigungsmöglichkeiten in den britischen Clubkulturen lassen sich treffend mit den Begriffen der »Hollywoodization of the labor markets« (McRobbie 2002) und dem »Hollywood organisational model« (Rifkin 2000/2005) umschreiben. Die »Hollywoodization of the labor markets« ermutigt junge Menschen, lange Arbeitszeiten für geringe oder keine Bezahlung zu akzeptieren in der Hoffnung auf den Glamour, den sie erlangen, wenn sie »es schaffen«. Das Organisationsmodell dieser Arbeitsmärkte ist die projektbasierte Arbeit in kreativen Teams für zeitlich begrenzte, meist kurze Zeitspannen (Rifkin 2000/2005).

McRobbie konzentriert sich in ihrer Analyse auf die »Enterprise Culture« der Clubkultur – ein Fokus, der auch für die vorliegende Arbeit zentral ist: Den hier untersuchten DIY-Karrieren von Wiener DJs liegt eine Definition von Karriere als ökonomisch erfolgreiche Karriere zugrunde, die DJs nur in ökonomisch potenten elektronischen Musikszenen wie der Techno-, Drum'n' Bass- und experimentellen elektronischen Musikszene anstreben können. Die Merkmale der britischen Clubkulturen lassen sich in weiten Teilen auf die untersuchten Wiener Musikszenen umlegen, die für DJs und andere (semi-)professionelle Akteur/innen zum Arbeitsfeld werden. Die Musikszenen charakterisieren sich durch Informalität, fehlende Interessenvertretungen für die Regelung von Honoraren und Arbeitszeiten, Nacharbeit, Praktika, Gratisarbeit sowie eine ausgeprägte Netzwerk-Kultur.

Während McRobbie die Arbeitsbedingungen in den »Mikroökonomien« der Clubkultur untersucht und nachzeichnet, wie sich das politische Potenzial der Club- und Ravekultur verflüchtigt, betonen Richard A. Peterson und Andy Bennett (2004) mit dem Begriff »DIY Industry« auch die emanzipatorischen Momente von Musikszenen:

»In an established corporate model, large firms produce, market, and distribute music, routinely referred to as ›product‹, to an atomized mass of individual ›consumers‹ [...]. Quite a different sort of music industry typically develops where there are music scenes at its core. This scene-supporting industry is largely the domain of small collectives, fans turned entrepreneurs, and volunteer labour. This sort of Do-It-Yourself (DIY) industry is an important site for researching the dynamics of music scenes and the music they produce.« (Peterson und Bennett 2004: 4–5)

Die »DIY-Industrien« lokaler Musikszene basieren auf kollektiver, teilweise unbezahlter Arbeit und Praktika von Musiker/innen, Musik- und Medienproduzent/innen und Fans. Sie setzen ihr Wissen, ihre erlernten Kenntnisse, Fähigkeiten und »Skills« für den Aufbau einer im Do-it-yourself-Ethos organisierten Ökonomie für den Konsum, die Produktion und die Vermarktung von Musik ein. Durch diesen Arbeitsstil und -ethos unterscheiden sich die DIY-Industrien lokaler Musikszene von den Vorgangsweisen der global agierenden Major-Labels, die »Produkte« generieren und diese flächendeckend an die »Masse« der Konsument/innen verkaufen. Die DIY-Industrien lassen sich jedoch weniger als eine »Industrie« im Sinne kommerziell gewinnorientierter Unternehmen verstehen; sie sind eher »alternative Ökonomien«, die von den Szene-Akteur/innen als emanzipatorischer und sozial gerechterer Gegenentwurf zur global agierenden Musikindustrie verstanden werden.

Für eine Reihe empirischer Studien dient der Begriff Musikszene als ein loser Anhaltspunkt, um die Formierung lokaler DIY-Ökonomien von Musikszene zu rekonstruieren. Beispielsweise veranschaulicht Tim Gosling in seinem Artikel »Not For Sale: The Underground Network of Anarcho-Punk« (2004) über die US-amerikanische Anarcho-Punk-Szene der 1980er Jahre, wie ein Netzwerk aus Fans, Bands, Schallplattenlabels, Musikvertrieben und Medien eine DIY-Ökonomie aufgebaut wird. Charakteristisch für dieses Netzwerk ist die Übernahme unterschiedlicher Arbeitsbereiche von einem oder mehreren zumeist männlichen Akteuren: Sie spielen in einer Band, gründen ein kleines Schallplattenlabel für die Produktion und den Vertrieb ihrer Musik und der von befreundeten Bands und produzieren ein Fanzine, in dem sie über (ihre) Musik schreiben. Die Akteur/innen dieser Musikszene haben sich dem DIY-Ethos des Punkrocks mit einer antiautoritären, kapitalismuskritischen Haltung und dem Glauben an Authentizität verschrieben. Darin finden sie die Legitimität für ihre nicht am kommerziellen Erfolg orientierten Aktivitäten.

Im Unterschied zu Gosling, der den Einfluss der Felder lokaler Politik, Kultur und Ökonomie in seiner Studie kaum berücksichtigt, untersucht Sara Cohen in ihrem Buch »Rock Culture in Liverpool« (1991), wie der dramatische Anstieg der Arbeitslosigkeit in Liverpool und das steigende Bewusstsein von Jugendlichen über ihre ökonomisch zum Teil ausweglose Situation zu einer Reihe von Bandgründungen führt. Gegen Ende der 1980er Jahre setzt sich bei Jugendlichen die Einstellung durch, dass eine Band eine Mög-

lichkeit sein kann, um dem ökonomischen »Drop Out« zu entkommen. Mit der Band können die (vor allem männlichen) Jugendlichen ihre musikalischen Ideen und ihre Kreativität nutzen, Freundschaften schließen und intensivieren. Kollektive Werte der Bands – beispielsweise das Misstrauen gegenüber Frauen, die sie als eine potenzielle Bedrohung für die Bandeinheit sehen, sowie das Betonen des Musikmachens als »richtiger Job« – sind in der lokalen Musikszene Liverpools fest verankert.

Sowohl Goslings als auch Cohens Studie über lokale Musikszene bewegen sich an der Schnittstelle zwischen alternativer DIY-Ökonomie und den von staatlicher Seite forcierten Creative Industries in den kulturellen Feldern der Populärmusik.

II. Theoretischer Rahmen für die empirische Untersuchung

1. KULTUR ALS »SOZIALE PRAXIS«

Mit der Theorie der kulturellen Felder fragt Pierre Bourdieu nach Bedeutung und Rolle von Kultur in der Reproduktion sozialer Strukturen. Er lenkt damit sein Interesse nicht auf die Bedeutungs- und Sinnstrukturen des kulturellen Lebens, sondern auf die »soziale Praxis« (Bourdieu 1985/1998) der Akteur/innen in einem spezifischen Feld. Bourdieu entwickelt die Theorie der kulturellen Felder anhand der Analyse von Genese und Struktur des literarischen Feldes im Frankreich des 19. Jahrhunderts. Zu dieser Zeit erlangt das Feld der kulturellen Produktion seine Autonomie und die Hauptmerkmale der Felder kultureller Produktion mit ihrer feldspezifischen Logik entstehen. Kulturelle Felder wie etwa jene der Literatur, der Wissenschaft oder der Religion sind soziale Felder, in die sich unsere Gesellschaft als »sozialer Raum« (Bourdieu 1985/1998) unterteilt. Die zentralen Begriffe der Theorie der sozialen Felder sind Habitus, Feld und Kapital, das Kernstück bildet eine »relationale Betrachtungsweise« (Engler 2004: 222), um mit dem Denken von Subjekt und Objekt, Mikro- und Makrotheorien zu brechen. Mit der Aufforderung »Man muss relational denken« (Bourdieu und Wacquant 1996: 262) will Bourdieu das Wirken und die Funktionsweise von Macht- und Herrschaftsverhältnissen in der sozialen Praxis offen legen. Soziale Felder geben sich in »objektiven Relationen« zu erkennen, weil sie erst die Realität der »sozialen Welt« ausmachen. Akteur/innen verteilen sich in den Feldern nach dem »Gesamtvolumen des Kapitals«, das sie besitzen, und nach der »Struktur des Kapitals«, d. h. nach dem relativen

Gewicht, das die verschiedenen Kapitalsorten ökonomisch und kulturell im Gesamtvolumen haben. Ein Feld ist »ein Netz oder eine Konfiguration von objektiven Relationen zwischen Positionen« (Bourdieu und Wacquant 1996: 127). Die hierarchische Verteilung des Kapitals hinsichtlich Volumen und Struktur bestimmt die unterschiedlichen Positionen der Akteur/innen im Feld. »Objektive Relationen« sind daher weder »Interaktionen« noch »intersubjektive Beziehungen zwischen Akteuren« (Bourdieu und Wacquant 1996: 127), sondern sie existieren zu einem bestimmten Zeitpunkt in einem sozialen Feld. Die Unterschiede zwischen den Akteur/innen, die sich aufgrund ihrer »objektiven Relationen« ergeben, sind eine »Differenz«, ein »Abstand«, ein »Unterscheidungsmerkmal«, eine »Distinktion«, die demnach immer relativ und in Beziehung zu anderen Merkmalen existieren (Bourdieu 1985/1998: 18; Bourdieu 2005: 39). Folglich liegt die Idee von »Differenz«, »Abstand« und »Distinktion« den sozialen und kulturellen Feldern zugrunde, die sich durch die »objektiven Relationen« von Nähe und Nachbarschaft oder Entfernung und Abstand definiert. In den Feldern der kulturellen Produktion zeigen sich die »objektiven Relationen« in zwei unterschiedlichen Strukturen: der Struktur der objektiven Beziehungen zwischen den Positionen innerhalb der Felder der kulturellen Produktion einerseits und der Struktur der objektiven Beziehungen zwischen den Positionierungen im Raum der Werke andererseits. Bourdieu geht es somit um die Analyse des Verhältnisses zwischen der sozialen Position (verstanden als relationaler Begriff), den Dispositionen (verstanden als Habitus der Akteur/innen) und den Positionen, die die Akteur/innen im Feld durch die »Wahl« einnehmen, die sie in den unterschiedlichen sozialen Praktiken treffen. In der Analyse dieser Strukturen sieht er den »eigentlichen Gegenstand der Wissenschaft vom Kunstwerk« (Bourdieu 1982/1997: 396).

Für diese Untersuchung der Karrieren von DJs ergeben sich daraus folgende Konsequenzen: Die Theorie der kulturellen Felder erlaubt erstens die historische Genese, Struktur und Organisationsweisen der untersuchten Wiener Musikszene zu beschreiben; zweitens werden DJs nicht als autonome Künstler/innensubjekte verstanden, sondern als Akteur/innen thematisiert, deren Positionen in den lokalen Musikszene durch die hierarchische Verteilung der Kapitalsorten hinsichtlich Volumen und Struktur bestimmt sind; drittens lassen sich die sozialen Praktiken der DJs beschreiben und analysieren und es kann danach gefragt werden, wie DJs Dis-

tinktionen und Selbstdarstellungen in ihrer sozialen Praxis zwecks einer signifikanten Unterscheidung von anderen DJs und deren Positionen im Feld produzieren.

2. MUSIKSZENEN: FELDER DER KULTURELLEN PRODUKTION

Bourdieu beschreibt das Feld der kulturellen Produktion als einen »unsicheren Ort im sozialen Raum«, der »nur vage Positionen bietet, die eher zu gestalten als schon fertig sind« (Bourdieu 1982/1997: 359). Damit gesteht er den Akteur/innen in diesem Feld zwar Gestaltungsmöglichkeiten ihrer Positionen zu, zugleich ist es jedoch durch ein zentrales Hierarchisierungsprinzip geteilt, das Einfluss auf die Positionen der Akteur/innen im Feld nimmt. Das Feld der kulturellen Produktion teilt sich entlang von »Heteronomie« und »Autonomie« in das »Subfeld der eingeschränkten Produktion« und das »Subfeld der Massenproduktion«. Mit diesen Begriffen werden die Beziehungen der Subfelder der kulturellen Produktion zum »Feld der Macht« erfasst, das sich exemplarisch in Ökonomie und Politik zeigt. Heteronomie als das »Prinzip der externen Hierarchisierung« beherrscht mit der Produktion und dem Verkauf von »kommerziellen« Kulturgütern das Subfeld der Massenproduktion. Die Produzent/innen dieses Subfeldes sind kommerziell erfolgreich und werden vom »breiten Publikum« anerkannt. Der Preis für die hohe Konzentration von ökonomischem Kapital und der damit einhergehenden geringen Distanz zum Machtfeld ist der geringe Profit an kulturellem und symbolischem Kapital. Das »Prinzip der internen Hierarchisierung« beschreibt die Autonomie vom Machtfeld, die Produzent/innen im Subfeld der eingeschränkten Produktion anstreben. Hier findet »reine Produktion« und »L'art pour l'art« statt, weil die Produzent/innen nicht das »breite Publikum«, sondern andere Produzent/innen im Feld beliefern. Sie sehen »irdisches Scheitern als Zeichen der Erwähltheit und den Erfolg als Makel der Auslieferung an den Zeitgeschmack« (Bourdieu 1999/2001: 344). Erst die Abkehr von ökonomischem Kapital ermöglicht diesen Produzent/innen die Akkumulation von kulturellem und symbolischem Kapital.

Bourdieu konzentriert sich in seinen Ausführungen zu den Feldern der kulturellen Produktion vor allem auf das Subfeld der eingeschränkten Pro-

duktion, in dem sich die Produzent/innen sowohl durch ihre Heteronomie- bzw. Autonomiebestrebungen unterscheiden als auch durch die Wahl ihres künstlerischen Stils und ihrer Projekte. Das Feld der Massenproduktion erfährt kaum Beachtung, obwohl gerade dieses Subfeld einen großen Teil der Bevölkerung mit kulturellen Gütern beliefert (Hesmondhalgh 2006). Damit bleibt die Frage, wie diese Konsument/innen zu ihren Kulturgütern kommen, ebenso unbeantwortet wie die Frage nach den Verknüpfungen zwischen dem Subfeld der eingeschränkten Produktion und dem Subfeld der Massenproduktion. Gerade diese Verknüpfungen sind für Musikszene wesentlich, da die Produktion, die Vermarktung und der Vertrieb von Musik sowohl in lokalen Musikszene als auch im Subfeld der Massenproduktion stattfinden. Das Subfeld der Massenproduktion ist in diesem Fall von der Musikindustrie mit ihren global agierenden Schallplattenkonzernen (Major-Labels), ihrer Produktion und Distribution von Tonträgern und die durch zahlreiche Institutionen an die Konsument/innen vermittelten Lebensstile repräsentiert (Webb 2007).

In den untersuchten Musikszene agiert die Mehrheit der DJs wie auch andere (semi-)professionelle kulturelle Produzent/innen weitgehend unabhängig von Institutionen aus dem Machtfeld und dem Subfeld der Massenproduktion. DJs organisieren vor allem zu Karrierebeginn ihre DJ-Auftritte in Veranstaltungsorten häufig selbst und werden von Kolleg/innen eingeladen. Ihre Musik produzieren sie selten auf Anfrage und für die Vermarktung ihrer Dienstleistungen und Tonträger übernehmen sie meistens selbst die Verantwortung. Ihre Tätigkeiten sind Teil einer Do-it-yourself-Ökonomie, die durch die soziale Praxis von (semi-)professionellen Produzent/innen in den Musikszene kollektiv hervorgebracht wird und im Kontext der zunehmenden wirtschaftlichen Bedeutung der Creative Industries steht.

DJs und andere Szene-Akteur/innen akkumulieren nicht nur kulturelles, symbolisches und soziales Kapital, sondern auch ökonomisches Kapital. Sie versuchen, mit ihren autodidaktisch erlernten Wissensbeständen ihren Lebensunterhalt in den Musikszene zu verdienen. Diese relativ autonome Position im sozialen Raum erfährt jedoch durch die Verflechtungen der Musikszene mit den Institutionen aus dem Subfeld der Massenproduktion Einschränkungen. Die historische Dominanz der Major-Labels beeinflusst lokale Musikszene mit ihren medial zirkulierenden Ästhetiken und Diskursen; kleine Schallplattenlabels versuchen, für den Vertrieb ihrer Ton-

träger an das flächendeckende Vertriebsnetzwerk der Major-Labels anzu-docken (Strachan 2007, Hesmondhalgh 1998), und Major-Labels nutzen ihre hohe Konzentration von ökonomischem Kapital, um funktionierende Klein- und Kleinstlabels im Subfeld der eingeschränkten Produktion aufzukaufen mit dem Ziel, ihr kulturelles und symbolisches Kapital zu erhöhen und ihre Position im Feld der kulturellen Produktion zu stärken. Der »Gegensatz von Kunst und Geld«, den Bourdieu (1985/1998) entlang der Hierarchisierungsprinzipien Heteronomie und Autonomie für das literarische Feld beschreibt, wird durch diese Verflechtungen zunehmend porös. Die Gestaltungsmöglichkeiten der DJs sind folglich geprägt durch die Verflechtungen der lokalen Musikszenen mit der globalen Musikindustrie, gleichzeitig entwickeln sich die Karriereverläufe der DJs in Abhängigkeit von Genese, Struktur und Organisationsweisen der lokalen Musikszenen. Entsprechend ihrer Positionen im Feld unternehmen DJs Heteronomisierungs- und Autonomisierungsversuche, um die für sie erfolgsversprechende Kapitalsorte zu akkumulieren. So streben Club- und Barbesitzer primär die Akkumulation von ökonomischem Kapital an, während für DJs symbolisches, soziales und kulturelles Kapital wichtige Kapitalsorten für ihren Erfolg darstellen, die eine ökonomisch erfolgreiche Karriere vorantreiben sollen.

3. KULTURELLES KAPITAL IN MUSIKSZENEN

In »Die feinen Unterschiede« (1982/1997) führt Bourdieu den Beweis, wie Akteur/innen über ihren Lebensstil soziale Strukturen (re-)produzieren. Im Unterschied zu anderen soziologischen Diskursen über soziale Ungleichheit geht Bourdieu nicht linear vor; vielmehr zeichnet er die »Korrespondenzen zwischen der Struktur des Sozialraums« entlang von »Umfang und Struktur des Kapitals der sozialen Gruppen« und »Struktur der symbolischen Merkmale der sozialen Gruppen« (Bourdieu 1982/1997: 211) nach. In seinen detailreichen Ausführungen zum französischen Bildungssystem wird deutlich, dass kulturelles Kapital durch die familiäre Erziehung und durch Bildung akkumuliert wird und schulischer Erfolg nicht auf Begabung, sondern auf dem Besitz von kulturellem und ökonomischem Kapital der Eltern beruht. Kulturelles Kapital wird zum Angelpunkt für ein System von Distinktionen, in dem kulturelle Hierarchien mit sozialen korrespondieren und der Lebens-

stil der Akteur/innen zum Charakteristikum einer Klasse wird. Seine Bedeutung erlangt der Lebensstil durch die Sichtweisen der sozialen Gruppen und ihren sozialen Praktiken, die Unterscheidungen vornehmen, Unterschiede sozial bedeutsam machen und ihnen den sozialen Sinn geben. An diesem Punkt kommt der Habitus »als generatives und vereinheitlichendes Prinzip« (Bourdieu 1985/1998) ins Spiel. Der Habitus übersetzt die »relationalen Merkmale einer Position in einem einheitlichen Lebensstil« (Bourdieu und Wacquant 1996: 21) und verknüpft Klassenlage und Lebensführung, soziale Struktur und soziales Handeln. Der Raum der Lebensstile konstituiert sich folglich über den Habitus, durch den einerseits Praxisformen und kulturelle Werke erzeugt, andererseits die Unterscheidung und Bewertung der Formen, kulturellen Werke und Geschmäcker vorgenommen werden.

Bourdieu fragt also danach, wie gesellschaftliche Akteur/innen soziale Unterscheidungen vornehmen, wie sie Distinktionen und Absetzungen zu anderen Klassen herstellen. Die »Logik der Distinktion« (Bourdieu 1982/1997) definiert sich über das Moment des Gegensatzes wie beispielsweise im Gegensatz vom »Luxusgeschmack« der herrschenden Klassen mit ihrer Distanz zu Not und Notwendigkeit und dem »Notwendigkeitsgeschmack« der unteren Klassen, der sich im »Primat der Form über die Funktion« ausdrückt und »in der Verleugnung der Funktion mündet« (Bourdieu 1982/1997: 288). Die Geschmackshierarchie von »Luxus« versus »Notwendigkeit« korrespondiert mit dem Lebensstil sozialer Klassen und der Unterscheidung in »hohe Kultur« versus »niedrige Kultur« (Massen- oder Populärkultur), denn erst der Besitz von kulturellem Kapital definiert, was »hohe Kultur« ist. Der Lebensstil der niedrigen Klassen mit seinem Bezug zur Populärkultur dient den herrschenden Klassen lediglich als »Negativfolie« (Krais und Gebauer 2002: 39). Die Distinktionsstrategien und -praktiken der herrschenden Klassen zur Absicherung der eigenen Position und zur Herstellung von Distanz zu anderen im sozialen Raum zeigt sich am deutlichsten im Konsum von Luxus- und Kulturgütern, weil sie erst durch Besitz von kulturellem und ökonomischem Kapital und die Investition an Zeit angeeignet und zum vergegenständlichten Zeugnis des »persönlichen Geschmacks« werden. In den Kultur- und Kunstgegenständen ist die »Objektivierung der Distinktionsbeziehung« (Bourdieu 1982/1997) durch das Zusammenspiel zwischen Güter- und Geschmacksproduktion angelegt. Dies bedeutet, dass eine Entsprechung, eine Korrespondenz

zwischen den in den Feldern der kulturellen Produktion erzeugten Kunst- und Kulturgegenständen und den sozialen Klassen der Konsument/innen existiert; anders formuliert: Die kulturellen Werke werden auf die Erwartungen des Publikums zugeschnitten.

Bourdieu unterscheidet drei Formen des kulturellen Kapitals – inkorporiertes, objektiviertes und institutionalisiertes. Das »verkörperte Kulturkapital« (Bourdieu 2005: 53) wird durch einen Verinnerlichungsprozess angeeignet, für den die Akteur/innen Zeit investieren wie beispielsweise für das Inkorporieren von Bildungskapital. Institutionalisiertes kulturelles Kapital beruht folglich auf institutioneller Anerkennung und akademischen Titeln. Das Bindeglied zwischen ökonomischem und kulturellem Kapital ist Zeit, denn erst durch diese Investition wird kulturelles Kapital ein »Besitztum«, das zum Habitus geworden ist – aus »Haben« ist durch Verinnerlichung »Sein« geworden. Kulturelles Kapital existiert zudem in objektiviertem Zustand in Form von kulturellen Gütern, Kunstwerken, Büchern, Tonträgern, Instrumenten etc. Objektiviertes Kulturkapital ist im Unterschied zum verinnerlichten kulturellen Kapital übertragbar, seine Eigenschaften lassen sich jedoch nur über seine Beziehung zum inkorporierten kulturellen Kapital bestimmen, weil nur jene Akteur/innen, die über inkorporiertes Kulturkapital verfügen, die soziale respektive kulturelle Fähigkeit oder Kompetenz haben, die den Genuss von Kunstwerken und Musik oder den Gebrauch von Instrumenten und Maschinen erst ermöglicht (Bourdieu 2005: 53–62; Bourdieu 1983).

Bourdieu geht davon aus, dass das, was Kultur bedeutet, immer »legitime Kultur« ist, die den unteren Klassen fehlt. Diese Annahme lässt sich mit Blick auf die untersuchten lokalen Musikszenen und die Karrieren der DJs nicht aufrechterhalten. Auch in den Feldern der Populärkultur zirkuliert kulturelles Kapital, um (Geschmacks-)Hierarchien zwischen Fans, Musiker/innen und anderen Akteur/innen über spezifische Distinktionsstrategien zu etablieren.

John Fiske (1992) führt in seiner Analyse des Fantums den Begriff des »populären« bzw. »informellen kulturellen Kapitals« ein, das von Fans erzeugt und über eine »kulturelle Schattenökonomie« der Fankultur distribuiert wird. Entgegen der gängigen Wahrnehmung von Fans als passive Konsument/innen von Kulturgütern, die im Subfeld der Massenproduktion erzeugt werden, hebt Fiske ihre Produktivität hervor. »Semiotische Produktivität« beschreibt den Prozess, bei dem Fans Bedeutungen erzeugen, die –

sobald sie mit der oralen Kultur in Verbindung treten – zu einer öffentlichen Form und zur »enunziativen Produktivität« bzw. »Ausdrucksproduktivität« werden. Enunziation ereignet sich unmittelbar in sozialen Beziehungen; sie existiert nur im Moment des Sprechens, sie manifestiert sich in der »Fansprache«, die auch Frisuren- oder Make-Up-Stil, Kleidung und umfasst, und dient zur Darstellung von Zugehörigkeit zu einer bestimmten Fangemeinde gegenüber Außenstehenden sowie zur Konstruktion der eigenen sozialen Identität. »Textuelle Produktivität« umfasst die Aktivitäten der Fans, bei denen sie Texte wie etwa Fanzines herstellen und untereinander austauschen, ohne jedoch einen ökonomischen Profit erwirtschaften zu wollen.

Fiske zufolge gehören die Produzent/innen des populären kulturellen Kapitals benachteiligten gesellschaftlichen Gruppierungen an; ihr informelles kulturelles Kapital spielt in den kulturellen Kontexten, die der legitimen Kultur untergeordnet sind, jedoch eine ähnliche Rolle wie das offizielle kulturelle Kapital. Es fungiert als Basis für die Anerkennung von Fans innerhalb der eigenen Peer-Group und dient der Abgrenzung gegenüber der »hohen Kultur« und dem offiziellen kulturellen Kapital. Diese Distinktionspraktiken hängen nicht nur von der Klassenzugehörigkeit ab, wie Bourdieu argumentiert, auch Geschlecht, ethnische Zugehörigkeit und Alter erlangen bei diesen Praktiken eine entscheidende Bedeutung. Im Unterschied zum offiziellen kulturellen Kapital kann, so Fiske, das populäre kulturelle Kapital jedoch nicht in ökonomisches umgesetzt werden, weil es weder die eigene Karriere fördert, noch einen Aufstieg in der Klassenhierarchie ermöglicht. Diese Annahme mag sich mit den Untersuchungen von Fiske (1989) decken, der seinen Fokus u.a. auf weibliche Madonna-Fans richtet. Für die vorliegende Studie trifft sie nicht zu, weil DJs populäres kulturelles Kapital akkumulieren und dieses mit ihrem offiziell erworbenen kulturellen Kapital kombinieren, um ihren Lebensunterhalt mit der DJ-Tätigkeit, der Musikproduktion und benachbarten Tätigkeiten zu verdienen.

Wenngleich Fiske den Begriff des populären kulturellen Kapitals in seine Analyse von Fankulturen einführt, akzeptiert er letztlich die Bourdieusche Unterscheidung zwischen Form und Funktion, indem er sie einer Neudefinition unterzieht. Der Wert eines Kunstwerks liegt für Konsument/innen der »hohen Kultur« im Kunstwerk selbst; für Konsument/innen im Feld der Massenkultur liegt der Wert eines Kunstwerks darin, was es für sie tun könne.

Simon Frith (1998) greift ebenfalls den Begriff des populären kulturellen Kapitals auf, beschränkt sich aber nicht ausschließlich auf Fans, sondern inkludiert auch Musiker/innen und Musikjournalist/innen, die diese Kapitalform produzieren und für Distinktionen einsetzen. Populäres kulturelles Kapital setzt sich aus dem Wissen über Musik, die Erfahrungen der Fans und Musiker/innen sowie aus der »Hingabe« (commitment) zur Musik zusammen¹. Die Investition von Zeit und ökonomischem Kapital ermöglicht die Produktion, Akkumulation und Verinnerlichung von populärem kulturellem Kapital, das in Formen der Exklusivität organisiert ist wie etwa dem Musikgeschmack, dem Einlass in einen Club, dem Zugang zum Backstage-Raum von Konzerthallen oder dem Besitz von exklusiven Schallplatten mit limitierter Auflage. Im Unterschied zu Frith lehnt Fiske die Unterscheidung zwischen Hoch- und Populär- bzw. Massenkultur allerdings ab. Frith unterscheidet die Felder »High Art«, »Folk Art« und »Pop Art«, wobei in jedem dieser Felder kulturelles Kapital von den Akteur/innen produziert, akkumuliert und verinnerlicht wird. Ihre Werturteile drücken die Akteur/innen dieser drei Felder allerdings kaum unterschiedlich aus, denn obwohl es offensichtliche Differenzen zwischen Oper und Seifenoper, klassischer und Popmusik gibt, bedeutet die Unterschiedlichkeit der Objekte nicht, dass der Prozess der Bewertung unterschiedlich verläuft. In jedem der drei kulturellen Felder kommen ästhetische und funktionale Achsen bei der Erzeugung des Werts eines Kunstwerks bzw. der Künstler/innen zum Einsatz, zu denen u.a. Glaubwürdigkeit, Kohärenz, Bekanntheit, Nützlichkeit und Spiritualität gehören (Frith 1998: 18ff).

Frith macht die Begriffe Geschmack, kulturelles Kapital und Distinktion für die Analyse musikalischer Felder zu produktiven Instrumenten. Korrespondenzen zwischen den Positionen der Musiker/innen im Feld der Populärkultur und ihren Positionen im sozialen Raum sind für ihn allerdings keineswegs so eindeutig gegeben, wie Bourdieu sie beschreibt. Unabhängig vom Genre, für das sich Musiker/innen entscheiden, sind sie alle mit derselben Frage konfrontiert, nämlich ob ihre Musik als »gut« bewertet wird. Die Position der Musiker/innen im Feld, die Beziehungen zwischen Klasse und Community, die Spannungen zwischen Technologie und Tradition oder die Wahl des Musikgenres sind nicht auf eine soziale Gruppe oder

1 Frith spricht von »knowledge, experience, and commitment« der Fans und Musiker/innen (Frith 1998: 9).

eine musikalische Praxis beschränkt. – »Whether they become pressing or not depends on circumstances, not ideology.« (Fiske 1998, 46). Mit dieser Annahme widerlegt Frith teilweise die von Bourdieu für die Analyse des kulturellen Feldes eingeführte »Logik der Widerspiegelung« (Bourdieu 1985/1998: 59), die sich in der Struktur der »objektiven Beziehungen« zwischen der sozialen Welt und den kulturellen Werken zeigt, weil die Werke der Produzent/innen nicht per se mit ihren »sozialen Merkmalen (ihrer sozialen Herkunft)« (Bourdieu 1985/1998: 59) korrespondieren müssen, sondern von einer Reihe weiterer sozialer Faktoren abhängen.

Der etwas präzisere Begriff des »subkulturellen Kapitals« stammt von Sarah Thornton (1996), die Bourdieus Theorie zur Beantwortung der Frage nach den Distinktionen in der Clubkultur heranzieht. Damit engt sie, im Vergleich zu Frith, der sich auf »High Art«, »Folk Art« und »Pop Art« bezieht, ihre Analyse auf ein jugendkulturelles Feld ein. Distinktionen werden in den Clubkulturen über die Unterscheidung von »Authentizität« und »Inauthentizität«, von »wir/uns« und »Mainstream«, von »Underground« und »den Medien« produziert. In diesen Unterscheidungen wird »subkulturelles Kapital« bedeutsam, denn sein Besitz ermöglicht, Teil eines kollektiven »wir« zu sein und Authentizität in der sozialen Praxis zu beanspruchen.

»Subcultural capital is objectified in the form of fashionable haircuts and well-assembled record collections (full of well-chosen, limited edition ›white label‹ twelve-inches and the like). [...] [S]ubcultural capital is embodied in the form of being ›in the know‹, using (but not over-using) current slang and looking as if you were born to perform the latest dance styles.« (Thornton 1996: 11–12)

Präzise und nicht ohne Humor beschreibt Thornton den objektivierten und verinnerlichten Zustand des subkulturellen Kapitals.

Den Unterschied zwischen subkulturellem und kulturellem Kapital sieht Thornton in der schwächeren Bildung des subkulturellen Kapitals an die Klassenzugehörigkeit der Akteur/innen. »Subcultural capital fuel rebellion against, or rather escape from, the trapping of parental class. The assertion of subcultural distinction relies, in part, on the fantasy of classlessness.« (Thornton 1996: 12). Die Entkoppelung von subkulturellem Kapital und Klasse beruht darauf, dass diese Kapitalform nicht in der Schule erlernt und inkorporiert, sondern abseits von institutionalisierten Ausbildungsinstitutionen durch die Partizipation an Clubkulturen angeeignet wird. Subkulturelles Kapital dient Jugendlichen für die Definition der eigenen und anderer

Peer-Groups, für die Produktion von Distinktionen entlang von Musikgeschmack und Stil.

Thornton konzentriert sich wie die Mehrheit der Jugendkulturforscher/innen auf die soziale Praxis der Clubbesucher/innen unter dem Aspekt des Konsums. Wie hingegen DJs Distinktionen und Selbstpräsentationen bei ihren sozialen Praktiken produzieren und vermitteln, um sich sowohl von anderen DJs als auch der »Masse« der Clubbesucher/innen abzuheben, bleibt eine bislang weitgehend ausgeblendete Frage. Ihre Beantwortung ist nicht zuletzt deshalb zentraler Bestandteil der vorliegenden Arbeit.

4. DAS WISSEN DER DJS

In den empirischen Anwendungen der Bourdieuschen Begriffe kulturelles Kapital und Distinktion auf die Felder der Populärmusik wird die Dimension von kulturellem Kapital als Wissensbestand der Akteur/innen kaum berücksichtigt. Eine Ausnahme ist die »Soziologie des Körpers« als ein stetig wachsender Forschungszweig, der sich in den letzten Jahren zunehmend mit den Bereichen Sport, Tanz und populäre Kulturen befasst. Ausgewählte theoretische Ansätze und empirische Studien dieser Forschungsrichtung greifen auf Bourdieus Feld-Habitus-Theorie zurück und konzipieren das kulturelle Kapital der Akteur/innen als einen »körperlichen Wissensbestand«. Ausgangspunkt dieser Überlegungen ist, dass Akteur/innen nicht zwangsläufig die soziale Welt durch einen geistig bewussten Akt klassifizieren, interpretieren und unterscheiden als vielmehr durch ihren Habitus als »Inkorporierung der objektiven Strukturen des sozialen Raums« (Bourdieu 1985: 18). Der Habitus der Akteur/innen stellt ein »Scharnier« zwischen sozialen Strukturen und Individuen dar: Er wird durch klassenspezifische Sozialisation erlernt und in den Körper eingeschrieben. Als »körperliche Disponiertheit« (Klein und Friedrich 2003: 192) ist der Habitus nicht vorreflexiv zugänglich. Im Sport (Wacquant 2003) und im Tanz (Klein 1999; Villa 2006), aber auch in den Populär- und Jugendkulturen (Klein und Friedrich 2003; Alkemeyer und Schmidt 2003) nehmen Habitus und Körper eine zentrale Bedeutung ein, weil Sportler/innen, Tänzer/innen oder Akteur/innen in Jugendkulturen eine soziale Praxis entwickeln, in der Verstehen elementar über den Körper erfolgt. In den Musikszenen ist der Körper »realer Akteur«, er ist (nochmals) soziali-

siert und sozial geschaffen »als Habitus mit seiner eigenen Geschichte und den von ihm verkörperten Eigenschaften« (Bourdieu 1965/2001: 171). Die Stile der Musikszene als ein Ensemble aus »Image« (Erscheinungsbild), »Haltung« (körperlicher Ausdruck) und »Jargon« (szenotypisches Vokabular) (Brake 1981: 20) manifestieren sich über den Körper der Szene-Akteur/innen. Aus der Untersuchung der DJ-Karrieren ist der Körper nicht wegzudenken, weil die sozialen Praxisformen der DJs, das DJ-ing, das Musikmachen, die Selbstvermarktung sowie ihre Distinktions-, Anerkennungs- und Selbstdarstellungsstrategien weitgehend über den Habitus in den Körper eingeschrieben sind.

In dieser Studie wird das kulturelle Kapital der DJs in unterschiedliche Wissensformen – dem Szene-, Musik- und Technikwissen – unterteilt und danach gefragt, wie DJs diese Wissensformen erlernen, inkorporieren und performativ zur Darstellung bringen. DJs produzieren und akkumulieren mit Kleidungsstilen, Szene-Vokabular, Begrüßungsritualen, Tanzstilen etc. ein spezifisches Wissen über die Musikszene, in die sie involviert sind. Sie verinnerlichen durch ihren oftmals jahrelangen Aufenthalt in den Szenen so genanntes Szene-Wissen; zugleich eignen sie sich durch ihre kulturellen Praxisformen, dem Spielen von Musik bei ihren DJ-Auftritten oder beim Musikmachen im Home-Studio weitere Wissensbestände, vor allem Musik- und Technikwissen, an. Sie produzieren und akkumulieren zudem auch ökonomisches und Managementwissen, das sie bei der Organisation von Szene-Events oder den Vertragsverhandlungen mit Plattenlabels einsetzen.

Mit Rekurs auf Stefan Hirschauers (2008) entwickelter Wissenssystematik werden das Szene-, Musik- und Technikwissen der DJs als ein »Wissen im Körper« definiert. Es handelt sich hier um Hirschauers erste Option der konzeptionellen Verknüpfung von Körper und Wissen, die ein »eingekörpertes Wissen« (Hirschauer 2008: 86) oder in Bourdieus Begriffen ein »inkorporiertes« oder »verinnerlichtes Wissen« beschreibt, das im Körper mittels des Habitus und weniger im Kopf »sitzt«. Das Musikwissen der DJs ist über den Musikgeschmack ein auditiv inkorporierter Wissensbestand, ebenso ist das Technikwissen durch das Erlernen der »Mix-Techniken« an den technischen Geräten des DJ-Equipment (DJ-Plattenspieler, CD-Player, Mischpult etc.) ein eingekörpertes Wissen, und auch das Szene-Wissen wird durch die »szenotypische« Art und Weise zu gehen, zu sprechen, zu blicken und zu handeln über den Habitus verinnerlicht. Für die Analyse der performativen Darstellung des Szene-, Musik-

und Technikwissen greife ich auf Hirschauers zweite Option der konzeptionellen Verknüpfung von Körper und Wissen zurück, in deren Zentrum ein »visuell verfasstes Wissen« (Hirschauer 2008: 88; Hervorh. im Original) steht. Hirschauers Konzeption der »Zweigeschlechtlichkeit als Wissenssystem« (1996) dient mir letztlich zur Beantwortung der Frage nach dem Alltagswissen der Geschlechter, das bei der Vergeschlechtlichung von Wissensbeständen von den befragten DJs aktiviert wird.

5. DIE LOGIK DER FELDER

DJs setzen bei ihren sozialen Praktiken ihr kulturelles Kapital respektive ihre Wissensbestände ein mit dem Ziel, eine ökonomisch erfolgreiche DJ-Karriere zu forcieren. Für die Beschreibung und Analyse ihrer Praxisformen und Karriereverläufe ist es notwendig, die Funktionsweise der kulturellen Felder mit ihrer spezifischen Logik näher darzulegen.

Bourdieu vergleicht das Feld der kulturellen Produktion mit einem »Spiel«, in dem die Akteur/innen um die bestmögliche Position im Feld sowie um den Erhalt oder die Veränderungen des Kraftfelds selbst »spielen«. Die Kapitalsorten in diesem Spiel sind ihre »Spieleinsätze«, »die im wesentlichen das Produkt der Konkurrenz der Spieler untereinander sind« (Bourdieu und Wacquant 1996: 128). Die Spieleinsätze sind nicht auf andere Felder übertragbar und haben außerhalb des jeweiligen Feldes kaum Bedeutung. Welche Kapitalsorten DJs für die Teilnahme am Spiel akkumulieren müssen, wird über die feldspezifische Logik definiert. Dies bedeutet, dass Erfolge in den jeweiligen Musikszene nur dann erreicht werden, wenn sich DJs in ihrem Tätigkeitsbereich gut auskennen bzw. ausreichend professionell sind. DJs kennen die feldspezifische Logik der lokalen Musikszene. Sie können mitspielen, weil sie das Wissen verinnerlichen, unterschiedliche Kapitalsorten und Wissensbestände akkumulieren zu müssen, um sie als »Spieleinsätze« im Kampf um die beste Position in ihren Feldern als »Trümpfe« (Bourdieu und Wacquant 1996) einzubringen. Der Kampf um eine legitime Position in den Musikszene geht einher mit der Festlegung der Grenzen des Feldes, der Verteidigung dieser Grenzen und der Kontrolle über den Zugang zum Feld – mit dem Ziel, die bestehende soziale Ordnung zwischen den Spieler/innen zu verteidigen oder sie zum eigenen Vorteil zu verändern. In den Definitionskämpfen der DJs um eine

legitime und für sie bestmögliche Position geht es also um soziale Hierarchien, die aufrechterhalten und reproduziert oder verändert werden. Ihr Handeln ist dabei durch den »sens pratique« (»praktischer Sinn«, Bourdieu 1993) geleitet, weil er »das verleblichte Wissen aktualisiert und jene Handlungen aktiviert, die situationsadäquat sind« (Klein und Friedrich 2003: 191). Der praktische Sinn der DJs, ihr »Gespür für das Spiel« (Bourdieu 1985/1998: 42), lässt sie den zukünftigen Verlauf des Spiels antizipieren und all jene Entscheidungen treffen und Handlungen aktivieren, die ihre Aussicht auf eine Karriere erhöhen. Der Sinn der DJs für ihre Praxis ist folglich notwendigerweise immer distinktiv und differenziell (Bourdieu 1992: 86).

Die Spieler/innen spielen, mehr oder weniger brutal, um ihre Kapitalarten zu vermehren oder zu erhalten, sie können diese aber auch in andere Kapitalarten konvertieren. DJs konvertieren ihr kulturelles und symbolisches Kapital beispielsweise bei ihren DJ-Auftritten in ökonomisches Kapital, weil sie für diese Tätigkeit von den Veranstalter/innen der Szene-Events bezahlt werden. Bei der Umwandlung des kulturellen Kapitals in Geld kann das soziale Kapital der DJs, das »dauerhafte Netz von mehr oder weniger institutionalisierten Beziehungen« (Bourdieu 1983: 190), zu einem entscheidenden »Trumpf« werden. Bourdieu analysiert Besitz und Einsatz von sozialem Kapital im Hinblick auf die Reproduktion traditioneller sozialer Beziehungen. DJs können ihr familiäres soziales Kapital kaum für ihre Karrieren einsetzen. Entscheidender ist die Akkumulation von sozialem Kapital durch die Gründung von und die Teilhabe an Szene-Netzwerken, die nicht auf die Reproduktion sozialer Beziehungen abzielen, sondern auf ihre Produktion (Wittel 2006: 164). Diese Szene-Netzwerke sind »real« im Sinne lokal und translokal verankerter und durch Szene-Akteur/innen gegründeter Zusammenschlüsse, sie umfassen zudem auch virtuelle Netzwerke, die durch die Nutzung neuer Medien- und Kommunikationstechnologien generiert werden. Die Netzwerke von Musikszene finden sich folglich in der »Online-« wie in der »Off-Line-Welt«. Die Gründung und Teilhabe an Szene-Netzwerken verlangt die Herausbildung einer »Netzwerk-Sozialität« (Wittel 2006). DJs besitzen diese Form der Sozialität, sie inkorporieren sie in ihren Habitus, indem sie existierende soziale Beziehungen zu Szene-Akteur/innen ständig erneuern, auffrischen und aufwerten. Diese Handlungen sind integraler Bestandteil der sozialen Praxis ihrer Selbstvermarktung, wobei die sozialen Beziehungen von Netzwerken

– im Unterschied zu Bourdieus Definition und Analyse von sozialem Kapital – nicht für selbstverständlich gehalten werden, sondern erst produziert werden müssen (Wittel 2006: 178).

Die Voraussetzung für das Funktionieren der Konvertierung der Kapitalsorten respektive für das Spiel um die beste Position im Feld ist die »Illusio«. Sie beschreibt den »Glauben« der Akteur/innen an das Spiel und ihr »Interesse« an der Teilnahme am Spiel und bringt die Spieler/innen erst zueinander in Konkurrenz. »*Illusio* bezeichnet die Tatsache, dass man vom Spiel erfasst, vom Spiel gefangen ist, dass man glaubt, dass das Spiel den Einsatz wert ist, (...) dass sich das Spielen lohnt.« (Bourdieu 1985/1998: 140ff, Hervorh. im Original) DJs entwickeln eine feldspezifische »*Illusio* im Sinne eines Sich-Investierens, Sich-Einbringens in das Spiel« (Bourdieu 1999/2001: 360, Hervorh. im Original), indem sie um »Interessenobjekte«, also um das, was auf dem Spiel steht, spielen – wie beispielsweise um DJ-Auftritte in Veranstaltungsräumen oder einen Plattenvertrag bei einem Plattenlabel für die Veröffentlichung ihrer Musikstücke. Durch den »Glauben« an das Spiel wird der »Wert des Kunstwerks« erst erschaffen, weil Akteur/innen und Institutionen im Feld ein »Glaubensuniversum« (Bourdieu 1999/2001: 362) konstruieren, in dem »das Kunstwerk als werthaltiges symbolisches Objekt nur existiert, wenn es gekannt und anerkannt« (Bourdieu 1999/2001: 362) wird. In den untersuchten Musikszene konstruieren Szene-Akteur/innen, Musikfans, Club- und Barbesucher/innen und einschlägige »Szene-Medien« ein »Glaubensuniversum«, durch das »gute« respektive erfolgreiche DJs hervorgebracht werden. »Gute« DJs werden innerhalb des Feldes durch das Zusammenspiel der Akteur/innen und ihre Anerkennungspraktiken mit ihren spezifischen Kriterien der Leistungsbewertung erst erschaffen, sie bringen sich aber auch selbst als solche hervor. In der Analyse der Anerkennungspraktiken werden die Kriterien der DJs für ihren Erfolg, die Kriterien für ihre Leistungsbewertung sowie die (Selbst-)Konstruktionen der DJs als »gute« DJs erkennbar. Sie setzen ihr »Konsekrationskapital« für ihre Distinktions- und Selbstdarstellungsstrategien ein, weil es die Macht beinhaltet, Akteur/innen respektive anderen DJs »Wert« zu verleihen, um aus diesen Handlungen Distinktionsgewinne zu schlagen. Konsekration meint den Prozess der Auf- oder Abwertung von Künstler/innen und Kunstwerken für die Verinnerlichung von symbolischem Kapital.

Die »künstlerische Illusio« charakterisiert sich durch ein »ökonomisches Desinteresse« (Bourdieu 1999/2001: 239), weil eine legitime Akkumulation der DJs die des symbolischen Kapitals ist, die darin besteht, sich einen bekannten und anerkannten Namen als DJ und Musikproduzent/in zu machen. DJs akkumulieren zusätzlich zum symbolischen Kapital auch soziales Kapital und Entscheidungsmacht, indem sie weitere einflussreiche Doppelfunktionen im Feld übernehmen wie etwa jene von Event-Veranstalter/innen, die ihnen subjektive Profite für eine erfolgreiche DJ-Karriere einbringen, die Akkumulation von Entscheidungsmacht sowie die Gründung und Teilhabe an Netzwerken ermöglichen. Diese Kapitalsorten konvertieren sie in ökonomisches Kapital, um ihren Lebensunterhalt zu verdienen. Sie verbinden, indem sie eine ökonomisch erfolgreiche Karriere anstreben, die »anti-ökonomische« Ökonomie« (Bourdieu 1999/2001: 228), die sich in der Verleugnung des »Kommerziellen« und der Interessenlosigkeit am ökonomischen Erfolg manifestiert, mit der »ökonomischen Logik« der Creative Industries, weil sie sich u.a. der Nachfrage ihres Publikums – den Club- und Barbesucher/innen – anpassen (müssen) und ökonomische Gewinne aus ihren Tätigkeiten erwirtschaften wollen. Im Unterschied zu Bourdieus Analyse des kulturellen Feldes stellen die »Anti-Ökonomie«, die ein hohes Maß an kulturellem Kapital aufweist, und die »ökonomische Logik« keine einander ausschließenden Pole in den lokalen Musikszenen dar. Das Erodieren dieser traditionellen Grenzziehung zwischen »hoher« und »niedriger« Kultur ist ein wesentliches Merkmal der gegenwärtigen Verfasstheit des kulturellen Feldes, das auch lokale Musikszene(n) kennzeichnet und sich auch bei der Analyse der Praxisformen der DJs offenbart. Die Do-it-yourself-Karrieren der DJs charakterisieren sich folglich durch das Erodieren dieser Grenzen. Sie hängen – so meine These – wesentlich von der Selbstpräsentation der DJs, deren Selbstvermarktung und aktiver Selbstgestaltung ihres Werdegangs sowie der Anerkennung der DJs durch Publikum und Kolleg/innen ab.

III. Methodologie und Erhebungsinstrumente

1. GROUNDED THEORY: GRUNDPRINZIPIEN

Bourdieu's Theorie der sozialen Felder gibt kaum konkrete Ansatzpunkte für die empirische Forschung, vielmehr dient seine Theorie als »Leitlinie« für die Problematisierung der Frage, welche Dimensionen die qualitative Studie zu den sozialen Praktiken der DJs und ihren DIY-Karrieren implizieren kann. Die empirische Erhebung dieser Praktiken und Karrieren verlangt ein qualitatives Forschungsdesign und ebensolche Erhebungsinstrumente. Als Methodologie und Auswertungsmethode wurde deshalb die Grounded Theory gewählt. Sie erlaubt, die gewählten Erhebungsinstrumente zu kombinieren und in den hermeneutischen Zirkel von Erhebungs- und Auswertungsphasen zu integrieren. Ich verbinde die feldspezifische Analyse der drei Wiener Szenen Techno, Drum'n'Bass und experimentelle elektronische Musik mit den fallspezifischen Analysen der DJ-Karrieren, wobei der Schwerpunkt auf der Analyse der sozialen Praxisformen der DJs liegt¹.

Von Anselm Strauss und Barney Glaser in den 1960er Jahren entwickelt, orientiert sich die Grounded Theory am Interpretativen Programm der Chicagoer Schule, greift auf das von Charles Peirce entwickelte Konzept der Abduktion zurück und wird zur Erzeugung von Theorien über Gegenstandsbereiche eingesetzt. Es handelt sich hierbei also nicht um eine Methode zur Überprüfung von Hypothesen und Theorien, sondern um

1 Zur Kombination aus fall- und feldspezifischer Analyse vgl. Dölling 2007.

einen »Prozeß des Entdeckens von Konzepten und Hypothesen« (Glaser und Strauss 1984: 91) aus empirisch gewonnenen Datenmaterialien. Mittlerweile erscheint es jedoch irreführend, von »der« Grounded Theory zu sprechen, weil Glaser und Strauss, Letzterer gemeinsam mit Juliet Corbin, zwei unterschiedliche Varianten der Grounded Theory in den späten 1970er Jahren entwickelten. Strauss und Corbin (1996) verorten ihre Fassung der Grounded Theory in der pragmatistischen Denkschule von Charles Peirce und John Dewey, während sich Glasers Variante stärker am Positivismus orientiert. Dem Erkenntnis- und Wissenschaftsbegriff von Strauss und Corbin liegt eine Vorstellung von Realität zugrunde, die nicht eine gegebene »Welt da draußen« voraussetzt. Realität entsteht durch soziale Praktiken und Interaktionen; folglich existiert keine Wahrheit, die im Forschungsprozess entdeckt und erforscht werden kann. Realität ist ein sozialer Prozess, ebenso kann das Verständnis von Theorien kein anderes als ein prozessuales sein:

»Weil Theorien nicht Entdeckungen [in] einer als immer schon gegeben zu denkenden Realität, sondern beobachtergebundene Rekonstruktionen repräsentieren, bleiben auch sie der Prozessualität und Perspektivität der empirischen Welt unterworfen.« (Strübing 2004: 39)

Das Moment der Wissenschaftlichkeit liegt in der Systematisierung der erhobenen Daten, nicht darin, einen anderen Wirklichkeitszugang zu etablieren (Strübing 2004: 41). Neues Wissen wird durch Abduktion – ein »kreativer Schluss« (Reichertz 1993) – gewonnen, der nach einer Theorie sucht, »ohne dabei gleich zu Beginn eine bestimmte Theorie zu verfolgen, wenn sie auch von der Empfindung motiviert ist, daß eine Theorie zur Erklärung der überraschenden Fakten erforderlich ist« (Peirce 1933/1980: 7). Im Unterschied dazu sucht die Induktion nach Fakten (Pierce 1933/1980: 7). Sie setzt wie die Deduktion bei der Hypothese ein, um sie zu überprüfen – für die Generierung von neuem Wissen eignen sich Induktion und Deduktion nicht; allerdings können auch Abduktionen für sich genommen keine Ergebnisse legitimieren. In der von Strauss und Corbin entwickelten Variante der Grounded Theory werden daher Abduktion, Induktion und Deduktion miteinander in Verbindung gesetzt. Erst im zyklischen Prozess, »in dem aus qualitativen Induktionen ebenso wie aus Abduktionen *ad hoc*-Hypothesen erarbeitet werden, die dann im nächsten Prozessschritt in einer deduktiven Bewegung wiederum auf Daten bezogen werden« (Strübing

2004: 46, Hervorh. im Original), kann eine gegenstandsbezogene Theorie entstehen. Im Sinne der Grounded Theory werden bei der qualitativen Untersuchung der Musikszenen und der sozialen Praktiken von DJs keine Hypothesen oder Theorien überprüft; es werden die Distinktionspraktiken und Selbstdarstellungsstrategien und -typen herausgearbeitet im Hinblick auf die Vorstellungen der DJs, was sie für eine Karriere tun und wissen müssen.

Die Grounded Theory geht von einer Wechselwirkung zwischen Gegenstand und Forscherin aus, die sich mit diesem Gegenstand beschäftigt, wobei sie einander beeinflussen und verändern. Als Forscherin bin ich keine »neutrale Beobachterin« im Feld; vielmehr ist meine Position durch die Interpretation des erhobenen Datenmaterials und sind meine Entscheidungen über den Fortgang des Forschungsprozesses immer die eines Subjekts im Forschungsprozess (Strübing 2004: 16). Die Grounded Theory setzt auf einen Wirklichkeitsbegriff, der die geläufige Dichotomie von subjektiv und objektiv überwindet und das Verhältnis von Akteurin und Umwelt neu bestimmt. An diesem Punkt lassen sich Parallelen zwischen Bourdieus Theorie der sozialen Felder und der Grounded Theory herstellen, weil auch Bourdieu den Dualismus von Subjektivismus und Objektivismus durch die »relationale Betrachtungsweise« aufzubrechen versucht. Meine in den Forschungsprozess einwirkende Subjektivität als Forscherin habe ich bei der Auswahl der Interviewpartner/innen berücksichtigt (siehe hierzu weiter unten). Zudem geht die Grounded Theory davon aus, dass Wissen aufgrund empirischer Datenerhebungen nur über den Prozess der Beteiligung am Feld zu gewinnen ist. Strübing spricht in diesem Zusammenhang von der »Kunstfertigkeit im wissenschaftlichen Forschen«, die nicht nur wünschenswert ist, sondern notwendig.

Aus der Perspektive der Grounded Theory resultiert daraus eine Vorstellung von Verstehen, das nicht im Gegensatz zum Erklären steht:

»Verstehen [ist] zum einen kein Gegensatz zum Erklären [...]. Vielmehr wird mit der Figur der ›Kunstlehre‹ lediglich die Unabdingbarkeit der subjektiven Leistung in der Forschungsarbeit insgesamt (also nicht beschränkt auf das Verstehen) herausgestellt und zugleich die Möglichkeit einer methodischen Unterstützung und Rahmung kreativer Prozesse behauptet.« (Strübing 2004: 17)

Für Strauss und Corbin ist die Grounded Theory kein rigides Regelwerk für das analytische Vorgehen; sie wollen das in der Grounded Theory ent-

wickelte analytische Vorgehen als Forschungsstrategie verstanden wissen, aus der heraus die Forscherin – vor dem Hintergrund des jeweils konkreten Forschungskontextes – ihre dem individuellen Arbeitsrhythmus angepasste Forschungspraxis entwickeln kann.

2. GROUNDED THEORY: UNTERSUCHUNGSLOGIK

Die Untersuchungslogik der Grounded Theory umfasst vier Kernbereiche – bestehend aus der Methode des ständigen Vergleichs (1), dem Kodierparadigma (2), dem theoretischen Sampling (3) und der theoretischen Sättigung (4). Die Grounded Theory basiert auf der komparativen Analyse empirisch gewonnener Daten, die als »Methode des ständigen Vergleichs« bezeichnet wird. Sie zielt darauf ab, Befunde aus der Analyse von Untergruppen mit Befunden, die man aus der Analyse weiterer Gruppen gewonnen hat, zu vergleichen, wodurch theoretische Kategorien mit spezifischen strukturellen Eigenschaften gewonnen werden. Für diesen Prozess schlägt Strauss ein dreistufiges Kodierprogramm vor, das Schritt für Schritt zur Systematisierung und Kontrolle der Ergebnisse führt (Strauss 1991; Strauss und Corbin 1996). Das Datenmaterial wird systematisch kodiert, theoretische Konzepte und Kategorien werden aus den empirischen Daten gewonnen. Der erste Schritt ist das »offene Kodieren«, das dem »Aufbrechen« des Datenmaterials dient mit dem Ziel, dieses Material sukzessive von den konkreten Daten zu entfernen. Es geht um ein »analytisches Herauspräparieren einzelner Phänomene und ihrer Eigenschaften« (Strübing 2004: 20), wobei ein breiter, noch wenig geordneter Zugang zum Datenmaterial geschaffen und verschiedene Konzepte und Kategorien erarbeitet werden. Durch das »axiale Kodieren« werden die gewonnenen Kategorien zueinander in Beziehung gesetzt. Sie werden verglichen und durch den Vergleich überprüft. Zusammenhänge zwischen den Kategorien und Konzepten werden erarbeitet, wobei allerdings nicht alle identifizierten Phänomene näher betrachtet werden, sondern nur jene, die der Beantwortung der Forschungsfrage dienen. Damit verbunden wird eine Reihe von Hypothesen formuliert, die im weiteren zirkulären Verlauf überprüft werden. Das axiale Kodieren bildet das Kernstück dieser Studie. Der letzte Schritt, von dem ich bei der Auswertung meiner empirischen Daten absehe, ist das »selektive Kodie-

ren«. Es zielt auf das Erarbeiten einer »Schlüssel-« oder »Kernkategorie« ab.

Zentral für die Forschungslogik der Grounded Theory sind zudem das theoretische Sampling und die theoretische Sättigung. Das theoretische Sampling organisiert die Datenerhebung, die -auswertung und die -kodierung als einen zyklisch hermeneutischen Prozess, bei dem sich die Forscherin auf analytischer Basis entscheidet, welche Gruppen, Ereignisse und sozialen Praktiken als Nächstes erhoben werden und wo sie diese finden kann (Strauss 1991).

Für die vorliegende Studie wurden zunächst die Daten für die feldspezifische Analyse der drei ausgewählten Musikszene erhoben, im Anschluss daran Beobachtungen und Interviews mit DJs durchgeführt. Diese Herangehensweise ermöglichte in einem ersten Schritt, die Funktionsweise der kulturellen Felder zu erforschen, um sie in einem nächsten Schritt mit der sozialen Praxis der DJs in Verbindung zu bringen, wodurch allmählich die Verknüpfungen der Karriereverläufe der DJs mit den Feldern sichtbar wurden.

Die Steuerung des Forschungsprozesses aus sich selbst heraus durch ein kontinuierliches Wechseln der Handlungs- und Reflexionsperspektive beschreibt das theoretische Sampling der Grounded Theory. Theoretische Sättigung schließlich beschreibt den Zeitpunkt, an dem keine weiteren Daten gefunden werden, durch welche die Eigenschaften und die Aussagekraft der Kategorien weiter entwickelt werden können. Der Zeitpunkt für die theoretische Sättigung lässt sich am Beginn der Forschung nicht festsetzen, weil erst durch theoretisches Sampling die Anzahl der Vergleichsgruppen gewählt wird. Während des Forschungsprozesses wird fortwährend mit einer Vielzahl an Vergleichsgruppen operiert; die Differenzen zwischen den Vergleichsgruppen werden durch die komparative Analyse maximiert. Ein theoretisch sensibler Blick zeigt letztlich den Zeitpunkt der theoretischen Sättigung und das Ende der Forschung an (Glaser und Strauss 1998). Für diese Studie wurde der Zeitpunkt der theoretischen Sättigung erreicht, als nach den Beobachtungen im Feld und den Interviews mit DJs sowie fortwährenden Vergleichen keine neuen Distinktions- und Selbstdarstellungsstrategien entdeckt werden konnten.

3. ERHEBUNGSINSTRUMENTE DER FELDSPEZIFISCHEN ANALYSE

Die feldspezifische Analyse widmet sich der Darstellung der Genese, Struktur und Organisationsweise der drei Musikszenen anhand des entwickelten theoretischen Modells zur Formierung und zum Bestand lokaler Musikszenen. Dieses theoretische Modell wurde im Zuge des Forschungsprojekts »Formierung und Bestand Wiener Musikszenen« entwickelt². Es basiert auf empirischen Daten und rekurriert auf existierende Definitionen zum Begriff (Musik-)Szene (Kapitel I). Für die vorliegende Arbeit wurde das Modell präzisiert und auf die drei ausgewählten elektronischen Wiener Musikszenen angewendet (IV, 1). In der Darstellung der lokalen Musikszenen werden ihre Funktionsweisen erkennbar, wodurch die sozialen Praktiken der DJs und ihre Karriereverläufe rekonstruiert werden konnten. Die Auswahl der Musikszenen Techno, Drum'n'Bass und experimentelle elektronische Musik erfolgte aufgrund deren Entstehungszeit. Sie formierten sich alle in den 1990er Jahren und entwickelten sich seit der Jahrtausendwende zu ökonomisch potenten kulturellen Feldern mit einer eigenständigen DIY-Ökonomie; nur in diesen Feldern können sich ökonomisch erfolgreiche DJ-Karrieren entwickeln.

In einem ersten Schritt wurde die Techno-Szene erforscht, ihre Genese, Struktur und Organisationsweise herausgearbeitet und in einem nächsten Schritt mit dem empirischen Datenmaterial der Drum'n'Bass- und experimentellen elektronischen Musikszene verglichen. Die drei Musikszenen lassen sich als homogene kulturelle Felder beschreiben, weil die Strukturen und Organisationsweisen einander gleichen und sie zudem maßgeblich durch die ökonomische Logik der Creative Industries strukturiert werden. Die Erhebung der feldspezifischen Analyse erfolgte durch die Recherche in den Zeitungsarchiven der Wiener Wochenzeitung Falter und den beiden Wiener Musikzeitschriften Skug, Journal für Musik und resident. magazin für musik mit mehr bass. Entlang der Berichterstattungen über Wiener Musikszenen, die Veranstaltungsankündigungen und der Portraits über DJs, Bands und Musiker/innen wurde zunächst ein historischer Überblick in

2 Das Forschungsprojekt »Formierung und Bestand elektronischer Musikszenen« wurde vom FWF gefördert, es war von 2006 bis 2009 unter der Leitung von Roman Horak an der Universität für angewandte Kunst Wien angesiedelt.

Tabellenform zur Formierung und zum Bestand der untersuchten Musikszenen erstellt. Zusätzlich wurden zwölf Interviews und zahlreiche lose Gespräche mit Musikjournalisten, Clubbetreibern und Musiker/innen geführt, die aufgrund ihrer langjährigen Verweildauer in Wiener Musikszenen Auskunft über ihre Genese geben konnten. Der Leitfaden für die Experteninterviews (Meuser und Nagel 2005) stellte einerseits auf die Szene-Beobachtungen der Interviewten ab, andererseits wurde der Einfluss von ökonomischen, lokalen politischen und technologischen Faktoren auf die Entstehung und die Entwicklung lokaler Musikszenen abgefragt. Die Interviews wurden kodiert und mit dem historischen Überblick in Tabellenform, der aus den Archivrecherchen gewonnen wurde, in Verbindung gebracht, verglichen sowie durch gesammelte Artefakte wie Flyer, Plakate, Tonträger und Musikzeitschriften ergänzt.

4. ERHEBUNGSINSTRUMENTE DER FALLSPEZIFISCHEN ANALYSE

Das Datenmaterial für die fallspezifische Analyse der DJ-Karrieren wurde durch 16 Interviews mit DJs, 15 Beobachtungen in Clubs und Bars, der Begleitung von sechs DJs zu ihren DJ-Auftritten sowie durch kleinere unsystematische Erhebungen wie Recherchen zur Präsenz der befragten DJs im Internet, zur Berichterstattung über die befragten DJs bei Radio- und Fernsehsendungen und in Print- und Online-Magazinen vorgenommen. Zusätzlich wurden die Einträge in den beiden Mailinglisten »Female Pressure« und »Female Pressure Vienna«, die zum gleichnamigen Netzwerk für DJ-Frauen und Musikproduzentinnen gehören, von Mai 2009 bis Februar 2010 dokumentiert und ausgewertet und fünf Interviews mit Female-Pressure-Aktivistinnen, einschließlich der Gründerin des Netzwerks, geführt und kodiert.

Die Leitfadeninterviews mit den DJs, die sowohl Auskunft über ihre Selbstpräsentation als auch über die Spielregeln der untersuchten Musikszenen geben, die Begleitung der DJs zu Auftritten bei Szene-Events und die Beobachtungen in Veranstaltungslokalen und Plattenläden bilden das Kernstück der empirischen Daten. Die Beobachtungen habe ich mittels Protokollen dokumentiert, gemeinsam mit den Interviews offen und axial kodiert und zentrale Codes und Konzepte (u.a. Wissen, Lernen, Musikstil,

Netzwerke, Anerkennung, Spaß, Leistung, Erfolg) fortwährend miteinander verglichen. Vergleiche wurden auf unterschiedlichen Ebenen vorgenommen: In einem ersten Schritt habe ich die sozialen und kulturellen Praxisformen der DJs identifiziert. Anschließend wurden verbale und performative Distinktionsstrategien und Selbstdarstellungen, die DJs bei ihrer sozialen Praxis produzieren, herausgearbeitet und durch den Vergleich im Hinblick auf Gemeinsamkeiten und Unterschiede verdichtet, wodurch einzelne Typen der Selbstpräsentation erkennbar wurden. Durch den Vergleich der Karriereverläufe der einzelnen DJs und anhand der extrahierten Distinktionen und Selbstdarstellungen konnten die zentralen Vorstellungen der DJs über eine erfolgreiche Karriere herausgearbeitet werden. Die Analyse der Online-Interaktionen auf den beiden Female-Pressure-Mailinglisten umfasste die Frage des Zugangs und der Zugehörigkeit zum virtuellen Female-Pressure-Netzwerk, die Entwicklung von virtuellen und translokalen Aktivismen und die Widersprüche, die in das Netzwerk und die Strategien der Frauenförderung eingeschrieben sind. Die Entscheidung, Female Pressure bzw. die Kommunikation auf den beiden Mailinglisten in die Studie zu integrieren, steht vor dem Hintergrund der erfahrenen Ausschlüsse der befragten DJ-Frauen aus Szene-Netzwerken. Die Beobachtung der Mailinglisten erforderte meine Registrierung in der Datenbank.

Mit Ausnahme der Interviews mit den Female-Pressure-Aktivistinnen erfolgte die Auswahl der DJs für die Interviews und Begleitungen zu ihren DJ-Auftritten nach dem Kriterium, ob sie ihren Lebensunterhalt mit dem DJ-ing und der Musikproduktion sowie benachbarten Tätigkeiten wie dem Veranstellen von Szene-Events erwirtschaften können. Es wurde darauf geachtet, Ausgewogenheit zwischen Frauen und Männern zu erzielen sowie DJs mit Migrationshintergrund in diese Studie einzubeziehen. Unter den insgesamt 16 befragten DJs sind jedoch nur sechs Frauen, von denen vier der Techno-Szene zugerechnet werden können; zudem konnten zwei Männer und eine Frau mit Migrationshintergrund für die Studie gewonnen werden³.

3 Es wurden vier Drum`n`Bass-DJs (drei Männer [Paul, Peter, Paolo], eine Frau [Pia]), fünf DJs, die experimentelle elektronische Musik spielen (vier Männer [Florian, Fuat, Frank, Fabian], eine Frau [Frieda]), und sieben Techno-DJs (drei Männer [Stefan, Sebastian, Silas], vier Frauen [Samira, Sina, Sandra, Sara]) interviewt.

Der Ausbildung und dem Beruf des Vaters und/oder der Mutter⁴ sowie den Erzählungen der DJs zufolge kommt keine/r der 16 DJs aus ökonomisch und/oder sozial benachteiligten gesellschaftlichen Schichten. Die DJs haben alle das Gymnasium besucht, wovon einer die Schule im letzten Schuljahr abgebrochen hatte. Elf DJs begannen unmittelbar nach der Matura ein Universitätsstudium, wovon fünf ein Studium in einem künstlerischen, geisteswissenschaftlichen oder technischen Fach auch abschlossen und sechs das Studium zum Zeitpunkt der Studie entweder abgebrochen oder für längere Zeit unterbrochen hatten. Zwei DJs besuchten zunächst eine Universität, wechselten dann aber zu einer anderen Ausbildung in den Bereichen Tanz/Choreografie, Licht-/Tontechnik oder Gastronomie; weitere zwei der Befragten gingen nach dem Gymnasium unterschiedlichen Tätigkeiten nach, absolvierten aber keine Ausbildung.

Eine genaue Erhebung über die Anzahl der derzeit tätigen DJs bzw. jener, die ihren Lebensunterhalt mit dieser Tätigkeit verdienen, konnte nicht erstellt werden. Viele DJs gehen der DJ-Tätigkeit in ihrer Freizeit nach und geben die Beschäftigung nach wenigen Jahren wieder auf. Die Zahl derer, die in Österreich ihren Lebensunterhalt mit Auftritten, Musikproduktion und dem Veranstellen von Szene-Events verdienen, ist laut Aussagen der DJs und anderer Szene-Akteur/innen äußerst klein. Auf den gesammelten Flyern für die Ankündigung von Szene-Events lässt sich eine deutliche Unterrepräsentanz von DJ-Frauen und Musikproduzentinnen erkennen. Sie spiegelt sich in der Auswahl der DJs, mit Ausnahme der Female-Pressure-Aktivistinnen, für diese Studie wider. Die Rekrutierung der Interviewpartner/innen erfolgte über persönliche Kontakte und die Weiterempfehlung durch befragte DJs. Um meine Befangenheit durch existierende persönliche Kontakte zu minimieren und die sozialen Strukturen in den lokalen Musikszenen nicht als »gegeben« anzunehmen, wurde verstärkt eine fortwährende Reflexion durch die Präsentation einzelner Teilergebnisse bei Konferenzen forciert, wodurch eine Einbettung in die Scientific Community gewährleistet war. Gleichzeitig stellte sich meine jahrelange persönliche Involviertheit in die Wiener Techno-Szene als Clubbesucherin als hilfreich heraus, um einen Feldzugang zu finden und die soziale Praxis

4 Diese biografischen Daten zu den Eltern der DJs sowie zum Ausbildungsstatus der DJs selbst wurden mittels eines schriftlichen Kurzfragebogens (vgl. Anhang) erhoben, den DJs nach den geführten Interviews ausfüllten.

der DJs und die Funktionsweise der Musikszenen zu verstehen. Die Interviews mit mir persönlich bekannten DJs aus der Techno-Szene wurden um weitere Interviews mir unbekannter DJs ergänzt, um die persönliche Involviertheit zu minimieren und die Erzählungen der persönlich bekannten DJs verstärkt auf ihre Gültigkeit zu überprüfen. Die Namen aller Interviewpartner/innen sowie der von ihnen genannten Personen sind von mir gewählte Pseudonyme zur Gewährleistung der Anonymität.

4.1 Beobachtung, Begleitung und Leitfadeninterview

Ein Teil der Studie widmet sich der Exploration der unterschiedlichen Facetten des kulturellen Kapitals bzw. der Wissensbestände der DJs. Im Unterschied zu ihrem kognitiv-sprachlichen Wissen lässt sich ihr verinnerlichtes und visuell verfasstes Wissen nur in Ansätzen durch Fragen nach der objektivierten Form ihrer Wissensbestände – wie ihren Tonträgersammlungen oder ihrem Equipment für die Musikproduktion – eruieren. Dieses verinnerlichte und visuell verfasste Wissen wurde erst durch meine Beobachtungen in Veranstaltungsräumen und die Begleitung der DJs zu ihren Auftritten für die empirische Forschung zugänglich. Im Fokus der Beobachtungen in Veranstaltungsräumen stand das Verhalten der befragten, aber auch anderer DJs bei ihren unmittelbaren Auftritten, die dabei praktizierten non-verbalen Interaktionen zwischen DJ und Publikum sowie das Verhalten der Club- und Barbesucher/innen. Durch diese Begleitung konnten Eindrücke von einem »normalen Arbeitstag« gewonnen werden und ich erhielt zudem Zugang zu den Backstage-Räumen in den jeweiligen Lokalen. Es interessierten mich die sozialen Interaktionen der begleiteten DJs mit anderen Szene-Akteur/innen, die sich häufig in den für das Publikum nicht zugänglichen Clubräumen abspielen, sowie ihre performativen Selbstdarstellungen. Die Zeitspanne der Begleitung nahm ihren Anfang mit meinem Besuch der/des DJs in seiner/ihrer Wohnung und der Beobachtung seiner/ihrer Vorbereitung auf den Auftritt. Gemeinsam fuhren wir in den Club, wobei ich mit Ausnahme ihres unmittelbaren Auftritts zur ständigen Begleiterin wurde. Meine Beobachtungsrolle endete, wenn die DJs zwischen vier und sechs Uhr morgens den Club verließen. Während dieser Zeit führten wir Gespräche über Musikgeschmack, Musiksammeln, Mix-Techniken, andere DJs aus der eigenen und anderen Musikszenen sowie über ihren eigenen Karriereverlauf und die ihrer Kolleg/innen. Ähnliche Dimensionen wurden

bei den Leitfadeninterviews erhoben: Der Leitfaden fokussierte den Zugang der DJs zu Musik in der Kindheit und Jugend, den fließenden Übergang vom Musikfan zum/zur DJ, das DJ-ing, die Musikproduktion, ihre Netzwerke und die Selbstvermarktung, ihre unterschiedlichen Lernpraktiken, durch die sie das DJ-ing und die Musikproduktion erlernen, sowie die feldspezifischen Anforderungen, um sich einen Namen zu machen.

Exkurs: Interviewsituationen und Geschlechterverhältnis

Die untersuchten Musikszenen charakterisieren sich durch eine quantitative Unterrepräsentanz von DJ-Frauen und Musikproduzentinnen. Diese Einschätzung teilen sowohl alle der befragten DJs als auch die für die feldspezifische Analyse befragten Szene-Akteur/innen. Die Unterrepräsentanz spiegelt sich auch in den Backstage-Räumen der Szene-Lokale wider: Nicht selten bespielen ausschließlich Männer eine Clubnacht, dementsprechend werden die Backstage-Räume von Männern und ihren Freunden dominiert. Gegenüber DJ-Frauen herrscht eine gewisse Skepsis, die sich u.a. daran zeigt, dass Männer bei ihren Gesprächen über Musik mehrheitlich andere Männer adressieren.

Diese Skepsis der Mehrheit der DJ-Männer gegenüber ihren Kolleginnen übertrug sich in der Folge auch auf die Interviewsituationen mit Männern und die Begleitung zu ihren Auftritten bei Clubnächten. Bereits im Vorfeld musste ich Überredungskunst aufbringen, um mir unbekannte DJ-Männer von meinem Vorhaben, Musikszenen und ihre Akteur/innen erforschen zu wollen, zu überzeugen. Zwei lehnten ein Interview zunächst ab; erst als eine mir bekannte DJ intervenierte, genehmigten sie ein Interview, zu dem sie jeweils eine halbe Stunde verspätet erschienen. Wenngleich diese beiden Männer eine Ausnahme waren, gestalteten sich die Interviewsituationen mit ihnen sehr ähnlich wie mit der Mehrheit der anderen männlichen Befragten. Bereits bei der Begrüßung konnte ich eine gewisse Skepsis mir gegenüber als Frau und Forscherin feststellen, die sich darin manifestierte, dass die befragten Männer sich in ihren Stühlen zurücklehnten und ihre Antworten auf meine Fragen einerseits kurz hielten, andererseits nicht auf eine Beantwortung ausrichteten, sondern in Erklärungen über elektronische Musik münden ließen. Beispielsweise fragte ich einen DJ nach den Plattenlabels, auf denen er seine Musik bislang veröffentlichte, woraufhin er mir erklärte, was ein Plattenlabel überhaupt sei. Sie schrieben mir mit wenigen Ausnahmen die Position der neugierigen und unwissenden

Forscherin zu, gepaart mit einer gewissen Abneigung gegenüber wissenschaftlicher Forschung: sie amüsierten sich über Wissenschaftler/innen, die Clubkulturen erforschen. Nach einigen derartigen Erfahrungen zu Beginn veränderte ich meine Strategie mit dem Ziel, eine optimale Gesprächssituation zu erzeugen. Sofort nach der Begrüßung des DJs begann ich einige international bekannte DJs aus ihren Musikszenen zu nennen, ließ in die Erzählung einfließen, dass ich bei ihren letzten Auftritten in Wien anwesend war und mir ihre gespielte Musik äußerst gut gefalle; zudem fragte ich sie, wie ihnen die letzten Tonträgerveröffentlichungen von einschlägigen DJs gefielen und ob sie diese Musikstücke bei ihren Auftritten spielen würden. Durch diese vor dem Interview forcierten Gespräche entspannte sich die Situation, die DJ-Männer bauten ihre abwehrende Haltung mir gegenüber zumindest für die Dauer des Interviews ab. Bei zweien der männlichen Interviewpartner gelang es mir, sie zu ihren Auftritten zu begleiten.

IV. Darstellung der Untersuchungsergebnisse

1. GENESE, STRUKTUR UND ORGANISATIONSWEISE LOKALER MUSIKSZENEN

Auf Basis der gewonnenen empirischen Daten über die untersuchten elektronischen Musikszenen in Wien und der diskutierten Begriffe Club Culture, Neo-Tribes und (Musik-)Szene (vgl. I, 2) werden in diesem Kapitel zwei nähere theoretische Bestimmungen des Begriffs Musikszene vorgenommen: die erste, eine vertikale Innendimension, thematisiert die Struktur und Organisationsweise der Musikszene; die zweite, eine horizontale Entwicklungsdimension, beschreibt die Entstehung und Weiterentwicklung der lokalen Musikszene von der Anfangsphase über die Formierungsphase bis zu der (optionalen) Ausdifferenzierungsphase. Im Anschluss an die Darstellung der theoretischen Dimensionen werden sie auf die drei Wiener Musikszenen Techno, experimentelle elektronische Musik und Drum'n'Bass angewendet.

1.1 Theoretische Bestimmung des Begriffs Musikszene

Lokale Musikszenen sind Subfelder der kulturellen Produktion, die Verflechtungen mit anderen Feldern aufweisen. Hierzu zählen lokale Musikszenen als weitere Subfelder der eingeschränkten kulturellen Produktion, die globale Musikindustrie als Subfeld der Massenproduktion sowie die lokalen, nationalen und globalen Felder der Kultur, Politik und Ökonomie. Lokale Musikszenen stehen in einem dialektischen Verhältnis zur globalen

Musikkultur und -industrie; zudem wirken auf die Entwicklung lokaler Musikszenen und den Werdegang von Musiker/innen, DJs, Event-Veranstalter/innen etc. lokale gesetzliche Rahmen- und Standortbedingungen ein, die in den Feldern der Politik und Ökonomie verhandelt werden – etwa die staatlich forcierte Entwicklung von Creative-Industrie-Klustern, staatliche Subventionen für Musiker/innen und Veranstaltungslokale (vgl. I, 2) oder universitäre Ausbildungsprogramme.

Die vertikale Innendimension von Musikszenen umfasst die Organisationsweise und die Struktur, wobei Letztere sich wiederum in lokale Veranstaltungsorte (Clubs, Bars, alternative Veranstaltungsorte wie Kulturvereine etc.), Independent-Schallplattenlabels und kleinere Distributionsfirmen für die Veröffentlichung und den Vertrieb von Tonträgern, lokale Plattenläden sowie »Nischen-« und »Mikromedien« (Thornton 1996) aufteilt.

Die charakteristische Organisationsweise lokaler Musikszene sind Szene-Netzwerke mit hohem informellem Charakter, die von Szene-Akteur/innen gegründet werden, zwischen denen sich spezifische soziale Beziehungen und eine verdichtete Kommunikationsstruktur entwickeln. Das Netzwerk-Konzept, das im Zuge der Kontroversen über Globalisierung und die Globalisierung von Medienkommunikation entsteht, ist eng mit Manuel Castells (1996) Konzept der »Netzwerkgesellschaft« verbunden. Für Castells bestehen Netzwerke aus Akteur/innen, Technologien (Internet) und die Verbindung zwischen ihnen. Die Fähigkeit der Ausbreitung solcher Netzwerke ist nicht durch geografische Grenzen beschränkt; vielmehr sind derartige Netzwerke durch »Kommunikationscodes« determiniert wie etwa Identitäten, gemeinsame Ziele oder zur Verfügung stehende technische Mittel. Netzwerke sind folglich »appropriate instruments for a capitalist economy based on innovation, globalisation and decentralised concentration« (Castells 1996: 470). Unter den Möglichkeiten der Netzwerkkulturen finden sich lokale, translokale und virtuelle Musikszene sowie »oppositionelle Technologien« (Garrison 2000: 151), bei denen Technologie als ein Instrument für eine politische Praxis des Widerstands und als Alternative zur Mainstream-Kultur eingesetzt wird. Zahlreiche Netzwerke von Musikszene wie etwa Female Pressure sind nicht-kommerzielle Netzwerke, die durch die Nutzung von Medien- und Kommunikationstechnologien ermöglicht werden. Die jeweilige Grenze eines Szene-Netzwerks bestimmt sich aus dem Politikprozess, der behandelten Thematik oder anderen festgelegten Zugangskriterien, wodurch sich weder völlige Schließung noch un-

begrenzte Zugänglichkeit ableiten lassen (Bock 2004). Lokale Szenenetzwerke einer Musikszene sind DJ-Crews, Bands, Organisationseliten (Hitzler et al. 2005) und Producer-Led-Outfits (Webb 2007), die auf lokaler Ebene angesiedelt sind und sich sukzessive zu einem von geografischen Kriterien weitgehend unabhängigen »Elite-Netzwerk« entwickeln können (Hitzler et al. 2005). Producer-Led-Outfits (kurz: PLOs) werden von DJs, Musiker/innen und -produzent/innen mit dem Ziel gegründet, Musikstücke auf den zur Verfügung stehenden technischen Geräten zu produzieren und sie auf Tonträgern bei Independent-Plattenlabels oder im Internet zu veröffentlichen. PLOs gruppieren sich im Unterschied zu den DJ-Crews und Organisationseliten weniger um Veranstaltungsräume, sondern um Musikstudios. Die in den lokalen Netzwerken agierenden Szene-Akteur/innen nutzen die vorhandenen Strukturen ihrer Musikszene und bringen teilweise neue hervor, um die lokale Musikszene zu erhalten, zu vergrößern und nicht zuletzt ihre persönlichen Interessen durchzusetzen. Sie nutzen für diese Zwecke auch unterschiedliche virtuelle Netzwerke wie MySpace, YouTube oder Last.FM, Wikis und Weblogs. Durch den Aufbau von Strukturen und Szenenetzwerken entwickeln Szene-Akteur/innen eine lokale DIY-Ökonomie für Konsum, Produktion, Vertrieb und Vermarktung von Musik.

Die zweite, horizontale Entwicklungsdimension widmet sich der Entstehung und Weiterentwicklung lokaler Musikszenen von der Anfangsphase über die Formierungsphase bis zur (optionalen) Ausdifferenzierungsphase. In jeder dieser Phasen weisen lokale Musikszenen eine unterschiedliche Struktur, Organisation von Szenenetzwerken und Verflechtungen mit anderen Feldern auf. Der Eintritt in eine neue Entwicklungsphase geht mit Veränderungen hinsichtlich der vertikalen Innendimension einher.

Die Anfangsphase einer lokalen Musikszene ist durch den Kampf der Akteur/innen um eine legitime Position im Feld der Populärkultur geprägt. Szene-Akteur/innen gründen erste Netzwerke für die Organisation von Veranstaltungen, das Musikmachen in Proberäumen und Musikstudios, die Veröffentlichung ihrer Musik auf dafür ins Leben gerufenen Schallplattenlabels und die Distribution ihrer Tonträger mit neuen Vertriebsnetzwerken und Internetkanälen. Mit dem Aufbau einer eigenständigen Struktur und der Gründung von Netzwerken entwickeln Szene-Akteur/innen eine erste rudimentäre DIY-Ökonomie. Das Selbstverständnis der Szene-Akteur/innen definiert sich über die politisch aufgeladenen Begriffe »Subkultur« oder

»Underground« und kollektive Organisationsweisen. Ein politisches Moment in der Anfangsphase erster lokaler Techno-Szenen, die sich im Anschluss an HipHop-Szenen in den späten 1980er Jahren entwickeln, manifestiert sich im Dualismus von »Rock versus Techno« bzw. »DJ versus Gitarrist«. DJs verzichteten in den Anfangsphasen der lokalen Musikszene auf die Bühne. Sie stellten ihr DJ-Equipment auf der Tanzfläche auf, wodurch sie die klassische Bühnenstruktur mit ihrer Trennung zwischen Band und Publikum aufbrachen und die fließenden Grenzen zwischen Konsument/in und Produzent/in betonten. Die hohe Aktivität von Musikfans, die sich dem Aufbau einer lokalen Musikszene widmet, und das Aufbrechen der Trennlinien zwischen Konsum und Produktion sind charakteristische Elemente der Anfangsphase. Szene-Akteur/innen betonen mehrheitlich die widerständigen Momente der sich formierenden Musikszene, die sich einerseits gegen etablierte Musikszene richten, andererseits gegen die hegemoniale Kultur respektive den »Mainstream«. In der Anfangsphase einer lokalen Musikszene werden die Szene-Akteur/innen allmählich als eine soziale Gruppe wahrgenommen und das neue jugendkulturelle Phänomen stößt bei Gatekeepern im Feld wie etwa Veranstalter/innen von Szene-Events, wenn auch zögernd, auf Akzeptanz.

In der Formierungsphase einer lokalen Musikszene setzt der Wahrnehmungsprozess durch Massen- und Nischenmedien ein. Das spezifische Musikgenre gewinnt über die Grenzen der lokalen Musikszene hinaus zunehmend an Popularität, die Szene-Akteur/innen verfestigen ihre Positionen sowohl innerhalb der eigenen Musikszene als auch im weiteren Feld der Populärmusik. In musikalischer Hinsicht entsteht ein Kanon an »Klassikern«, der in einer optionalen Ausdifferenzierungsphase durch die Herausbildung neuer musikalischer Subgenres eine Erweiterung findet. Neue Szene-Netzwerke stoßen zu den bereits vorhandenen hinzu, während sich ältere auflösen, transformieren oder verstärkt ihre Position im Feld gegenüber »Neuankömmlingen« behaupten. Während der Kampf um eine legitime Position in der Entstehungsphase einer lokalen Musikszene mit anderen lokalen Musikszene ausgetragen wird, verschieben sich die Kämpfe in der Formierungsphase einer lokalen Musikszene zunehmend auf symbolische Auseinandersetzungen zwischen »Etablierten« und »Neuen« innerhalb des Feldes. »Szene-fremde« Akteur/innen beginnen Szene-Events zu veranstalten, häufig mit dem vorrangigen Ziel, ökonomisches Kapital zu erwirtschaften. Ihr Interesse an der Musikszene lässt sich weniger als musi-

kalisches verstehen, sondern primär als ökonomisches. Durch diese Clubbetreiber/innen und Veranstalter/innen von Szene-Events wird die lokale Musikszene, neben dem Interesse der Massen- und Nischenmedien am »neuen« jugendkulturellen Phänomen, in den kulturellen »Mainstream« transportiert, wodurch die für die Anfangsphase charakteristische hohe Aktivität von Musikfans in den Hintergrund gedrängt wird (Webb 2007: 172). Die DIY-Ökonomie der lokalen Musikszene vergrößert sich in dieser Phase, weil die mittlerweile bereits bekannte Musik für breitere Publikumsschichten an Attraktivität gewinnt.

In der (optionalen) Ausdifferenzierungsphase vergrößert sich die Musikszene durch die Entstehung neuer musikalischer Subgenres abermals. Vereinzelt gelangen in dieser Phase Musikstücke in die Hitparaden, die einst »neue« Musik zirkuliert mit ihren Stilen und Moden spätestens zu diesem Zeitpunkt im »Mainstream«. Durch Globalisierungs-, Kommerzialisierungs- und Medialisierungsprozesse eignen sich Musikfans in unterschiedlichen urbanen Zentren die Musik an, laden sie teilweise mit neuen (politischen) Bedeutungen auf und bringen gemeinsam mit Musiker/innen, Musikproduzent/innen und Veranstalter/innen eine neue lokale Musikszene hervor, die mit anderen lokal verankerten und virtuellen Szenen in Verbindung steht. Die Entstehung von HipHop in den USA und seine globale Verbreitung in den 1980er und 1990er Jahren führte beispielsweise zur Formierung lokaler HipHop-Szenen in Frankreich, Italien, Deutschland oder Österreich (zu lokalen HipHop-Musikszene vgl. etwa Bennett 1999a; Caglar 1998).

Die drei beschriebenen Phasen sind zirkulär. Bei der Entwicklung einer lokalen Musikszene können einzelne Phasen übersprungen werden, die DIY-Ökonomie kann unterschiedliche Ausprägungen annehmen, in deren Zentrum nicht zwangsläufig Konsum und Produktion, Distribution und Vermarktung von Musik stehen müssen. Es existieren auch lokale Musikszene, deren Akteur/innen sich primär auf den Konsum und die Produktion von »Style« konzentrieren wie beispielsweise die Wiener Gothic-Szene.

1.2 Wiener Techno-Szene

Die Wiener Techno-Szene, historisch die älteste der drei untersuchten Musikszene, entsteht gegen Ende der 1980er Jahre, als Techno per globalen Transport aus den USA mit den ersten Techno-Platten des Detroiter

Plattenlabels Underground Resistance, aus Großbritannien mit dem Acid-House-Phänomen und aus Deutschland mit Techno-DJs nach Wien kommt und dort auf eine rudimentär ausgeprägte Disco- und Tanzkultur aus Rock, Disco, Soul, Funk und HipHop stößt. Eine Suche nach der populären Kultur des »Black Atlantic« (Gilroy 1992) beginnt im Wien der 1980er mit den Soul Seduction Partys, bei denen DJs Soul, Funk, Acid Jazz und HipHop spielen. Der Veranstalter wählt als Ort die damals wenig populäre, aber zentral gelegene Volksgarten-Discothek am Wiener Ring und lädt bereits internationale DJs wie Gilles Peterson ein. 1990 gründet er den Plattenladen Black Market. Als der Club Soul Seduction 1993 schließt, wird der Vertrieb Soul Seduction ins Leben gerufen.

Mit der Hinwendung zur »Dance Music« und den neuen Technologien Sampler und Synthesizer für die Musikproduktion entstehen erste Producer-Led-Outfits, in deren Zentrum das so genannte Wohnzimmerstudio steht. 1988 erscheint der erfolgreiche Song »Bring Me Edelweiss«¹, und die Vorreiter-Band der Wiener HipHop- und Elektronik-Szenen The Moreaus veröffentlicht mit »Hey, Mr. Spaceman«² eine anarchistische Version von HipHop. 1991 folgt das Musikstück »How to Dance« von den Bingo Boys³, der wie »Bring Me Edelweiss« in den Hitparaden landet.

-
- 1 »Bring Me Edelweiss« wurde von Martin Gletschermeyer und Walter Werzowma veröffentlicht und war mit einem Verkauf von über drei Millionen Platten und der Platzierung auf Platz 1 in den Charts äußerst erfolgreich. ([http://de.wikipedia.org/wiki/Edelweiss_\(Band\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Edelweiss_(Band)), Einsicht 05/2012)
 - 2 Die Band The Moreaus bestand aus Sugar B, Peter Kruder, Rodney Hunter und DSL. Die vier Musiker wurden in den 1990er Jahren als DJs, Musikproduzenten, Clubveranstalter und Radiojournalisten erfolgreich. Peter Kruder tat sich mit Richard Dorfmeister unter dem Namen Kruder & Dorfmeister zusammen, und sie gründeten das Plattenlabel G-Stone; Sugar B veranstaltete gemeinsam mit Gümix und Sweet Susie über zehn Jahre lang den erfolgreichen Club »Dub Club«, zuletzt im Wiener Flex. DSL und Rodney Hunter machten sich als HipHop- und Techno-DJs und Musikproduzenten einen Namen.
 - 3 Die Bingo Boys waren Paul Pfab, Helmut Wolfgruber und Klaus Biedermann. Der Song »How to Dance« stürmte die österreichischen, britischen und US-amerikanischen Hitparaden und verkaufte sich in den USA 400.000 Mal. (http://de.wikipedia.org/wiki/Bingo_Boys, Einsicht 05/2012)

Veröffentlicht werden die Musikstücke auf dem Plattenlabel GIG Records⁴. Neben den erfolgreichen Musikproduktionen sorgen die Ö3 Musicbox (ausgestrahlt von 1.10.1967 bis 13.1.1995) und die Wiener Wochenzeitung Falter für die Verbreitung von HipHop und elektronischer Musik. Ein Musikjournalist spricht dieser Sendung eine zentrale Bedeutung in der Verbreitung unterschiedlicher Genres der Populärmusik zu:

»Die Sendung Musicbox hat eine große Rolle gespielt, weil sie viele Communitys vereint hat. Es hat Tage und Sendezeiten gegeben, wo du gewusst hast, welcher Moderator und welche Musik dich erwartet. [Name] hat immer neue Platten vorgestellt, von [Name] kam immer das Neueste aus der HipHop-Ecke und ich habe, wenn ich meine Jammerlappen-Phase hatte, diese Wanderprediger in Schwarz von Nick Cave über Birthday Party bis Crime and the City Solution vorgestellt oder ich hatte meinen Elektro-Tag, an dem ich Krautrock und Elektronik gespielt habe. Da gab es eine super Resonanz.« (ehemaliger Ö3- und nunmehr FM4-Musikjournalist)

1991 nimmt der Falter nach vierzehnjährigem Bestehen einen Relaunch vor und führt das »Wienlexikon« mit den Rubriken Ausstellungen, Theater, Film und Musik ein, wobei Musik in die Sparten »Rock/Pop« und »DJs/Club« unterteilt wird. Während in der Ausgabe 17/1991 nur sieben Einträge in der DJ/Club-Rubrik gezählt werden können, sind es gegen Ende 1992 bereits 32 Einträge⁵. Erst 1997 erscheint im Falter der erste »Party Timer« als tabellarische Auflistung der wöchentlichen Konzerte und Club-Events. Die Einführung der Unterteilung in »Rock/Pop« und »DJs/Club« zu Beginn der 1990er Jahre verweist auf die zunehmende Bedeutung der Party- und Clubkultur; allerdings zeigt die eher zufällige Zuordnung zu den beiden Rubriken, dass sie kaum als einander ausschließende Pole wahrgenommen werden. Ebenso wie der »Partytimer« im Falter und die Ö3

4 Der Wiener Journalist Markus Spiegel gründete das Plattenlabel GIG Records Ende der 1970er Jahre, auf dem er u.a. die Platten von Falco, Drahdwaberl und DÖF veröffentlichte. (http://de.wikipedia.org/wiki/GIG_Records, Einsicht 05/2012)

5 Die Ankündigungen waren Amina Handke im Nachtasyl, XXX im Gasometer, Heaven im U4, Space Jungle im U4, Speak Easy im U4, Hype im U4, Franz Krassnitzer im B.A.C.H., Pure/G.L.O.W im B.A.C.H., Ring my Bell 70s Clubbing in der Szene Wien, Totally female DJs im WUK, X-Mas Dancehall mit Mickey Kodak im Rockhaus. (Falter, Ausg. 44/1992)

Musicbox vereinen die beiden Sampler »Save the Vinyl«⁶ (1991, Sound Park Products) und »Austrian Flavor Vol. 1« (1992, Tribe Vibes) unterschiedliche Genres und Protagonist/innen der »Dance Music«.

Die skizzierte rudimentäre Clubkultur der Wiener Innenstadt und ihre ersten veröffentlichten Tonträger von Wiener Musiker/innen und Musikproduzenten markieren den Entwicklungsstrang, der die kommende Popularität von Tanz- und DJ-Musik einleitet.

Der zweite Entwicklungsstrang, aus dem unmittelbar die Wiener Techno-Szene hervorgehen sollte, ist nicht in den Wiener Innenstadtbezirken zu lokalisieren, sondern an den Randbezirken der Stadt. Zu Beginn der 1990er Jahre siedeln sich erste – teilweise illegale – Raves auf Parkplätzen und in leerstehenden Lagerhallen der Peripherie an. Die Wahl dieser abgelegenen Orte begründet sich im offensiv herbeigeführten Bruch der Techno-Szene mit den etablierten Rockmusik-Szenen hinsichtlich der Komposition der Musikstücke mit repetitivem Rhythmus, der neuen Techno-Ästhetik und der DJ-Performance mit ihrem anfänglichen Verzicht auf eine Bühne. Gleichzeitig bietet die Wahl der abgelegenen Veranstaltungsorte eine Lösung für den Ausschluss der DJs und Event-Veranstalter/innen aus den etablierten Veranstaltungsorten der Wiener Innenstadt – in der Anfangsphase der Techno-Szene sympathisieren die wenigsten Veranstalter/innen und Discobesucher/innen mit der Idee, die Band durch DJs zu ersetzen. Rockmusik mit ihren unterschiedlichen Spielarten von Punkrock über Indie bis Hardcore stellt Anfang der 1990er Jahre die zentrale Jugendkultur, ihre Szene-Akteur/innen überlassen der aufkeimenden Techno-Szene nur ungern die Bespielung der Nachtlokale innerhalb des Wiener Gürtels, der »Demarkationslinie« zwischen den Wiener Innen- und Außenbezirken. Offenheit für Techno-Clubnächte und Raves zeigen in dieser Anfangsphase der Techno-Szene die alternativen, als Kulturvereine organisierten Veranstaltungsräume B.A.C.H. und Arena sowie vereinzelt Diskotheken wie das U4. Einer der ersten Wiener Techno-DJs erinnert sich:

»Das U4 ist ziemlich lange als Lokal wichtig geblieben, vor allem weil es in der Anfangszeit von Techno gleich aktiv war bis vielleicht 93. Dann gab's die Alternativ-Dinger, die sich bereit erklärt haben, einmal im Monat diesen komischen Techno

6 Der Sampler entsteht im Zuge der leider kurzlebigen Bewegung »Save the Vinyl«, die von DJ DSL und Sugar B Anfang der 1990er Jahre ins Leben gerufen wird.

zuzulassen. (*lacht*) Im B.A.C.H. habe ich mit [Name] gemeinsam Partys gemacht. [...] Dann haben sie im B.A.C.H. gesagt: Es reicht uns, wir halten es nicht mehr aus. Da gab es dann die After Hours, die ich organisiert habe. Wir haben im B.A.C.H. zugesperrt, um dann im CI oder in irgendeinem abgefuckten Haus im Hinterhof im 15. Bezirk wieder aufzusperren. Das war dort, wo es in Wien noch am ehesten an Slums rankommt. Als wir uns dann im B.A.C.H. bei den Plena nicht mehr durchsetzen konnten, war der [Name] die Brücke in die Arena. Der hat in der Arena gesagt: Ein Abend Techno pro Monat gehört dazu.« (DJ, Techno, m)

Über zwei Jahre hinweg, von 1991 bis ca. 1993, sind die Partys »Space Jungle«, »Loop«, »Ultimate Rave Experience« und »XXX« mit den Wiener Techno-DJs Pure, Christopher Just, Clemens Neufeld, Makossa, Gebel, Electric Indigo, Glow, LX, Elin, Tina 303, Slack Hippy u.a. die einzigen Techno-Veranstaltungen in Wien (vgl. Falter und Skug. Journal für Musik, div. Ausg. 1991–1993). Zeitgleich werden erste Techno-Musikstücke u.a. von Christopher Just und Pure unter dem Namen Ilsa Gold produziert und das Plattenlabel Mainframe wird ins Leben gerufen. Diese Organisationseliten, DJ-Crews und Producer-Led-Outfits können sich mit ihren Clubnächten und Musikproduktionen jedoch nur langsam in Wien etablieren.

Erst ab ca. 1993 – mit der Eröffnung der Clubs Meierei und Mekka, mit ersten Raves im Technischen Museum, im WUK und der Szene Wien (Falter, div. Ausg. 1993) – breitet sich die »Techno-Welle« langsam über die Stadt aus und immer mehr Jugendliche entdecken ihre Vorliebe für die »neue« Musik mit einer durchschnittlichen Geschwindigkeit von 160 bpm und der Partydroge Ecstasy. 1994 tragen Wiener DJs und Clubber/innen mit der ersten »Free Parade«⁷ auf der Wiener Ringstraße ihre Forderung auf das »Recht zu Feiern« offensiv und lautstark mit Kleinlastern, auf deren Ladeflächen Soundsysteme montiert sind, in den öffentlichen Raum, die breite Öffentlichkeit wird erstmals auf die sich formierende Techno-Szene aufmerksam. Eine Folge dieser nicht zu überhörenden jugendkulturellen Intervention ist die Öffnung bestehender jugend- und populärkultureller Räume für das neue Veranstaltungsformat. Das Selbstverständnis der Szene-Akteur/innen als »Underground« und »Subkultur« manifestiert sich in der Anfangsphase der Wiener Techno-Szene in der Wahl der Veranstal-

7 Die erste »Free Parade« wird von den Veranstaltern bei den zuständigen Behörden als Demonstration für das »Recht auf Feiern« angemeldet.

tungsorte sowie der Anmeldung der ersten Wiener »Free Parade« bei der Behörde als Demonstration.

Die steigende Popularität von Techno ist von der Gründung neuer DJ-Crews, Organisationseliten und Producer-Led-Outfits begleitet, die die rudimentäre DIY-Ökonomie der ersten Stunde ankurbeln. Zu dieser Zeit etablieren sich die Organisatoren der großen Raves unter dem Titel »XXX Events« in den Wiener Gasometern, weitere Veranstalter von Raves in unterschiedlichen großflächigen Veranstaltungsorten wie den Sophiensälen. Sie erkennen in der neuen Jugendkultur die Möglichkeit, Geld zu verdienen, und wissen diese mit der Veranstaltung von Szene-Events auch zu nutzen. Eine ähnliche Entwicklung lässt sich für London und Berlin verfolgen, weil auch dort junge Männer als »subkulturelle Unternehmer« tätig werden. Sie transportieren das neue jugendkulturelle Phänomen in die Großraumclubs der jeweiligen Städte.

In Wien sind Anfang der 1990er Jahre die Auswahlmöglichkeiten an Veranstaltungsorten für Techno-Clubnächte äußerst beschränkt: Die Wiener Clublandschaft besteht aus einigen wenigen Discotheken und Bars, die ihrerseits auf eine unterschiedliche Entstehungsgeschichte verweisen. Die Veranstaltungsorte Arena, WUK und Flex, bis heute wichtige Orte für elektronische Clubkultur, waren einstmals besetzte Häuser, die in jahrelangen Verhandlungen mit Politiker/innen der Stadt Wien in Kulturvereine umgewidmet wurden und teilweise bis heute Subventionen für den laufenden Veranstaltungsbetrieb erhalten. Neben diesen Räumen existierte eine kleine Anzahl an Konzerträumen und Bars, die von Privatpersonen geführt wurden und keine Subventionen durch die Stadtverwaltung erhielten. Dieser Mangel an Lokalitäten ändert sich ab 1993 fundamental: Bereits 1993 eröffnen die Clubs Meierei, Porgy & Bess⁸ und Mekka (Falter, *Ausg.* 27/1993), gefolgt von den Eröffnungen weiterer sechs Veranstaltungsorte (rhiz, B72, Club Massiv, Subzero, WIRR und Roxy) in den Jahren 1998 und 1999 (Falter, *div. Ausg.* 1998 und 1999). Neben den Lokaleröffnungen entstehen 1993 mit Cheap Records, G-Stone Records, Duck Squad und

8 Der Jazzclub Porgy & Bess gewinnt erst gegen Ende der 1990er Jahre für die elektronischen Musikszenen an Bedeutung, weil die Betreiber/innen des Clubs zunehmend Clubnächte nach den Konzerten in das Veranstaltungsprogramm integrieren.

Kinderzimmer Productions⁹ gleich vier Plattenlabels für elektronische Musik, zusätzlich wird mit Soul Seduction¹⁰ der erste Wiener Vertrieb für elektronische Musik gegründet. Die Anzahl der Wiener DJs, die im Jahr 1993 regelmäßig in Clubs und Bars auftreten, beläuft sich jedoch erst auf ca. zwanzig Akteur/innen, unter ihnen drei Frauen (Falter, Ausg. 01/1993 und 52/ 1993). Zwischen 1994 und 2000 werden neun weitere Plattenlabels ins Leben gerufen, im Jahr 2002 ist eine erneute Gründungswelle mit weiteren fünf Plattenlabels zu verzeichnen.¹¹

Die technologischen Entwicklungen von Musikcomputern, sinkende Anschaffungspreise für Synthesizer und Drumcomputer sowie die Verbreitung des Internets ermöglichen in den 1990er Jahren die Gründung der Wiener Plattenlabels durch Musiker/innen, DJs und Musikproduzent/innen, die sich in Producer-Led-Outfits zusammenschließen. Die Kombination dieser technologischen Innovationen und der damit einhergehenden Akkumulation von Technikwissen durch DJs hebt in Ansätzen die Dominanz der Major-Labels, der großen Tonstudios und flächendeckenden Vertriebswege aus, denn fortan übernehmen DJs und Musiker/innen in ihren Musikstudios die Musikproduktion. Sie veröffentlichen ihre Musikstücke auf selbstgegründeten Schallplattenlabels und im Internet und greifen auf unabhängige Vertriebsstrukturen für elektronische Musik zurück. Aufgrund ihrer Erfahrungen als DJs können sie mit ihren Plattenproduktionen auf die Bedürfnisse des Clubpublikums eingehen und schneller als Major-Labels auf musikalische Trends reagieren bzw. solche auch kreieren. Verkauft werden die Plattenproduktionen der DJs in den neuen Wiener Plattenläden

9 Cheap Records wurde von den DJs und Musikproduzenten Patrick Pulsinger und Erdem Tunakan geführt, bis Patrick Pulsinger aus dem Labelbetrieb ausstieg; G-Stone Records ist das Plattenlabel der beiden DJs und Musikproduzenten Peter Kruder und Richard Dorfmeister, Duck Squad wurde von der Band Schönheitsfehler gegründet und konzentriert sich auf die Produktion und den Vertrieb von HipHop-Tonträgern.

10 Der Tonträgervertrieb Soul Seduction musste 2007 Konkurs anmelden, weshalb der Plattenladen Black Market geschlossen wurde. Der Tonträgervertrieb besteht bis heute.

11 Die Angaben zur Anzahl der Gründungen von Schallplattenlabels, Clubs und Bars sowie Plattenläden beansprucht keine Vollständigkeit. Die Daten stammen aus den beiden Zeitungsarchiven Falter und Skug. Journal für Musik und den geführten Experteninterviews mit Szene-Akteur/innen.

mit einem Schwerpunktsortiment elektronischer Clubmusik sowie in den bestehenden Plattenläden, die ihr Angebot um elektronische Musik erweitern.

Als Mitte der 1990er Jahre immer mehr Jugendliche die DJ-Tätigkeiten aufnehmen, Clubbetreiber und -besitzer einen Großteil ihrer ökonomischen Gewinne über Techno-Partys erzielen, tritt die Wiener Techno-Szene in ihre Formierungsphase ein. Für die Organisationsweise der Techno-Szene bedeutet dies zunächst die Bildung neuer Organisationseliten, die die bestehenden teilweise ablösen und sich jenseits der massenmedial inszenierten »Free Partys« und Großraves mit ihren Clubnächten verstärkt in die Struktur der lokalen Wiener Musikszenen verankern. Die DIY-Ökonomie mit zunehmend florierenden Clubnächten, Musikproduktionen, Vertriebsnetzwerken und Plattenläden bietet den DJs eine Möglichkeit, allmählich ihren Lebensunterhalt mit DJ-Auftritten zu verdienen. Damit beginnt ein »Kampf« zwischen DJs, Clubhosts und anderen (semi-)professionellen Akteur/innen um die für sie jeweils beste Position im Feld mit regelmäßigen DJ-Auftritten in den angesagten Clubs und Bars der Stadt. Neuankömmlinge sind nun nicht länger willkommene Multiplikator/innen der Clubkultur, sondern werden zu potenziellen Konkurrent/innen – eine Tendenz, die sich im Lauf der Jahre mit den strukturellen Veränderungen der lokalen Musikszenen und der Musikindustrie noch verstärken wird. Unterstützt wird der Eintritt der Wiener Techno-Szene in die Formierungsphase durch den staatlichen Jugend-Radiosender FM4¹² u.a. mit der Sendung *La Boum de Luxe* im Abendprogramm, die sich auf die Ankündigung von Clubnächten, Interviews mit nationalen und internationalen DJs und auf das Spielen elektronischer Clubmusik konzentriert. Bis 1995, dem Gründungsjahr von FM4, interessierte sich außer den vereinzelt Wiener Piratenradios allerdings kaum ein terrestrisches Medium für Techno. Zusätzlich werden 1995 die ersten beiden Festivals für elektronische Musik *phonoTAKTIK* und *Wien Soundsphere* mit staatlichen Subventionen realisiert.

12 FM4 ist ebenso wie Ö3 Teil des staatlichen Rundfunks. Mit der Gründung von FM4 beugt der ORF frühzeitig der Liberalisierung des Rundfunkgesetzes vor, indem er einen vierten Sendekanal ins Leben ruft, der tagsüber Sendebeiträge in englischer Sprache bringt und sich im Abend- und Nachtprogramm (FM4 sendete ab 2000 24 Stunden) auf vorwiegend elektronische Clubmusik konzentriert. Als FM4 1995 auf Sendung geht, wird die Jugendkultur-Sendung *Musicbox/ZickZack* auf Ö3 eingestellt, FM4 kann ungehindert seine Vormachtstellung als Jugendsender in der österreichischen Radiolandschaft behaupten.

Zwischen 1995 und 2000 erreicht die Wiener Techno-Szene ihren ersten Höhepunkt mit geschätzten 45.000 Besucher/innen auf der Wiener »Free Parade« 1997 und mehr als 30 Clubs und Bars, in denen elektronische Musik gespielt wird (Falter, div. Ausgaben). Mit der im Vergleich zu anderen europäischen Ländern verspäteten Liberalisierung des österreichischen Rundfunk- und Fernsehgesetzes entstehen 1998 der Fernsehsender TIV als eine Art Kunstprojekt mit diversen stundenweise gesendeten (Musik-)Magazinen, der 2002 von GoTV als dem »ersten österreichischen Jugend- und Musiksender« mit einem 24-Stunden-Programm abgelöst wird, sowie der freie Sender Radio Orange mit einer Bandbreite an regelmäßigen Musiksendungen. 2005 wird der Fernsehsender OKTO TV ins Leben gerufen, der Akteur/innen aus unterschiedlichen Musikszenen eine Plattform für die Präsentation ihrer Musik bietet. Mit diesen alternativen Radio- und TV-Formaten wird eine relative Autonomie in der Berichterstattung über elektronische Musik(szenen) gegenüber den Massenmedien geschaffen, die durch Nischen- und Mikromedien (Flyer, Fanzines, Musikmagazine wie Skug. Journal für Musik, The Gap¹³ und Resident. Drum'n'Bass Magazin) unterstützt wird. In den feministischen Alternativmedien wird Populärkultur und Popmusik gegen Ende der 1990er Jahre mit den Magazinen Female Sequences¹⁴ und Nylon. Kunststoff zu Feminismus und Popkultur¹⁵ thematisiert.

Mit der Jahrtausendwende erreicht die Hochkonjunktur der globalen Techno-Kultur ihr Ablaufdatum, die Techno-Szenen in urbanen US-amerikanischen und europäischen Zentren steuern auf nachhaltige Veränderungen zu. Die deutschsprachige »Raving Society« mit ihrer Selbstdefinition als »Nation, Tribe and Family« und ihrem Ruf nach »Spaß sofort und ohne Umweg« (Laarmann 1999: 292) findet immer weniger Anklang. Die musikalischen Weiterentwicklungen von Techno sind mit Hardcore-Techno und Gabba hinsichtlich Geschwindigkeit und Radikalität ausgereizt. Zusätzlich

13 The Gap wird 1997 von einer Gruppe junger Studierender zunächst als kopiertes Fanzine für Rock-, Pop- und elektronische Musik ins Leben gerufen und durchläuft in den folgenden Jahren hinsichtlich Auflage, grafischer Gestaltung und Finanzierung über Inserate eine Professionalisierung.

14 Female Sequences wurde von 1998 bis 2001 von Rosa Reitsamer gemeinsam mit einem Redaktionskollektiv herausgegeben.

15 Als Nylon. Kunststoff zu Feminismus und Popkultur eingestellt wurde, entsteht als Nachfolgeprojekt das bis heute existierende feministische Magazin Fiber.

spricht die Musikindustrie von einer anhaltenden Krise aufgrund rückläufiger Verkaufszahlen bei Tonträgern. Der Stillstand in der musikalischen Weiterentwicklung und das stagnierende Wachstum der lokalen DIY-Ökonomien ist jedoch nur von kurzer Dauer, denn die Techno-Szenen konsolidieren sich wenige Jahre nach der Jahrtausendwende mit Techno-Produktionen vor allem in den urbanen Zentren Berlin und Köln. Dass Deutschland (und Österreich) mit seiner im Vergleich zu den USA oder Großbritannien (noch) liberaleren Gesetzgebung für Jugend- und Clubkultur eine nunmehr bessere Ausgangsbasis bildet, erkennen auch zahlreiche US-amerikanische DJs, die kurzerhand ihren Wohnsitz nach Europa verlegen. Deutsche Plattenlabels wie Kompakt, B-Pitch Control, Perlon, Playhouse oder Get Physical werden bereits in den 1990er Jahren gegründet (unter den Labelbetreiber/innen finden sich auch einige DJ-Frauen) und geben seit ungefähr 2002 in der globalisierten Clubkultur unter dem Begriff »Minimal Techno« den Ton an (Reynolds 1998: 500). Die Wiener Techno-Szene profitiert unmittelbar von der zweiten Hochkonjunktur der Technokultur und tritt mit dem Jahrtausendwechsel in die Ausdifferenzierungsphase ein.

Heute unterteilt sich die Wiener Techno-Szene in verschiedene Subszenen, die sich nicht nur hinsichtlich ihrer Größe, der genutzten Veranstaltungsorte und der gespielten Musik unterscheiden, sondern auch hinsichtlich des Selbstverständnisses der Szene-Akteur/innen entlang der Begriffe »Mainstream« bzw. »Underground«/»Subkultur«. Zu den ökonomisch potenten Wiener Techno-Szenen zählen die Minimal-Techno-Szene und die musikalisch diffusere Techno-House-Szene. Die Organisationseliten und DJ-Crews der beiden Szenen sind fest in der Struktur der Veranstaltungsorte innerhalb des Gürtels verankert und haben sich mit ihren spezifischen Radio- und TV-Sendungen in den vorhandenen Medienkanälen positioniert. Im Vergleich zur Techno-House-Szene versteht sich die Minimal-Techno-Szene als »Elite«, sowohl musikalisch als auch hinsichtlich der Höhe der DJ-Gagen. Clubnächte werden in der Minimal-Techno-Szene kaum als »Special Nights« wie »Ladies Night« oder »Jeder Tequila 1 Euro« beworben, sondern mit hochkarätigen DJ-Line-Ups. Während »Special Nights« und die teilweise exklusive Ausstattung der Clubs mit Ledersofas, Teppich und mehreren Floors für viele Clubbesucher/innen den Inbegriff des platten »Mainstreams« darstellen, sind für die anderen die

dunklen Clubs ohne Sitzgelegenheit und die Musik Gründe, die Clubnächte der Minimal-Techno-Szene abzulehnen.

Neben diesen beiden Techno-Szenen existieren vereinzelt kleinere Techno-Szenen wie die Gabba/Hardcore-Szene oder die Free-Tekno-Szene. Die kleine Gabba/Hardcore-Szene ist eine »subkulturellere« Ausformung der Wiener Techno-Szene, die nur in Ausnahmefällen mediale Aufmerksamkeit durch ihre (angenommene) Nähe zu rechtsextremen Gruppierungen – nicht zuletzt aufgrund des Outfits der Clubbesucher/innen mit kahlrasierten Köpfen, Bomberjacken und Springerstiefeln – erlangt. Die Free-Tekno-Szene kehrt mit ihren »Free Partys« und Raves der kapitalistischen Vermarktungslogik der Clubkultur den Rücken und nimmt für ihre Partys immer wieder öffentliche Räume in Anspruch, was nicht selten hohe Geldstrafen nach sich zieht. Beide Szenen verstehen sich als »Subkultur« bzw. »Underground«, wenngleich auch aus gänzlich unterschiedlichen Gründen.

1.3 Wiener Szene für experimentelle elektronische Musik

Neben der Wiener Techno-Szene formiert sich ab Mitte der 1990er Jahr die Szene für experimentelle elektronische Musik, teilweise als Gegenbewegung und Avantgarde zu den Großraives und Clubnächten. Mit Begriffen wie »Experimental Electronica«, »Downtempo«, »Art-Tekno« und »Elektronic Lounge« wird ein musikalisches Genre zu fassen versucht, das nur schwer fassbar scheint: Einerseits charakterisieren sich diese Musikstücke durch ihre Langsamkeit, ihre Polyrhythmik und Breakbeats, andererseits fehlen ihnen jegliche Melodien und Rhythmen. Eine gemeinsame Klammer lässt sich am ehesten über die Verweigerung der Musik für die Tanzfläche und/oder die Suche der Szene-Akteur/innen nach einer Nähe zum künstlerischen Feld und zur »Kunstmusik« seit den 1920er Jahren und zur *Musique Concrète* definieren. Die Formierung der Szene für experimentelle elektronische Musik ist in Wien unmittelbar mit dem Begriff »Vienna Electronica« verbunden, der sich rückblickend mehr als Vermarktungsstrategie und »City Branding« für eine Handvoll junger DJ-Männer und Musikproduzenten beschreiben lässt. Spezifisch für diese Musikszene sind die personellen und musikalischen Verflechtungen mit der Wiener Techno-Szene in ihrer Anfangsphase. Die Wiener Plattenlabels Sabotage (das bereits 1990 als Kunstprojekt im weitesten Sinn ins Leben gerufen

wird), Cheap Records oder Couch Records veröffentlichen sowohl Musik, die unter dem Begriff »Vienna Elektronica« firmiert wie auch Techno- und HipHop-Platten. Deutlicher wird das Naheverhältnis zwischen beiden Musikszenen beim ersten phonoTAKTIK-Festival 1995, gefolgt von zwei weiteren 1999¹⁶ und 2002, bei denen elektroakustische Musiker mit konventionellen Instrumenten wie elektronische »Soundforscher« und Techno-, House- und HipHop-DJs auftreten. Diese personellen und musikalischen Verflechtungen beginnen sich mit der Gründung des Plattenlabels mego¹⁷ 1994, dem selbstorganisierten Musikfestival Picknick bei Hermann 1997 und der Eröffnung der Bar rhiz 1998 allmählich zu lichten. Das Plattenlabel, die Musikfestivals und das Veranstaltungsprogramm der Bar rhiz konzentrieren sich vorrangig auf die Verbreitung elektronischer Musik, die eine Dekonstruktion musikalischer Strukturen fokussiert, und leiten das Eintreten der Musikszene in die Formierungsphase ein.

Die Szene für experimentelle elektronische Musik löst sich in ihrer Formierungsphase, an die bislang keine Ausdifferenzierungsphase anschließt, von der Wiener Techno-Szene. Vor allem im Umfeld des Veranstaltungsorts rhiz kristallisiert sich eine bis heute tonangebende Organisationselite – bestehend aus DJs, Musikproduzent/innen und Clubhosts – heraus, die kaum Überschneidungen mit Szene-Akteur/innen der Wiener Techno-Szene aufweist, wenngleich an den Wochenenden in der Bar rhiz kleinere Techno-Partys stattfinden. Geografisch findet sich die Bar rhiz, neben anderen Clubs und Bars wie B72, Chelsea oder Q, an der U-Bahn-Linie 6. Ihre Eröffnung ist, wie die diverser weiterer Veranstaltungsorte in dieser Umgebung, in das Gentrifizierungsprojekt »Urban Wien Gürtel Plus« von 1995 bis 2000 eingebettet. Die Entdeckung dieses Gebiets durch die Stadtpolitik spiegelt sich auch in seiner Bewerbung durch den Wiener Tourismusverband mit dem Slogan »Unter der U-Bahn pulsiert die Nacht« (www.wien.info/de/lifestyle-szene/nightlife/guertel; Einsicht 05/2012) wider. Jenseits des Wiener Gürtels – im 16. Bezirk rund um den Brunnen-

16 phonoTAKTIK fand 1995 im Rahmen des Architekturfestivals »80 Tage Wien« statt; 1999 konnte sich phonoTAKTIK als eigenständiges Musikfestival positionieren. Beide Festivals räumten den Verbindungen zwischen Klang und Raum großen Stellenwert ein.

17 mego records wird 2005 geschlossen und von Peter Rehberg, einem der Gründer von mego unter dem Namen editions mego weitergeführt, vor allem um den Backkatalog des Plattenlabels zu verwalten.

markt und den Yppenplatz – findet sich die »Balkanmeile«, die mit den »In-Lokalen« am Gürtel, zu denen auch das Veranstaltungsort rhiz zählt, wenig gemeinsam hat, außer dass auch dort ein Gentrifizierungsprojekt von 1997 bis 2003 durchgeführt wurde (Reitsamer 2009).

Unter dem Begriff »Vienna Electronica« feiern gegen Ende der 1990er Jahre einige männliche DJs und Musiker¹⁸ internationale Erfolge, die sich auch in ihrer Integration in das Feld der Hochkultur beispielsweise mit der Produktion »Schwanensee Remixed«, 1999 in der Wiener Volksoper von Patrick Pulsinger und Erdem Tunakan aufgeführt, oder in dem Schwerpunkt »Turntablism« beim Festival Wien Modern im Jahr 2008 zeigen. Zusätzlich profitieren DJs und Musiker/innen mit Migrationshintergrund von der Vermarktungsstrategie »Vienna Electronica«, indem sie in ihre elektronischen DJ-Sets und Musikproduktionen unterschiedliche türkische, kurdische und jugoslawische Musiktraditionen integrieren. Teilweise werden ihre Musikproduktionen auch unter dem seit der Jahrtausendwende populären Begriff »Balkanmusik« oder »Oriental Music« gefasst.

Die im Vergleich zur Wiener Techno-Szene hinsichtlich Veranstaltungsorten, Plattenlabels und Besucher/innenzahl kleinere Szene für experimentelle elektronische Musik findet ihre Verbreitung durch ausgewählte Sendungen auf dem staatlichen Radiosender Ö1, bei Radio Orange und Internet-Radios.

1.4 Wiener Drum'n'Bass-Szene

Als 1995 die Techno-Szene in die Formierungsphase eintritt, kristallisiert sich neben der Szene für experimentelle elektronische Musik die Wiener Drum'n'Bass-Szene, eine abermals neue elektronische Musikrichtung, heraus. Die Musik findet ihren Weg vom Londoner »Underground« in die Wiener Clubs vor allem über die London-Besuche hiesiger DJs und britische Radiosendungen, die über das Internet empfangen werden. Während sich die Beziehung zwischen Akteur/innen der experimentellen elektronischen Musikszene und Wiener Techno-Szene durch ein Naheverhältnis

18 Zu den DJs und Musikproduzenten, die unter dem Namen »Vienna Electronica« Karriere machten, zählen u.a. Kruder & Dorfmeister, Pulsinger & Tunakan oder dZihan & Kamien. Keine einzige DJ-Frau oder Musikproduzentin wurde in den Medien unter dem Begriff »Vienna Electronica« genannt.

definiert, existieren zwischen der Wiener Drum'n'Bass-Szene und der Techno-Szene bzw. der Szene für experimentelle elektronische Musik weder personelle noch musikalische Verbindungen. Im Gegenteil: DJs und Clubhosts der Drum'n'Bass-Szene stoßen bei der Suche nach Veranstaltungsorten für ihre Clubnächte auf zahlreiche Barrieren, weil die Akteur/innen der Techno- und der experimentellen elektronischen Musikszene die bestehenden, in der Formierungsphase der Techno-Szene aufgebauten Strukturen der Wiener Clubkultur mit ihren Clubnächten und Radiosendungen besetzen und sich nur zögernd für eine neue Spielart der elektronischen Clubmusik öffnen. »Neu« an der britischen Tanz- und DJ-Musik mit ihren Wurzeln in der jamaikanischen Soundsystem-Kultur und im HipHop, die zunächst unter dem Begriff Jungle zirkuliert, sind die Kombination aus schnellen Schlagzeugsamples, rhythmusgenerierten Breaks (wie im HipHop), »subsonischen« Bässen und Sprechgesang. Drum'n'Bass, die musikalische Weiterentwicklung von Jungle, verzichtet auf den Gesang in der Musikproduktion und setzt auf die Begleitung des DJs durch eine/n MC beim DJ-Auftritt.

Die Anfangsphase der Wiener Drum'n'Bass-Szene beginnt mit vereinzelten Jungle-Partys ab ca. 1994 in tendenziell schlecht besuchten und an den Randbezirken gelegenen Clubs. 1996 wird im Club Flex – der sich lange Zeit auf die Veranstaltung von Indie-Rock-Konzerten konzentrierte und erst ab Mitte der 1990er Jahre nach und nach Clubnächte für elektronische Musik in das Veranstaltungsprogramm integriert –, jeden Donnerstag der Sub Club als erster regelmäßiger Drum'n'Bass-Club mit Auftritten von britischen Star-DJs veranstaltet. Heute etablierte Wiener Drum'n'Bass-DJs beginnen ihre Karrieren im Sub Club im Wiener Flex, auch hier finden sich, ebenso wie in der Wiener Techno-Szene und der experimentellen elektronischen Musikszene, nur wenige Frauen. Um die Clubnacht Sub Club bildet sich eine erste DJ-Crew heraus, die bis ca. 1999 regelmäßig Clubnächte veranstaltet und immer wieder DJ-Größen aus Großbritannien zu Auftritten einlädt. Die Wiener Drum'n'Bass-Szene bleibt bis 1999 eine kleine überschaubare Musikszene, die nur zu Auftritten von britischen DJ-Stars eine größere Besucher/innenzahl anzieht, obwohl 1997 der Plattenladen Mix Tricks mit Schwerpunkt auf Drum'n'Bass- und Jungle-Musik eröffnet und die FM4 Radiosendung Dog's Bollocks sich der Verbreitung von Drum'n'Bass widmet.

Erst mit dem Beginn der wöchentlichen Partyserie *trife.life*, die 1999 bis 2005 von der gleichnamigen DJ-Crew veranstaltet wird, tritt die Wiener Drum'n'Bass-Szene in ihre Formierungsphase ein. Die *trife.life* DJ-Crew, im Kern etwa fünf bis sieben Drum'n'Bass-DJs und MCs, produziert Aufkleber und T-Shirts, vergibt Mitgliedskarten für ermäßigten Clubeintritt und ruft eine Website mit Mailingliste für Veranstaltungsankündigungen ins Leben. Die DJ-Crew setzt auf »Merchandising« und lädt international bekannte DJs zu ihren Partys ein. Sie nützt unterschiedliche Clubs und veranstaltet Partys unter den Namen *trife.life* und *Future Beatz* mit dem Resultat eines enormen Besucher/innenzuwachses ihrer Clubnächte innerhalb weniger Monate. Die *trife.life*-DJ- und Veranstaltungs-Crew betont bei ihren Veranstaltungen immer wieder die Notwendigkeit, den ökonomischen Erfolg zugunsten eines antikommerziellen Selbstverständnisses in den Hintergrund zu stellen, weil im Unterschied zur Techno-Szene der Transport der »neuen« Musik in Großraumdiskotheken und ihre Verwendung für die Bewerbung von Konsumartikeln verhindert werden sollte.

Mit dem Ende der *trife.life*-Partys driftet die Wiener Drum'n'Bass-Szene im Jahr 2005 durch die Gründung neuer DJ- und Veranstaltungs-Crews in eine musikalische und organisatorische Ausdifferenzierungsphase: Jede DJ-Crew konzentriert sich auf ein musikalisches Subgenre des Drum'n'Bass und bespielt regelmäßig einen oder mehrere Veranstaltungsorte. Zusätzlich kommen neue Veranstalter wie *Mainframe*, die weder der DJ-Tätigkeit noch der Musikproduktion nachgehen, oder die »Hosts« der Musikfestivals und Veranstaltungsreihen mit dem Titel *Urban Art Forms* hinzu, die sich hinsichtlich ihres Einsatzes an ökonomischem Kapital für ihre Veranstaltungen einen unbestrittenen Platz sowohl in der Wiener Drum'n'Bass-Szene wie in der gesamten Wiener Clubkultur sichern und andere, kleinere Veranstalter/innen von Clubnächten in den Hintergrund drängen. Sie konzentrieren sich ausschließlich auf die Veranstaltungsorganisation von Clubnächten und Musikfestivals und machen die Drum'n'Bass-Szene durch ihre breitflächig angekündigten Partys einer größeren Publikumsschicht zugänglich. Zusätzlich entstehen in der Ausdifferenzierungsphase einige Plattenlabels wie *Ill.Skillz* und *Brigand*. Das Musikmagazin *resident. magazin für musik mit mehr bass* wird von einer Gruppe ambitionierter Drum'n'Bass-Fans ins Leben gerufen. Auf internationaler Ebene landet der DJ und Musikproduzent *Pandolum* in den Hitparaden. Dieser kommerzielle Erfolg ruft in der Drum'n'Bass-Szene zwei Gegenbe-

wegungen hervor: Die erste findet sich im neuen Musikgenre Dubstep, eine kaum sichtbare Musikszene in Wien; die zweite ist gegen Kommerzialisierung und ein Revival der Drum'n'Bass-Musik um die Jahrtausendwende.

In diesem Kapitel habe ich eine nähere theoretische Bestimmung des Begriffs Musikszene vorgenommen, um anschließend Genese, Struktur und Organisationsweise der Techno-, Drum'n'Bass- und experimentellen elektronischen Musikszene zu beschreiben. Während die Techno- und Drum'n'Bass-Szenen bereits in der Ausdifferenzierungsphase angelangt sind, bewegt sich die Szene für experimentelle elektronische Musik zum Zeitpunkt meiner Untersuchung in der Formierungsphase. Ein weiterer bedeutender Unterschied zwischen den Szenen liegt in ihrer Größe und ihrer Unterteilung in »Subszenen«. Die Techno-Szene ist die größte, sie differenziert sich in zahlreiche musikalische Subszenen aus. Die Karrieren der befragten DJs entwickeln sich in Abhängigkeit von Genese, Struktur und Organisationsweise der Musikszenen. Mein Interesse richtet sich im Folgenden auf die soziale Praxis der DJs, beginnend mit der DJ-Tätigkeit.

2. DJ-TÄTIGKEIT

Für die befragten DJs beginnt die DJ-Tätigkeit mit dem Erwerb der Produktionsmittel, dem DJ-Equipment und den Tonträgern. Das DJ-Equipment wird in den Privaträumen aufgestellt, ein kleiner Teil der Tonträger findet in den Plattentaschen der DJs für ihre Auftritte in Clubs und Bars seinen Platz. Damit sind zwei der zentralen Praktiken der DJs angesprochen: das Sammeln von Musik und das Spielen von Musik in Veranstaltungslokalen, das zunächst am DJ-Equipment zu Hause geübt wird.

Kapitel 2.1 widmet sich der Praxis des Musiksammelns und beleuchtet, wie die interviewten DJs durch den Erwerb von Tonträgern in den Plattenläden zu »exklusiven Inhabern der Gegenstände« (Bourdieu 1982/1997: 438) werden. In Kapitel 2.2 diskutiere ich die Praxis des DJ-ings und frage danach, wie DJs ihre feldspezifischen Wissensbestände bei ihren Auftritten in Clubs und Bars einsetzen und welche Distinktionspraktiken sie entwickeln. Die Kapitel 2.3 und 2.4 widmen sich den (Selbst-)Konstruktionen der DJs als »gute« DJs und beschreiben die unterschiedlichen Wege der

DJs, um zu Beginn ihrer Karrieren zu regelmäßigen Auftritten bei Clubnächten zu gelangen.

2.1 Der Plattenladen und die Tonträgersammlung der DJs

DJs investieren pro Woche durchschnittlich einhundert Euro und mehr in den Kauf von Tonträgern mit dem Ziel, eine umfangreiche Tonträgersammlung für ihre DJ-Tätigkeit aufzubauen und sie durch die geringe Halbwertszeit der Musikveröffentlichungen ständig auf dem neuesten Stand zu halten. Im Mittelpunkt ihrer Sammlung stehen Schallplatten (Vinyl), vor allem 12-Inch-Maxi-Singles mit zwei bis vier Titeln, aber auch Alben, CDs und seit einigen Jahren MP3s, die aus dem Internet geladen werden.¹⁹ Ergänzt werden diese kontinuierlichen Ausgaben um die einmalige Anschaffung eines DJ-Equipments bestehend aus DJ-Plattenspieler, CD-Player, Kopfhörer, Mischpult, Verstärker und Lautsprechern.

Zusätzlich zur Investition an ökonomischem Kapital verlangt der Aufbau einer Tonträgersammlung die zeitintensive Beschäftigung mit Musik durch Musikhören, Lesen von Musikzeitschriften, Recherchen im Internet und den Informationsaustausch über Internetforen und mit Freund/innen und DJ-Kolleg/innen. Durch ihre Investitionen an Geld und Zeit lassen sich DJs als extensive Musiksammler/innen beschreiben, die ihre Tonträger als Sammelobjekte pflegen und bei ihren Auftritten spielen. Die Platten- und CD-Sammlungen der DJs sind das »vergegenständlichte Zeugnis des persönlichen Geschmacks« (Bourdieu 1982/1997: 441) und als objektiviertes kulturelles Kapital ihr wichtigstes Produktionsmittel, ohne dessen Besitz DJs weder zu Hause das DJ-ing üben noch in Clubs und Bars auftreten können.

Wie aber werden die Befragten zu den exklusiven Besitzer/innen der Tonträger? Wie gestaltet sich das soziale und architektonische »Innenleben« eines Plattenladens und der Kauf von Tonträgern in Plattenläden?

Als Umschlagplatz für Musik, Informationen zu Veranstaltungen und Kontakte zu Szene-Akteur/innen besetzen Plattenläden eine mit hohem

19 Durch die Digitalisierung der Musik und die Erfindung des Musikcomputers ersetzen einige DJs ihre Schallplatten und CDs durch MP3s, die sie auf ihren Laptops bei DJ-Auftritten spielen. Keine/r der befragten DJs praktiziert diese Form des DJ-ings zum Zeitpunkt der Untersuchung. Ich gehe deshalb auf den Trend der Digitalisierung des DJ-ings nicht näher ein.

symbolischem Kapital ausgestattete Position in den untersuchten Musikszenen. Bei meinen zahlenreichen Besuchen von Plattenläden konnte ich feststellen, dass ihre Innenarchitektur auffallende Ähnlichkeiten aufweist und (junge) Frauen und (junge) Männer sich tendenziell unterschiedlich in diesen Räumen verhalten. Die aneinandergereihten Platten- und CD-Fächer mit spärlichen Informationen über den Inhalt dominieren den Verkaufsraum. Die meist frei zugänglichen Plattenspieler stehen entweder unmittelbar beim Verkaufspult an der Kassa oder an einem für die Verkäufer (selten Frauen) gut einsichtigen Platz im Plattenladen. Ihre Bedienung durch die Kund/innen geschieht in der Regel im stillschweigenden Einverständnis mit den Verkäufern, das männliche Tonträgerkäufer häufiger als gegeben annehmen als weibliche. Die Sitzgelegenheiten (falls vorhanden) werden häufig von männlichen Kunden besetzt. Frauen nehmen nur unter der Prämisse Platz, dass sie die bereits Sitzenden kennen, und Einladungen an unbekannte Plattenkäufer/innen, sich zu setzen, werden selten ausgesprochen. Musikinteressierte Frauen halten sich zumeist kürzer im Plattenladen auf, sie durchstöbern die Plattenfächer weniger genau, sondern wissen oftmals bereits beim Betreten des Plattenladens, welche Tonträger sie kaufen möchten und steuern zielstrebig auf die jeweiligen Fächer und Regale zu.

Die wichtigsten Akteur/innen in den Plattenläden sind die Verkäufer/innen, weil sie von den Kund/innen für Auskünfte kontaktiert und bei ihnen die Tonträger bezahlt werden. Techno-DJ Sebastian, der bereits seit der Anfangsphase der Wiener Techno-Szene regelmäßig die einschlägigen Plattenläden für elektronische Musik frequenziert, beschreibt das Verhalten der Verkäufer und seiner männlichen Kollegen im Plattenladen zur damaligen Zeit so:

»Wie ich angefangen hab zum Auflegen, war das ein extremes Männerding, also elektronische Musik überhaupt. Da musste man schon ganz bei der Sache sein, und wenn man nicht jeden zweiten Tag im Plattenladen gestanden ist, dann war man's nicht. Wenn sie dich gekannt haben im Plattenladen, bist du gut behandelt worden, wenn sie dich nicht gekannt haben, dann bist wie der letzte Dreck behandelt worden und wenn'st als Mädchen reingegangen bist, warst sowieso nur da, um deinen Freund zu treffen. [...] Also das war schon so ein chauvinistisches Jungsding so. Wir kennen uns aus und die anderen ned und Wir sind Underground und die anderen ned und Frauen waren sowieso quasi keine da.« (DJ, Techno, m)

Entgegen dem herkömmlichen Verständnis, dass Kundinnen beim Betreten eines Geschäftsraumes von den Verkäufer/innen freundlich bedient werden, entscheiden Plattenverkäufer selektiv, welche Kund/innen sie beraten und welche Informationen die potentiellen Plattenkäufer/innen erhalten. Durch ihre Arbeit sind Plattenverkäufer bestens darüber informiert, welche Platten die neuesten sind, welche gerade geliefert werden und welche Tonträger gekauft werden. Aufgrund ihrer Entscheidungsmacht, Informationen an Kund/innen gezielt weiterzugeben, sind sie in einer privilegierten Position, die durch ihr Musikwissen eine weitere Absicherung erfährt. Dieses Wissen über elektronische Musikgenres, Musiker/innen, Musikproduzent/innen, Plattenlabels und dgl. ist weniger ein inkorporiertes Musikwissen wie der Musikgeschmack, als vielmehr eine kognitive Ergänzung desselben, das sich DJs am Beginn ihrer DJ-Tätigkeit als eine Art »Geheimwissen« offenbart. Nicht selten veröffentlichen DJs unter variierenden Pseudonymen ihrer Tonträger, halten aus Kostengründen die Plattencover in schlichtem Weiß oder Schwarz und verzichten auf eine Beschriftung der Plattenhüllen.²⁰ Die Schwierigkeit besteht also darin, die spärlichen Informationen auf den Plattenhüllen zu dechiffrieren und die Musik einem Genre und einem/einer Interpreten/in zuzuordnen, um dadurch eine entsprechende Auswahl an Tonträgern zu treffen. Dieses kognitive Musikwissen, das erst durch die zeitintensive Beschäftigung mit Musik angeeignet wird, akkumulieren Plattenverkäufer und DJs über viele Jahre. Sie sind »in the know«, weil sie die Fülle an veröffentlichten Tonträgern überblicken und die neuesten Trends in der elektronischen Musik kennen.

Bei der Weitergabe ihres kulturellen Kapitals gehen Plattenverkäufer, wie das Zitat verdeutlicht, äußerst selektiv vor. Es handelt sich um eine Distinktionspraktik, weil die Plattenverkäufer entscheiden, welche Akteur/innen in den exklusiven Kreis der Musikkenner/innen und Plattensammler/innen aufgenommen und beraten, und welche ignoriert oder gar »wie der letzte Dreck« behandelt werden. Eine Voraussetzung für den Eintritt in diesen Kreis ist die soziale Demonstration, »ganz bei der Sache zu sein«. Die jungen Männer – Plattenkäufer und DJs –, die Sebastian kritisch und selbstreflexiv beschreibt, erfüllen diese Voraussetzung. Sie sind »ganz

20 Beispielsweise veröffentlicht der Minimal-Techno-DJ Ritchie Hawtin seine Tonträger auf seinem eigenen wie auf anderen Plattenlabels wahlweise unter den Pseudonymen Plastikman, F.U.S.E., Concept 1, Circuit Breaker, The Hard Brother, Hard Trax und Jack Master.

bei der Sache«, weil sie mehrmals wöchentlich Plattenläden für den Kauf von Tonträgern, den Informationsaustausch über Szene-Events und Gespräche über Musik aufsuchen. Florian, DJ für experimentelle elektronische Musik, frequenziert regelmäßig Plattenläden, vor allem seinen Lieblingsplattenladen:

»Ich kenn jeden Plattenladen in Wien, also es ist keiner vor mir sicher. In manche geh ich öfter und lieber und in manche selten oder gar nicht. Mein Lieblingsplattenladen ist der [Name des Plattenladens]. Dort bin ich sicher jede Woche ein paar Mal, weil da find ich ganz seltene Sachen. Da kenn ich [...] die Leut, die dort arbeiten. Der [Name des Plattenverkäufers vor allem weiß halt immer schon, was mir gefällt. Der hat dann [...] schon immer einige Platten in der Hand, wenn ich reinkomme und sagt: »Ich hab da wieder was, was dir gefallen könnt.« (DJ, EEM, m)

Florian ist einer der befragten DJs, der »ganz bei der Sache ist«. Diese DJs stellen alle anderen Interessen in den Hintergrund, widmen ihre (freie) Zeit der Musik und investieren ihr Geld in Tonträger. Ihre soziale Praxis spiegelt die von Will Straw (1997) beschriebenen Charakteristika von männlichen Plattensammlern wider, nämlich Hipness, Kennerschaft, Bohemianismus und abenteuerliches Jagen, wobei nicht nur die Akkumulation von materiellen Objekten im Vordergrund steht. Das Kaufen und Sammeln von Tonträgern stellt auch Gelegenheiten für Abenteuer und Eroberung bereit und erlaubt die Demonstration von Autorität und Wissen. Die Praxis des Plattensammelns etabliert eine »homosoziale Struktur« (Straw 1997) durch die Herstellung einer engen Verbindung zwischen Männlichkeit, Macht und (Musik-)Wissen, die in der mythischen Überbetonung des gegenkulturellen Charakters der Rockmusik wurzelt.

Die gesellschaftlich verankerte Vorstellung, das extensive Sammeln von Tonträgern sei eine männliche Beschäftigung, erklärt auch, warum junge Frauen kaum als ernsthafte Plattensammlerinnen wahrgenommen werden und sich ihr Eintritt in den Kreis der Musikkenner schwierig und langwierig gestaltet. Wie DJ Sebastian im Eingangszitat beschreibt, hätten junge Männer gegenüber jungen Frauen zahlreiche Vorurteile, denn diese seien allem Anschein nach nur im Plattenladen, um ihren Freund zu besuchen und im Unterschied zu den Musikkennern und Plattensammlern würden sie nicht die Regale nach den neuesten und raren Tonträgern durchstöbern und Autorität und Wissen gegenüber dem Plattenverkäufer und anderen Szene-Akteur/innen demonstrieren. Sie seien eben nicht »ganz bei

der Sache« und könnten folglich auch nicht den exklusiven Musikgeschmack der (jungen) Männer haben.

In diesem Vorurteil verbirgt sich die Annahme, junge Frauen hätten einen trivialen Musikgeschmack, weil sie lediglich »Mainstream«-Musik aus Radio und Musikfernsehen hören würden, was weder die zeitintensive Beschäftigung mit Musik noch den regelmäßigen Besuch eines Plattenladens verlangt. Der exklusive Musikgeschmack wird in den untersuchten Musikszenen mit »Underground« und Widerständigkeit assoziiert, wodurch sich die Äquivalenzkette aus exklusiver Musikgeschmack = »Underground« = männlich versus indifferenter Musikgeschmack = affirmativer und unkritischer »Mainstream« = weiblich vervollständigt (Thornton 1996). Anders formuliert: Die Zugehörigkeit zum »Underground« steht für die Abgrenzung zum musikalischen »Mainstream« und diese manifestiert sich in einem exklusiven »Underground«-Musikgeschmack. Musikwissen wird folglich über die feldspezifische Konstruktion des Gegensatzes »Underground« versus »Mainstream« verhandelt und durch die Zuweisung eines je spezifischen Musikgeschmacks an Frauen und Männer vergelechtlicht.

Dieser Prozess der Vergeschlechtlichung von Musikwissen manifestiert sich in den untersuchten lokalen Musikszenen auch auf visueller Ebene. Ein Wiener Plattenladen verteilte zur Bewerbung seines Unternehmens einen Flyer, auf dessen Vorderseite eine junge Frau abgebildet ist, die grübelt: »Groover und Dorfriдер? Kenn ich!« Auf der Rückseite des Flyers findet sich die Aufforderung »Informier dich bitte!« Die junge Frau kennt offensichtlich den korrekten Namen der beiden österreichischen DJs und Musikproduzenten Kruder & Dorfmeister nicht und verwechselt sie zu allem Überfluss auch noch mit dem renommierten britischen Drum'n'Bass-DJ Grooverider.

Der Plattenladen setzt eine junge Frau als Werbesujet ein. Sie wird als »Witzfigur« präsentiert, die ihr Wissensdefizit durch die fachkundige Beratung der Plattenverkäufer kompensieren soll. Die umfassende Lächerlichkeit der Frau entfaltet der Flyer jedoch erst durch den nicht visualisierten Subtext: Die junge Frau wird als Gegenpol zu jungen Männern gedacht, die über ein ausdifferenziertes Musikwissen verfügen würden, denn: Wer einen »guten« Geschmack für elektronische Musik hat, kann die bevorzugten Musiker/innen, Musikproduzent/innen und die einschlägigen Plattenlabels korrekt benennen.

Was aber erzählen die befragten DJ-Frauen über ihre Besuche in Plattenläden? Wie werden sie von den Verkäufern und anderen Szene-Akteur/innen behandelt?

»Am Anfang hatte ich große Schwierigkeiten mit den Plattenläden. [...] Das war ein großes Thema und ich bin am Anfang wirklich heulend aus den Plattenläden rausgegangen, weil sie mich von oben herab und als Bittsteller und als Nicht-Auskenner behandelt haben, und die sind die Auskenner. [...] Ich hab zwar heut keine Angst mehr, in Plattenläden zu gehen, aber mir ist es immer noch ein bissl unangenehm hinzugehen, weil mir die Energie einfach nicht taugt.« (DJ, Techno, w)

Die Erfahrungen im Plattenladen entmutigen die DJs, sie führen gleich am Beginn der DJ-Tätigkeit zu Frustration und bleiben ihr nachhaltig in Erinnerung, sodass sie selbst heute, in ihrer Position als renommierte Techno-DJ, beim Betreten des Plattenladens Unbehagen verspürt. Ähnliches erzählt Sandra, eine weitere Techno-DJ:

»Na ja, am Anfang war's schon so, dass sie mich blöd angeschaut haben [...], weil du kennst dich auch nicht aus [...], du musst dich mal orientieren, was gibt's und wo du das alles findest, und du glaubst halt, dass die [Anm.: die Plattenverkäufer] was Tolles machen [...], aber in Wirklichkeit tun's eh nur Listen durchschauen und bestellen. [...] Die Typen stehen halt mit dem Verkäufer rum und reden und glotzen, was du da jetzt machst. Mir war das wirklich zu blöd und ich hab dann angefangen, viel übers Internet zu bestellen.« (DJ, Techno, w)

Sandra entwickelt eine »Vermeidungsstrategie«, um den Distinktionspraktiken der Plattenverkäufer und DJ-Männer in den Plattenläden zu entgehen. Sie greift auf Anbieter im Internet für den Erwerb der gewünschten Tonträger zurück und ist mit dieser Vorgangsweise nicht die einzige der befragten DJ-Frauen. Auch zwei weitere Frauen sehen darin einen Weg, sich der Benachteiligung und Herabsetzung in den Plattenläden zu entziehen. Diese DJ-Frauen erfahren am Beginn ihrer DJ-Tätigkeit, dass sie aufgrund ihrer Geschlechtszugehörigkeit auffallen, dass sie verstärkt um die Akzeptanz der DJ-Männer und Plattenverkäufer kämpfen müssen, indem sie demonstrieren müssen, dass auch Frauen »ganz bei der Sache« sein und einen exklusiven Musikgeschmack haben können. Sie sind aufgrund ihrer negativen Behandlung im Plattenladen in einer im Vergleich zu den befragten Männern schlechteren Startposition für eine erfolgreiche DJ-Karriere.

Die interviewten und beobachteten DJs thematisieren die negativen Erfahrungen in den Plattenläden retrospektiv und mit der Gewissheit, dass diese zumindest in den einschlägigen Wiener Plattenläden zur Vergangenheit gehören, wenngleich DJ Sara bis heute die Plattenläden meidet. Sobald es den DJs jedoch gelingt, sich als Expert/innen für elektronische Musik zu erweisen, genießen sie beim Besuch ausgewählter Wiener Plattenläden zahlreiche Vorteile. Die Plattenverkäufer empfehlen ihnen die neuesten Tonträger, berücksichtigen bei den Plattenbestellungen ihre Wünsche und sortieren bei neuen Lieferungen bereits im Vorfeld Tonträger für DJs aus, deren Musikgeschmack sie kennen und schätzen. Die Voraussetzungen, um in den Genuss dieser Vorteile zu gelangen, sind nicht nur von ihrer Selbstdarstellung als Expert/innen abhängig. Das Sammeln von Tonträgern verlangt die Investition an Zeit und ökonomischem Kapital. Für die Mehrheit der befragten DJs stell(t)en die Eltern das Geld für den Kauf von Tonträgern und DJ-Equipment bereit. Die anderen versuchen, für ihre journalistische Tätigkeit beim Community-Radio Orange, bei Schüler/innen-, Jugend- und Musikmagazinen Tonträger kostenlos von den Plattenlabels als Rezensionsexemplare zu erhalten und/oder sie investieren ihre Einnahmen aus diversen Teilzeitbeschäftigungen als Kellner/innen, Sekretärinnen, Telefonist/innen im Call Center und dgl. in ihre Plattensammlungen.

Bereits im Plattenladen erkennen die befragten DJs die Notwendigkeit, ihr Interesse an Musik und ihren Musikgeschmack in den Interaktionen mit den Plattenverkäufern und ihren Kolleg/inn/en demonstrativ unter Beweis zu stellen, um zu den gewünschten Tonträgern zu gelangen. Sie erkennen, dass das DJ-ing (und die Musikproduktion) Tätigkeiten sind, die performative Selbstdarstellung und -inszenierung ebenso verlangen wie die Investitionen an Zeit und Geld. Sobald DJs eine umfangreiche Plattensammlung angelegt haben, beginnen sie mit dem DJ-ing.

2.2 Die Praxis des DJ-ings

DJs spielen bei ihren Auftritten in Veranstaltungsorten über mehrere Stunden hinweg ein Musikstück nach dem anderen ohne (unerwünschte) Pausen und Unterbrechungen. Sie generieren mit ihren Mix-Techniken, der Auswahl der Musikstücke und dem Festlegen ihrer Reihenfolge ein so genanntes DJ-Set, das sie performativ zur Aufführung bringen. Diese beiden Aspekte des DJ-ings, das Spielen von Musik am DJ-Equipment zur Unter-

haltung des Publikums und die performativen Darstellungsstrategien der DJs in den Veranstaltungsorten, werden in den beiden folgenden Kapiteln im Hinblick auf die Wissensbestände der DJs untersucht. Ich frage also nach dem feldspezifischen kulturellen Kapital der DJs – ihrem Szene-, Musik-, Technikwissen –, das sie bei ihren Auftritten einsetzen, und rekonstruiere die Lernpraktiken der DJs sowie die feldspezifischen Anforderungen für einen gelungenen DJ-Auftritt.

2.2.1 Mix-Techniken am Plattenspieler

DJs bringen bei ihren Auftritten in Clubs und Bars ihren Musikgeschmack mit ihrem Technik- und Szene-Wissen in Verbindung. Sie spielen unter Einsatz von Mix-Techniken und ausgewählten, in ihrer Reihenfolge präzise festgelegten Musikstücken über mehrere Stunden hinweg ein Musikstück nach dem anderen, um das Clubpublikum zum Tanzen zu animieren. Techno-DJ Sebastian beschreibt den Einsatz von Musik- und Technikwissen für ein DJ-Set aus repetitiven Rhythmen im Viervierteltakt so:

»Eine Platte in die andere reinzumixen, also die Technik, ist mit ein bisschen Übung bewältigbar. Du musst halt üben und schauen, wie das die anderen machen und dann geht das schon. Und den Musikgeschmack, den muss man sich sowieso über viele Jahre anlernen, den kann man sich nicht in drei lauschigen Nachmittagen im Plattenladen aneignen.« (DJ, Techno, m)

Der DJ unterscheidet zwischen dem Mixen der Platten (»die Technik« respektive das Technikwissen), das durch Übung erlernt wird, und dem Musikgeschmack, der im Unterschied zu den Mix-Techniken nicht erlernt und schon gar nicht nachgeahmt, sondern höchst individuell und ausdifferenziert sein soll. Einen Musikgeschmack »hat man« und er entsteht nicht »in drei lauschigen Nachmittagen im Plattenladen«; vielmehr wird eine jahrelange und intensive Beschäftigung mit einem oder mehreren Musikgenres als Voraussetzung für die Entwicklung eines exklusiven elektronischen »Underground«-Musikgeschmack erachtet. Beim Kauf der Tonträger im Plattenladen und für die Bestellungen von Platten, CDs und MP3s bei Online-Anbieter/innen ist der Musikgeschmack ein unverzichtbarer Wissensbestand für die Auswahl der »richtigen« Musikstücke. Eine weitere entscheidende Bedeutung erlangt der Musikgeschmack beim Spielen der DJ-Sets im Club, indem er die Auswahl der Musikstücke aus der Ton-

trägersammlung bestimmt und für das Festlegen, welches Musikstück zu welcher Zeit auf das nächste folgt, eingesetzt wird. Eine Vorauswahl an Tonträgern mit einem durchschnittlichen Umfang von dreißig bis sechzig Schallplatten und CDs treffen DJs bei ihren Vorbereitungen für den DJ-Auftritt zu Hause, die letztendliche Auswahl und die Reihenfolge der Musikstücke legen sie erst unmittelbar beim Auftritt im Club fest.

Im Unterschied zum Musikgeschmack wird das Technikwissen für das Bedienen von Plattenspielern, CD-Playern, Mischpult und Kopfhörer eingesetzt. Beim »Beat-Mixen« der Musikstücke wählen DJs eine Platte aus, legen sie auf den Plattenteller, drücken am Plattenspieler den Startknopf und setzen die Kopfhörer auf. Sie verändern die Abspielgeschwindigkeit der Platte mit dem Pitch-Control-Regler und suchen mit präzisen, kleinen Handbewegungen, durch die die Platte auf dem Plattenteller des »Turntables« vor- und zurückgedreht wird, die passende Stelle auf dem Tonträger für den »Mix« mit dem gerade laufenden Musikstück. Sobald der entsprechende »Beat« für einen Übergang lokalisiert ist, wird langsam der Lautstärke-Regler am Mischpult betätigt. Beide Musikstücke laufen nun gleichzeitig und sind über die Lautsprecherboxen im Club zu hören; zudem werden am Mischpult die Knöpfe mit den Bezeichnungen »Low«, »Mid«, »High« gedreht und an den Reglern Sound-Effekte (Flanger, Loop, Break etc.) zur Betonung des Übergangs von einer Platte zur nächsten eingestellt. Entsprechend der gewählten Mix-Techniken (scratchen, double drops, back spinning²¹ etc.) wird die Abspielgeschwindigkeit durch händisches Anschieben, Bremsen oder schnelles Vor- und Zurückdrehen der Platte nachjustiert. Sobald der reibungslose Mix von einer Platte in die nächste vollzogen ist, wird das gespielte Musikstück »ausgefadet«, die Platte wird vom Plattenteller genommen und durch eine neue ersetzt, die wieder in das laufende Musikstück gemixt wird. Im Zusammenspiel aus dem Hören des anberaumten Musikstücks über Kopfhörer, dem Hören des gerade gespielten Musikstücks über die Lautsprecher im Club und den Bewegungsabläufen der Hände bei der Bedienung der technischen Geräte verringert jedes Überlegen der Arbeitsschritte und ihrer Abfolge die Wahrscheinlichkeit einer präzisen Übereinstimmung der unterschiedlichen Rhythmen und Takte der Musikstücke und könnte ungewollte Pausen zwischen den einzelnen Musikstücken erzeugen. Dieses Technikwissen wird durch Übung

21 Beim Back-Spinning wird eine Platte schnell gegen ihre Abspielrichtung gedreht.

und, wie es Techno-DJ Sandra im folgenden Zitat beschreibt, durch Zuschauen und Nachahmen angeeignet:

»Ich hab immer sehr viel zugeschaut. [...] Es gibt viele DJs, bei denen man hinschaut und sagt: Wow, das hat mir jetzt echt gut gefallen, der macht das wirklich gut. [...] Ich hab viele, sehr viele gute DJs gehört und ich hör mir das auch gerne und immer wieder an und ich versuch mir immer wieder mal, wenn ich große DJs auflegen seh, ein bisserl was abzuschau'n wie sie mixen oder so. Das hab ich dann oft auch zu Haus versucht und dann auch im Club, wenn noch nix los war.« (DJ, Techno, w)

Sandra orientiert sich beim Erlernen der Mix-Techniken an den gespielten DJ-Sets ihrer Kolleg/inn/en, die sie besonders beeindruckt haben. Sie versucht, sich beim Beobachten und Hören verschiedener DJs einzelne ihrer Mix-Techniken einzuprägen, die auf Plattenspielern zu Hause und bei Auftritten im Club geübt, nachgeahmt und in das DJ-Set integriert werden. Die Mix-Techniken werden durch »mimetisches Handeln« (Klein und Friedrich 2003) erlernt, indem durch Übung, Wiederholung und Nachahmung die Bewegungsabläufe beim Bedienen der technischen Geräte in den Körper eingeschrieben werden. Die Nachahmung existierender Mix-Techniken von den gehörten und gesehenen DJs erfährt dabei eine doppelte Bedeutung (Klein und Friedrich 2003: 195): DJs versuchen eine Kopie des Originals, ein Abbild, herzustellen, indem sie die gehörten Mix-Techniken fortlaufend wiederholen und üben; zugleich entwickeln sie etwas Neues, weil sie auf Basis der gehörten und eingeübten Mix-Techniken allmählich ein eigenes DJ-Set mit spezifischen Mix-Techniken entwickeln. Die Entwicklung eines eigenen Musikstils beim DJ-ing setzt voraus, dass die eingeübten Mix-Techniken zumindest teilweise bewusst abruf- und einsetzbar sind und sich einem strategischen Handeln nicht entziehen. Es ist zwar der Körper, der lernt, Wissen speichert und Informationen verarbeitet, jedoch divergiert die Vorstellung über den »perfekten Mix« und dem, der real von den DJs gespielt wird, denn die Hände machen letztlich doch, was sie wollen.

DJs entwickeln eine soziale Lernpraxis, bei der Verstehen elementar über den Körper erfolgt. Der Körper wird zum »Träger einer generativ-kreativen Verstehensfähigkeit« (Wacquant 1996: 42), indem die handwerklich-technischen Bewegungsabläufe, die zu einem stundenlangen DJ-Set ohne Überbrechung führen, in »Fleisch und Blut« übergehen und abrufbar werden. Es handelt sich beim Technikwissen, das DJs für ihre Mix-Techniken an den technischen Geräten einsetzen, um »körperliche Kompe-

tenzen« (Hirschauer 2008: 86) wie Geschicklichkeit, Fingerspitzengefühl, um Kniffe und Tricks einzuüben.

Über den Körper werden nicht nur die Mix-Techniken »verstanden«, die Akkumulation von Szene-Wissen folgt derselben Lernpraxis. Sie lässt sich genauer beschreiben, wenn ich danach frage, wie DJs nun wissen, welche Musik sie zu welcher Zeit im Club spielen und welche Mix-Techniken sie für eine gelungene Unterhaltung der Clubbesucher/innen einsetzen sollen. Für Techno-DJ Sandra ist die Auftrittszeit und die Stimmung im Club ein entscheidendes Kriterium für die Auswahl der Musikstücke und den Einsatz der Mix-Techniken:

»Wenn ich ein Warm-Up spiele, fange ich nicht gleich ganz hart an, sondern langsamer und erzeuge so einen Spannungsbogen, dass die Leute zum Tanzen anfangen, und wenn ich aufleg, wenn schon alle tanzen, dann muss man die Leute auf der Tanzfläche halten und nicht die Party einfach runterleer'n. Ich versuch mich ein bisschen an die Geschwindigkeit von dem vorher anzupassen, also zumindest, wenn ich übernehm, und dann kannst eh spielen was du willst.« (DJ, Techno, w)

Eine Party in Schwung zu bringen oder »am Laufen« zu halten setzt voraus, dass DJs mit ihren Mix-Techniken, ihrer Plattenauswahl und dem dramaturgischen Aufbau ihrer DJ-Sets auf die Stimmung der Clubbesucher/innen adäquat zu reagieren wissen. Beim »Warming Up« der Clubnacht ist es die Aufgabe der ersten beiden DJs, das Publikum zum Tanzen zu animieren und es auf die kommenden »Main-DJs« vorzubereiten, während es in der Verantwortung der »Main-DJs« liegt, unterschiedliche musikalische Höhepunkte der Clubnacht zu gestalten.

Die Basis für die Gestaltung unterschiedlicher DJ-Sets bilden die gesammelten Erfahrungen der DJs als Musikfans, Plattensammler/innen und Clubgeher/innen, denn lange bevor sie mit dem DJ-ing beginnen, besuchen sie regelmäßig Clubnächte und Raves und eignen sich Szene-Wissen an. Sie durchlaufen bei ihrem jahrelangen Szene-Aufenthalt eine feldspezifische Sozialisation, bei der sie die Bedeutungssysteme der Musikszene kennen lernen und allmählich Szene-Wissen inkorporieren. Bei der Akkumulation von Szene-Wissen, oder in Paul Théberges Begriff »consumer knowledge« – »a knowledge of musical style based on judgement and connoisseurship« (Théberge 2001: 15) – wird der Körper der DJs nochmals sozialisiert und sozial geschaffen »als Habitus mit seiner eigenen Geschich-

te und den von ihm verkörperten Eigenschaften« (Bourdieu 1965/2001: 171).

Bourdieu sieht für diese »zweite Form der Sozialisation« den Begriff »Strukturübung« vor, bei der eine »Form praktischer Meisterschaft« (Bourdieu 1993: 138) übertragen wird. Diese von Bourdieu nur rudimentär ausgeführte Erklärung des Begriffs Strukturübung präzisiert Michael Meuser: Die Strukturübung umfasst zum einen »ein Lernen in Gestalt eines praktischen, körperlich-sinnlichen Tuns in der Interaktion mit anderen« (Meuser 2006: 108), durch das DJs Bewegungsabläufe wie Tanzschritte und Begrüßungsrituale im Club einüben; zum anderen erkennen DJs durch Strukturübungen die Feldstrukturen und nehmen einen Platz in der lokalen Hierarchie der DJs in der Musikszene ein. DJs entwickeln in den Interaktionen mit anderen Szenegänger/innen eine implizite, praktische und kollektive Lernpraxis durch den Körper, bei dem sie ihren »praktischen Sinn« (Bourdieu 1993) für die Spielregeln der Musikszene ausbilden und einsetzen. Der »praktische Sinn« ermöglicht habitualisiertes Handeln, also ein Handeln ohne Verhaltensregeln, durch das DJs bei ihren Auftritten »das verleblichte Wissen aktualisieren und jene Handlungen aktivieren, die situationsadäquat sind« (Klein und Friedrich 2003: 191). Der praktische Sinn der DJs, ihr »Gespür für das Spiel« (Bourdieu 1985/1998: 42), lässt sie den zukünftigen Verlauf des Spiels respektive die Reaktionen des Publikums auf die Auswahl und die Reihenfolge der Musikstücke und den Einsatz ihrer »Mix-Techniken« antizipieren und all jene Eigenschaften treffen und Handlungen aktivieren, die ihre Aussicht auf einen gelungenen Auftritt erhöhen.

Die Wahl der Musikstücke und der Einsatz spezifischer Mix-Techniken ist zudem von den gegenwärtigen Trends in den jeweiligen Musikszenen bestimmt – ein Aspekt, den Techno-DJ Stefan anspricht, indem er am Beispiel des US-amerikanischen Star-DJs Jeff Mills die (trans-)lokalen Techno-Szenen als ein ausdifferenziertes Feld beschreibt, das global zirkulierenden Stilen und Moden folgt:

»Was Jeff Mills macht, das hat mich lange sehr beeindruckt. Es ist aber heute ein bisschen aus der Mode gekommen [...]. Damals war das noch anders, ganz kurze Sequenzen und so zu spielen. Heutzutage wollen die Leute es lieber, wenn die Tracks wieder länger laufen. Damals war es natürlich anders, weil Scratching und Backspinning und so weiter angesagt war.« (DJ, Techno, m)

Jeff Mills, dessen Auftritte in den 1990er Jahren von den Clubbetreiber/innen durch Flyer mit der Aufschrift »Gottes Hände« beworben wurden, spielt in atemberaubender Geschwindigkeit die Musikstücke für nur wenige Takte an und generiert Übergänge durch »Scratchen« und »Back-Spinning«, um auf drei Plattenspielern gleichzeitig Techno zu spielen. Diese Mix-Technik ist heute »aus der Mode« und Jeff Mills verlor zumindest teilweise seine Beliebtheit beim Clubpublikum. Die Aushandlung darüber, welches Genre der Techno-Musik und welche Mix-Techniken gerade »angesagt« und »in« oder schlicht »out« und »down« sind, obliegt versierten Clubbesucher/innen und manifestiert sich in ihren feldspezifischen Anerkennungspraktiken (vgl. 2.3.2). DJs sollten also wissen, welches musikalische Subgenre und welche Mix-Techniken innerhalb ihrer Musikszenen auf Anerkennung stoßen, um ein DJ-Set zu spielen, das den neuesten musikalischen Trends entspricht.

Die ständigen Veränderungen der Mix-Techniken und die damit einhergehenden steigenden Anforderungen für einen »guten« Auftritt thematisiert auch Drum'n'Bass-DJ Pia:

»Am Anfang war es überhaupt nicht so wichtig, wie man mixen konnte. Das wurde erst in den letzten Jahren so total wichtig, dass du wirklich auch gut mixen kannst und mit den Platten mehr anstellen kannst als einen Übergang. Die meisten mixen halt einfach nur zwei Platten ineinander und das hat lange auch gereicht [...]. Aber jetzt ist es schon mal was Besseres, wenn man scratcht oder Double Drops macht. Das ergibt natürlich auch eine ganz andere Spannung, als wenn man eine Platte einfach durchlaufen lässt. [...] So Spielereien sind sehr wichtig geworden in der Zwischenzeit und es ist auch total wichtig, weil du dich mit dem MC abstimmen musst. Da solltest zumindest fehlerlos mixen können, ja. Und das finde ich auch gut so, weil sonst ist es einfach nur langweilig. Dass man gut mixen kann, das gehört einfach dazu.« (DJ, DnB, w)

Die entscheidende Bedeutung der Mix-Techniken wie etwa Double Drops²²

22 Bei einem »Double Drop« mixen DJs die Platten so ineinander, dass sie nach dem »Intro«, der Einleitungsphrase des Musikstücks, zeitgleich beginnen. Dafür werden bei einem Musikstück durch das Bedienen der entsprechenden Regler auf dem Mischpult die Bässe, beim anderen Musikstück die Melodie unhörbar gemacht mit dem Ergebnis, dass die Melodie von einer Platte zum Bass von der anderen Platte läuft.

und scratchen begründet Pia mit dem – für Drum'n'Bass-Szenen²³ – typischen Veranstaltungsformat, bei dem sich zusätzlich zu den DJs ein/e Master of Ceremony (kurz: MC) auf der Bühne befindet, der/die vor dem DJ-Pult rappend auf- und abgeht. Das Grundprinzip dieses Veranstaltungsformats, das seinen Ursprung in der jamaikanischen Soundsystem-Kultur der 1950er Jahre hat und durch die Migration jamaikanischer Jugendlicher in die USA und nach Europa gelangte, ist der musikalische Dialog zwischen DJ, MC und Publikum. MCs orientieren sich an den gespielten DJ-Sets und verbinden die Musik mit ihrem Sprechgesang, um Aufmerksamkeit und Spannung im Publikum zu erzeugen. Vor allem für dieses Veranstaltungsformat erachtet Pia – wie alle der befragten Drum'n'Bass-DJs – den Einsatz all jener Mix-Techniken, die für einen Übergang ohne unerwünschte Pausen und ohne störende Disharmonien notwendig sind, als eine Grundvoraussetzung.

DJs bringen die steigenden Anforderungen für einen gelungenen Auftritt selbst hervor, indem sie fortwährend neue musikalische Trends entwickeln und um das »beste« DJ-Set mit ausgefeilten Mix-Techniken konkurrieren und über die Beherrschung der Mix-Techniken die Position der Drum'n'Bass-DJs im Feld bestimmen. »Etwas besseres« respektive eine bessere Position im Feld können all jene Drum'n'Bass-DJs beanspruchen, die hervorragende, dem letzten musikalischen und technischen Stand entsprechende Mix-Techniken beherrschen. Diese DJs besitzen das für die Drum'n'Bass-Szenen notwendige inkorporierte Szene-, Musik- und Technikwissen, wobei insbesondere letzteres für Drum'n'Bass-DJs entscheidend zu sein scheint.

Auch für Techno-DJ Sara ist es unentbehrlich, die Mix-Techniken zu beherrschen. Im Unterschied zur Drum'n'Bass-Szene scheinen in der Techno-Szene allerdings unterschiedliche »DJ-Typen« zu existieren:

»Es gibt DJs, die finden mixen nicht wichtig. Die ganze [Name der DJ-Crew] kommt eher von dieser Theorie. Sie legen sehr eklektisch auf [...] und spielen einfach eine Disco-Nummer nach der anderen und da wird hat schnell mal rübergefummelt. Ich mein, so schlimm ist es jetzt nicht, aber es ist kein drei Minuten-Mix, der ohne Fehler dahinplätschert. Mir ist es sehr wichtig, weil beim Minimal Techno

23 Dieses Veranstaltungsformat ist für Drum'n'Bass-Szenen typisch; es findet sich nur in Ausnahmefällen auch in der Techno-Szene. Die Szene für experimentelle elektronische Musik verzichtet zur Gänze auf eine/n MC.

machst du Mixe, wo zwei Platten minutenlang ineinander laufen, weil das funktioniert sonst nicht [...]. Das sind ja keine fertigen Nummern, sondern Tracks, die gemixt werden und du oft gar nicht mehr unterscheiden kannst, wann kommt jetzt der eine Track rein und wann geht der andere.« (DJ, Techno, w)

Sara erhebt die Mix-Techniken zu einer Wissenschaft, indem sie von Theorien spricht, die hinter der Gestaltung der DJ-Sets stehen. Sie begründet die Wahl der Mix-Techniken und den Aufbau der DJ-Sets mit einem Rekurs auf unterschiedliche Genres der Techno-Musik und konstruiert entlang der Musikgenres Disco und Minimal-Techno zwei Typen von DJs: Der erste Typus wird mit dem Begriff Disco-DJs bezeichnet, deren DJ-Sets »sehr eklektisch« sind, weil sie lediglich ein Disco-Lied nach dem anderen spielen und nicht mixen können. Der zweite Typus, die Minimal-Techno-DJs, verstehen hingegen ihre Platten nicht als Tonträger mit fertig komponierten Musikstücken, sondern als »Rohmaterial« für ihre DJ-Sets, die erst durch den Einsatz von Mix-Techniken ihre Wirkung entfalten.

Sara ordnet sich dem Typus der Minimal-Techno-DJs zu, den sie in Gegensatz zu einem anderen setzt, der lediglich ein Musikstück nach dem anderen spielt und nicht ausreichend mixen kann, während für Drum'n'Bass-DJ Pia die Mix-Techniken zu einer unumgänglichen Voraussetzung werden, um überhaupt den Status eines ernstzunehmenden Drum'n'Bass-DJ zu erlangen. Gemeinsam ist den Aussagen der beiden Frauen, dass sie die Mix-Techniken als ein zentrales kulturelles Kapital von Drum'n'Bass- und Techno-DJs verstehen. Hingegen gewichten DJs für experimentelle elektronische Musik den Musikgeschmack und das Spielen rar gewordener Musikstücke für die Gestaltung eines DJ-Sets eindeutig höher – so auch Frieda:

»Bei richtigen Club-DJs geht's ja darum, dass die mixen und die Leute am Tanzen halten. Wenn ich auflege, dann geht's um was anderes, weil ich bin ja kein klassischer DJ. Es geht mir [...] um eine gute Stimmung in einem Lokal, weil die Leute kommen ja, weil wir extrem gute Sachen spielen, die man nicht einfach so im Radio oder so hört.« (DJ, EEM, w)

Frieda ordnet den Einsatz von Mix-Techniken, also das verinnerlichte Technikwissen, primär den »klassischen« DJs zu. Von diesen DJs will sie sich unterscheiden, indem sie den Besitz ihrer Plattensammlung mit raren Musikstücken für ein gelungenes DJ-Set für experimentelle elektronische

Musik hervorhebt. Das »andere«, um das es Frieda geht, erklärt sich auch aus dem typischen Veranstaltungsformat der Szene für experimentelle elektronische Musik, das nicht für Clubnächte, sondern als musikalische Unterhaltung für sitzenden Barbesucher/innen konzipiert ist. Selten treten demnach die befragten DJs für experimentelle elektronische Musik in Clubs auf; sie bevorzugen Bars und sonstige, nicht auf das Tanzen ausgerichtete Veranstaltungsorte, in denen sie ihre Musikstücke spielen, denen oftmals der für Drum'n'Bass- und Techno-Musik charakteristische Vierteltakt fehlt. Der wahrhaft »gute« Musikgeschmack und eine Platten-sammlung mit raren Musikstücken sind für die Gestaltung eines DJ-Sets das zentrale kulturelle Kapital von DJs der experimentellen elektronischen Musik, wodurch sie sich von Drum'n'Bass- und Techno-DJs, die ihre verinnerlichte Technikwissen als wichtige Kapitalsorte hervorheben, zu unterscheiden vermögen.

Der zweite Aspekt der Praxis des DJ-ings ist die Performance der DJs in den Veranstaltungsorten. Welches Wissen DJs für ihre Performance einsetzen, illustriert das folgende Kapitel.

2.2.2 Die Performance der DJs im Club

Der zeitgenössische Club verzichtet mit Ausnahme der Bar und des DJ-Pults auf der Bühne auf nahezu jede Innenausstattung, um mit Unterstützung von Laserstrahlen, Stroboskopen, Videoinstallationen und repetitiven Beats den Clubbesuch zum »Gesamtereignis Party« (Klein 1999: 195) zu machen. Als wichtige Szene-Orte der lokalen elektronischen Musikszene sind die Clubs und Bars soziale Räume, die durch die Interaktionen der Besucher/innen hergestellt werden, wodurch die »Entstehung von Räumen selbst ein Moment sozialer Prozesse darstellt« (Löw 2001: 130). In den Techno- und Drum'n'Bass-Clubs bilden die Clubbesucher/innen ein temporäres tanzendes Kollektiv, indem sie sich den gleichförmigen Bewegungen der Tanzenden, den monotonen Takten und wiederkehrenden Rhythmen der Musik anpassen. Charakteristische Tanzbewegungen sind das Treten auf der Stelle und das Stampfen, während der Oberkörper bewegt und zusätzlich mit Armen und Händen Verdrehungen der Handflächen und spiralförmiges Kreisen der Arme ausgeführt werden (vgl. Richard 2005). Die Blicke der Tanzenden oszillieren zwischen einem belanglosen In-die-Luft-Schauen und dem Beobachten der DJs.

Die Performance der DJs an ihren auf der Bühne positionierten Pulten bietet allerdings auf den ersten Blick und im Vergleich zu den performativen Inszenierungen von Rockmusiker/innen (vgl. Leonard 2007) wenig effektvolle Momente, denn ihr Bewegungsspielraum ist durch das fortlaufende Wechseln der Schallplatten auf den Ort hinter dem DJ-Pult beschränkt. Die Aufmerksamkeit des Publikums richtet sich dennoch auf die DJs und es wird in Richtung Bühne getanzt. Der Grund für dieses Verhalten findet sich in der non-verbalen Kommunikation der DJs mit den Tanzenden. Sie produzieren und verstreuen durch Kleidung, Gestik, Mimik und Blick lose zirkulierende Zeichen, mit denen sie nicht eine spezifische Person adressieren, sondern das Club-Publikum insgesamt. Sie nutzen ihren Körper als performatives Darstellungs- und Kommunikationsmedium für ein »visuell verfasstes Wissen«, das kein inkorporiertes Wissen ist und demnach auch nicht im Körper steckt, sondern ein »Wissen am Körper« (Hirschauer 2008) ist. Dass das Szene-, Technik- und Musikwissen der DJs jedoch überhaupt zu einem »vorgezeigten Wissen« oder einem »performed knowledge« (Hirschauer 2008: 90) werden kann, welches der Körper durch Zeigen, Verkörperungen und nicht-sprachliche Zeichensysteme prozessiert, setzt den Prozess der Verinnerlichung dieser Wissensbestände voraus. Erst aufgrund der individuellen und kollektiven Lernpraxis durch den Körper können DJs, geleitet von ihrem »praktischen Sinn«, ihr Wissen performativ darstellen. Sie vermitteln den Clubbesucher/innen mit ihren habitualisierten Handlungsabläufen Authentizität, indem sie selbstverständlich und ohne nachzudenken die Hände in die Höhe reißen, um einen Rhythmuswechsel anzuzeigen, zur Animation der Tanzenden in die Hände klatschen, mit dem Oberkörper zum Takt der Musik wippen und ihren Blick über das tanzende Publikum schweifen lassen. Sie performen ihre Mix-Techniken an den technischen Geräten und den durch die Musikauswahl gewählten dramaturgischen Aufbau ihres DJ-Sets mit Gestik, Mimik und Blicken. Der Körper übernimmt dabei eine »Display«-Funktion, wodurch das »Wissen im Körper« in »Wissen am Körper« übersetzt wird; von den Clubbesucher/innen kann es an der Körperoberfläche der DJs »abgelesen« werden. Das Publikum weiß diese nicht-sprachlichen Zeichen zu interpretieren und reagiert in den Interaktionen mit den DJs entsprechend mit Tanzschritten und Bewegungsläufen: analog zum/zur DJ reißen die Tanzenden die Hände in die Höhe, wechseln die Abfolge ihrer Tanzschritte bei einem Rhythmuswechsel durch neue Tret- und Stampfvarianten, jubeln und schreien ekstatisch,

wenn der Wechsel von einem Musikstück zum anderen besonders gut gelungen ist.

Deutlichere Unterschiede zwischen den DJ-Performances offenbaren sich durch ein »weites« Verständnis von Performance als die gesamte Aufenthaltsdauer der DJs im Club umfassend, wodurch verstärkt die sozialen Interaktionen mit DJ-Kolleg/innen, Clubveranstalter/innen, Barpersonal, Türsteher/innen und Clubbesucher/innen in den Fokus der Aufmerksamkeit geraten. Im Wesentlichen konnte ich durch meine Begleitungen der DJs und die Beobachtungen ihrer performativen Darstellungsstrategien zwei Typen der Selbstpräsentationen – die Darstellungen von »Coolness« und die Darstellungen von »Tribe and Family« – identifizieren, wobei jeder dieser Typen auf seine spezifischen historischen Wurzeln in der Populärkultur verweist.

Als Ausdruck emotionaler Distanzierung und Unantastbarkeit beschreibt »Coolness« ursprünglich eine rituelle Haltung der Beherrschung und des Charakters afroamerikanischer Menschen als eine Art Überlebensstrategie, um die physischen und psychischen Misshandlungen der Sklaventreiber zu ertragen. In den 1950er Jahren wurde die »Coolness der Schwarzen«, die sich in den hybriden afroamerikanischen Musikgenres und populärkulturellen Ausdrucksweisen bis heute widerspiegelt, durch den Rock'n'Roll zu einer jugendkulturell verträglichen Metapher und (Geistes-) Haltung für (weiße) Jugendliche und Jugendkulturen (Ferchhoff 2007; Hebdige 1979/dt. 1983).

In den performativen Darstellungsstrategien der beobachteten DJs manifestiert sich die »Coolness« durch ihre Distanz zu DJ-Kolleg/innen und Clubbesucher/innen. Ein/e »coole/r« DJ, wie beispielsweise die beiden Techno-DJs Stefan und Samira oder der Drum'n'Bass-DJ Paul, betritt den Club häufig über den Seiteneingang, wartet im Backstage-Raum am liebsten allein oder mit seinen/ihren Freund/innen auf den Auftritt und verlässt diesen Ort nur, um den/die DJs auf der Bühne zu begrüßen. Mit etwas ausdrucksloser Mimik steht er/sie neben dem/der DJ, schaut ihm/ihr beim Auflegen der Platten zu, und beobachtet, während er/sie sich kaum merklich zur Musik bewegt, das Publikum. Auf den ersten Blick, so könnte man meinen, vermitteln diese DJs mit ihrem distanzierten Verhalten Gleichgültigkeit gegenüber dem Geschehen im Club und den Kolleg/innen. Bei genauerer Beobachtung zeigt sich jedoch, dass sich gerade diese DJs ihrer Position im Club bewusst sind und die non-verbale Kommunikation gezielt

auf die Darstellung ihrer Kompetenzen als DJs und versierte Clubbesucher/innen abzielt. Mit wechselnden Blicken auf Tanzfläche und Bühne beobachten sie die Interaktionen zwischen DJ und Publikum beinahe so, als würden sie nur darauf warten, dass einer der Übergänge von einem Musikstück zum nächsten seine Perfektion vermissen lässt und der rhythmische Bewegungsablauf der Tanzenden gestört wird. Tritt dieser Fauxpas ein, fallen die Reaktionen unterschiedlich aus: Sie verlassen die Bühne und ziehen sich in den Backstage-Raum zurück oder sie sehen großzügig über den misslungenen Mix hinweg. Mit jeder dieser Reaktionen wird »Coolness« demonstriert – das eine Mal durch den Aufbau von räumlicher Distanz zum Geschehen und damit zum/zur Kollegen/in, das andere Mal durch die Großzügigkeit, nicht auf den Fehler beim Mixen zu reagieren. In der Zeit vor dem Auftritt zeigen sich die DJs immer wieder dem Publikum, wenn die Aufenthaltsdauer auf der Bühne neben dem DJ-Pult auch kaum fünfzehn Minuten überschreitet. Nach dem Auftritt verlassen sie häufig den Club, sofern nicht ihre Freund/innen die nachfolgenden DJs sind. Exemplarisch illustrieren diese Verhaltensweisen, dass Kleidung, Gestik, Mimik und Blick jeder Impulsivität und jeden unüberlegten Handelns entbehren, denn »Coolness« definiert sich über die wohltdosierte non-verbale Kommunikation mit fortwährender Absenz und Präsenz auf der Bühne.

Ebenso wie die performativen Darstellungsstrategien der »Coolness« wurzeln auch jene von »Tribe and Family« in der Populärkultur, wengleich jüngerer Datums und deutscher Herkunft, nämlich in der deutschen »Techno-Community«, die 1996 der siebten massenmedial inszenierten Berliner Love Parade den Titel »We are One Family« gibt und die durch die Straßen tanzenden Raver/innen mit dem Begriff »Tribe« fasst (Laarmann 1999; kritisch dazu vgl. Weber 1996).

Im Zuge meiner Beobachtungen von DJs offenbaren sich die performativen Darstellungsstrategien von »Tribe and Family« in abgeschwächter Form: Bereits gegen 21 Uhr trudeln die zum Auflegen eingeladenen Techno-DJs Sebastian und Silas ein und steuern nach der Begrüßung von Türsteher/in und Barpersonal zielgerichtet auf die Bühne zu, die sie nicht über den Backstage-Raum betreten, sondern von der Tanzfläche aus. Der erste DJ beginnt gerade mit dem Auflegen seiner »Warm-Up«-Platten und unterbricht seine Tätigkeit sofort, als er Sebastian und Silas sieht. Dem ausführlichen Begrüßungsritual folgt eine ausgiebige Interaktion mit dem Auspacken der Platten, die immer wieder durch hinzukommende DJs unter-

brochen wird, die sich dem Ritual anschließen. Die DJs nutzen den Backstage-Raum kaum, sondern tanzen zur gespielten Musik ihrer Kolleg/innen und vermitteln den Tanzenden den Eindruck von Offenheit. Ohne Zweifel handelt es sich bei den DJs und den fortlaufend hinzustoßenden Freund/innen um eine »Family« aus DJs und Musikproduzent/innen, die sich selbst vor und mit Publikum feiern, indem sie sich immer wieder unter die Tanzenden mischen und ihre Aufgeschlossenheit gegenüber Außenstehenden demonstrieren. Die performativen Darstellungen von »Tribe and Family« beruhen auf dem Prinzip von fortwährender Präsenz mehrerer DJs auf der Bühne, der Tanzfläche oder durch Rundgänge im Club, bei denen sie das Gespräch mit dem Clubpersonal, insbesondere dem/der Türsteher/in, u.a. für ihre Bestandsaufnahme über die zahlenden Besucher/innen suchen.

Die beiden Typen der DJ-Performance verdeutlichen, wie DJs für die Entwicklung ihres visuell verfassten Wissens unterschiedliche Stile, Moden und Diskurse aus der Populärkultur und im engeren Sinn aus den eigenen Musikszenen aufgreifen, »remixen« und mit »persönlicher Note« versehen. Unterschiede ließen sich zwischen Techno-/Drum'n'Bass-DJs und den DJs für experimentelle Musik feststellen, weil die performativen Selbstdarstellungen von »Tribe and Family« vor allem in Veranstaltungsräumen zu beobachten waren, in denen das Publikum zur gespielten Musik tanzt. Keiner der beobachteten DJs für experimentelle elektronische Musik wählte eine auf »Tribe and Family« basierende Performance im Veranstaltungsort, ihre »Coolness« stellen sie jedoch in ähnlicher Art und Weise wie die beobachteten Techno- und Drum'n'Bass-DJs zur Schau.

Diese Typen der Selbstdarstellung korrelieren mit den von den DJs vorgenommenen Bewertungen, welches feldspezifische kulturelle Kapital sie für die Gestaltung ihrer Auftritte als notwendig erachten. DJs für experimentelle elektronische Musik verzichten auf die performative Selbstdarstellung von »Tribe and Family« und erachten den Musikgeschmack und die Plattensammlungen, also das inkorporierte und objektivierte Musikwissen, als ihr zentrales feldspezifisches kulturelles Kapital für die Gestaltung ihrer DJ-Sets. Sie mögen zwar in ihrer Selbstdarstellung »coole« DJs sein, aber gerade die geringe Bedeutung der Mix-Techniken sehen sie als ihre Differenz zu den Club-DJs, die es zu betonen gilt. Für Drum'n'Bass-DJs sind die Mix-Techniken wichtiger als der Musikgeschmack, denn wer nicht mixen kann und keinen musikalischen Dialog mit MC und Publikum bei Auftrit-

ten herzustellen vermag, wird in der Wiener Drum'n'Bass-Szene kaum als ernstzunehmende/r DJ wahrgenommen. Häufig sprechen die befragten Techno-DJs von zwei DJ-Typen, wobei sie dem einen Typus Mix-Techniken absprechen, um sich dem anderen Typus, der dieses inkorporierte Technikwissen bei seinen Auftritten einsetzt, zuzuordnen. Folglich rekurrieren auch die befragten Techno-DJs auf ihre Mix-Techniken als wichtiges kulturelles Kapital. Die von den DJs getroffenen Bewertungen über die Bedeutung ihres feldspezifischen kulturellen Kapitals und ihre unterschiedlichen Typen der performativen Selbstdarstellung in den Veranstaltungslokalen sind – so lässt sich an dieser Stelle festhalten – von der Zugehörigkeit der DJs zu einer Musikszene abhängig. Diese Analyse der Praxis des DJ-ings sagt aber noch wenig darüber aus, was »gute« DJs wissen und können sollten und wie der »Wert« der DJs respektive »gute« DJs in den Musikszenen hervorgebracht werden. Bevor ich die (Selbst-)Konstruktion »guter« DJs und die Anerkennungspraktiken in den Musikszenen diskutiere, soll im folgenden Exkurs der Frage nach den vergeschlechtlichten Dimensionen im Wissen der DJs nachgegangen werden.

Exkurs:

Die vergeschlechtlichten Dimensionen im Wissen der DJs²⁴

Im Kapitel über die sozialen Interaktionen im Plattenladen wurde das Sammeln von Tonträgern als eine männliche (Freizeit-)Beschäftigung beschrieben, die in eine »homosexuelle Struktur« (Straw 1997) eingebettet ist, und gezeigt, wie durch den Gegensatz »Mainstream« versus »Underground« der Musikgeschmack und das kognitiv verfasste Musikwissen über Musiker/innen, Produzent/innen, Schallplattenlabels und dgl. vergeschlechtlicht wird (vgl. 2.1).

In den folgenden Ausführungen werden weitere Prozesse der Vergeschlechtlichung der Wissensbestände der DJs analysiert, wofür ich auf Stefan Hirschauers Systematisierung der »Zweigeschlechtlichkeit als Wissenssystem« (1996) zurückgreife.

Die entscheidende Bedeutung des Gegensatzes »Mainstream« versus »Underground« illustriert die Aussage von Samira nochmals, indem sich die DJ strikt von einem »Mainstream«-Musikgeschmack abgrenzt:

24 Die folgende Analyse basiert auf dem Text »Wissen im Plural: Was wissen DJs?« (Reitsamer 2010).

»Ich spiele fast nur so eklektische Sachen, die kaum jemand kennt, weil die Musik, die eh alle kennen und wo nur darauf gewartet wird, dass du sie spielst, das interessiert mich nicht. Das ist dann nur der plumpe Mainstream.« (DJ, Techno, w)

Obwohl Samira einen exklusiven »Underground«-Musikgeschmack für sich reklamiert, wird DJ-Frauen häufig seitens männlicher Szene-Akteure ein trivialer Musikgeschmack und die peinliche Unwissenheit über elektronische Musik unterstellt (vgl. 2.1). Es verwundert daher kaum, dass Techno-DJ Sebastian seinen Kolleginnen eine andere DJ-Performance zuschreibt als Männern:

»Es ist ja schon so, dass man Frauen lieber zuschaut als Männern beim Auflegen, weil die können sich einfach anders bewegen wie wir. Das ist zwar jetzt ein bisschen sexistisch, aber es schaut einfach besser aus, wenn Frauen auf der Bühne stehen. Frauen tanzen auch lieber als Männer. Das sehe ich immer, wenn ich aufleg. Die tanzen als erstes und dann kommen die Männer nach und viele Typen [Anm.: Männer] müssen dann auch angeben mit Tanzposen und so und die Frauen tanzen halt, weil die Spaß haben und das einfach gern tun.« (DJ, Techno, m)

Sebastian sieht nicht einfach DJs, die Musik spielen. Es werden Frauen und Männer wahrgenommen, denen geschlechtsspezifische performative Akte bei der Darstellung ihres Musik-, Technik- und Szenewissens zugewiesen werden.

»Die Geschlechterunterscheidung ist eine permanent stattfindende soziale Praxis, die ein Wissenssystem reproduziert«, schreibt Hirschauer in seiner Konzeption der »Zweigeschlechtlichkeit als Wissenssystem« (Hirschauer 1996: 242). Er rückt damit die Frage ins Zentrum, wie etwas über die »natürliche« Geschlechtszugehörigkeit von Personen gewusst wird. Eines der Elemente dieses Wissenssystems, das die Zweigeschlechtlichkeit auf hartnäckige Weise am Leben erhält, ist das Alltagswissen über die Geschlechter. Es funktioniert selbstverständlich und als nicht-hinterfragter Hintergrund für die Wahrnehmung von Personen und Körpern sowie für Legitimationsfiguren für die Geschlechterunterscheidung (Hirschauer 1996: 243).

Grundlage für die Vergeschlechtlichung der bei der DJ-Performance dargestellten Wissensbestände ist also die auf dem eingesetzten Alltagswissen basierende Geschlechterklassifikation. Sie bleibt unhinterfragt, die Eigenschaften, die Sebastian seinen Kolleginnen zuschreibt, jedoch nicht.

Durch feministische Kritik wird die Zuordnung geschlechtsspezifischer Eigenschaften allmählich ihrer Selbstverständlichkeit beraubt. Der DJ weiß, wie er selbst anführt, um den Sexismus in seiner Aussage. Dennoch hält er daran fest, dass Frauen beim Tanzen weniger »angeben« als ihre männlichen Peers und DJ-Frauen sich zudem bei der performativen Darstellung ihres inkorporierten Wissens »besser« bewegen würden.

Auf das Alltagswissen über Zweigeschlechtlichkeit beruft sich auch Techno-DJ Stefan, wenn er über den unterschiedlichen Musikstil von Frauen und Männern spricht. Er bezieht sich dabei nicht auf die Personen, die er bei einem Auftritt sieht, sondern auf das, was er hört:

»Stefan: Es gibt viel weniger Frauen [...], die auflegen, als Männer und noch weniger Frauen, die auch elektronische Musik produzieren. Und wenn sie das dann machen, dann hörst den Unterschied sofort, weil ihre Musik ist einfach anders, die die spielen und produzieren. Die mögen die hohen Sachen mit viel High-Heads und [die] schnellen Sachen nicht. Das ist aber eh klar, weil sie ein anderes Gehör haben als Männer.

R.R.: Wirklich? Frauen entwickeln einen anderen Musikstil, weil sie ein anderes Gehör haben?

Stefan: Ja, wirklich. Ich sag's dir [...], ich habe eine Studie gelesen über das Gehör von Frauen und Männern und die sagen das auch. Die haben so Hörtests gemacht und da ist rausgekommen, also [...] Frauen mögen so basslastige Sachen lieber.«
(DJ, Techno, m)

Für Stefan unterscheiden sich DJ-Frauen von -Männern durch die Entwicklung eines differenten Musikstils, der beim Hören der DJ-Sets und der von den DJs produzierten Musikstücke auf Anhieb auditiv erkennbar sei. Die Geschlechterklassifikation wird auch hier vorausgesetzt; begründet wird sie durch einen körperlichen Unterschied, der, so paradox es klingen mag, im Gehör liegt. Diese biologische Differenz führe zu unterschiedlichen Musikgeschmäckern und letztlich zu den geschlechtsspezifischen Musikstilen der DJs. Um seine Argumentation über »weiblichen« und »männlichen« Musikstil abzusichern, führt der DJ eine Studie über das unterschiedliche Gehör von Frauen und Männern an. Seine subjektiven Eindrücke finden in »wissenschaftliche Fakten« eine Bestätigung.

Für die Vergeschlechtlichung der Wissensbestände der DJs wird das feldspezifische Gegensatzpaar »Underground« versus »Mainstream« herangezogen, um Frauen einen trivialen und minderwertigen Musikgeschmack

sowie mangelndes kognitives Musikwissen zu unterstellen, während mit Bezug auf biologische Unterschiede zwischen den Geschlechtern »weibliche« und »männliche« Musikstile konstruiert werden. Eine Zuschreibung von geschlechtsspezifischen Eigenschaften lässt sich auch in der Argumentation eines anderen DJs erkennen, der davon ausgeht, Frauen würden ihr Szene-, Musik- und Technikwissen bei ihrer DJ-Performance im Club auf eine »andere« respektive »bessere« Art und Weise darstellen als Männer. Der Vergeschlechtlichung von Wissensformen geht die Geschlechterklassifikation voraus, für die, wenngleich unterschiedlich, so doch ganz selbstverständlich Alltagswissen über die Zweigeschlechtlichkeit eingesetzt wird. Erst die Zuordnung von Personen zu dem einen oder dem anderen Geschlecht ermöglicht, Frauen und Männern spezifische Eigenschaften wie etwa einen »Underground«- bzw. »Mainstream«-Musikgeschmack oder einen »männlichen« bzw. »weiblichen« Musikstil zuzuweisen.

Dass DJ-Frauen sich diesen Zuschreibungen widersetzen, illustriert die Aussage von Sandra:

»Sandra: Ich sehe oder höre da überhaupt keinen Unterschied, weil ich kenn viele weibliche DJs, die hart auflegen, also genauso wie die Typen [Anm.: Männer] und dann gibt es Typen, die ganz soulful und deep spielen.

R.R.: Und siehst du einen Unterschied bei der DJ-Performance?

Sandra: Hm... Also jeder DJ muss für sich rausfinden, wie er das macht. Das ist ganz wichtig, [...] aber dass Frauen das jetzt anders machen als Männer, nein, glaub ich nicht. Also es gibt DJs, die haben das wirklich gut drauf mit dem Mixen und dem Aufbau und so und die können die Leute auch gut anfeuern, aber das können Frauen auch. Es gibt ja auch gute DJ-Frauen. (*lacht*)« (DJ, Techno, w)

Für Sandra existieren keine Unterschiede zwischen DJ-Frauen und -Männern, weil ihr Erfolg nicht von der Geschlechtszugehörigkeit abhängt, sondern von einer gelungenen Kombination von Szene-, Musik- und Technikwissen. Diese eingekörperten Wissensbestände werden bei der DJ-Performance für die Clubbesucher/innen an der Körperoberfläche ablesbar. Sie werden als »Wissen am Körper« visuell erkennbar, wodurch bei einem gelungenen Auftritt eine non-verbale Kommunikation zwischen DJ und Tanzenden entsteht. Die Herausforderung, von der Sandra spricht, liegt also darin, ein DJ-Set zu spielen und entsprechende non-verbale Zeichen durch Gestik, Mimik und Blicke zu produzieren, die die Clubbesucher/innen entweder zum Tanzen animieren oder sie auf der Tanzfläche hält. Was »gute«

DJs »wirklich gut drauf haben« ist eine erlernte »körperliche Intuition«, durch die sie, geleitet von ihrem »praktischen Sinn«, situationsadäquat auf die Stimmung im Club mit der Auswahl und Reihenfolge der Musikstücke, den Mix-Techniken und der performativen Darstellung hinter dem DJ-Pult reagieren können. Aber welche Kriterien ziehen die befragten und beobachteten DJs für die Bewertung ihrer Kolleg/innen heran? Was macht eine/n »gute/n« DJ aus?

2.3 Die (Selbst-)Konstruktion »guter« DJs

Wie dieser Titel bereits andeutet, richtet sich mein Fokus im folgenden Kapitel auf die feldspezifische Praxis, durch die der »Wert« der DJs erzeugt wird. Ich frage nach den (Selbst-)Definitionen »guter« DJs sowie nach Anerkennungspraktiken in den Musikszenen. Wie zuvor ausgeführt (vgl. 2.2.1) hat sich gezeigt, dass Techno- und Drum'n'Bass-DJs ihre Kolleg/innen danach bewerten, ob sie »mischen« können, während DJs für experimentelle elektronische Musik vor allem das inkorporierte und objektivierte Musikwissen, ihren Musikgeschmack und ihre Tonträgersammlungen als ihr zentrales kulturelles Kapital betonen. Diese Wissensbestände sind nicht die einzigen Kriterien, die meine Interviewpartner/innen bei ihren Definitionen »guter« DJs anführen. Sie bemessen weder die Leistung ihrer Kolleg/innen bei Auftritten ausschließlich an den Mix-Techniken und am Musikgeschmack, noch basiert ihre Selbstkonstruktion als »gute« DJs allein auf diesen Kriterien. Hinlänglich gelten für die Interviewten all jene DJs als »gut«, die bei Publikum und Kolleg/innen bekannt sind und bei ihren Auftritten die entsprechende feldspezifische Anerkennung von Publikum und Kolleg/innen erhalten. Folglich ist die Frage nach den Definitionen von »guten« DJs mit den Anerkennungspraktiken in den Musikszenen verbunden.

In den untersuchten Musikszenen existieren keine institutionalisierten Anerkennungspraktiken. Es gibt keine Ausbildungsinstitutionen für DJs, wo sie Titel erwerben, Stellen besetzen oder Preise für ihre gespielten DJ-Sets erhalten. Der »Wert« der DJs wird informell durch die Anerkennungspraxis von Szene-Akteur/innen wie von den DJs selbst erzeugt. Es ist demnach schlüssig, zunächst nach den (Selbst-)Definitionen von »guten« DJs zu fragen, um im nächsten Schritt die Anerkennungspraxis in den Musikszenen darzustellen.

2.3.1 Definitionen von »guten« DJs

Danach gefragt, was eine/n »gute/n« DJ ausmache, antwortet der Techno-DJ Sebastian mit der Aufzählung unterschiedlicher Kriterien:

»Gute DJs müssen im Prinzip alle dieses Gefühl haben, was spiel ich zu welcher Zeit. Ich muss auf die Leute eingehen können und nicht nur auf die Plattenspieler schauen, also den Augenkontakt mit den Leuten halten und eine Party machen. Und dann sollte man mixen können und ein Aufbaugefühl haben und natürlich auch eine gute Trackauswahl, aber das ist eine Geschmacksache. Wenn diese ganzen Dinge zusammenstimmen und im richtigen Moment zusammentreffen, dann hab ich einen Stil entwickelt und dann bin ich auch ein guter DJ.« (DJ, Techno, m)

»Gute« DJs müssen einen eigenen »Stil« entwickeln, dieser lässt sich, wie die Aufzählung veranschaulicht, als ein Ensemble der feldspezifischen Wissensbestände von DJs begreifen. Der DJ-Stil umfasst das verinnerlichte und objektivierte Musikwissen (Musikgeschmack und Tonträgersammlung), das inkorporierte Technikwissen (»Mix-Techniken«) sowie die Performance beim Auftritt, für die DJs ihr visuell verfasstes Wissen einsetzen, um eine non-verbale Kommunikation mit dem Publikum aufzubauen (»auf die Leute eingehen«). Zudem hebt Sebastian ein weiteres Kriterium hervor: das »Gefühl«, um einen »guten« Mix zu spielen, das »richtige« Musikstück im »richtigen Moment« auszuwählen und dem DJ-Set einen für das Publikum ansprechenden dramaturgischen Aufbau zu geben. Dieses »Gefühl« lässt sich abermals als ein »körperliches Können« (Hirschauer 2008) definieren, das sich u.a. im Fingerspitzengefühl der DJs für das Publikum und in ihrem Geschick für das »Mischen« der Musikstücke manifestiert.

Sebastian legt für seine Definition von »guten« DJs zunächst die Bewertungskriterien für ihre Leistung bei Auftritten entlang von verinnerlichten, objektivierten und visuell verfassten Wissensbeständen fest. Er misst die Leistung seiner Kolleg/innen aber letztlich daran, ob sie Szene-, Musik-, Technik- und visuell verfasstes Wissen zu einem individuellen DJ-Stil zusammenführen und zudem über das körperliche Können verfügen, angemessen auf die Stimmung der Club- und Barbesucher/innen reagieren zu können. Er geht also davon aus, dass keines der von ihm genannten Kriterien von »guten« DJs unerfüllt bleibt, denn erst ihre Kombination bringt einen Stil hervor.

Diese Vorstellung teilt Drum'n'Bass-DJ Paolo, indem der DJ-Stil – ein Ensemble aus Mix-Techniken, Musikgeschmack und Performance – zum Dreh- und Angelpunkt für seine Definition von »guten« DJs wird:

»Es gibt viele DJs, die haben die Technik, aber nicht den Geschmack. Und dann gibt es DJs, die haben zwar den Geschmack, aber nicht die Technik. Und dann gibt es DJs, die haben zwar den Geschmack und die Technik, aber keine Ahnung, wie sie die Musik präsentieren sollen. Alles zusammen im richtigen Ausmaß ergibt dann einfach einen Stil, der für Leute auf einer Party interessant [ist]. Aber das kommt erst mit der Zeit. [...] Es gibt viele gute, junge DJs, die super Mixe in kurzer Zeit machen, aber es war der falsche Moment, weil es fehlt ihnen das Gefühl, wann sie das machen sollen. Aber das kriegst du erst mit der Zeit raus.« (DJ, Techno, m)

Paolo ist davon überzeugt, dass DJs »mit der Zeit« ihren Stil und das »Gefühl« entwickeln, um die Mix-Techniken eben gerade nicht im »falschen Moment« einzusetzen. Durch die gesammelten Erfahrungen bei Auftritten in unterschiedlichen »Party«-Kontexten von der Clubnacht bis zur Ausstellungseröffnung verfügen DJs allmählich über das körperliche Können, situationsadäquat mit ihren Mix-Techniken, ihrer Performance und dem dramaturgischen Aufbau ihres DJ-Sets auf das Publikum zu reagieren. Die Zeit, von der Paolo spricht, beschränkt sich nicht auf die unmittelbare Zeitspanne für die Entwicklung eines Stils. Es ist auch die Zeit, die DJs in den jeweiligen Musikszenen verbringen, bevor sie mit dem DJ-ing beginnen. Die durch »Szene-Sozialisation« in den Habitus eingeschriebenen Begrüßungsrituale, Tanzschritte, Bewegungsabläufe, die szenespezifische Terminologie und dgl. dienen den DJs als Basis für die Entwicklung ihres Stils. Sie rekurren diesbezüglich auf den kollektiven Stil ihrer Musikszene und den Musikgeschmack der Szenegänger/innen und entwickeln allmählich durch ihre Beschäftigung mit Musik das Einüben der Mix-Techniken und das Spielen von Musik bei ihren Auftritten in Veranstaltungsorten einen zutiefst individuellen und inkorporierten Stil, der ihre feldspezifischen Wissensbestände umfasst.

Im Unterschied zum Drum'n'Bass-DJ Paolo vertritt Frank, der sich auf experimentelle elektronische Musik spezialisiert hat, eine andere Position. Er geht nicht davon aus, dass DJs durch ihre Investitionen an Zeit und durch die Erfahrungen, die sie bei Auftritten sammeln, einen eigenständigen Stil entwickeln. Für ihn ist vielmehr Talent die Voraussetzung:

»Ein guter DJ [...], das ist ja einer, der einen eigenen Stil hat, weil die, die das nicht schaffen, die sind einfach nur schlecht. Die haben keinen Geschmack und keine Ahnung, wie sie mit dem Publikum umgehen sollen. [...] Aber ein guter DJ, der weiß ganz genau, was er auflegt und wie er das mit den Leuten macht, dass denen das auch gefällt. Aber einen Stil, das kannst du nicht lernen. Das geht nicht. Du kannst die Technik lernen, ja, und du kannst in den Plattenläden rumhängen, ja, aber der letzte Funke, [...] den kannst du einfach nicht lernen, weil entweder du hast das Talent oder eben nicht.« (DJ, EEM, m)

Mit dieser Aussage schließt Frank an den gesellschaftlichen Tenor über musikalisches Talent an, der vor allem in der klassischen Musik und ihren Ausbildungsinstitutionen seine umfassende Bedeutung erlangte. In seiner Studie über Musikkonservatorien stellte Henry Kingsbury (1988) fest, dass Talent als eine »angeborene« Eigenschaft gehandelt wird, die einige wenige Studierende zu besitzen scheinen, wodurch sie es Wert seien, gefördert zu werden. Talent sei aber auch eine Eigenschaft, die nur von anderen, etwa den Musiklehrer/innen, erkannt werden könne – zu definieren vermag sie aber niemand genau.

Frank wendet diesen Diskurs über musikalisches Talent auf DJs an und definiert all jene als talentiert, die einen eigenständigen Stil entwickeln. Frank ist allerdings der einzige, der im Zusammenhang mit dem DJ-ing von Talent spricht und – so lässt sich hinzufügen – sich damit auch selbst Talent zuschreibt, obwohl Talent erst durch die Bestätigung anderer seine Wirksamkeit entfaltet.

Alle meine Interviewpartner/innen antworten auf meine Frage, was eine/n »gute/n« DJ ausmache, mit dem Stil. Sie bewerten – ungeachtet dessen, ob ein eigener Stil erst »mit der Zeit« entstehe oder Talent für seine Herausbildung eine notwendige Voraussetzung sei – die Leistung ihrer Kolleg/innen bei Auftritten an ihrem Stil. Damit wird zwar das zentrale Bewertungskriterium für die Leistung von DJs bei ihren Auftritten benannt, es sagt jedoch noch wenig über die Selbstdefinition der Befragten aus.

Ein erster Ansatzpunkt für ihre Selbstdefinition als »gute« DJs zeigt sich in der Beschreibung ihres Stils als eine logische Konsequenz ihrer musikalischen Sozialisation in der Kindheit und ihrer intensiven Beschäftigung mit Musik in der Jugend. In der Erzählung der Techno-DJ Samira wird dies deutlich:

»Zur Musik bin ich quasi automatisch gekommen, weil zu Hause auch immer Musik gehört worden ist. Es gab viele Klassik-Platten und mein Bruder hat Klavier gespielt und meine Mutter war ein großer Fan von Swing und Jazz. Und wie ich zum ersten Mal James Brown gehört hab, das hat mich total fasziniert. [...] Und dadurch, dass ich viele musikinteressierte Freunde hatte, habe ich auch verschiedenste Sachen kennen gelernt und dann schon sehr früh eine gute Plattensammlung. Dann hab ich 91 oder schon früher elektronische Musik kennen gelernt, als sich für die Musik in Wien niemand interessiert hat. Die Platten von DJ Rush und dann von Underground Resistance, also das war eine Art Initiation und musikalisch die Essenz dessen, was mir an Musik gefällt, die Beats, diese Energie und eine Art von Funk dabei. Gerade so Sachen spiele ich. Das ist eigentlich, was meinen Stil ausmacht.« (DJ, Techno, w)

Diese DJ ist kein Einzelfall mit ihrer Erzählung über die Omnipräsenz von Musik in der Familie und das frühe Interesse an Musik. Auch Fuat, DJ für experimentelle elektronische Musik, betont, dass »Musik in der Familie ein ständiger Begleiter war«. Ebenso hebt die Techno-DJ Sina hervor, in einer »Familie mit Tänzern und Musikern« aufgewachsen zu sein und ihre »Liebe zur Musik« aus dieser familiären Sozialisation resultiere:

»Meine Mutter hat mir schon als Kind die Musik eingeprägt, weil ich komme aus einer Familie mit Tänzern und Musikern. Da muss man Musik lieben. Mit acht hab ich meine erste Platte bekommen und mit vierzehn meine ersten Turntables gekauft. Die hab ich jetzt noch und [ich] hab nie aufgehört mit dem Plattenkaufen und im Keller im Haus von meiner Mutter immer die Platten gespielt.« (DJ, Techno, w)

Mit diesen Erzählungen bringen die DJs ihre Vorstellung zum Ausdruck, »gute« DJs würden aus Musiker/innenfamilien kommen, durch familiäre Sozialisation kulturelles Kapital durch »schlichte Gewöhnung« (Bourdieu 1993: 138) verinnerlichen und als Teenager ein eigenständiges Interesse für Musik entwickeln und beginnen Tonträger zu sammeln.

Diese Vorstellung verweist auf die Selbstkonstruktion als »gute« DJs, die nahtlos an die bekannten Vorstellungen über erfolgreiche Musiker/innenbiografien anschließt, deren Karrieren in der Kindheit ihren Anfang nehmen. Es erscheint als eine »logische Konsequenz«, dass erfolgreiche Musiker/innen Söhne und Töchter musikbegeisterter Eltern seien.

Teil der Selbstkonstruktion als »gute« DJs ist zudem, musikalische Neuentwicklungen vor allen anderen DJs zu erkennen und musikalische Trends zu schaffen. Samira beschreibt im obigen Zitat, »91 oder schon

früher« die Musik von DJ Rush gehört und die auf dem Techno-Plattenlabel Underground Resistance²⁵ veröffentlichten Tonträger gekauft zu haben. Mit der Angabe des Zeitpunkts verweist sie implizit darauf, kurz nach der Entstehung von Techno in den USA und dem Transport erster Techno-Platten nach Europa das musikalische Novum dieser Musik erkannt zu haben und ihren DJ-Kolleg/innen durch die Entwicklung eines einschlägigen DJ-Stil voraus gewesen zu sein. Sehr ähnlich beschreibt sich Pia, Drum'n'Bass-DJ:

»Ich war in der Schule immer schon ein Trendsetter. [...] Ich habe Musikzeitschriften gelesen und die Musik gekauft und habe jede Band gekannt und dann allen Leuten Kassetten überspielt und gemeint, das ist gut und das ist gut.« (DJ, DnB, w)

Der Begriff »Trendsetter« dient Pia dazu, ihre intensive Beschäftigung mit Musik als Teenager zu beschreiben, die die Investition an Zeit und Geld in den Kauf von Musikzeitschriften und Tonträgern verlangt, wobei – so lässt sich hinzufügen – die Eltern ihr dieses Hobby finanziell ermöglichten. Als »Trendsetter« akkumuliert Pia bereits in ihrer Jugend Musikwissen, sie sammelt Tonträger und entwickelt einen spezifischen respektive »guten« Musikgeschmack. In ihren DJ-Stil fließt all ihr kognitives und verinnerlichtes Musikwissen ein, das sie als Teenager akkumuliert hat:

»Alles, was ich je gehört hab, und das ist viel [...], also sicher nicht nur Drum'n'Bass, sondern auch dubbige Sachen, Downtempo und auch Metal und Grunge. Kommt bei meinem Stil alles hin und wieder vor.« (DJ, DnB, w)

Pia leitet ihren Musikstil beim DJ-ing stringent aus der intensiven Beschäftigung mit Musik und dem Sammeln von Tonträgern seit dem Teenageralter ab. Bereits damals war sie ein »Trendsetter« und in der Beschreibung ihres Stils wird erkennbar, dass sie sich auch heute noch als solcher versteht: Sie kombiniert Drum'n'Bass mit anderen, zum Teil gegenläufigen Musikgenres wie Grunge und Metal, wodurch ihr Stil außergewöhnlich wird.

25 DJ Rush, einer der ersten US-amerikanischen Techno-DJs und Musikproduzenten, wird als »Erfinder« des »Hard Techno«, ein schnelles und »hartes« Subgenre von Techno, rezipiert (http://de.wikipedia.org/wiki/DJ_Rush; Einsicht 05/2012); das Detroit'er Plattenlabel Underground Resistance, Ende der 1980er Jahre gegründet, galt lange Zeit als tonangebendes Plattenlabel für die neuesten musikalischen Entwicklungen in der Techno-Musik.

Ein letztes Element der Selbstkonstruktion »guter« DJs spricht Florian an:

»Mein Onkel, der hat eine Diskothek gehabt, und ich war dreizehn wie ich das erste Mal dort hineindurfte. Und da bin ich reingekommen und die Lichter, die Dekoration und die laute Musik, das war genau das, wo ich rein wollte, ja. Und dann hab ich die Anlage gesehen und die vielen Knöpfe und hab zum ersten Mal gesehen, wie das funktioniert, und hab dem DJ, der aufgelegt hat, ein bissl zugeschaut und war ganz fasziniert. Und dann war ich hin und weg und ich wusste, dass ich das machen will.«
(DJ, EEM, m)

Florian ist von den technischen Geräten und der Innenausstattung der Diskothek beeindruckt und entwickelt den Wunsch, DJ zu werden. Ähnliche Aussagen lassen sich in den Erzählungen der anderen befragten DJs erkennen, wenn sie über den Berufswunsch ihrer Kindheit und Jugend sprechen. Die Faszination für technische Geräte beschreiben allerdings nur einige meiner männlichen Interviewpartner als ein »Schlüsselmoment« für ihren Berufswunsch; die Mehrheit der Frauen spricht hingegen über ihre Entdeckung in der Kindheit, dass Musik bei ihnen und ihren Mitmenschen starke Emotionen hervorruft und sie daher den Wunsch entwickelten, Musikerin zu werden. Ungeachtet dieses geschlechtsspezifischen Aspekts in den Aussagen lässt sich der sehnliche Wunsch, Musiker/in werden zu wollen, als ein weiteres entscheidendes Element in der Selbstkonstruktion als »gute/r« DJ ausmachen.

»Gute« DJs, so lässt sich resümieren, konstruieren sich selbst als solche, indem sie sich einen innovativen DJ- bzw. Musikstil zuschreiben. Zudem kommen »gute« DJs aus so genannten Musiker/innenfamilien und akkumulieren durch die Omnipräsenz von Musik im familiären Alltag kulturelles Kapital. Ihr Berufswunsch, Musiker/in werden zu wollen und die Entwicklung ihres Musikstils werden als logische Konsequenz ihrer familiären Musiksozialisation und ihrer eigenständigen Beschäftigung mit Musik seit der Kindheit präsentiert. Überraschend an dieser stringenten Selbstkonstruktion als »gute« DJs ist die weitgehende Abwesenheit des Talent-Diskurses. Lediglich ein DJ meint, es wäre für die Herausbildung eigenständigen Stils notwendig, Talent zu haben. Er sagt damit – im Unterschied zu allen anderen Interviewten – ein DJ-Stil könne nicht erlernt werden.

In der vorangegangenen Analyse wurde außerdem erkennbar, dass die befragten DJs den Musikstil als ihre distinkte Eigenschaft verstehen. Sina

bringt diese entscheidende Bedeutung des Stils nochmals auf den Punkt, indem sie ihn als »Schlüssel am DJ-Sein« beschreibt:

»Man muss seinen eigenen Stil entwickeln, weil heutzutage ist es ganz einfach, DJ zu werden. Jeder kann sich Platten und CDs kaufen und spielen, aber einen Charakter und eine Wiedererkennung zu haben, das ist sehr wichtig. [...] Ich hab das Gefühl, dass die Leute wissen, wer ich bin. Die wissen ganz genau, wenn sie jetzt reinkommen in den Club, die sehen nicht einmal, wer der DJ ist, die wissen aber, ich spiel jetzt grad, weil ich einen eigenen Stil hab. Es ist wichtig, dass du einen Stil hast. [...] Das ist der Schlüssel am DJ-Sein.« (DJ, Techno, w)

Sina versteht sich in Konkurrenz zu anderen DJs – es reicht, Tonträger zu erwerben und sie abzuspielen –, dennoch vermag sie ihre Differenz zu anderen DJs durch ihren höchst individualisierten Stil, der ihr »Charakter« und »Wiedererkennung« verleiht, zu behaupten. Sie entwickelt einen derart signifikanten Stil, sodass er von den Clubbesucher/innen sogar akustisch, also ohne sie zu sehen, erkannt wird.

Der Musikstil gewährleistet den DJs ihre Wiedererkennung und Unverwechselbarkeit bei Publikum, Szene-Akteur/innen und Kolleg/innen. Er ist ihr »Markenzeichen«, das bei ihren Auftritten in Veranstaltungslokalen erkannt, bewertet und anerkannt wird. Wenn Sina also davon spricht, dass die Clubbesucher/innen ihren Stil sogar »blind« erkennen würden, will sie damit ausdrücken, jene Wiedererkennung hervorzurufen, die »gute« von »schlechten« DJs trennt. Die befragten DJs verbinden mit ihrem höchst individuellen Musikstil folglich die Vorstellung, eine wichtige Voraussetzung für eine erfolgreiche Karriere erfüllt zu haben.

2.3.2 Anerkennungspraktiken in den lokalen Musikszenen

Wie funktioniert die Anerkennung der DJs in den untersuchten Musikszenen? Welche feldspezifischen Anerkennungspraktiken entwickelt das Publikum in den Veranstaltungslokalen und wie drücken die befragten DJs ihre Anerkennung für ihre Kolleg/innen aus? Fuat schildert die szenespezifische Anerkennungspraxis in der experimentellen elektronischen Musikszene:

»Die Leute haben echt zugehört, was ich gespielt hab. Das hat den Leuten wirklich sehr gut gefallen. Sie waren zuerst ganz ruhig wie ich aufgehört hab und dann haben sie angefangen zu klatschen. [...] Im Prinzip kommt es auf die Zuhörer an. Wenn es

denen gefällt, dann ist es natürlich schön und dann freut es mich wirklich sehr. Es sind wirklich so viele Leute gekommen. Das war wirklich mein größter Erfolg.« (DJ, EEM, m)

Die Barbesucher/innen hören in konzertanter Atmosphäre der Musik zu, die Fuat spielt, und applaudieren nach Beendigung seines Auftritts. Diese Anerkennung bedeutet für Fuat Erfolg. Der DJ thematisiert mit dieser Beschreibung die Abhängigkeit seines Erfolgs vom Verhalten der Barbesucher/innen, weil sie über das Szene-Wissen verfügen, ihre Anerkennung oder Unzufriedenheit über feldspezifische Praxisformen auszudrücken. Erfolgreich sind nach Fuats Definition all jene DJs, deren Publikum mit der szenespezifischen Anerkennungspraxis vertraut ist und zu deren Auftritten möglichst viele Besucher/innen mit diesem Szene-Wissen erscheinen.

Erfolg definiert sich für die befragten DJs neben der Quantität des Publikums auch über dessen »soziale Qualität« (Bourdieu 1999/2001: 190) – so etwa für den Drum'n'Bass-DJ Paul, der in diesem Zitat über einen einzelnen Clubbesucher spricht:

»Da gibt's einen dreißigjährigen Mann, der ist verheiratet, hat eine riesengroße Bau-firma, der kommt ins Flex, um mich zu hören, weil er meinen Stil mag und sein größtes Kompliment, das er mir aussprechen konnte, war, dass er zu mir gesagt hat: Gratuliere, wegen dir drückt meine Blase immer, weil ich kann nicht einmal fünf Minuten vom Floor [Anm.: der Tanzfläche] runtergehen, weil du mich so fesselst, weil ich möchte nicht einmal diese fünf Minuten verpassen.« (DJ, DnB, m)

In der Drum'n'Bass- und Techno-Szene sollen die Clubbesucher/innen nicht sitzen, zuhören und applaudieren, sondern tanzen, jubeln und den gesamten Club in eine einzige Tanzfläche verwandeln. Paul könnte also in unserem Gespräch über die »Masse« der tanzenden und jubelnden Clubbesucher/innen erzählen, die zu seinen Auftritten in den Club kommt. Das tut er nicht. Er erwähnt lediglich einen Clubbesucher, der zu seiner Musik tanzt und ihm mitteilt, dass er seinen DJ-Stil schätzt. Warum erwähnt Paul gerade ihn? Was will der DJ ausdrücken, wenn er die »soziale Qualität« dieses Clubbesuchers anspricht? Was sagt die Anerkennung des Clubbesuchers über Pauls Erfolg als DJ?

Der Clubbesucher hat für Paul eine besondere Bedeutung, die sich vor dem Hintergrund der durchschnittlichen sozialen Zusammensetzung des Wiener Drum'n'Bass-Publikums erklärt. Drum'n'Bass-Clubnächte werden

in der Regel von 16- bis 20-jährigen Jugendlichen besucht, die Mehrheit der Wiener Drum'n'Bass-DJs ist kaum älter als 30²⁶. Der Clubbesucher gehört aufgrund seines Alters, seiner Lebensform (verheiratet) und seiner gesellschaftlichen Position (Unternehmer) nicht zur durchschnittlichen Besucher/innengruppe. Er repräsentiert eine kleine Publikumsgruppe aus der Mittelschicht mit höherem Einkommen, die Drum'n'Bass-Clubnächte regelmäßig besucht. Als Vertreter dieser Minderheit ist er für den DJ ein außergewöhnlicher »Fan« seiner Musik. Paul vermag folglich mit seinem DJ-Stil nicht nur die herkömmlichen Clubbesucher/innen anzusprechen, sondern auch die kleine Minderheit der älteren. Im Unterschied zu Fuat, der über die vielen Barbesucher/innen spricht, die zu seinen Auftritten kommen, durch die er zu einem erfolgreichen DJ wird, konstruiert Paul seinen Status als erfolgreicher DJ über die Anerkennung eines außergewöhnlichen Clubbesuchers.

Die zuteilwerdende Anerkennung des Publikums ist ein wichtiges Kapital der DJs, denn Anerkennung bedeutet Erfolg. DJs können dieses Kapital für sich nicht vermehren, sie können jedoch ihre Kolleg/innen mit ihren feldspezifischen Anerkennungspraktiken auf- bzw. abwerten. Sie sind wesentlich am Konstruktionsprozess ihrer Kolleg/innen als »gute« und erfolgreiche DJs beteiligt.

Eine charakteristische Anerkennungspraxis zeigte sich bei der Beantwortung meiner Frage, was eine/n »gute/n« DJ ausmache: Die Interviewten antworten darauf häufig mit der Auflistung der Namen bekannter DJs aus der eigenen wie aus anderen elektronischen Musikszenen. Bei diesem »Name Dropping«, dem extensiven Nennen der Namen einzelner Kolleg/innen, schreiben sie ihnen einen »guten« DJ-Stil zu. Diese Anerkennungspraxis lässt sich im Zitat der Techno-DJ Sina erkennen:

»Der [...] und der [...] und der [...], die sind alle super DJs, die haben einen super Stil und die sind super Musikproduzenten, weil der [...] war der erste, der mich zum Auflegen eingeladen hat und mich eigentlich rausgebracht hat. Genauso wie der [...], der mich in die verschiedenen Clubs mitgenommen hat, mich anderen vorgestellt hat

26 Die Angaben zum Alter der Besucher/innen von Drum'n'Bass-Clubnächten reultieren aus meinen Unterhaltungen mit den Clubbesucher/innen selbst, den Gesprächen mit Clubbetreiber/innen und Türsteher/innen sowie aus meinen Beobachtungen. Die Angaben zum Alter der Drum'n'Bass-DJs sind Ergebnisse meiner Interviews.

und mich auflegen hat lassen. Sie sind alle meine Unterstützer, meine Mentoren. Sie sind alle super DJs.« (DJ, Techno, w)

Sina wird von einer Reihe männlicher Kollegen gefördert, indem sie von ihnen zu Auftritten eingeladen, zu deren Auftritten mitgenommen und anderen DJs persönlich vorgestellt wird. Ihre »Gegenleistung« besteht darin, diese Kollegen als ausgezeichnete (»super«) DJs und Musikproduzenten zu beschreiben und sie bezeichnet sie sogar als ihre Mentoren. In dieser Anerkennungspraxis verbirgt sich die Selbst- und Fremdzueweisung von hierarchisch angeordneten Positionen im Feld. Auf der gleichen sozialen Praxis basiert die Anerkennung der beiden Techno-DJs Samira und Sandra:

»Es ist ganz schön cool, wenn so ganz junge Frauen oder ganz junge Männer, die mit dem Auflegen anfangen, wenn die herkommen und mir mitteilen, dass ich jetzt eine Art Vorbild für sie bin.« (DJ, Techno, w)

»Es kommen ständig irgendwelche jungen Typen und junge Mädels, die mich fragen: Was hältst du von meinem Stil? Die suchen nach mir und wollen wissen, wie sie das am besten machen können. Das zeigt mir sehr viel Respekt.« (DJ, Techno, w)

Junge Männer (»Typen«) und junge Frauen (»Mädels«) demonstrieren mit dieser Anerkennungspraxis ihren »Respekt« gegenüber älteren DJs, indem sie den Älteren eine ihnen übergeordnete Position als »Mentoren« und »Vorbilder« einräumen. Dieser »Respekt« lässt das biologische Alter zu einer entscheidenden sozialen Variable für Anerkennung werden, und, das Alter ist folglich auch bestimmend für die Positionen der DJs im Feld.

Das Gegenteil von »Respekt« ist das »Dissen«. Über diese Erfahrung spricht Sina:

»Total viele DJs haben mich am Anfang gedissst. Auf jeden Fall. Sie haben ur-schlecht über mich geredet und gesagt, ich bin kein guter DJs, weil ich ja gar nicht mixen kann und keinen eigenen Stil [hab] und so. Und das alles nur, weil ich eine Frau bin, ja. Also Frauen haben's auf alle Fälle härter, Anerkennung zu bekommen in der Szene.« (DJ, Techno, w)

Die »schlechte Nachrede«, das »Dissen« anderer DJs, wirkt sich nachhaltig negativ auf den »Ruf« aus. Sie gelten als »schlecht«, wodurch ihnen in der Hierarchie der DJs eine der untersten Positionen zugewiesen wird.

DJs bringen durch ihre Anerkennungspraktiken also nicht nur »gute« DJs hervor. Durch die »schlechte Nachrede« (»dissen«) wird auch der Gegenpol – »schlechte« DJs – erschaffen. Sina führt ihre »schlechte Nachrede«, das »Dissen« ihrer Person, auf ihre Geschlechtszugehörigkeit zurück. Sie musste am Beginn ihrer Karriere nicht nur gegen ihre »schlechte Nachrede« ankämpfen, sondern auch stärker um Anerkennung kämpfen als ihre männlichen Kollegen. Diese Erfahrung macht auch Pia, Drum'n'Bass-DJ:

»Ich wurde am Anfang sehr oft einfach belächelt und nicht ernst genommen. Sie stehen da und schauen dir auf die Finger und kommen mit so Kommentaren wie Für eine Frau ist das eh ganz gut. Das sagen Typen, die von sich behaupten, sie sind für Gleichberechtigung und die sagen dann Für eine Frau hast du eh einen ganz guten Stil und checken aber dann die Ironie an dieser Sache überhaupt nicht. Das ist überall gleich und das ist jetzt auch nicht das Mörderproblem.« (DJ, DnB, w)

Es handelt sich hier nicht um die Selbstzuweisung einer untergeordneten Position in der feldspezifischen Hierarchie der DJs aufgrund mangelnder Erfahrung oder eines (noch) nicht entwickelten charakteristischen Musikstils, sondern um eine dezidierte Abwertung qua Geschlecht durch die männlichen Kollegen. Pia benennt diese erfahrene Abwertung, relativiert sie jedoch – kein »Mörderproblem«. Sie scheint nicht der Rede wert zu sein, weil es ohnehin zum unausgesprochenen Konsens des Feldes gehöre, dass Frauen vor allem am Beginn ihrer DJ-Tätigkeit von ihren männlichen Kollegen abgewertet und »gedisst« werden. Frauen mögen zwar »gut« sein, aber ihre Fähigkeiten scheinen nicht auszureichen, um so wie ihre männlichen Kollegen in die ober(st)e DJ-Hierarchie aufzusteigen.

Das Bild von männlichen DJs als »gute« DJs manifestiert sich auch im »Name Dropping« meiner Interviewpartner und in den Listen der »Top 100 DJs of the World«. Die befragten Männer nennen in ihren Aufzählungen »guter« DJs ausschließlich männliche Kollegen. Frauen kommen in diesen Aufzählungen selbst dann nicht vor, wenn ein männlicher DJ über Jahre gemeinsam mit derselben Kollegin auftritt. Auf meine Nachfrage, ob er seine Kollegin nicht als »gute« DJ einschätzen würde, antwortet Techno-DJ Sebastian: »Ja, selbstverständlich. Die hat einen super Stil. Die hat das wirklich perfektioniert, aber sie wäre mir jetzt nicht eingefallen.« Auf den »Top 100 DJ«-Listen des britischen Magazins für elektronische Musik DJ Mag, die jährlich durch virtuelles Publikumsvoting entstehen und an denen

mehr als 200.000 Musikfans teilnehmen, um den »besten DJ der Welt« zu wählen, rangiert die erste Frau im Jahr 2007 auf Platz 83, in den Jahren 2008 und 2009 jeweils auf Platz 75 und 2010 auf Platz 93. 2011 wird keine einzige Frau unter den »Top 100 DJ« erwähnt. (www.djmag.com; Einsicht 05/2012).

DJs beeinflussen mit ihren Anerkennungspraktiken wesentlich den Status ihrer Kolleg/innen im Feld, weil diesen damit spezifische Positionen in der Hierarchie zugeteilt werden. Sie sprechen ihnen ihren »Respekt« aus oder »dissen« sie – eine unmissverständliche Absage. Das Kennen und Wertschätzen anderer DJs ist deren »Ruhm« respektive deren symbolisches Kapital, das wiederum auf die DJs, die diese Anerkennung aussprechen, zurückwirkt – vor allem dann, wenn sie gemeinsam mit diesen Kolleg/innen zu Auftritten bei Clubnächten eingeladen werden. Wenngleich sich auch die befragten Frauen als »gute« DJs in den Interviews konstruieren, wird deutlich, dass sie weniger Anerkennung als männliche DJs erhalten und häufiger »gedisst« werden. Die fehlende Anerkennung der DJ-Frauen korrespondiert mit dem Bild, Männer seien »gute« DJs.

2.4 Wie kommen DJs zu ihren Auftritten?

DJs treten in Clubs und Bars der lokalen Musikszene und mit voranschreitender Karriere in den »angesagten« Veranstaltungsorten außerhalb Österreichs und bei internationalen Musikfestivals auf. Mit der kontinuierlich steigenden Zahl an Auftritten und den Honoraren für die gespielten DJ-Sets amortisieren sie ihre anfänglichen Investitionen an Zeit und Geld und können allmählich ihren Lebensunterhalt mit dieser Tätigkeit verdienen.

In den vorangegangenen Kapiteln habe ich die (Selbst-)Definitionen als »gute« DJs und die Anerkennungspraktiken der DJs herausgearbeitet. Nun diskutiere ich die Interviewsequenzen, in deren Mittelpunkt die Erzählungen der DJs über den Zugang zu Auftritten bei Szene-Events stehen, mit denen sie sich zunächst in der lokalen Musikszene einen Namen machen und später über die geografischen Grenzen hinaus. Die häufig genutzten Möglichkeiten der befragten DJs, um regelmäßige Auftritte bei Clubnächten zu platzieren, sind das kontinuierliche Veranstellen von Szene-Events, die »Aufnahme« in eine existierende DJ-Crew oder die Arbeit in einem Plattenladen.

2.4.1 Das Veranstanden von Szene-Events

Häufig veranstalten DJs zu Beginn ihrer DJ-Tätigkeit Clubnächte, um zu regelmäßigen Auftritten in Clubs und Bars zu gelangen. Dieser Organisationsstätigkeit gehen sie zumeist so lange nach, bis sie sich in ihrer jeweiligen Musikszene einen Namen machen konnten. Techno-DJ Sebastian beginnt in der Anfangsphase der Wiener Techno-Szene mit dem DJ-ing und dem Veranstanden von Szene-Events:

»Zum Auflegen hab ich 91 angefangen. [...] Das war in dieser ganzen Phase, wie Techno so extrem abgehoben hat, und ich war ganz am Anfang mit dabei, und wir haben so Partys als Erste in Wien gemacht. [...] Ich bin halt wirklich so mit diesem Hype mitgestartet und das war auch das riesengroße Glück, dass ich zur richtigen Zeit am richtigen Ort war und dass dann alles voll losgegangen ist. So was kann man natürlich nicht planen, weil entweder hat man Glück und man schwimmt im Fahrwasser einer musikalischen Revolution, die Techno damals war, mit, oder nicht. Also ich hatte damals auf jeden Fall Glück.« (DJ, Techno, m)

Sebastian präsentiert sich als Mitbegründer der Wiener Techno-Szene, die sich zu Beginn der 1990er Jahre langsam formiert und innerhalb weniger Jahre einen enormen Anstieg an kulturellem und symbolischem Kapital erfährt. Dass er von der steigenden Popularität der Musikszene profitiert und durch die Organisation von Clubnächten, bei denen er selbst auftritt, als DJ bekannt wird – und in der Folge auch die Anzahl seiner Auftritte bei Clubnächten erhöhen kann – führt er darauf zurück, »zur richtigen Zeit am richtigen Ort« gewesen zu sein und »riesengroßes Glück« gehabt zu haben. Sebastian vermittelt den Eindruck, eine erfolgreiche DJ-Karriere könne nicht geplant werden, weil seine eigene ein Ergebnis von Glück gewesen sei.

Drum'n'Bass-DJ Pia betont andere Aspekte in ihrer Erzählung über den Zugang zu Auftritten bei Clubnächten. Zu ihren ersten Auftritten kommt sie erst durch oftmalige Nachfrage bei einem Barbetreiber, ob sie in seinem kleinen Veranstaltungslokal auftreten könne. Als dieser nur wenig Interesse zeigt und Pia nach einigen Monaten durch einen bekannteren DJ ersetzt wird, entschließt sie sich gemeinsam mit einer Kollegin, einmal monatlich eine Drum'n'Bass-Clubnacht zu veranstalten. Die beiden Frauen übernehmen diese Veranstaltungsorganisation über zwei Jahre hinweg und bemühen sich um Sponsoren mit dem Ziel, österreichische und internationale Drum'n'Bass-DJs gegen Bezahlung einladen zu können. Mit diesen Szene-Events, bei denen sie auch selbst auftreten, machen sie sich allmählich

einen Namen, sodass sie schließlich eine »DJ-Residency« erhalten: die Einladung von einem Clubbetreiber, einmal wöchentlich in seinem angesagten Drum'n'Bass-Club gemeinsam mit anderen DJs aufzutreten. Für Organisation und Bewerbung dieser Events tragen nicht länger die beiden Frauen die Verantwortung, sondern der Clubbetreiber, mit dem auch die Höhe der Honorare für die Auftritte verhandelt wird. Pia resümiert die Zeit, in der sie und ihre Kollegin sich in der lokalen Drum'n'Bass-Szene einen Namen machen, so:

»Die Residency war ein gewisses Sprungbrett, weil dadurch haben wir viel leichter andere Bookings bekommen. Nicht nur in Wien, auch bei den anderen Clubs in Österreich. Aber wir haben uns das halt echt mit unserer Clubnacht, und alles was in weiterer Folge entstanden ist, selbst erarbeitet und das war teilweise ein Hundert-Stunden-Job in der Woche mit dem Organisieren. Wir sind den anderen Weg gegangen, sozusagen, eben nicht über diese männliche Freunderlwirtschaft.« (DJ, DnB, w)

Pia spricht einen zentralen Aspekt für den Zugang zu Auftritten bei Clubnächten an – die Freundschaften mit DJs und Eventveranstalter/innen, die Einladungen zu Auftritten an befreundete »Newcomer« aussprechen. Der von der DJ betonte Arbeitseinsatz, den sie und ihre Kollegin für die Organisation eigener Clubnächte erbracht haben, wird als Gegensatz zu dieser »männlichen Freunderlwirtschaft« präsentiert. Die DJ will damit sagen, dass sie und ihre Kollegin sich nicht auf ihre sozialen Beziehungen zu DJs und Veranstalter/innen verlassen, sondern gezielt daran gearbeitet haben, sich einen Namen zu machen. Die Begriffe »Selbstorganisation« und »Arbeit« sind folglich bestimmend für Pias Erzählung.

»Selbstorganisation« lässt sich auch in der Schilderung der Techno-DJ Sara als zentraler Begriff ausmachen. Sara spricht allerdings nicht davon, einen »anderen Weg« als die »männliche Freunderlwirtschaft« einzuschlagen, sondern vermittelt den Eindruck, dass ihr keine andere Möglichkeit als das Veranstalten von Szene-Events für die Platzierung regelmäßiger Auftritte offenstand:

»Ich merk einfach immer wieder, dass ich zu den Männernetzwerken, wo die gemeinsam auflegen und zusammensitzen und über Musik reden, als wenn das eine Wissenschaft wäre, und Musikhaken, dass ich da keinen wirklichen Zugang finde. Sie wollen halt nix mit dir als Frau zu tun haben und schon gar nicht am Anfang. [...] Und dann hab ich die Idee mit dem Club gehabt, dass ich einfach meine eigenen

Strukturen schaffe, weil als female DJ am Anfang hast du große Schwierigkeiten, einen Zugang zur Szene zu finden und auch eine Regelmäßigkeit zu platzieren. Das ist aber sehr sehr wichtig, weil wer soll dich denn kennen, wenn du nicht regelmäßig auftrittst.« (DJ, Techno, w)

Diese »Männernetzwerke« mit geschlossen Grenzen und fest definierter Zugehörigkeit lassen sich als informelle »Szene-Netzwerke« beschreiben, in deren Mittelpunkt das gemeinsame Musikinteresse, der Austausch von Musikwissen und das kollektive Musikmachen im Wohnzimmer-Studio steht. Diese Szene-Akteure nehmen durch die Akkumulation von kulturellem, sozialem und symbolischen Kapital eine »Gatekeeping-Position« in den Musikszenen ein. Die Zugehörigkeit zu einem oder mehreren dieser Netzwerke respektive die Freundschaften mit DJs, Musikproduzent/innen und Veranstalter/innen von Clubnächten symbolisieren das soziale Kapital der DJs, das Sara, selbst heute als renommierter Techno-DJ, verwehrt bleibt, weil – so Saras Einschätzung – männliche Akteure ihre Netzwerke gegenüber Frauen geschlossen halten. Diesen Ausschluss kompensiert die DJ mit der Veranstaltung regelmäßiger Clubnächte, wodurch sie letztlich ihr eigenes Szene-Netzwerk aufbaut. Sara verortet ihre Ausschlüsse jedoch nicht als soziales Einzelphänomen, das lediglich sie erfahren habe – grundsätzlich würden unbekannte DJ-Frauen mit der Schwierigkeit zu kämpfen haben, Zugang zu den männlich dominierten Szene-Netzwerken zu finden und zu Auftritten eingeladen zu werden. Ihre »Selbstorganisation« – das »Schaffen von eigenen Strukturen« durch die Veranstaltungstätigkeit –, ermöglicht es, ihrem Karriereverlauf eine positive Wendung zu geben.

DJ Sebastian hingegen, der ebenfalls Clubnächte organisiert, stellt sich als Mitbegründer der Wiener Techno-Szene dar, dessen Karriere durch Glück und Zufall ihren Gang genommen habe. In seiner Erzählung verbirgt sich eine gewisse Leichtigkeit, weil er nicht um den Zugang zu einem Szene-Netzwerk ringen muss, sondern sich als einen zentralen Akteur eines Szene-Netzwerkes präsentiert. Die beiden Frauen verbinden ihren Erfolg, sich als DJs bekannt gemacht zu haben, mit Selbstorganisation und Arbeit. Diese Strategien der Selbstdarstellung, die sich in den Erzählungen über den Zugang zu Auftritten bei Clubnächten offenbaren, sind geschlechtsspezifisch. Sie resultieren bei den beiden Frauen aus den erfahrenen Ausschlüssen aus »Männernetzwerken« und der Ablehnung »männlicher Freunderlwirtschaft«, bei Sebastian hingegen aus der Gewissheit, Teil eines Szene-Netzwerkes zu sein.

Samira thematisiert neben der Ausschlusserfahrung die ambivalenten Vorteile, die sie als unbekannte DJ-Frau zu Beginn ihrer Karriere bei den Veranstaltern hat:

»Es war ein Vorteil, als Frau unterwegs zu sein, weil es kaum Frauen gibt. Insofern hab ich mich von der grauen großen Masse der Nachwuchs-DJs abgehoben, weil ich ein Unterscheidungsmerkmal hatte und insofern auch in Erinnerung blieb. Es gibt natürlich immer wieder so peinliche und blöde Sachen mit idiotischen Titeln wie »DJ Girls« oder »Space Girls«, wo ich nur aufgrund des Geschlechts gebucht wurde und was man ohne weiteres als demütigend empfinden kann. Aber ich war da am Anfang relativ unempfindlich und hab das als Chance genommen, Geld zu verdienen und einen Auftritt zu haben. Heute mache ich das auch nicht mehr. Aber bei den wirklich coolen Sachen war ich sehr selten dabei, weil da bleiben die Männer eh unter sich.« (DJ, Techno, w)

Samira erfährt aufgrund ihrer Geschlechtszugehörigkeit den Mechanismus des »Tokenism« (Kanter 1977) als herrschendes Prinzip in der Musikszene: Als Frau unterscheidet sie sich von anderen Nachwuchs-DJs, weil sie aufgrund der Unterrepräsentanz von DJ-Frauen bei Veranstaltern in Erinnerung bleibt und erneut gebucht und/oder weiterempfohlen wird; zahlreiche Einladungen basieren, so die DJ, jedoch nicht auf ihrem Musikstil, sondern werden aufgrund ihres Geschlechts ausgesprochen, das dadurch in besonderer Weise auffällig wird²⁷. Zu Karrierebeginn nimmt Samira die ihr zugewiesene Position als »Token« in der Musikszene mit der Begründung hin, überhaupt bei einem Szene-Event auftreten und damit Geld für ihren Lebensunterhalt verdienen zu können. Heute, als renommierte DJ, lehnt sie eine derartige Einladungspolitik, die mit »Etikettierungen« und »Markierungen« qua Geschlecht verbunden ist, strikt ab. Der »Tokenism«, der in Samiras Erzählung deutlich wird, manifestiert sich auch bei der Gestaltung der Flyer zur Bewerbung von Clubnächten: Häufig finden sich auf den Flyern der Veranstalter Frauen in lasziven, halbnackten Posen.

Sara und Samira beschreiben die Position von DJ-Frauen in den Musikszenen als eine, die sich zwischen ambivalenten Inklusionen in das DJ-Line-Up der Clubnächte und Exklusionen aus »Männernetzwerken« bewegt. Diese Beschreibungen korrespondieren mit jenen der befragten

27 Zum Tokenismus in der DJ- und Hacker-Kultur vgl. Schirmer und Weckwert 2006.

Frauen über die Abwertungen ihrer Leistung bei DJ-Auftritten, die sie erfahren haben, und ihren Kampf um Anerkennung (vgl. 2.3.2).

2.4.2 Die »Aufnahme« in eine etablierte DJ-Crew

Paul veranstaltet keine Clubnächte, um auftreten zu können. Er wird als unbekannter DJ von einer »Crew«, einem losen Zusammenschluss aus DJs und Veranstalter/innen, als Mitglied aufgenommen. Wie es dazu kam, beschreibt der Drum'n'Bass-DJ so:

»Ich war so 16 und ich bin am Montag immer in den Dub Club und am Donnerstag immer in den Sub Club ins Flex gegangen. Da hab ich lustigerweise den [...] kennen gelernt. Der war damals bei den Trife Life Jungs, und weil ich die gekannt habe und weil wir auch alle auf derselben Wellenlänge waren, haben sie mich dann eigentlich aufgenommen, und weil dem [...], der Trife Life gegründet hat, mein Stil gefallen hat. Der hat mich im Club Massiv spielen lassen und dann ins Flex mitgenommen, und wer im Flex bei Trife Life spielen durfte, der war sofort gefragt. Man muss zur richtigen Zeit am richtigen Ort sein, um eine Chance zu bekommen. Der Rest ist dann einfach auch üben, üben, üben, durchhalten und dann auch wieder Glück haben.« (DJ, DnB, m)

Paul kommt zu DJ-Auftritten zunächst als Besucher, indem er regelmäßig die Trife-Life-Clubnächte besucht; wenig später wird er als Mitglied in die Trife-Life-Crew aufgenommen. Diese Mitgliedschaft markiert einen Wendepunkt in seiner Karriere, die sich jeder Planung entziehen würde, weil sein Erfolg auf der Gelegenheit basiere, mit einer etablierten DJ-Crew zu arbeiten und seine Kollegen und das Clubpublikum mit DJ-Auftritten zu beeindrucken. Im Unterschied zu Sebastian, der in seiner Erzählung ebenfalls auf die Unplanbarkeit einer DJ-Karriere verweist (siehe Eingangszitat), spricht Paul auch seine Bereitschaft an, das DJ-ing intensiv zu Hause geübt und Durchhaltevermögen bewiesen zu haben. Diese Bereitschaft wird als Voraussetzung definiert, um die Einladungen zu einem Auftritt bei einer Clubnacht zum eigenen Vorteil zu nutzen. Paul scheint diese Voraussetzungen erfüllt zu haben, weil er sich selbst rückblickend bereits am Beginn der Karriere als »guter« DJ beschreibt, und zudem das notwendige soziale Kapital – die Mitgliedschaft in einer DJ- und VeranstaltungscREW – für Einladungen zu Auftritten bei Clubnächten akkumuliert.

Peter, ein weiterer Drum'n'Bass-DJ, thematisiert zusätzliche Voraussetzungen, indem er zum einen über spezifische Eigenschaften spricht, die

unbekannte DJs für eine Inklusion in eine etablierte Crew besitzen sollten, zum anderen die feldspezifische Anforderung an (unbekannte) DJs thematisiert, einen »guten« DJ-Stil entwickeln zu müssen. Deutlich zeigt sich in seiner Schilderung, dass Frauen und Männer die für eine »Aufnahme« in eine DJ-Crew relevanten Eigenschaften unterschiedlich zu verkörpern scheinen:

»Die Frauen sind zurückhaltender, was es ihnen schwerer macht, sich irgendwo zu etablieren, weil man muss am Anfang als unbekannter DJ penetrant sein, [um] wo reinzukommen, weil nur mit netten Blicken wird's nicht funktionieren. (*lacht*) Es gibt einige Frauen, aber natürlich viel weniger als Männer. Bei den Männern ist halt der Geltungsdrang einfach größer und deswegen bleiben die auch dran, weil viele Frauen lassen es dann einfach. Aber wenn eine Frau wirklich will und einen guten Stil hat, dann ist es sicher kein Problem, es zu schaffen. Davon bin ich überzeugt.« (DJ, DnB, m)

Peter geht davon aus, ein »guter« DJ-Stil und ebensolche Auftritte in den Musikszenen würden zu Anerkennung und Erfolg führen. Diesem Leistungsprinzip scheinen Frauen nicht gewachsen zu sein, weil die für eine »Aufnahme« in eine etablierte Crew und letztlich auch die für Erfolg relevanten Eigenschaften – nämlich Ausdauer (»dran bleiben«), das Bedürfnis nach Anerkennung (»Geltungsdrang«), Durchsetzungsvermögen und Hartnäckigkeit (»Penetranz«) – mit Männern in Verbindung gebracht werden, wodurch das Bild entsteht, Männer seien »gute« DJs. Anders formuliert: Das Bild, Männer seien »gute« DJs (vgl. 2.3.2) wird mit spezifischen Eigenschaften in Verbindung gebracht, die männliche DJs auszuzeichnen scheinen. Es entspricht dem in unserer Gesellschaft idealisierten Bild erfolgreicher durchsetzungsfähiger Männlichkeit. Dieses Bild der »guten« DJs wird durch Strategien der Selbstdarstellung aufrechterhalten und reproduziert, in deren Mittelpunkt Zufälle und Glück als bestimmende Faktoren für die positive Wendung ihres Karriereverlaufs stehen. Dass die Unterrepräsentanz von DJ-Frauen jedoch nicht mit einem mangelnden Musikstil oder mit ihnen fehlenden Eigenschaften zu erklären ist, sondern vielmehr mit ihren Ausschlüssen aus männlich dominierten Szene-Netzwerken, mangelnder Anerkennung durch ihre Kollegen und Tokenism als herrschendes Prinzip in den Musikszenen, illustrieren die Narrative der Frauen über ihren Zugang zu den ersten und folgenden Auftritten bei Clubnächten.

Ihren Erfolg führen sie folglich nicht auf Zufälle und Glück zurück, sondern auf Selbstorganisation und Arbeit.

2.4.3 DJ und Plattenverkäufer/in: Eine profitable Doppelfunktion

DJs streben zu Karrierebeginn häufig einen »Doppelstatus« mit subjektiven Profiten (Bourdieu 1999/2001: 359) in der lokalen Musikszene an und behalten diesen auch bei, wenn sie mit Auftritten bei Clubnächten nicht genügend Geld für ihren Lebensunterhalt verdienen können. Neben der Arbeit als Musikjournalist/in für Printmedien und/oder Radiosender oder als Kellner/in in einem Szene-Lokal gehört die Arbeit in Plattenläden zu einer der effizientesten »Doppelfunktionen«, deren subjektive Profite für DJs im Zugang zu Tonträgern, szeneeinternen Informationen und Auftritten bei Szene-Events liegen. Der Plattenladen ist neben Clubs und Bars ein zentraler Szene-Ort, an dem sich die überwiegende Mehrheit der Akteur/innen einer lokalen Musikszene treffen.

Stefan entscheidet sich, kurz nachdem er mit dem DJ-ing begonnen hat, als Plattenverkäufer in einem Wiener Plattenladen zu arbeiten:

»Dadurch, dass ich im Plattenladen gearbeitet habe, habe ich auch wesentlich mehr Bookings bekommen. Es ist nicht nur einmal passiert, dass im Plattenladen jemand von irgendeiner Werbefirma angerufen hat, die eine Party macht, und vollkommen hilflos sagt: Wir brauchen einen DJ. Können Sie uns jemanden empfehlen? Dann habe ich mich selbst empfohlen. Und die DJs, die im Plattenladen ständig rumgestanden sind, die haben mich dann auch mehr eingeladen und weiterempfohlen. Das ist insofern alles gut zusammengetroffen, weil das war grad auch die Zeit, wie internationale DJs nach Wien gekommen sind. Da hab ich gesehen, dass die sogar davon leben und ein Flugticket bezahlt bekommen. Und dann hab ich das als einen möglichen Weg für mich gesehen, auch mit der Arbeit im Plattenladen. Das war ungefähr 95 oder 96. Spätestens dann hab ich gesagt, okay, jetzt bemühe ich mich um Bookings.« (DJ, Techno, m)

Als Plattenverkäufer besetzt der DJ eine mit hoher Entscheidungsmacht ausgestattete Position in der Musikszene, die ihm erlaubt, die Informationsweitergabe über die neuesten Tonträger an die Kund/innen gezielt zu kontrollieren (vgl. 2.1), das entscheidende soziale Kapitel für Einladungen zu DJ-Auftritten, nämlich Kontakte zu anderen DJs und Veranstalter/innen von Szene-Events, zu akkumulieren und bei telefonischen Anfragen sich

selbst als DJ zu empfehlen. Der zentrale subjektive Profit aus seiner Doppelfunktion als DJ und Plattenverkäufer ist die erhöhte Auftrittshäufigkeit bei Szene-Events.

Seiner Entscheidung für die Arbeit im Plattenladen und sein verstärktes Bemühen um Auftritte gehen seine Szene-Beobachtungen voraus, denn er realisiert, dass DJs ab Mitte der 1990er Jahre ihren Lebensunterhalt mit dem Auftritten bei Clubnächten verdienen können. Diese Beobachtungen nähren seine Hoffnung auf regelmäßige Auftritte, denn er weiß um die Abhängigkeit einer ökonomisch erfolgreichen DJ-Karriere von der DIY-Ökonomie der lokalen Techno-Szene. Stefan arbeitet folglich gezielt auf eine erfolgreiche Wende seines Karriereverlaufs durch die Erhöhung seiner Auftrittshäufigkeit hin.

Die schwache oder starke Ausprägung der ökonomischen Feldstrukturen einer lokalen Musikszene ist ein bestimmendes Kriterium sowohl für die Anzahl der Auftritte, die sich für DJs überhaupt bieten, wie für die Höhe der Honorare.²⁸ Zwei der Interviewpartner/innen, die sich bereits Ende der 1980er Jahre für die DJ-Tätigkeit entscheiden, sprechen von der langsamen Entwicklung der Wiener Techno-Szene, die anfangs kaum Auftrittsmöglichkeiten bietet. Sie entschließen sich beide, Wien für einige Jahre zu verlassen, um in Berlin bzw. New York als DJs Fuß zu fassen. Samira beginnt im Berliner Plattenladen Hardwax zu arbeiten, der sich als »Institution im großen internationalen Techno-Netzwerk« (Samira) etablierte.

»Die Clubs in Berlin haben DJs aus Detroit und Chicago eingeladen und die kamen dann im Hardwax vorbei. Insofern gab es schon bewährte Kontakte und einen guten Zugang, nicht nur zur Berliner Techno-Szene, sondern auch international, weil die ganzen namhaften DJs sind regelmäßig dorthin gekommen, und die Club-Betreiber

28 Die Wiener Drum'n'Bass-Szene und die Szene für experimentelle elektronische Musik weisen im Vergleich zur Wiener Techno-Szene bis heute ökonomisch bescheidenere Strukturen auf. Renommiertere Wiener Drum'n'Bass-DJs erhalten für ihre Auftritte in Österreich maximal 300 Euro, außerhalb Österreichs ca. 1000 Euro, in seltenen Fällen bis zu 3000 Euro. Auf einem niedrigeren Niveau liegt die Bezahlung der Auftritte von DJs der experimentellen elektronischen Musik. Die Honorare für bekannte Wiener Techno-DJs bei Auftritten in Österreich bewegen sich ab 300 Euro, bei Auftritten in europäischen Metropolen außerhalb Österreichs erhalten sie bis zu 5000 Euro, in seltenen Fällen mehr. Diese Angaben machten die befragten DJs in den Interviews.

haben sich regelmäßig blicken lassen. Das war schon wichtig. Und der Name, also Hardwax, blieb an mir wie ein Label, wie ein Etikett, weil die Leute haben auch im Hardwax angerufen und mich gebucht. Und wie ich dann vom Hardwax weg bin, hab ich mir gedacht, dann fehlt mir das Etikett. Es war aber gar nicht so, weil die Leute haben dann in Wien angerufen.« (DJ, Techno, w)

Durch die Arbeit im Plattenladen wird eine Verknüpfung zwischen DJ-Persona und Plattenladen geschaffen, die für Samira zu einem »Etikett« wird, das als Synonym für »gute Musik« und »gute« DJs steht und auf ihre Zugehörigkeit zum »internationalen Netzwerk« der Techno-Szene verweist, in dessen Mittelpunkt der Plattenladen steht. Der Plattenladen wird zur Referenz der DJ: Der Flyer zur Bewerbung ihrer Auftritte vermittelt diese Referenzdaten durch die Angabe des Plattenladens als Beifügung zum DJ-Namen.

Dieses »Etikett«, das szenespezifische symbolische Kapital, kann nicht weitergegeben werden, Samira verliert es aber auch nicht, als sie ihre Arbeit als Plattenverkäuferin aufgibt und 1998 nach Wien zurückkehrt. Zu diesem Zeitpunkt ist die Wiener Techno-Szene in ihre Formierungsphase eingetreten, die Möglichkeit regelmäßiger DJ-Auftritte ist gegeben. Samira spielt als »Resident«-DJ in einschlägigen Wiener Techno-Clubs und erhält weiterhin internationale Einladungen zu Auftritten bei Clubnächten.

In diesem Kapitel habe ich den Zugang der DJs zu ihren ersten und folgenden Auftritten bei Clubnächten untersucht, durch die sie sich in der lokalen Musikszene und teilweise über die geografischen Grenzen hinweg einen Namen machen. Die Vorstellung der DJs, über ihren Musikstil zu Erfolg zu gelangen (vgl. 2.3), erfährt – das zeigte die Analyse der Interviewsequenzen – eine Einschränkung. DJs konvertieren ihren Musikstil bei Auftritten in ökonomisches Kapital, weil sie Honorare für ihre Auftritte von den Veranstalter/innen erhalten. Um jedoch überhaupt zu einem Auftritt eingeladen zu werden, ist es notwendig, Zugang zu den Netzwerken der Musikszene zu finden und das entscheidende soziale Kapital zu akkumulieren. Eine Arbeit als Plattenverkäufer/in eröffnet Zugangsmöglichkeiten zu Szene-Netzwerken. DJs streben aber auch die »Aufnahme« in eine etablierte DJ- und Veranstaltungscrew an oder sie veranstalten selbst Clubnächte, um sich in der lokalen Musikszene bekannt zu machen. Frauen werden aus etablierten DJ-Crews deutlich öfter ausgeschlossen als ihre Kollegen, was dazu führt, dass sie strategisch stärker auf Selbstorganisation setzen. Das DJ-ing ist

nicht die einzige Tätigkeit, der DJs nachgehen: Alle von mir befragten DJs sind auch Musikproduzent/innen. Diese soziale Praxis wird im folgenden Kapitel diskutiert.

3. DIE MUSIKPRODUKTION IM »WOHNZIMMER-STUDIO«

Als Musikproduzent/innen gehen DJs zwei Tätigkeiten nach: dem Musikmachen im Home- oder Wohnzimmer-Studio und der Veröffentlichung ihrer Musikstücke auf Tonträgern (12-Inch-Singles, LPs, CDs, DVDs) bei Plattenlabels und/oder als MP3-Files im Internet. Sie tragen bei der Herstellung eines Musikstücks für technische, kaufmännische und künstlerische Belange in je unterschiedlichem Ausmaß und entsprechend ihrer Arbeitsweise die Verantwortung und fusionieren beim Musikmachen im Studio die zuvor auf Interpret/in, Komponist/in, Aufnahme-/Tontechniker/in und Musikproduzent/in aufgeteilten Arbeitsbereiche, wodurch sie einem »neueren Typus der Musikschaaffenden« (Smudits 2003: 85) zuzuordnen sind. Charakteristisch für DJs als »neuerer Typus der Musikschaaffenden« ist also, dass sie im Unterschied zu konventionellen Musikproduzent/innen nicht für Bands oder Musiker/innen Lieder schreiben und das Einspielen der Lieder im Musikstudio anleiten und überwachen, sondern die etablierte Arbeitsteilung der Musikstudios aufbrechen. Folglich arbeiten DJs, die der Musikproduktion nachgehen, kaum für Bands und Musiker/innen, die ihre »kreativen Ideen« umsetzen, sondern für sich selbst. Sie veröffentlichen unter teilweise variierenden Pseudonymen ihre Musikstücke und bieten diese bei Live-Auftritten in Veranstaltungsräumen selbst dar.

Der Zeitpunkt, zu dem sich die interviewten DJs entschließen, der Musikproduktion nachzugehen, variiert hinsichtlich ihrer Geschlechtszugehörigkeit. Die überwiegende Mehrheit der Männer beginnt wenige Monate, nachdem sie mit dem DJ-ing angefangen hat, auch mit der Musikproduktion, während die Frauen erst die entsprechende Hard- und Software für die Musikproduktion erwerben und sich mit dieser Tätigkeit vertraut machen, nachdem sie einige Jahre als DJs tätig waren. Die Mehrheit der Männer hatte dadurch zum Zeitpunkt der Studie deutlich mehr Musikstücke veröffentlicht als die befragten Frauen. Den Eindruck, dass die Musikproduktion eine noch stärker ausgeprägte Domäne der Männer zu sein scheint als

die DJ-Tätigkeit, vermitteln auch zahlreiche Publikationen wie etwa die »Encyclopedia of Record Producers« (Olsen, Verna und Wolff 1993), in der sich unter den ca. 500 aufgelisteten Musikproduzent/innen lediglich fünf Frauen finden, die erst in den 1980er Jahren mit dieser Tätigkeit begonnen haben.

Dieses Kapitel widmet sich unterschiedlichen Facetten der Musikproduktion der DJs, beginnend mit dem »Song Getting« elektronischer Musikstücke (3.1). Welche Typen der Selbstdarstellung sich in den Erzählungen der DJs über die Musikproduktion erkennen lassen, wird in Kapitel 3.2 diskutiert; Kapitel 3.3 thematisiert die Barrieren und Hürden, auf die DJs bei der Suche nach einem Plattenlabel für die Veröffentlichung ihrer Tonträger stoßen. Die Frage nach der Bedeutung der Tonträger für die DJ-Karriere beantworte ich im letzten Teil dieses Kapitels (3.4).

3.1 Das »Song Getting« elektronischer Musikstücke

Mit dem Konzept »Song Getting« beschreibt H. Stith Bennett (1980), wie junge, lokal verankerte Rockbands jenseits einer institutionalisierten Ausbildung auf einer Musikhochschule ihr Instrument und das koordinierte Zusammenspielen in der Band erlernen mit dem Ziel, eigene Songs zu komponieren und bei Live-Auftritten in Veranstaltungsräumen zu spielen. Ein Song, so Bennett, entsteht nicht durch das Spielen notierter Musik, sondern durch das wiederholte Hören und Nachspielen der Lieblingsongs auf dem eigenen Instrument, um zunächst eine »Kopie«, dann eine »Cover Version« des Lieblingsliedes mit eigener Interpretation und schließlich einen eigenen Song zu komponieren und gemeinsam zu spielen.

Seit Bennett seine Analyse Anfang der 1980er Jahre vorlegte, sind durch die Entwicklung des Musikcomputers, die Erweiterung der Curricula an Musikhochschulen um populäre Musik und die Zunahme an Rätegebern für das Erlernen von Musikinstrumenten und der Musikproduktion am Home-Studio neue Formen des »Song Gettings« entstanden. Diese neueren Formen des »Song Gettings« für elektronische Musikstücke werden in den folgenden Kapiteln betrachtet, indem die Lernpraxis der DJs beschrieben (3.1.1) und danach gefragt wird, warum sie eine Ausbildung für die Musikproduktion nicht als notwendig erachten und die Lernpraxis der »Do-it-

yourself«-Kultur bevorzugen (3.1.2) und welche Charakteristika, Inhalte und Ziele die feldspezifische Projektarbeit der DJs aufweist (3.1.3).

Voraussetzung für das »Song Getting« eines elektronischen Musikstücks ist der Erwerb eines Musikstudios, das zumindest aus einem leistungsstarken Computer mit den drei wichtigsten Musikprogrammen MIDI, Sequencer und Sampler, einem Mischpult, Mikrofon und Monitorboxen besteht und dessen Anschaffungswert sich ab 1.500 Euro (ohne Computer; Sperlich 2007: 107) aufwärts bewegt. Mit Synthesizer- und Sampling-Funktionen kann Musik digital aufgezeichnet, bearbeitet und wiedergegeben werden. Mit dem Sequencer-Programm, das an die Stelle des analogen Schlagzeugs tritt, und der »copy and paste«-Funktion können identische Musiksamples erzeugt werden. Die Einführung des MIDI (Music Instrument Digital Interface) gewährleistet die digitale Integration konventioneller Instrumente in die Musikproduktion (Smudits 2003: 85; Sperlich 2007: 108). Einige der befragten DJs arbeiten ausschließlich mit Musikprogrammen, während andere für das »Song Getting« elektronischer Musikstücke zusätzlich analoge Synthesizer, Drumcomputer und konventionelle Musikinstrumente wie Gitarre, Klavier und dgl. einsetzen. Gemäß der verwendeten Hard- und Software unterscheiden DJs zwischen »analoger« und »digitaler« Arbeitsweise, durch die sie eine »technologische Musikästhetik« (Smith und Maughan 1998) beim »Song Getting« elektronischer Musikstücke erzeugen.

Der Anschaffung eines Musikstudios gehen zahlreiche Überlegungen voraus, wobei die befragten DJs vor allem zwei Gründe anführen, die den Kauf von Hardware (Computer, analoge Geräte wie Synthesizer, Drum-Maschinen etc.) und Musiksoftware beeinflussen. Der erste leicht zu erahnende Grund ist der Besitz von ökonomischem Kapital. Die Mehrheit der DJs beschränkt sich, häufig aufgrund von Geldmangel, zu Beginn der Musikproduktion auf den Kauf eines leistungsfähigen Computers und Musiksoftware und sieht von der Anschaffung analoger Geräte wie Synthesizer ab. Die hohen Anschaffungskosten dieser Hardware, die zu Beginn der 1990er Jahre wegen der Entwicklung von Musiksoftware erodierte, sind im letzten Jahrzehnt aufgrund der Beliebtheit und des Seltenheitswertes der Geräte erneut rasant gestiegen und daher für die meisten DJs unerschwinglich. Viele der analogen Geräte wie etwa der Drum-Synthesizer Roland TR 909, den vor allem Techno-Produzent/innen bevorzugen, oder der bei experimentellen elektronischen Musikproduktionen häufig eingesetzte Syn-

thesizer MS 20²⁹ erlangten Raritätsstatus, weil sie in den 1980er Jahren für nur kurze Zeit hergestellt wurden, mittlerweile vergriffen sind und eine spezifische Klangästhetik besitzen. Der zweite Grund, der die Wahl der Produktionsmittel für die Musikproduktion beeinflusst ist, ob DJs Live-Auftritten in Clubs und Bars nachgehen wollen. Live-Auftritte, bei denen auf Laptops und diversen analogen Geräten die produzierten Musikstücke arrangiert und gespielt werden, sind im Vergleich zu DJ-Auftritten, bei denen das im Club vorhandene Equipment genutzt wird, mit einem höheren Zeitaufwand durch Auf-/Abbau der Geräte, den »Soundcheck« etc. verbunden und zudem können immer wieder technische Pannen (z.B. Absturz der Musiksoftware) auftreten. Auf dieses Veranstaltungsformat konzentrieren sich vor allem die befragten DJs für experimentelle elektronische Musik und einige der Techno-DJ; Drum'n'Bass-DJs verzichteten zum Zeitpunkt der Studie auf Live-Auftritte.

Nachdem die Entscheidung für Hard- und Software getroffen und die Produktionsmittel erworben sind, beginnt das Musikmachen. Meine Frage, wie sich der Anfang des Musikmachens gestaltet, beantworten Sandra, eine Techno-DJ, und Peter, ein Drum'n'Bass-DJ, mit der Schilderung von Hürden:

»Du musst die Muße haben, stundenlang am Computer herumzufrickeln, weil das ja sehr komplexe Programme sind. [...] Also es ist ein komplexer und schwieriger Prozess, überhaupt mal die Technik in den Griff zu kriegen und dann noch einen eigenen Sound und einen eigenen Stil zu finden, [...] das kann Monate, Monate, ja, Jahre dauern.« (DJ, Techno, w)

»Ich hab angefangen Musik zu machen und hab mir gleich gedacht, wozu hab ich mir das alles gekauft. Ich kann das ja gar nicht. Ich check das nicht, weil es ja viel mit Daten und Zahlen usw. zu tun hat. Und ich hab mir gedacht, ich werd' nie einen eigenen Stil bei meinen Tracks entwickeln, weil ich bring ja nicht mal einen zusammen. [...] Ich hab wirklich ziemlich lang gebraucht, dass ich [...] den ersten Track gehabt hab, der halbwegs okay war.« (DJ, DnB, m)

29 Eine Wiener Band für experimentelle elektronische Musik benannte sich mit Musikkreis MS 20 nach dem Analog-Synthesizer MS 20 und vermarktet ihre Tonträger mit dem Slogan »Lang lebe das analoge Signal« (SRA Archiv: www.sra.at/band/332, Einsicht 05/2012).

Sandra und Peter beschreiben das »Song Getting« elektronischer Musikstücke als eine langwierige und zeitintensive Praxis, die das Hantieren mit technischen »Daten und Zahlen« und »komplexen Programmen« am Computer umfasst. Diese technisch-handwerklichen Vorgänge »in den Griff zu kriegen« gleicht einem Kampf mit der Musiksoftware, der von Verzweiflung und Frustration geprägt ist. Das Erlernen des Technikwissens wird aber lediglich als Voraussetzung definiert, um elektronische Musikstücke mit einem »eigenen Sound« bzw. einem »eigenen Stil« zu produzieren. DJs verfolgen beim »Song Getting« elektronischer Musikstücke folglich das gleiche Ziel wie beim DJ-ing: Analog zum DJ-Stil soll nunmehr ein »eigener Sound« geschaffen werden, der Wiedererkennung und Unverwechselbarkeit gewährleistet. Dafür benötigen sie wie für die Mix-Techniken an den Plattenspielern Technik- und Musikwissen. Wie aber wird das Technik- und Musikwissen für das »Song Getting« elektronischer Musikstücke angeeignet? Welche individuellen, kollektiven und virtuellen Lernpraktiken entwickeln die befragten DJs?

3.1.1 Individuelle, kollektive und virtuelle Lernpraktiken

Frieda, DJ für experimentelle elektronische Musik, beschreibt, wie sie beim »Song Getting« eines Musikstücks vorgeht, nämlich nach zwei gängigen Lernpraktiken: das Musikhören und das Experimentieren mit Hard- und Software:

»Ich mach eigentlich ziemlich viel über das Hören von Stücken und über die Auseinandersetzung mit Musik, die ich gut find, und die Technik baue ich mir zusammen, um möglichst an das Ziel zu kommen und sich das so anhört, wie ich mir das halt vorstell. [...] Also, ich experimentier viel herum und das technische Knowhow kommt irgendwie im Tun, weil man herausfindet wie sich das anhört, wenn man da den Knopf dreht oder dort die Taste drückt und am Computer kannst du auch viel rumprobieren [...].« (DJ, EEM, w)

»Lernen durch Musikhören« bildet die Ausgangsbasis für die Arbeitsweise beim »Song Getting«; ein Musikstück entsteht aber letztlich durch das Experimentieren mit der vorhandenen Hard- und Software: Die technisch-handwerklichen Vorgänge werden fortwährend wiederholt, wobei die Funktionsweisen der Hard- und Software erlernt und das Technik- und Musikwissen durch »praktisches Tun« eingeübt wird. Das Komponieren und Arrangieren der Musikstücke ist also kein Vorgang, beim dem der/die

Komponist/in Noten auf ein Notenblatt schreibt und am Klavier oder auf der Gitarre die einzelnen Strophen spielt; das »Song Getting« elektronischer Musikstücke besteht aus handwerklich-technischen Abläufen, bei denen einzelne digitale Tonspuren am Computer gehört, bearbeitet, kombiniert und arrangiert werden. Das dafür notwendige Technik- und Musikwissen, das kulturelle Kapital der DJs, erlernen sie durch Experimentieren mit analogen Geräten und digitalen Musikprogrammen und Musikhören, wobei sich letztere Lernpraxis nicht auf die Wohn- und Arbeitsräume der DJs beschränkt. DJs besuchen fortlaufend Auftritte anderer Musiker/innen, um deren Arbeitsweisen zu beobachten. Bereits beim Erlernen des DJ-ings verweisen meine Interviewpartner/innen auf das »Lernen durch Beobachten« (vgl. 2.2.1), für das »Song Getting« elektronischer Musikstücke gewinnt es nochmals an Bedeutung. »Lernen durch Beobachten« stellt neben dem »Lernen durch Musikhören« und dem Experimentieren mit vorhandener Hard- und Software eine weitere individuelle Lernpraxis dar.

Zusätzlich zu individuellen Lernpraktiken thematisieren DJs auch zahlreiche kollektive, bei denen sie die Musikproduktion von anderen DJs, Musiker/innen und Musikproduzent/innen erlernen. James Paul Gee spricht im Zusammenhang mit Peer-to-Peer-Lernen von »affinity spaces« (Gee 2004), die von Akteur/innen durch ihre gemeinsamen Interessen hervorgebracht und für den Austausch von Informationen, Wissen, kulturellen Artefakten und dgl. genutzt werden. »Affinity spaces« können physische und/oder virtuelle Orte sein, in denen die Wissensvermittlung über Face-to-face-Interaktionen und virtuelle Kommunikation stattfindet.

In den Erzählungen der DJs über ihre Peer-to-Peer-Lernpraxis lassen sich vier soziale Konstellationen identifizieren – über eine berichtet Drum'n'Bass-DJ Pia:

»Ich war, als ich angefangen habe Tracks zu machen, sehr oft in den Chatforen [...] und hab mich auf den Mailinglisten [...] eingetragen, weil da sind viele Leute, die schon länger Musik machen und du kannst nachfragen, wenn du nicht weiterweißt. Und dann ist das natürlich nützlich, weil dort über die neueste Software geredet wird und du kriegst halt mit, ob das gut oder schlecht ist. Und dann hab ich über eine dieser Listen einen Produzenten aus Deutschland kennen gelernt und [...] wir haben angefangen, übers Internet Tracks zu machen, wobei er viel besser mit der Technik umgehen konnte als ich und der hat es mir dann im Laufe der Zeit eben beigebracht. Mit dem habe ich sehr lange zusammengearbeitet, so von 2002 bis 2004, und [...]

mit ihm habe ich es dann auch geschafft, dass ich einige größere Releases auf einem englischen Label und auf ein paar deutschen Labels hatte.« (DJ, DnB, w)

Das gemeinsame Interesse der Akteur/innen an virtuellen »Affinitätsräumen«, die über die Nutzung von Mailinglisten und Chatforen hergestellt werden, definiert sich über die Akkumulation von Wissen für die Musikproduktion und technische Hard- und Software. Pia nutzt diese Räume und lernt im Verlauf ihrer virtuellen Kommunikation einen Produzenten kennen. Es entwickelt sich eine über zwei Jahre andauernde Zusammenarbeit mit dem Ziel, gemeinsam Musikstücke zu produzieren und diese bei unterschiedlichen Plattenlabels zu veröffentlichen. Diese Veröffentlichungen beschreibt Pia als ihren Erfolg – sie hat »etwas geschafft«. Ihrer Erzählung zufolge verläuft die Musikproduktion als ein dreistufiger Prozess, der mit dem Erlernen des Technikwissens beginnt, in das »Song Getting« eines elektronischen Musikstücks übergeht und in die Veröffentlichung auf einem Plattenlabel mündet.

Die Erzählung von Fabian über das Erlernen des »Song Gettings« endet wie bei Pia mit der Aussage, sein erstes Musikstück bei einem Plattenlabel veröffentlichen zu haben. Er beschreibt allerdings eine Face-to-Face-Interaktion zwischen ihm und seinen beiden Kollegen, die Fabian bei der Musikproduktion unterstützen und ihm letztlich auch zur Veröffentlichung seiner Musikstücke auf einem Plattenlabel verhelfen:

»Ich hab angefangen Musik zu machen, und dann ist irgendwann der [Name eines Musikproduzenten] gekommen und hat gesagt: Boa, des is leiwand! [...] Das war wie es sich nach ungefähr einem Jahr gut angehört hat, was ich gemacht hab. Und ich muss sagen, bei mir ist es relativ schnell dazu gekommen, dass es nach etwas klingt, weil ich hab ja den [Name eines Musikproduzenten] und den [Name eines Musikproduzenten] gehabt, und die haben mir alle Tricks beigebracht. Die haben gesagt, [...] da kannst du das machen und den einen Knopf da drehen und da ist dieser Knopf und so. Die haben mir sehr geholfen und dann ist das auch auf dem Label [Name des Plattenlabels] erschienen. Das war dann mein erster Release.« (DJ, EEM, m)

Fabian erzählt Wesentliches über die Vermittlung des Technikwissens und die Anerkennungspraxis in seiner Musikszene. Sowohl Anerkennung bezüglich der Musikproduktion als auch die Wissensvermittlung für das »Song Getting« erfolgen informell und außerhalb von Ausbildungsinstituti-

onen. An dieser Stelle sollte nicht verschwiegen werden, dass Fabian mit beiden Musikproduzenten befreundet ist und sie häufig gemeinsam bei Szene-Events als DJs auftreten. In diesem kleinen Netzwerk aus Freunden beginnt die Anerkennung der Leistung des Musikproduzenten und das Erlernen des »Song Gettings«.

Im Unterschied zu Fabian erlernt Florian, ebenfalls DJ für experimentelle elektronische Musik, nicht das für die Musikproduktion notwendige Technikwissen. Er kann sich ein anderes, für das »Song Getting« wesentliches kulturelles Kapital aneignen, nämlich das Wissen für das Arrangement von elektronischen Musikstücken. Wer vermittelt Fabian dieses Wissen?

»Sie [Anm.: die beiden Labelbetreiber] sind meine musikalischen Ziehväter. Wenn wir im Studio sitzen und irgendwas von mir aufnehmen oder mischen, sind sie [...] dabei und geben Rat beim Arrangement. Das ist etwas, was sie über Jahre gelernt haben. Ich hab mir am Anfang ziemlich schwer damit getan, und hab halt die Stücke immer sieben, neun Minuten lang gehabt mit drei Minuten Intro und die haben mir erklärt: Drei Minuten Intro okay, aber ned bei jeder Nummer, weil das soll ja ein Ergebnis haben. Das soll ja auch dann auf der Platte rund sein und die Nummern sollen ja nicht immer gleich anfangen und aufhören und alle gleich lang sein. Also [...] sehr viel solche Sachen hab ich von ihnen gelernt.« (DJ, EEM, m)

Die Labelbetreiber konzentrieren sich in der Unterstützung von Florian auf das Arrangement der Musikstücke und das Gesamtarrangement des Tonträgers. Das gilt es zu verbessern, bevor die fertige CD für die Produktion ins Presswerk geht und der Presstext für Vermarktung und Verkauf des Tonträgers verfasst wird.

Wie unterscheiden sich die von Florian und Fabian beschriebenen sozialen Konstellationen? Neben dem Unterschied, welches Wissen den beiden DJs für die Musikproduktion vermittelt wird, lässt sich eine weitere Differenz zwischen den kollektiven Lernpraktiken ausmachen. Sie wird sichtbar, wenn ich einerseits nach den Voraussetzungen frage, die die beiden DJs erfüllen, um beim »Song Getting« von anderen Musikproduzenten unterstützt zu werden, andererseits den Motiven der unterstützenden Musikproduzenten nachgehe. Die Motive der Labelbetreiber für die Unterstützung von Florian haben zumindest teilweise einen ökonomisch Hintergrund, weil sie das für die Produktions-, Werbe- und Vertriebskosten eingesetzte Geld für Florians Tonträger nicht verlieren, sondern im besten Fall über den Tonträgerverkauf und die Einnahmen aus Tantiemen vermehren

wollen. Die Labelbetreiber geben daher Florian beim »Song Getting« seiner Musikstücke all jene Unterstützung, die verkaufsfördernde Wirkung nach sich ziehen soll. Der Plattenvertrag wird folglich zur Voraussetzung, dass der DJ überhaupt in die Position gelangt, Ratschläge für das »Song Getting« seiner Musikstücke zu erhalten. Zur Beschreibung dieser Konstellation greift Florian auf das Verhältnis von Vater und Sohn zurück, indem er die Labelbetreiber als »musikalische Ziehväter« bezeichnet. Er definiert damit diese soziale Beziehung über die traditionelle familiäre Hierarchie, in der er eine untergeordnete Position einnimmt. Fabian hingegen schildert das soziale Setting für seine Unterstützung bei der Musikproduktion als kollegial. Voraussetzung für die erhaltene Unterstützung ist nicht der Plattenvertrag, sondern die Freundschaft zwischen Fabian und den DJs, die der Musikproduktion nachgehen.

Techno-DJ Sara findet eine andere »lustige Lösung« (Zitat Sara) für das Erlernen des »Song Gettings«, für die nicht soziales Kapital oder ein Plattenvertrag die Voraussetzung sind, sondern schlicht Geld. Sara nimmt bezahlten Musikunterricht bei einem etablierten Wiener Musikproduzenten, weil sie mit »der Technik« (Zitat Sara) bei der Musikproduktion über Jahre hinweg nicht zurechtkommt und dadurch immer wieder das Interesse verliert. Das »Lernen am Computer«, wie sie den Musikunterricht beschreibt, findet wöchentlich statt. Er stellt primär auf die Vermittlung von Technikkwissen ab und wird durch eine theoretische Einführung in die Harmonie- und Kompositionslehre ergänzt. Diese Lernpraxis ist wie die anderen beschriebenen kollektiven und virtuellen Lernpraktiken in die »Affinitätsräume« (Gee 2004) der lokalen Musikszene eingebettet.

Musikproduzent/innen, die über längere Zeit der Musikproduktion nachgehen und bereits Tonträger auf Plattenlabels veröffentlicht haben, werden für angehende Musikproduzent/innen zu »Ausbildner/innen«. Sie besitzen das feldspezifische kulturelle Kapital, das sie gegen Bezahlung, eine längerfristige Zusammenarbeit, zum Erhalt der Freundschaft oder schlicht aus Interesse am Wissensaustausch weitergeben. Angebote kollektiven Lernens sind für die DJs von ihrem sozialen und ökonomischen Kapital, dem Besitz eines Plattenvertrags – eines zentralen Interessenobjektes der befragten DJs – und vom Zugang zu virtuellen Netzwerken abhängig.

Welche Vorstellungen verbinden DJs mit ihren außerinstitutionellen Lernpraktiken? Im Unterschied zur DJ-Tätigkeit existieren für die Musik-

produktion unterschiedliche Ausbildungen wie beispielsweise eine Musik-, Kompositions- und Tontechnikausbildung, die von Musik- und Kunsthochschulen angeboten werden, aber auch kleine Unternehmen, die teilweise von »szenenahen« Personen geführt werden, bieten Workshops zum Erlernen der Musikproduktion an. Sehen die befragten DJs eine institutionalisierte Musik-, Kompositions- oder Tontechnikausbildung als Notwendigkeit, um als Musikproduzent/in tätig zu sein?

3.1.2 Das Do-it-yourself-Ethos

Meine Frage nach der Notwendigkeit einer Ausbildung für die Musikproduktion beantworten alle DJs wider Erwarten mit nein. Drum'n'Bass-DJ Pia argumentiert diesen Standpunkt so:

»Es ist alles total technologisiert und total technisch zu programmieren, dass eigentlich die Musik weniger wichtig ist als die Technik. Es würde der Musik nicht schaden, wenn die DJs komponieren könnten, aber [...] es ist wichtiger, dass du programmieren kannst. Komponieren, ja, das wäre nicht schlecht, aber das ist [...] nicht wichtig, um Erfolg zu haben. [...] Die Ideen, die du für einen guten Tune brauchst, dass der auch wirklich so einen Stil kriegt und sich wie ein roter Faden durchzieht, also die Ideen, die du brauchst, die kannst du sowieso nicht lernen durch eine Ausbildung, egal ob das jetzt Komponieren oder Tontechnik ist. Du brauchst Ideen und die Technik, dass du das auch umsetzen kannst.« (DJ, DnB, m)

Hier wird die Intention beim Musikmachen nochmals formuliert: Sie besteht darin, Musikstücke mit einem eigenen »Stil« zu produzieren, der die Unterscheidung von anderen Musikproduzent/innen und ihre Wiedererkennung von Seiten des Publikums und der Kolleg/innen gewährleisten soll. Pia formuliert auch die Voraussetzungen, die DJs für die Realisierung ihres eigenen »Stils« beim Musikmachen zu erfüllen haben. Sie sollten Kreativität besitzen und über Programmierkenntnisse verfügen, um ihre Ideen in Musikstücke umsetzen zu können. Mit ihrem Standpunkt, dass für den Erfolg von Drum'n'Bass-Musikproduzent/innen eine Kompositions- oder Tontechnikausbildung nicht notwendig sei, scheint sich Pia am feldinternen Konsens ihrer Musikszene zu orientieren. Beim DJ-ing erachten die befragten Drum'n'Bass-DJs die Mix-Techniken als Voraussetzung, um den Status eines/einer ernstzunehmenden DJ zu erlangen (vgl. 2.2.1). Bezüglich der Musikproduktion wird das Technikwissen – nunmehr ergänzt um Ideen – abermals zur Voraussetzung für die Produktion von Musikstücken mit

wiedererkennbarem Musikstil. Das Technikwissen wird von Drum'n'Bass-DJs als feldspezifisches »Schlüsselkapital« für ihren Erfolg als DJs und Musikproduzent/innen definiert. Es verwundert daher kaum, dass sie in den Interviews immer wieder auf das Technikwissen zu sprechen kommen – insbesondere auch dann, wenn sie nach Gründen suchen, die geringe Anzahl von Musikproduzent/innen in ihrer Szene zu erklären. Frauen, so der Tenor der Mehrheit der befragten Drum'n'Bass-DJs, seien weniger an Technik und technischen Geräten interessiert als ihre männlichen Peers und würden daher auch kaum der Musikproduktion nachgehen. Diese Annahme teilen meine weiblichen Interviewpartnerinnen mit den männlichen, wodurch Frauen ein geringeres Interesse an Technik zugeschrieben wird.

Durch die Technikaffinität der DJs unterscheidet sich die Drum'n'Bass-Szene von den beiden anderen untersuchten. In der Folge argumentiert Techno-DJ Silas seinen Standpunkt bezüglich einer institutionalisierten Ausbildung nicht mit Rekurs auf das Technikwissen:

»Ich hab keine Ausbildung. Ich kann hören, und ich kann mir Akkorde raussuchen. [...] Mit einem guten Gehör und Talent geht das alles. (*lacht*) Aber klar, es dauert halt länger, als wenn man eine Ausbildung hat. Ich hab aber nicht [...] das Gefühl, dass mir was fehlt und ich eine Ausbildung brauch oder so. Überhaupt nicht, das funktioniert alles so mit do-it-yourself, also keine Ausbildung, nein. Und wenn's für mich gereicht hat, dann hat's eigentlich gereicht. [...] Auf das Gehör muss man halt aufpassen. Beim Auflegen nicht zu laut die Musik für die Headphones aufdrehen, und meistens trag ich einen Gehörschutz, weil das Auflegen ist natürlich schlecht fürs Gehör.« (DJ, Techno, m)

Das »gute Gehör« wird in dieser Argumentation zu einem feldspezifischen »körperlichen Kapital« (Bourdieu 1982/1997: 329), das durch häufige DJ-Auftritte und Clubbesuche Schaden erleiden könnte. Um dies zu verhindern, investiert Silas »Zeit, Aufmerksamkeit, Sorge und Mühe« (Bourdieu 1993: 196), also Arbeit, in sein körperliches Kapital, indem er bewusst darauf achtet, die Lautstärke für die Kopfhörer möglichst niedrig zu halten und einen speziell angefertigten Gehörschutz bei DJ-Auftritten zu tragen.

Einer institutionalisierten Ausbildung für die Musikproduktion begegnet der DJs zwar nicht mit Ablehnung, denn ein »gutes Gehör«, Talent und die Investition an Zeit würden dieses Manko kompensieren – letztlich sagt Silas aber, eine Ausbildung nicht zu benötigen. Er bevorzugt die außerhalb von Ausbildungsinstitutionen angesiedelte Lernpraxis des »Do-it-yourself«,

die seit den 1960er Jahren und spätestens seit der Entstehung von Punkrock in den 1970er Jahren als gegenkultureller Entwurf zum »Mainstream« verstanden wird und sich gegen institutionalisierte (Musik-) Ausbildungen und Bewertungsmaßstäbe für Musik richtet. Die vom DJ angelegten Maßstäbe für die Bewertung seiner Musikstücke sind folglich nicht jene von Ausbildungsinstitutionen als vielmehr seine eigenen. Diese wiederum scheinen mit den Maßstäben, die Szene-Akteur/innen für die Bewertung von elektronischer Musik anlegen, zu korrespondieren.

Im Wesentlichen wird hier gesagt, dass DJs und Musikproduzent/innen sceneinterne Lernpraktiken durch Selbstorganisation hervorbringen und mit dem Do-it-yourself-Ethos verbinden, wodurch eine institutionalisierte Ausbildung überflüssig erscheint. Eine solche Ausbildung erübrigt sich zudem auch, weil institutionalisierte Bewertungsmaßstäbe kaum in die Anerkennungspraxis der Szene-Akteur/innen einfließen – weder für die Bewertung von DJ-Auftritten noch für die produzierten Musikstücke. DJs und Szene-Akteur/innen bringen mit ihrer Anerkennungspraxis ihre eigenen Maßstäbe für die Bewertung von Musikstücken, Musikstilen und DJ-Auftritten hervor. Von dieser Anerkennungspraxis hängt letztlich auch der Erfolg der DJs wesentlich ab.

Den Standpunkt, dass eine institutionalisierte Ausbildung für die Produktion elektronischer Musikstücke überflüssig sei, teilt auch Frank, DJ für experimentelle elektronische Musik. Er beschreibt seine Lernpraxis mit dem Begriff »learning by doing«, die er dem institutionalisierten Lernen gegenüberstellt:

»Ich hab wirklich [durch] learning by doing über die letzten Jahre langsam sehr viele Facetten der Musikproduktion gelernt [...]. Ich habe mir sehr wenig Gedanken gemacht über irgendwelche tonalen oder rhythmischen Begebenheiten der wohltemperierten westlichen Musik. [...] Umso unbedarfter man in das Ganze hineinspringt, umso mehr Möglichkeiten hat man, einen eigenen Stil herauszufinden. Es gibt Musiker, die halt perfekt auf ihrem Instrument sind und die das erlernt haben, die aber so stark in diesem Regelwerk verfangen sind, dass sie dann später, wenn sie eigenständig Musik machen wollen, [...] ganz schwer wieder aus diesem Regelwerk rauskommen. [...] Sie haben den Zugang zu mehreren Universen, die sie brauchen würden, um ein eigenes Hier zu finden, in ihrer Ausbildung nie gehabt. [...] Ich hab wirklich total viel bei der Zusammenarbeit mit anderen Leuten im Studio gelernt. Jedes Mal, bei jeder Produktion, lern ich aus der Arbeitsweise der Musiker, wie die

das machen. Ich lern jedes Mal was dazu. Und das funktioniert alles über learning by doing und das hört eigentlich nicht auf. Das Feld ist so weit, das kann gar nie aufhören.« (DJ, EEM, m)

»Westliche Musik« wird mit der abendländischen Tradition der Klassik und ihren institutionalisierten Ausbildungswegen assoziiert und der elektronischen Musik mit ihren außeruniversitären Lernpraktiken gegenübergestellt. Frank erachtet eine klassische Musikausbildung gar als hinderlich für die Entwicklung eines eigenen Musikstils, weil »learning by doing« Unbedarftigkeit und Spontanität erlaubt, die die Klassik durch ihre reglementierte Lernpraxis verunmöglicht. Folglich sind klassische Musiker/innen gefangen in ihrem »Regelwerk«, das einem starren Korsett mit eingeschränktem musikalischem Bewegungsspielraum gleicht. Jene Eigenständigkeit und jener Zugang zu unterschiedlichen musikalischen Traditionen, durch die Frank seinen eigenen Stil, das »eigene Hier«, schafft, scheint den klassischen Musiker/innen verwehrt zu bleiben. Deutlich artikuliert Frank seine Vorstellung, dass Musikmachen nicht auf die Wiedergabe existierender notierter Musik abzielt, sondern auf die Produktion von neuen Musikstücken. Das dafür notwendige Wissen eignet er sich durch »learning by doing« an, wobei er hauptsächlich von und mit anderen Musikschaffenden, seinen Peers, lernt, mit denen er Kooperationen eingeht. Durch das »weite Feld«, das die Musikproduktion für den DJ darstellt, wird »learning by doing« zu einem »lebenslangen vernetzten Lernen« (Alheit und Dausien 2002) abseits von Ausbildungsinstitutionen.

Das Do-it-yourself-Ethos und das damit verbundene »learning by doing« wird in den Argumentationen der DJs zum Synonym für eine emanzipatorische Lernpraxis, die als Gegenpol zu institutionalisierten Ausbildungswegen gedacht und positiv aufgeladen wird. Diese Lernsituationen außerhalb von Ausbildungsinstitutionen, die sich über unbestimmte Zeit erstrecken, und die Musikproduktion verlangen ein hohes Maß an Selbstorganisation, Zielstrebigkeit und das Hinarbeiten auf selbstgesteckte Ziele – Eigenschaften, die alle der befragten DJs zu verkörpern scheinen, weil sie virtuelle und reale »Affinitätsräume« (Gee 2004) in den Musikszenen für das Erlernen der Musikproduktion hervorbringen, nutzen und aufrechterhalten. Die Fähigkeit der DJs zur Selbstorganisation, ihre Disziplin beim Musikmachen und ihr Ehrgeiz, einen Tonträger veröffentlichen zu wollen, lassen sich als einen Hinweis auf ihre soziale Herkunft (vgl. III, 3.) inter-

pretieren, weil nur jene DJs, die durch ihre familiäre (Mittelschicht-)Sozialisation diese Fähigkeiten erlernt und inkorporiert haben, sie auch für ihren Werdegang produktiv machen können.³⁰

Im Unterschied zum DJ-Stil, der distinkten Eigenschaft der DJs für Auftritte bei Clubnächten, genügt es allerdings nicht, Musikstücke mit eigenem Stil zu produzieren und sie bei Live-Auftritten in Veranstaltungsorten performativ zur Aufführung zu bringen. In der Analyse der kollektiven Lernpraktiken wurde deutlich, dass die befragten DJs die Veröffentlichung ihrer Musikstücke bei einem Plattenlabel anstreben. Bevor ich in Kapitel 3.3 auf die Barrieren und Hürden eingehe, auf die DJs im Zuge der Suche nach einem Plattenlabel stoßen, werden die Kooperationen bei der Musikproduktion näher beleuchtet. Die bevorzugte Arbeitsorganisation für diese Kooperationen ist die Projektarbeit, die im Folgenden hinsichtlich ihrer Charakteristika, Inhalte und verfolgten Ziele genauer untersucht werden soll.

3.1.3 Do-it-together: Kooperationen bei der Musikproduktion

DJs streben bei der Musikproduktion Kooperationen mit Musikschaffenden an, um Projekte mit variierenden Projektzielen zu realisieren wie etwa die Musikproduktion im Studio, die Veröffentlichung von Tonträgern oder eine Reihe von Live-Auftritten inner- und außerhalb Österreichs. Dass die befragten DJs in mehrere Musikprojekte gleichzeitig involviert sind, veranschaulicht das folgende Zitat von Frieda:

»Ich habe viele verschiedene Musikprojekte [...] mit verschiedenen Leuten, wo wir gemeinsam unterschiedliche Sachen entwickeln. Es gibt zum Beispiel ein Musikprojekt, [...] da kommt bald eine CD raus. Und ein anderes Musikprojekt, das ist mit [Namen der Musiker/innen]. Wir haben Stücke, die wir uns gemeinsam ausdenken und dann gemeinsam auftreten. [...] Das andere sehr wichtige Projekt ist mit einem japanischen Musiker [...]. Da war ich jetzt gerade in Japan und Korea auf Tour. Das sind jetzt die wichtigsten Projekte, [...] aber da gibt's noch einige andere [...]. Für die ganzen Sachen muss man halt Zeit finden, auch wenn's nicht immer leicht ist, und wenn man mit mehreren Leuten zusammenarbeitet, muss man sich dann auch gemeinsam darauf einigen, was das werden soll. Das geht nicht immer so ohne Kom-

30 In seiner qualitativen Studie »Leben für den Ring. Boxen im amerikanischen Ghetto« zeigt Wacquant die Bedeutung der sozialen Herkunft für eine erfolgreiche Boxerkarriere (Wacquant 2003: 47ff).

plikationen, aber wir versuchen schon immer, dass alle damit zufrieden sind.« (DJ, EEM, w)

Durch die Aufzählung der unterschiedlichen Musikprojekte vermittelt die DJ den Eindruck, aktiv der Musikproduktion nachzugehen. Die Arbeit in mehreren Projekten gleichzeitig soll sich positiv auf Friedas Produktivität niederschlagen, die darin besteht, regelmäßig bei Szene-Events aufzutreten und Tonträger zu veröffentlichen. Derartige Musikprojekte charakterisieren sich, wie die individuellen, virtuellen und kollektiven Lernpraktiken der DJs, durch einen hohen Grad an Selbstorganisation sowie durch basisdemokratische und konsensorientierte Arbeitsweisen, wobei die Projekte nach Erreichen der selbstdefinierten Ziele in der Regel aufgelöst werden. Die Musikprojekte der DJs folgen damit den für Projekte im Allgemeinen festgelegten Kriterien, nämlich dass sie zeitlich begrenzt und ein einmaliges Vorhaben sind, im Team durchgeführt werden und neue Ziele und Inhalte verfolgen (vgl. Blimlinger 2008).

Wie stellen sich die projektbasierten Kooperationen für jene DJs dar, die nicht oder kaum in Musikprojekte involviert sind? Florian beschreibt diese Kooperationen als Netzwerke mit geschlossenen Grenzen:

»Die sind schon eine ganze Partie, [...] die jetzt untereinander Musik machen, die sich natürlich gegenseitig supporten. [...] Wenn du da nicht dazugehörst, dann hast es halt irrsinnig schwer, und da ist es wurscht, ob du jetzt ein Vorarlberger oder ein Türke in Wien bist. Also das ist eine ziemliche Haberei, die sich eigentlich durch alle Sachen durchzieht. Die kennen sich schon ewig und die halten einfach irrsinnig zusammen und lassen nix anderes aufkommen, wobei natürlich jeder Neue was anderes bewirken würde, aber die wollen das nicht, die halten wirklich so den Daumen drauf [...] und alles andere möglichst klein. Du hast es halt irrsinnig schwer, da einen Zugang zu finden.« (DJ, EEM, m)

In diesem Portrait der Netzwerke zeigt sich eine Parallele zu den Beschreibungen der DJ- und Veranstaltungscrews: Frauen erfahren am Beginn ihrer DJ-Tätigkeit bei ihrem Versuch, regelmäßig Auftritte bei Clubnächten in der lokalen Musikszene zu platzieren, häufig Ausschlüsse aus den etablierten Netzwerken (vgl. 2.4); bei der Musikproduktion thematisieren nun auch Männer, in diesem Fall Florian, dass sie keinen Zugang zu den Szenenetzwerken finden würden, in deren Zentrum die Realisierung diverser Musikprojekte steht. Der DJ erfährt, wie die interviewten Frauen, durch den

Ausschluss aus den Netzwerken zahlreiche Nachteile, deren größter die mangelnde Anerkennung ist. Diese Anerkennungspraxis, mit denen die Netzwerk-Akteur/innen ihren »Dis-Respekt« ausdrücken (vgl. 2.3.2), kritisiert Florian. Er beschreibt die DJs und Musikproduzenten als Verhinderer musikalischer Innovationen: Sie würden Solidarität und Unterstützung innerhalb des Netzwerks gewährleisten, sie »halten zusammen« und werten die Leistungen respektive die produzierten Musikstücke von anderen DJs, die der Musikproduktion nachgehen, ab. Florian will aber trotz seiner formulierten Kritik sicherstellen, dass die Ausschüsse aus den Projekten nicht rassistisch motiviert seien, denn die ethnische Herkunft der DJs würde für die Szene-Akteur/innen keinerlei Bedeutung haben. Der DJ beschreibt die lokale Musikszene als einen sozialen Raum, der sich in unterschiedliche soziale Netzwerke mit geschlossenen Grenzen und strikt definierter Zugehörigkeit aufgliedert, die mit ihren Ausschlüssen allerdings keinerlei rassistische Handlungen verfolgen würden. Florian bringt damit eine Vorstellung zum Ausdruck, die alle Befragten teilen, nämlich in einem kulturellen Feld zu arbeiten, dessen Produzent/innen wenig bis keine rassistischen Vorurteile hätten.

Während Florian seinen Ausschluss aus den Netzwerken thematisiert, berichtet Techno-DJ Sandra über ihren Versuch, Kooperationen mit Musikproduzent/innen in der lokalen Musikszene zu forcieren. Auch sie spricht die Freundschaften mit Musikproduzent/innen an:

»Ich hab mich mit diversen Leuten aus der Szene zusammengesetzt und wir wollten produzieren [...], aber es ist im Prinzip keine langfristige Kooperation rausgekommen. Wenn man nicht befreundet ist, sieht man sich viel zu selten und dann verläuft sich das wieder. Also man muss schon wirklich dahinter sein und das hauptberuflich machen und davon leben, weil sonst ist man schnell nicht mehr so dahinter, weil man auch nicht die Zeit hat. Aber ich hab jetzt endlich ein paar andere Projekte [...]. Ich produziere jetzt mit denen und es ist geplant, dass bald ein paar Releases rauskommen.« (DJ, Techno, w)

Für die Musikproduktion, die angestrebten und realisierten Kooperationen sollte »Zeitsouveränität« (Geissler 2008: 258) sichergestellt werden, also die Gewissheit, frei über die vorhandene Zeit verfügen zu können, weil dieser Praxis, so die Einschätzung von DJ Sandra, könne nicht neben anderen beruflichen Tätigkeiten nachgegangen werden. Sandra scheint diese »Zeitsouveränität« erlangt zu haben: Sie kann die fehlenden Freundschaften mit

musikproduzierenden DJs mit einem Mehraufwand an Zeit kompensieren, wodurch es ihr letztlich auch gelingt, unterschiedliche Projekte in die Wege zu leiten.

Vorläufig lässt sich also festhalten: Zeitsouveränität, Selbstorganisation und der Besitz von sozialem Kapital sind die von den DJs genannten Voraussetzung für die Realisierung von Musikprojekten mit konsensorientierten Arbeitsstrukturen.

Nach welchen Kriterien wählen DJs ihre Kooperationspartner/innen für die Musikproduktion aus? Existieren überhaupt Kriterien oder reicht es aus, mit DJs, Musiker/innen und Produzent/innen befreundet zu sein, um gemeinsam Musikprojekte ins Leben zu rufen? Diese Fragen beantwortet Silas:

»Wir arbeiten gerne und oft mit Leuten zusammen, die gut sind und was können, was wir nicht können. Jetzt im Moment arbeiten wir eher mit Leuten aus Deutschland und England zusammen, weil wir uns gerne mit denen austauschen und ein paar Releases gemeinsam machen. [...] Also wir haben unterschiedliche Projekte, weil wir machen auch gerade das Label [Name des Plattenlabels] und wir haben eine Plattform, wo man kollaborieren kann, [...] weil wir kennen so irrsinnig viele gute Künstler in unserem Umfeld, [...] die alle extrem talentiert sind und gute Ideen haben. Die, die es wert sind, Aufmerksamkeit zu bekommen [...], die wollen wir zusammenschließen und gemeinsam einen Hype generieren, weil da einzelne starke Pole zusammenkommen, und dann kommt ein gemeinsames, noch stärkeres Ding heraus.« (DJ, Techno, m)

Wen meint der DJ mit »wir«? »Wir« umfasst Silas und seine beiden Kollegen, mit denen er seit Jahren für die Musikproduktion und die Veröffentlichung von Tonträgern auf Plattenlabels zusammenarbeitet. Dieser in den untersuchten Szenen häufig anzutreffende Zusammenschluss aus DJs, Musiker/innen, Produzent/innen, Techniker/innen und anderen Musikschaffenden lässt sich als projektbasiertes Producer-Led-Outfit (Webb 2007: 36, sowie 1.1) beschreiben. Silas und seine beiden Kollegen gründeten ein solches, wodurch sie in der Techno-Szene eine Schlüsselposition mit Entscheidungsmacht besetzen können. Sie besitzen ein gut ausgestattetes Musikstudio, stellen Räume für die Musikproduktion bereit und laden andere Musikschaffende zu Kooperationen ein. Der Auswahl der Musikschaffenden für Kooperationen geht die Beurteilung von deren Leistungen voraus, weil eingeladen werden letztlich nur jene, die über »Talent«,

»Ideen« und »Wissen« verfügen. Die von den DJs zuvor genannten Kriterien für den Zugang zu Musikprojekten – Freundschaften mit musikschaffenden Akteur/innen, die Entscheidung, ausschließlich der Musikproduktion und dem DJ-ing nachzugehen, um Zeitsouveränität zu erlangen, und Selbstorganisation –, bleiben in Silas' Erzählung unbenannt. Ziel der Kooperationen sei es, einen »Hype« durch die Fusionierung von »Talent«, »Ideen« und »Wissen« der im Projekt involvierten Akteur/innen zu generieren.

An dieser Stelle sollte erklärt werden, was der DJ mit einem »Hype« meint: Ein »Hype« bedeutet einen Anstieg des Bekanntheitsgrades der DJs, der ebenso schnell wie er entsteht durch die Kurzlebigkeit elektronischer Musik und die Vielzahl an Neuerscheinungen wieder verschwinden kann. Um diese Popularität über einen möglichst langen Zeitraum auszudehnen, sollte die Produktivität der DJs nicht abreißen. Anders formuliert: Eine erfolgreiche DJ-Karriere setzt hohe Produktivität voraus. Silas und seine beiden Kollegen sind sich, wie alle der befragten DJs, dieser feldspezifischen Anforderung bewusst. Sie versuchen daher, an möglichst vielen Musikprojekten zu partizipieren mit dem Ziel, regelmäßig Tonträger zu veröffentlichen und Auftritte bei Clubnächten zu platzieren. An diese Produktivität knüpfen die DJs die Hoffnung, ihren Karriereverlauf gezielt steuern zu können und Anerkennung zu erhalten. Sie bringen damit ihre »illusio« (Bourdieu 1999/2001), ihren »Glauben« an das »Spiel« um Macht und Anerkennung zum Ausdruck, der die DJs erst zueinander in Konkurrenz bringt und sie um die beste Position im Feld kämpfen lässt.

Auch Paolo, Drum'n'Bass-DJ, spricht von einem »Hype«, den er gemeinsam mit anderen Musikschaffenden erzeugt habe. Er führt dies als Antwort auf meine Frage nach seiner Zugehörigkeit zu einer Musikszene an:

»R.R.: Fühlst du dich zu einer Musikszene zugehörig?

Paolo: Ich bin eine eigene. (*Kichern*)

R.R.: Aha. Hm ...

Paolo: Ja, das ist so. [...] Das soll jetzt nicht irgendwie drüber klingen, aber ich finde wirklich, ich bin eine eigene Musikszene, weil ich was Eigenes angefangen hab [...], weil mit dem [Name eines Musikproduzenten] und dem [Name eines Musikproduzenten] und dem [Name eines Musikproduzenten] sind Sachen wie Dubstep entstanden. [...] Es ist eine ganz eigene Richtung, was ich gemacht hab, ganz einfach. Ich kann mich nirgends dazuzählen. Es sind dann andere Leute dazugekommen, mit de-

nen ich zusammenarbeite, aber ich hab was Eigenes angefangen. Ich hab einen Hype produziert mit den Releases, die wir gemacht haben, und deshalb bin ich auch meine eigene Szene.« (DJ, DnB, m)

In dieser Erzählung wiederholt sich die Selbstkonstruktion als »guter« DJ (vgl. 2.3), indem sich Paolo einen innovativen Musikstil zuschreibt und sich zudem als »Gründervater« einer Musikszene präsentiert – obwohl er, wie er selbst sagt, den neuen Musikstil nicht alleine, sondern in Kooperation mit anderen Musikschaaffenden produziert habe.

In dieser Selbstdarstellung werden aber auch zwei weitere Aspekte sichtbar: einerseits die fortlaufenden projektbasierten Kooperationen mit Musikschaaffenden zur Steigerung der Produktivität, andererseits die Konkurrenz respektive der Kampf mit anderen DJs um die beste Position im Feld, durch den sie immer wieder auf sich selbst zurückgeworfen werden. Diese beiden Aspekte, Kooperation und Konkurrenz, scheinen sich im Selbstverständnis des DJs nicht auszuschließen – sie verhalten sich komplementär zueinander. Die Herausforderung durch projektbasierte Kooperationen eine erfolgreiche Karriere als DJ und Musikproduzent/in anzustreben, besteht also darin, das »richtige Mischungsverhältnis aus Kooperation und Konkurrenz« (Bröckling 2005: 374) zu finden.

Im vorangegangenen Zitat erklärt Paolo, dass er es gefunden habe: Er kooperiert mit anderen Musikschaaffenden und behauptet in den Projekten die Position des leitenden Musikproduzenten. Innerhalb der Projekte sollten DJs also keine x-beliebige Position einnehmen, sondern die des/der leitenden Musikproduzent/in, der/die andere Musikschaaffende zu Kooperationen einlädt. Diese Position gewährleistet am ehesten, dass die Musik mit ihrer Person in Verbindung gebracht wird und sie es folglich sind, die sich in erster Linie einen Namen machen, den sie durch Einladungen zu Auftritten bei Clubnächten in ökonomisches Kapital konvertieren können.

Über die Kooperationen mit Musikschaaffenden und die gleichzeitige Konkurrenz mit ihnen spricht auch DJ Sina in der folgenden Interviewsequenz:

»Es ist irre wichtig, dass man [...] einen Austausch hat mit anderen Kollegen, aber jeder ist für sich einzelverantwortlich. Die DJ-Szene ist wie eine Firma. Jeder muss auf sich selbst schauen, aber allein kann man das nicht machen, deswegen tust du dich mit anderen DJs und Musikproduzenten zusammen. [...] Wenn du allein gehen willst, schaffst du das nicht. Das heißt, du musst einen Austausch haben. Ich hab mit

vielen verschiedenen Leuten zusammen gespielt und zusammen Musik gemacht. Man muss den Leuten zuhören, man muss mit ihnen gemeinsam Musik machen, weil sonst schaffst du das nicht.« (DJ, Techno, w)

Sina ist, wie alle meine InterviewpartnerInnen, von den Netzwerken der Musikszene für die Wissensvermittlung, die Einladungen zu Auftritten bei Clubnächten und die Realisierung von Musikprojekten abhängig. Gleichzeitig präsentiert sie sich als eine DJ, die ein Höchstmaß an Eigenverantwortung für ihren Karriereverlauf zu übernehmen scheint und die Bereitschaft habe, fortwährend mit anderen DJs um die beste Position im Feld zu konkurrieren. Sie vergleicht die »DJ-Szene« sogar mit einer Firma, um zu veranschaulichen, dass sich Kooperationen mit DJs (den »Firmenmitarbeiter/innen«) und die Konkurrenz mit ihnen nicht ausschließen würden.

DJ Peter greift hingegen den Begriff »Family Business« für die Beschreibung der projektbasierten Kooperationen bei der Musikproduktion auf:

»Wir haben irrsinnig viele Musiker und Sänger, mit denen wir arbeiten. Wenn wir Förderungen für die Releases bekommen, können wir die Leute auch bezahlen, aber die meisten sagen: Okay ich sing auf deinem Track und du produzierst mir irgendeinen Tune. Es gibt diesen Austausch, weil jeder was anderes kann und wir ja auch befreundet sind. Das ist Family Business, wo man sagt, okay, [...] ich schau, dass du zu deinem kommst und du schaust, dass ich zu meinem komm. Sei es jetzt Geld oder in irgendeiner Art von einem Austausch.« (DJ, DnB, m)

Der nicht-monetäre Tausch von Leistungen basiert auf der Freundschaft zwischen den Musiker/innen, auf Vertrauen und der gegenseitigen Unterstützung und er lässt sich als ein Teil der »Do-it-yourself«-Ökonomie der Musikszene definieren. Bei der Musikproduktion bedeutet Do-it-yourself daher immer auch Do-it-Together, wobei die musikalische Kreativität zu einem Produkt der Kooperationen zwischen Musiker/innen, DJs, Produzent/innen, Techniker/innen und anderen Musikschaaffenden wird (Toynbee 2000).

Durch die Analyse der vorangegangenen Interviewsequenzen wurde erkennbar, dass die DJs bei ihren Musikprojekten eine »anti-»ökonomische« Logik« (Bourdieu 1999/2001: 228) verfolgen – nicht zuletzt, weil sie häufig eine nicht-monetäre Entlohnung für die Leistungen der involvierten Musikschaaffenden wählen und basisdemokratische Arbeitsweisen anstre-

ben. Mit dieser Organisationsweise stehen die Musikprojekte in der Tradition alternativer Kultur- und Kunstprojekte der Do-it-yourself-Kultur der 1960er und 1970er Jahre, die im Subfeld der eingeschränkten kulturellen Produktion angesiedelt sind. Diese Akteur/innen beanspruchen ein »gegenkulturelles« Selbstverständnis – oder in Bourdieus Worten – sie entwickeln eine »illusio«, die sich durch ein ökonomisches Desinteresse charakterisiert. Dieses »gegenkulturelle« Selbstverständnis manifestiert sich auch in den Erzählungen der DJs über ihre kollektiven und virtuellen Lernpraktiken, die sie durch Selbstorganisation hervorbringen und mit dem Do-it-yourself-Ethos des Punkrock in Verbindung bringen. Gleichzeitig verwenden die DJs eine ökonomische Terminologie, wodurch die Musikszene zu einer »Firma« (DJ Sina) wird, die Musikprojekte zu einem »Family Business« (DJ Peter) und die Musikveröffentlichungen zu einem »Hype« (DJ Sila, DJ Paolo) führen sollen, durch den sie ihr symbolisches Kapital mit DJ-Auftritten in ökonomisches konvertieren können. Diese Terminologie verweist auf die ökonomische Logik der Creative Industries, die historisch betrachtet einem »gegenkulturellen« Selbstverständnis gegenübersteht. Im Selbstverständnis der DJs, das sich den Erzählungen über ihre Lernpraktiken und projektbasierten Kooperationen offenbart, schließen eine anti-ökonomische Logik und eine ökonomische Logik einander nicht aus. Sie gehen ein ebenso komplementäres Verhältnis ein wie die fortwährende Kooperation mit Musikschaffenden und die Konkurrenz mit diesen Akteur/innen im Kampf um die beste Position in den Musikszenen. Diese »illusio«, die eine anti-ökonomische mit einer ökonomischen Logik und Kooperationen mit Konkurrenz verbindet, formt die Basis für das Selbstverständnis der DJs als autonome (sub-)kulturellen Produzent/innen.

3.2 Musikproduktion und Kreativität

Dass DJs häufig über Ideen, Talent, ein »gutes« Gehör und »die Technik« sprechen und das Muskmachen als einen kreativen Prozess verstehen, wurde in den vorangegangenen Kapiteln erkennbar. Im Folgenden untersuche ich die Erzählungen der DJs hinsichtlich ihrer Arbeitsweisen beim Produzieren eines charakteristischen »Sounds« und rekonstruiere die Momente für ihre Selbstpräsentationen als »Techniker/in«, »Künstler/in« und »Rockmusiker«.

Die Techniker/innen

Kennzeichnend für eine Selbstdarstellung als Techniker/in sind die ausführlichen Beschreibungen über die Arbeitsweisen und eingesetzten Geräte bei der Musikproduktion. In der folgenden Interviewsequenz von Frank lassen sich diese Charakteristika einfach identifizieren:

»Ich war eigentlich immer schon ein sehr sehr technischer Typ, weil ich hab schon in der Schule Zeug gelötet und herumexperimentiert. [...] Ich hab mir eine Zeitlang auch sehr strenge restriktive Produktionstechniken auferlegt, weil ich sehr lange gesagt hab, ich arbeite nicht mit Computer. Ich bastle mir meine Synthesizer selbst und ich hab nur Synch-Ketten mit meinen Synthesizern verbunden, weil ich diesen Sound haben wollte. [...] Die analoge Arbeitsweise, das ist sozusagen das Kissen, auf das ich zurückkrame, weil ich das sehr lange gemacht hab und jetzt immer noch mache, obwohl ich jetzt auch mit Computer arbeite. Auf diese Sound-Charakteristik greife ich immer wieder zurück, weil ich sie auf meinen selbstgebauten Synthesizern hab und beliebig variieren kann, ohne dass es jetzt gleich klingt. Aber es ist immer diese Sound-Charakteristik da.« (DJ, Techno, m)

Die Ausführungen über die selbstgebauten Synthesizer mit ihrer spezifischen Klangästhetik stehen im Mittelpunkt dieser Erzählung. Frank »bastelt«, »lötet« und »experimentiert«, um zur gewünschten »Sound-Charakteristik« zu gelangen. Durch seine selbstgebaute Hardware vermag er sich in doppelter Hinsicht von anderen Musikproduzent/innen zu unterscheiden: Er besitzt einerseits das technische Wissen für den Bau der analogen Synthesizer, andererseits sind es gerade diese Geräte und deren »Sounds«, durch die seine Musikstücke einen unverwechselbaren elektronischen Musikstil, der unendlich variiert werden könne, erhalten.

Eine Selbstdarstellung als Techniker wählen nicht nur einzelne der befragten Männer, wie hier Frank, der rückblickend sein Interesse für technische Geräte bereits in der Schule ansiedelt und seinen Erfolg als Musikproduzent auf seine ausführliche Beschäftigung mit technischen Geräten und Instrumenten zurückführt. Auch Frieda, DJ für experimentelle elektronische Musik, verweist auf ihre Faszination für »alles Technische« (Frida) in der Kindheit, wodurch ihre Wahl für eine naturwissenschaftlich-technische Schule und ein Informatikstudium als eine logische Konsequenz erscheint. Wie sie bei der Musikproduktion vorgeht, erklärt sie im Folgenden:

»Ich habe mich sehr auf die Live-Video-Performance konzentriert, wo Ton und Bild live entsteht. [...] Ich arbeite analog und verstehe als Bildquelle den Ton, der von analogen Synthesizern und Drum-Maschinen kommt und von Platte. Das Tonsignal wird in einen Videorahmen gepresst, das durch den Videomixer, den ich verwende, verändert wird. Ich verwende den Mixer eigentlich als Instrument zum Mixen von Bild und Ton und nicht als das, als was er vorgesehen ist [...]. Und als andere Videoquelle verwende ich noch Feedback-Sachen wie Kamera, Monitor. [...] Das ist alles sehr analog und passt gut zusammen. Die Idee ist, dass ich meinen Mixer anders verwende als herkömmlich und ohne Computer und vorgefertigte Samples arbeite. Mich interessiert das Experimentieren mit der Verbindung Ton und Musik und mit dem Signal selber zu arbeiten.« (DJ, EEM, w)

Synthesizer, Drum-Maschinen, Plattenspieler, Videomixer, Kamera, Monitor und dgl. sind die Geräte, die Frieda für ihre analoge Arbeitsweise verwendet; Effekte, Signale und Feedback die Begriffe, die sie zur Beschreibung ihrer Live-Auftritte heranzieht, bei denen Musik und Video »live« entstehen. Ihre »analoge« Arbeitsweise charakterisiert sich durch die Verwendung unterschiedlicher Hardware, wobei der spezifischer »Sound« ohne Computer und Musiksoftware mit vorgegebenen Samples, sondern durch den zweckentfremdeten Einsatz des Mixers entsteht. Ebenso wie Frank »experimentiert« Frieda mit analogen Geräten und Instrumenten für die Entwicklung neuer »Sounds«.

Die beiden DJs präsentieren sich als »Sound-Bastler/innen« oder »Sound-Forscher/innen«, sie verstehen sich als Techniker/innen, die technisch-handwerkliche Handlungen ausführen, um ihre Musikinstrumente zu bauen oder Hardware entgegen ihrer intendierten Nutzung einsetzen. Franks Selbstdarstellung korrespondiert mit der in die Alltagstheorien der Gesellschaftsmitglieder eingelagerten Verbindung aus Technikkompetenz und Männlichkeit, denn, wie Cynthia Cockburn und Susan Ormrod (1997: 23) festhalten, »Männlich zu sein heißt, technisch kompetent zu sein – d. h. entweder selbst technische Qualifikationen anzuwenden oder Techniker anzuleiten, d. h. eigeninitiativ, projektorientiert, kontrollierend zu sein. Weiblich zu sein heißt, nichts oder wenig mit Technik zu tun zu haben [...]«. Vor dem Hintergrund dieser Ausführungen der Autorinnen, die Technik wie auch Geschlecht als sozial konstruiert verstehen und einander wechselseitig bedingen, erscheint Friedas Erzählung als außergewöhnlich, obwohl sie Franks Beschreibung seiner Arbeitsweise in vielerlei Hinsicht gleicht.

Die DJ bricht mit ihrer Selbstdarstellung als Technikerin mit dem Alltagsverständnis über das Verhältnis von Technik und Geschlecht, das auch in den untersuchten Musikszenen eingelagert ist. Frieda wird folglich in der Gesellschaft und den untersuchten Szenen eine Sonderstellung respektive die Position eine »Ausnahmefrau« zugeschrieben, wodurch ihre Geschlechtszugehörigkeit in besonderer Weise auffällig wird.

Die Künstler/innen

DJs, die sich als Künstler/innen verstehen, erachten Ideen als notwendige Voraussetzung für die Produktion von Musikstücken mit Wiedererkennungswert. Drum'n'Bass-DJ Paul spricht von solchen Ideen:

»Ich weiß genau, wie ich an die Sache rangehe. Ich hör das und ich weiß ganz genau, wie es unterm Strich sein muss, weil ich eine Idee und eine Vision hab. Ich hab das sofort für mich fertig im Kopf, wo ich hinmöchte. Ich finde das einfach viel besser, wenn man eine Idee hat und die umsetzt, als man macht halt einfach was und endet bei etwas, was einem gefällt, weil eine Vision war nie vorhanden. Weil ein richtiger Produzent, der überlegt sich im Kopf, welchen Track er machen möchte und der setzt das dann auch um. Ich brauch dafür zwar jemanden, der das dann umsetzt, weil das mach ich nicht, aber ich hab die Idee. Und dann gibt es manche, die kennen sich mit der Technik gut aus. Die setzen sich hin und drehen so lange an den Knöpfen bis sie eine Bassline haben, die ihnen gefällt. Dasselbe machen sie mit den Drums und mit den Highheads bis zu allen Sounds. Zum Schluss haben sie zwar, was ihnen gefällt, aber es war nie als Vision vorhanden. Das ist für mich ein großer Unterschied.« (DJ, DnB, m)

Paul versteht die Musikproduktion als einen künstlerischen Schöpfungsakt, dem die Imagination über das fertige Musikstück vorausgeht. Er konzipiert Musikstücke im Kopf und setzt sie in Kooperationen mit Musikproduzenten um, die über das Musik- und Technikwissen für die Bedienung der Hard- und Software verfügen. Im Unterschied zu den Techniker/innen gelangt Paul nicht durch »Basteln«, »Löten« und »Experimentieren« zu seinen Musikstücken, sondern durch »Visionen« und »Ideen«, deren Umsetzung er anderen überlässt. Der DJ erhebt die Musikproduktion zur Kunst und präsentiert sich selbst als Künstler, der sich von Musikproduzent/innen, die lediglich »an den Knöpfen drehen« zu unterscheiden weiß, denn letztere seien lediglich »Techniker« und »Handwerker«. Mit der Unterteilung in zwei Typen von Musikproduzenten rekurriert Paul auf die gesellschaftliche

Unterscheidung zwischen Kunst und Handwerk, die auf der Annahme fußt, dass Künstler/innen mit der Umsetzung ihrer »Ideen« Kunstwerke für den »freien« Markt produzieren und durch deren Verkauf ihren Lebensunterhalt verdienen; Handwerker/innen hingegen nur nützliche Gebrauchsgegenstände für ihre Auftraggeber/innen herstellen und von diesen bezahlt werden (Becker 1982: 272f). Sie setzen keine Ideen um, sie führen Aufträge aus, wodurch sie im Vergleich zu Künstler/innen an Autonomie einbüßen. Eine autonome Position im Feld reklamiert auch Techno-DJ Sina für sich, indem sie von »Freiheit« und Wahlmöglichkeiten spricht:

»Das Einzige, was ich als Künstler habe, ist meine Freiheit, dass ich sagen kann, okay, ich kann auf dieser Party spielen und mit den Leuten zusammenarbeiten oder ich kann dort oder dort was machen.« (DJ, Techno, w)

Im Unterschied zu Paul, Drum'n'Bass-DJ, und Sina, Techno-DJ, die von »Ideen«, »Visionen« und »Freiheit« sprechen, erzählt Fuat, der experimentelle elektronische Musikstücke produziert, von seiner »Schaffenskrise«:

»Es hat schon eine Zeit gegeben, wo ich eigentlich eine Ur-Krise gehabt habe mit meiner Musik, wo ich mir gedacht habe, nein, ich weiß nicht, ich krieg das nicht fertig. Ich hab nichts mehr unternommen, hab einfach nur mehr Musik gemacht, hab nichts gegessen und hab versucht, das Album fertig zu machen. Ich war abgemagert, bin nicht mehr weggegangen am Abend, mich hat nichts mehr interessiert. Ich kann mich noch erinnern, an einem Abend bin ich gesessen, weil ich nicht mehr konnte, und hab mir gedacht, wie schaut's eigentlich aus mit Frauen. Ich weiß gar nicht, wie so was geht, aber es ist einfach die Wahrheit. Drei Jahre nur Musik gemacht, bis das Album endlich fertig war.« (DJ, EEM, m)

Fuat schließt mit der Schilderung über seine »Schaffenskrise« an den Topos des Künstlergenies an, das außerhalb gesellschaftlicher Normen lebt und sich einzig seiner Arbeit hingibt (Christadler 2005, Krieger 2007).

Eine Selbstdarstellung als Künstlerin manifestiert sich auch im folgenden Zitat von Techno-DJ Sara über ihre »Berufung« zur Musik:

»Die Zeiten sind nicht gerade rosig, um zu sagen, ich werd jetzt Musiker und mach keinen Brotjob und verärgere meine gesamte Familie, wie das jetzt bei mir war. [...] Auf der anderen Seite, das Auflegen ist wie das Musikmachen so infektiös und ansteckend und es macht einfach süchtig. Da kommt man eh nicht drum herum, da

wirst noch so viele Jobs machen und wirst aber merken, du bist unglücklich und möchtest eigentlich nur dort hin. Dann musst halt ins kalte Wasser springen, so wie ich, und das machen.« (DJ, Techno, w)

Gegen die Einwände ihrer Familie und der finanziellen Unsicherheit entschließt sich Sara, dem DJ-ing und der Musikproduktion nachzugehen. Sie vermittelt den Eindruck, aus innerer Notwendigkeit gehandelt zu haben und rechtfertigt ihre Entscheidung vor sich selbst, ihren Eltern und ihrem sozialem Umfeld mit der als legitim erachteten Suche nach einer Beschäftigung, zu der sie sich berufen fühlt und bei der sie sich selbst verwirklichen kann. Klar erkennbar wird in dieser Aussage nochmals die »anti-ökonomische« illusio der DJ: Sara macht »Kunst um der Kunst willen« – oder in Bourdieus Worten »l'art pour l'art« (1999/2001) – ohne sich Gedanken über ihre ökonomische Zukunft zu machen.

Saras Erzählung über die »Berufung« zur Musik und Fuats Ausführungen zu seiner »Schaffenskrise« schließen an das moderne Geniekonzept der bildenden Künste an, das sich ab 1750 durchsetzt (Krieger 2007) und bis heute – auch bei DJs – großer Beliebtheit erfreut. Diese DJs präsentieren sich durch ihre impliziten Verweise auf den Topos des Genies als Künstler/innen und verknüpfen ihre Position in der lokalen Musikszene mit »Autonomie«, »Freiheit« und »Selbstverwirklichung«. Diese Position erlaubt, einen Gegenpol – die Handwerker/innen und Techniker/innen – zu erschaffen. Die DJs produzieren mit ihren Selbstdarstellungen und ihrem Selbstverständnis als Künstler/innen einen sozial bedeutsamen Unterschied in den Musikszenen entlang der etablierten hierarchischen Unterscheidung von Kunst und Handwerk.

Die Rockmusiker

Eine dritte Variante der Selbstpräsentation von DJs ist die des Rockmusikers. Dass diese mit der Vorstellung von gesellschaftlicher »Revolte« gegen den bürgerlichen Wertekanon einhergeht, drückt sich in der Erzählung von Silas aus:

»Wenn du im Musikmachen gut werden willst, dann musst du wirklich reinhackeln. Wenn du ein Album produzierst, nach einem halben Jahr schaust wirklich fertig aus, weil du dich [...] dann manchmal manisch hingezogen wirst und durcharbeitest bis in die Früh und wenig schläfst. Und dazu viel Kaffee, kiffen, dann manchmal Wodka-Sessions, wenn irgendwer einsingt oder was einspielt, um den gewissen State of

Mind zu generieren. Und Frauen, die das machen, findest du ganz selten. Das wird sich hoffentlich ändern, wenn es mehr gibt, die Eier haben. Aber wahrscheinlich ist es einem Typ [Anm.: Mann] mehr egal, wenn er schlecht aussieht, als einer Frau. Damit hängt das wahrscheinlich zusammen, dass Produzieren so eine starke Männerdomäne ist.« (DJ, Techno, m)

In Silas Selbstdarstellung bildet sich die normative Vorstellung über männliche Rockmusiker, insbesondere Gitarristen ab, die Alkohol und Drogen konsumieren, einen unkonventionellen Habitus entwickeln und Musik machen, die Tausende von (weiblichen) Fans in Hysterie versetzen soll. Rock, schreiben Simon Frith und Angela McRobbie bereits 1978 (1990), fungiert als Form des männlichen »sexuellen Ausdrucks« und der männlichen »sexuellen Kontrolle«; die Bühne bietet den Musikern eine Inszenierungsfläche für ihre Kreativität an ihren Instrumenten und ihren unkonventionellen Habitus. Im Rock manifestiert sich die Vorstellung von einer mit männlichen Attributen aufgeladene Kreativität, die in sexueller Energie zu wurzeln scheint.

Silas bedient sich dieser Vorstellung, wenn er erklärt, Frauen würden nur dann Kreativität besitzen, wenn sie »Eier« haben. Der vulgäre Ausdruck dient der Umschreibung männlicher Potenz, aus der Silas und seine männlichen Kollegen anscheinend ihre Kreativität beim Musizieren schöpfen. Der DJ recurriert aber auch auf das Alltagswissen über die Geschlechter (vgl. Exkurs und 2.2), das selbstverständlich und unhinterfragt für die Erklärung der Unterrepräsentation von Musikproduzentinnen herangezogen wird. Der vermeintliche Wesensunterschied zwischen Frauen und Männern – die Eitelkeit der Frauen und das Arbeitsethos der Männer bei der Musikproduktion – ist es, der dazu führe, dass Frauen seltener als Männer der Musikproduktion nachgehen.

In Bourdieus Theorie der kulturellen Felder ist Rockmusik das populäre Feld mit seinem »Nützlichkeitsgeschmack«. Hier dient der Rekurs auf den Mythos des männlichen »Rockrebellens« zur Selbstdarstellung des DJs als Rockmusiker, der Kreativität aus seiner männlichen Potenz schöpft und als »Revolution« gegen bürgerliche Normen und Werte versteht. Die befragten Frauen verzichten auf eine derartige Selbstpräsentation; sie stellen sich als Technikerinnen und vor allem Künstlerinnen. Allerdings recurrieren alle drei Typen der Selbstdarstellung der DJs – die Künstler/innen, die Techniker/innen und die Rockmusiker – auf etablierte gesellschaftliche Diskurse

über kulturelle Produktivität, denen je spezifische Geschlechterkonstruktionen eingeschrieben sind.

3.3 Die Suche nach dem Plattenlabel für die Veröffentlichung von Tonträgern

DJs verbinden mit ihrem Musikstil bei der Musikproduktion dieselbe Vorstellung wie mit ihrem DJ-Stil – nämlich eine wesentliche Voraussetzung für ihren Erfolg als Musikproduzent/in geschaffen zu haben. Dieser Erfolg definiert sich bei der Musikproduktion über die Veröffentlichung ihrer Musikstücke bei einem Plattenlabel. Die Tonträger der DJs, ihre kulturellen Produktionen, ihre »Werke«, sind die materiellen Verkörperungen, die Objektivierungen ihres produzierten »eigenen Sounds«.

Für jede der untersuchten Musikszenen existieren kleine Independent-Labels, die spezifische Subgenres elektronischer Musik auf Tonträgern oder im Internet als downloadbare MP3s veröffentlichen, vermarkten und verkaufen. Die interviewten DJs veröffentlichen mehr oder weniger regelmäßig Maxi-Singles, Alben und einzelne Musikstücke auf »Compilations« und/oder im Internet downloadbare MP3-Files; ergänzt werden diese Vinyl, CD- und MP3-»Releases« von einigen DJs um die Veröffentlichung von DVDs mit Konzertmitschnitten ihrer Auftritte. Zusätzlich nehmen sie »Remix«-Aufträge für vorhandene Musikstücke an.

Dieses Kapitel widmet sich zunächst der Darstellung der Barrieren und Hürden der DJs bei ihrer Suche nach einem Plattenlabel (3.3.1); daran anschließend werden die Interviewsequenzen analysiert, in denen sie die Gründe für die erfolgreiche Platzierung ihrer Musikstücke bei Plattenlabels nennen (3.3.2); ferner werden die häufig verwendete Phrase vom »richtigen Zeitpunkt« für die Veröffentlichung von Tonträgern einer genaueren Exploration unterzogen und die feldspezifischen Anerkennungspraktiken – nunmehr im Zusammenhang mit »Releases« – thematisiert (3.3.3).

3.3.1 Barrieren und Hürden

Zweifelsohne, darüber sind die befragten DJs sich einig, die größte Hürde bei der Musikproduktion ist es, ein Plattenlabel mit der Bereitschaft zu finden, ihre Musikstücke als CD oder Schallplatte zu veröffentlichen und die Kosten für Produktion und Vermarktung des Tonträgers zu übernehmen. Diese Schwierigkeit führen die DJs auf drei Gründe zurück:

Erstens, die »Krise der Musikindustrie« wirke sich nachhaltig negativ auf Musikschaffende und kleine(ere) Independent-Plattenlabels aus, bei denen DJs ihre Musikstücke veröffentlichen wollen. Auslöser dieser »Krise« waren bzw. sind die Verbreitung von CD- und DVD-Brennern in Privathaushalten und deren Nutzung für die Reproduktion von Tonträgern und Filmen, die Substituierbarkeit von Tonträgern durch digitale Distribution (Downloads, Streamings, Multi-Channel-Angebote) sowie unbezahlte Musik-Downloads aus dem Internet. Durch diese technologischen Veränderungen verlieren die Plattenlabels in der Vermarktungskette von Musik das Monopol für ihre Distribution in gespeicherter und konservierter Form. (Stein 2003; Rudolf 2003) Eine Folge dieses Monopolverlustes sind kontinuierlich rückläufige Tonträger-Verkäufe seit der Jahrtausendwende, die Major-Labels und ihre Interessenvertretungen von einer nachhaltigen »Krise der Musikindustrie« berichten lassen, die nur teilweise durch kostenpflichtige MP3-Downloads kompensiert werden können (vgl. Jahresberichte zum österreichischen Musikmarkt seit 2004 von IFPI Austria, www.ifpi.at; Einsicht 05/2012). Im Unterschied zu global agierenden Major-Labels, die auf die »Krise der Musikindustrie« mit der Fusionierung von Plattenlabels und der Forderung nach strikten Copyright- und Download-Gesetzen antworten, können Independent-Labels und kleine Tonträgervertriebe die Umsatzeinbußen durch verminderte Verkaufszahlen kaum wettmachen. Meine InterviewpartnerInnen berichteten, dass viele Betreiber/innen von kleinen Independent-Plattenlabels und Tonträgervertrieben gezwungen waren, ihre Mikrounternehmen zu schließen und die Mehrheit der (noch) existierenden Independent-Plattenlabels für elektronische Musik ihre Veröffentlichungspolitik nachhaltig veränderten, u.a. durch eine zurückhaltendere Annahme angebotener Musikstücke.

Zweitens, die befragten DJs kommen bei meiner Frage nach den Hürden bei der Musikproduktion immer wieder auf die Konkurrenz zu sprechen, die sie auf den einfachen und kostengünstigen Zugang zu Musiksoftware im Internet zurückführen. Eine Folge des erleichterten Zugriffs auf Musikproduktionsmittel ist der im Vergleich zu den 1980er und 1990er Jahren rasche Anstieg der Anzahl der Produzent/innen, die ihre Musikstücke bei Plattenlabels platzieren wollen.

Drittens, DJs sollten für den Abschluss eines Plattenvertrags über ein spezifisches ökonomisches Wissen verfügen. Der Plattenvertrag regelt u.a. die Kostenaufteilung für Produktion, Vertrieb und Vermarktung des Ton-

trägers, die Gewinnaufteilung aus dem Tonträger-Verkauf, die Aufteilung der Einnahmen aus den ausgeschütteten Tantiemen von Verwertungsgesellschaften sowie die Frage nach dem Copyright für die veröffentlichten Musikstücke (Webb 2007, 202–256). Die befragten DJs unterzeichnen häufig Plattenverträge, die festlegen, dass das Plattenlabel die Produktions-, Vermarktungs- und Vertriebskosten für den Tonträger auslegt und diese durch den Tonträgerverkauf amortisiert werden. Die Gewinne aus den Tonträger-Verkäufen werden nach Kostendeckung zwischen Plattenlabel und Musikproduzent/in halbiert. Der Vorteil dieser »50/50-Deals« (Webb 2007: 207) liegt darin, keinerlei Kosten für die Veröffentlichung des Tonträgers tragen zu müssen. Die Nachteile, die einige meiner Interviewpartner/innen anführen, sind das geringe ökonomische Kapital der Plattenlabels für Vermarktung und Vertrieb ihrer Tonträger und ihre Schulden beim Plattenlabel, wenn der Tonträger nicht die erwarteten Verkaufszahlen erreicht. Nur einer der befragten DJs unterzeichnet gelegentlich auch Verträge, durch die er bereits vor Abgabe seiner Musikstücke einen vereinbarten Geldbetrag erhält und bei Abgabe der Musikstücke einen weiteren. Bei solchen »Deals« geht das Copyright in der Regel an die Auftraggeber über, die zu meist keine Independent-Plattenlabels sind, sondern die Musik kommerziell für Produktwerbung einsetzen. Die oben angeführten Punkte betreffen die Kernbereiche der Plattenverträge, die je nach Ausgestaltung in zahlreiche Unterpunkte mit spezifischen Klauseln aufgegliedert werden. Die juristische Sprache der Plattenverträge und ihre Inhalte zu verstehen, war für die Mehrheit der interviewten DJs zu Beginn ihrer Karriere eine Herausforderung. Sie sollten über die gesetzlichen Rahmenbedingungen für Plattenverträge, die Copyright-Gesetze, die Abrechnung von Tantiemen durch Verwertungsgesellschaften und dgl. Bescheid wissen, um einen Plattenvertrag auszuhandeln, der ihre Einnahmen aus den Tonträger-Verkäufen und eingespielten Tantiemen sicherstellt. Diese unterschiedlichen Dimensionen beschreiben das kognitive ökonomische Wissen der DJs, das sie beim Abschluss eines Plattenvertrags einsetzen.

Trotz all dieser Schwierigkeiten veröffentlichen meine Interviewpartner/innen ihre Musikstücke in der Regel regelmäßig auf Independent-Plattenlabels. Wie kommt es dazu? Welche Gründe nennen die befragten DJs für die Überwindung dieser Barrieren?

3.3.2 Kreativität und Qualität

Florian, DJ für experimentelle elektronische Musik, beschreibt seine Vorgangsweise, durch die es ihm gelungen ist, ein Plattenlabel für die Veröffentlichung seiner Musikstücke zu finden:

»Ich hab wirklich versucht, was Eigenes zu machen und hab mir dann [...] ein Label gesucht, wo ich mir [...] gedacht hab, dass das ungefähr hineinpasst, weil genau wirst es eh nie finden. Und dann musst die anschreiben oder das denen in die Hand drücken und das ist bei mir geglückt. Aber viele machen es ja umgekehrt. Die suchen sich ein Label und machen dann die Musik von denen. Das machen leider viele, wo du ganz genau hörst, die haben versucht so zu klingen wie die DJs, die das Label machen. Du musst es umgekehrt machen. Also nicht einfach nachmachen, sondern was Eigenes machen und dir dann das Label suchen.« (DJ, EEM, m)

Florians »Erfolgsrezept« besteht darin, Musikstücke zu produzieren, die einerseits einen eigenen »Sound« haben, der seine Wiedererkennung bei Publikum und Kolleg/innen in Aussicht stellt, andererseits sind seine Musikstücke nicht zu ausgefallen und fügen sich gerade noch in das musikalische »Profil« eines Plattenlabels. Mit dieser Vorgangsweise beschreitet der DJ einen etablierten Weg im künstlerischen Feld, der zur Anerkennung der Kreativität von Künstler/innen führen soll, nämlich an existierende Werke anzuschließen und sie gleichzeitig sukzessive weiterzuentwickeln.

Paolo spricht einen der Kreativität sehr ähnlichen Grund an, auf den er den Erhalt eines Plattenvertrags bei einem renommierten britischen Drum'n'Bass-Label zurückführt, nämlich die Qualität der Musikstücke:

»Bei unserem ersten Release auf dem [Name eines Musikproduzenten] habe ich den Track [Anm.: per Mail] geschickt und wirklich nach fünf Minuten krieg ich vom Labelmanager die Message: Wie lautet deine Telefonnummer? Wieder fünf Minuten später hat mich der [Name des Labelmangers] angerufen und ich mein, höher als [Name des Plattenlabels] geht's eigentlich nicht, und er hat gesagt: Ich möchte den Track haben und war Feuer und Flamme. Ich möchte jetzt nicht darauf hinaus, dass wir so toll sind. Das ist bei anderen genauso, weil wenn die Labels was finden, was ihnen wirklich taugt, dann holen sie es sich auch sofort. Der springende Punkt ist die Qualität, weil wenn man wirklich gut ist, dann findet man sofort ein Label und das geht verdammt schnell durchs Internet und sehr unbürokratisch.« (DJ, DnB, m)

Der DJ will sagen, dass die »Qualitätsstandards« für Musikstücke nicht die DJs selbst definieren, sondern die Betreiber/innen von Plattenlabels durch ihre selektive Auswahl aus den angebotenen Musikstücken. Die Plattenlabels nehmen in den Musikszenen eine »Gatekeeper«-Position ein, indem sie zu »Qualitätsinstanzen« werden, die durch die Vergabe eines Plattenvertrags über die Qualität respektive den »Wert« der Musikstücke entscheiden.

Die vorangegangenen Zitate vermitteln die Vorstellung der DJs, ihre Kreativität und/oder die Qualität der produzierten Musikstücke würden zu einem Plattenvertrag und somit zur Veröffentlichung eines Tonträgers führen. Sobald die DJs diese Kriterien erfüllen und auch von den Labelbetreiber/innen erkannt werden, scheinen die Barrieren, auf die die DJs bei der Suche nach einem Plattenlabels stoßen, mühelos überwunden zu werden.

Kreativität, so John Howkins (2002/2005), definiert sich über Ideen, die »persönlich, originell, bedeutungsvoll und nützlich« sein sollen, denn nur dadurch werden sie als Innovationen erkannt und erhalten ihren ökonomischen Wert. Diese Definition von Kreativität ist Teil von machtvollen ökonomischen Diskursen, die auf die Etablierung einer neuen Beziehung zwischen Kultur und Ökonomie durch die steigende Bedeutung der Creative Industries abzielen. Eine Folge dieser Diskurse ist, dass Kreativität im postfordistischen Kapitalismus zu dem wurde, was Effizienz für die Konzerne des zwanzigsten Jahrhunderts war (vgl. Boltanski und Chiapello 2006): die mysteriöse individuelle und/oder kollektive Qualität, die die Erfolgreichen von den Erfolglosen trennt (Gilbert 2011: 78). Es ist daher keine Überraschung, wenn die DJs auf ihre Ideen, ihre Kreativität und die Qualität der Musikstücke verweisen, um ihren Erfolg zu erklären. Kreativität und Qualität werden in den Erzählungen der DJs über den Erhalt eines Plattenvertrags zu »Differenzmarkern«, denn kreativ zu sein bedeutet, soziale Unterschiede zu schaffen. Diese Distinktionsstrategie ermöglicht es, sich selbst als kreativer und erfolgreicher Musikproduzent zu präsentieren.

Eine ähnliche Distanzierungsstrategie zeigt sich in der Erzählung von Fuat, DJ für experimentelle elektronische Musik, indem er Kreativität und Qualität für seine Abgrenzung zum »Mainstream«, dem Subfeld der Massenproduktion, aufgreift:

»Wenn man sich mal anhört, was in MTV und VIVA gespielt wird, es klingt [...] alles gleich und es ist einfach katastrophal schlecht, was da im Mainstream läuft [...]. Es gibt immer wieder Ausnahmen, ja, aber im Prinzip ist die Masse eine Katastro-

phe. Aber die Majors haben auch das Geld für die Promotion. Sie haben Geld, ja, aber keine Ideen. [...] Die Releases auf den Indie-Labels, dort siehst du die Ideen [...]. Dort musst du hinschauen, wenn'st was Neues hören willst. Das kommt aus dem Underground. [...] Wir treiben das ja alles voran, weil wir machen immer neue Sachen, die super sind und innovativ, aber das hörst du sicher nicht auf MTV und VIVA. Aber wen interessiert das schon, was dort gespielt wird.« (DJ, EEM, m)

Die Musikvideos, die MTV und VIVA für ihre Programmgestaltung auswählen, die beiden Musiksender selbst und die Major-Plattenlabels repräsentieren den »Mainstream«, der sich durch ein hohes Ausmaß an ökonomischem Kapital und mangelnde musikalische Qualität charakterisiert. Was dem »Mainstream« fehle, sind die »Ideen« und »Innovationen« der Musiker/innen, DJs und Musikproduzent/innen des »Undergrounds«, zu dem sich Fuat zählt. Er versteht sich und seine Kolleg/innen als Avantgarde, die sich vom Subfeld der Massenproduktion absetzt, weil sie innovativ und kreativ sind, bestehende elektronische Musikgenres weiterentwickeln und neue hervorbringen. Fuat und seine Kolleg/innen, die ihre Tonträger bei Independent-Plattenlabels veröffentlichen, präsentieren sich als AkteurInnen im innovativen und kreativen »avantgardistischen Underground«.

Die Kreativität der Musikproduzent/innen und die Qualität der Musikstücke sind nicht die einzigen Kriterien, die zur Veröffentlichung eines Tonträgers bei einem Plattenlabel führen sollen, wengleich diese »Differenzmarker« als die zentralen Kriterien für den Erhalt eines Plattenvertrags angeführt werden. In der Erzählung von Fabian offenbart sich, dass es durchaus nützlich sein kann, Labelbetreiber/innen zu seinen Freund/innen zählen zu können:

»Nachdem ich dann meinen ersten Track fertig hatte, dann ist der [Names eines befreundeten Label-Betreibers] zu mir ins Studio gekommen und hat gesagt: Ja, das find ich super, machen wir eine Veröffentlichung. Und das war dann mein erster Release.« (DJ, EEM, m)

Um die Bedeutung der Freundschaften mit Label-Betreiber/innen weiß auch Techno-DJ Sven, wenn er folgenden Ratschlag formuliert:

»Es ist ganz wichtig, dass du Leute von kleinen Labels kennen lernst, weil es ist ja sehr viel Freunderlwirtschaft. [...] Es ist oft so, also man kennt die Typen, die dort

irgendwas zu tun haben, und wenn man etwas macht, was denen gefällt, dann wirst du relativ schnell gesigned, wenn das Geld da ist [...]. Meistens ist es eh so, dass sich die befreundeten Labels gegenseitig die Plattenverträge für ihre Releases unterschreiben.« (DJ, Techno, m)

Die Freundschaften mit Labelbetreiber/innen sind allerdings keine Garantie für die Veröffentlichung eines Tonträgers. Samira hat über ihre jahrelange DJ-Tätigkeit gute Kontakte zu einem in Berlin ansässigen und auf Techno spezialisierten Plattenlabel aufgebaut und ihre ersten Musikstücke an den Betreiber des Plattenlabels gemailt. Sie erhält jedoch die »niederschmetternde Antwort« (Zitat Samira), dass ihre Musikstücke noch weit von einer Veröffentlichung entfernt seien, sie nochmals »kräftig daran arbeiten« (Zitat Samira) solle und seitens des Plattenlabels kein weiteres Interesse an der Veröffentlichung ihrer Musikstücke bestehe. Ähnlich ergeht es Drum'n'Bass-DJ Pia, die ihre Musikstücke an zwei britische Labels schickt, bei denen sie bereits Tonträger veröffentlichte und deren Betreiber sie persönlich kennt. Als sie nach Monaten noch immer keine Antwort bekommen hat, fragt sie nach und erhält postwendend eine Absage.

Die Bedeutung von sozialem Kapital wird nochmals offensichtlich im folgenden Zitat von Techno-DJ Sandra, die am Beginn der Musikproduktion steht und darüber nachdenkt, ob sie ihre Musikstücke einem Plattenlabel anbieten soll:

»Ich hab ein bisschen die Angst, dass meine Tracks noch zu schlecht sind. Und ich hab dann keine Lust, dass ich von allen Absagen bekomme oder dass die nicht mal zurückschreiben, weil die mich nicht kennen. Weil es ist schon wichtig, das soll [...] was G'scheites werden, weil sonst brauch ich mir das gleich nicht antun. Es gibt [...] nicht so viele Labels, wo ich jetzt hingehen kann und wo ich das versuchen kann, und da will ich mir nicht mit halbfertigen Tracks gleich im Vorhinein alles verscheißen, weil die antworten dann nimmer, weil die eh denken, dass du nix z'sambringst. [...] Und wenn du auch keine Kontakte zu den Labels hast und die halt auch nicht kennst, dann kannst du das halt ganz schwer einschätzen, was die so in nächster Zeit planen.« (DJ, Techno, w)

Sandra will unbedingt verhindern, mit den produzierten Musikstücken einen schlechten Eindruck bei den wenigen Plattenlabels, die für die Veröffentlichung ihrer Musikstücke überhaupt infrage kommen, zu hinterlassen. Es ist aber nicht nur die »Angst« vor der Ablehnung ihrer Musikstücke, die

sie zögern lässt. Auch die mangelnde Kommunikationsbereitschaft der Plattenlabels und die fehlenden persönlichen Kontakte zu den Labelbetreiber/innen wirken sich hinderlich auf die Entscheidungsfindung aus, ob sie die Musikstücke sofort oder erst nach nochmaliger Überarbeitung versenden soll. Soziale Kontakte zu den Labelbetreiber/innen würden zudem ihr Informationsdefizit über die Veröffentlichungspläne der Labels in naher Zukunft kompensieren.

Die beiden Techno-DJs Sandra und Samira und Drum'n'Bass-DJ Pia sind drei der befragten Frauen, die über Absagen von Plattenlabels sprechen und Zweifel äußern, ob ihre Musikstücke den Anforderungen der Labelbetreiber/innen wohl genügen. Keiner der befragten Männer thematisiert derartige Erfahrungen und Selbstzweifel. Sie präsentieren sich als kreative und erfolgreiche Musikproduzenten, indem sie sich einen innovativen Musikstil zuschreiben. Diese geschlechtsspezifischen Strategien der Selbstpräsentation haben allerdings keinen Einfluss auf die Vorstellung, dass Qualität und Kreativität die entscheidenden Kriterien für den Erhalt eines Plattenvertrags seien. Frauen als auch Männer teilen den Glauben an Kreativität und Qualität und bringen damit abermals die »Illusio«, ihren Glauben an das Spiel, zum Ausdruck – nämlich die Vorstellung, die Hürden und Barrieren bei der Suche nach einem Plattenlabel überwinden zu können, sobald sie Musikstücke mit eigenem Stil und von hoher Qualität produzieren, von denen nicht nur sie selbst, sondern auch die Labelbetreiber/innen überzeugt sind.

3.3.3 Der »richtige Zeitpunkt«

Die DJs thematisieren im Zusammenhang mit ihrer Suche nach einem Plattenlabel häufig den »richtigen Zeitpunkt« für die Veröffentlichung von Tonträgern. Dass sie mit dieser Redewendung unterschiedliche Aspekte beschreiben, wird in den folgenden Interviewaussagen explizit. DJ Sara meint mit dem »richtigen Zeitpunkt« den Erscheinungstermin ihres Tontägers – dieser sei für die Präsenz der DJ in den einschlägigen »Szene-Medien« (Thornton 1996) ausschlaggebend:

»Die ganzen Releases haben ja eine irrsinnig kurze Halbwertszeit, weil es wird [...] wöchentlich so viel released, kommt dann ganz kurz in den Zeitungen vor und dann geht es schon wieder unter. Dann ist es schon wieder vorbei. Ich muss wirklich schauen, dass ich den richtigen Zeitpunkt abstoppe, wann ich das jetzt rausbringen

soll. Das muss ich relativ gezielt machen, und natürlich sind die guten Zeiten Juni und Herbst und Jänner, und da werden sie mich aber als Newcomer nicht platzieren, weil da werden sie ihre wirklich großen Sachen platzieren. [...] Wenn's schlecht läuft, dann werden meine Tracks im Sommer released und dann falle ich ins Sommerloch und werde gar nicht gesehen.« (DJ, Techno, w)

Der Erscheinungszeitpunkt wird von den Betreiber/innen der Plattenlabels festgelegt, die die Tonträger bereits bekannter und etablierter Musikproduzent/innen in den erfahrungsgemäß »guten« Monaten veröffentlichen und die Tonträger der »Newcomer«, wie sich Sara selbst bezeichnet, in das »Sommerloch« reihen würden. In diesen Monaten sei die Aufmerksamkeit der Musikjournalist/innen wie die der potenziellen Käufer/innen für neu erschienene Tonträger gering, außerdem erscheint jede Woche eine unüberschaubare Fülle an Tonträgern, die nicht beachtet oder kaum von den Medien wahrgenommen werden. Vor diesem Hintergrund ist es für Sara relevant, den »richtigen« Erscheinungszeitpunkt für die Veröffentlichung ihres ersten Tonträgers mit den Labelbetreiber/innen zu verhandeln mit dem Ziel, Medienpräsenz zu erlangen.

Die einschlägigen »Szene-Medien« von kleinen Fanzines über deutsch- und englischsprachige Musikzeitschriften wie Skug, de:bug, Intro, Spex, Wire, DJ Mag etc. bis zu den einschlägigen Sendungen bei den österreichischen Radiosendern FM4 und Radio Orange sowie einschlägigen Internet-Radiosendungen können zur Steigerung des Bekanntheitsgrades von Musikproduzent/innen beitragen, indem sie über veröffentlichte Tonträger berichten und die neuen Stücke spielen. Sie sind entscheidende Multiplikatoren, die den Musikgeschmack der Szene-Gänger/innen nachhaltig beeinflussen und sich wesentlich an der Konstruktion der Bewertungskriterien für »gute« Musik beteiligen.

Dass nicht nur die mediale Berichterstattung über einen Tonträger die Popularität der DJs steigern kann, sondern auch die Kolleg/innen, indem sie die neuen Musikstücke bei der Auswahl ihrer DJ-Sets berücksichtigen, weiß Techno-DJ Samira. Auch sie thematisiert die »richtige Zeit«, meint allerdings den »richtigen« Erscheinungszeitpunkt des Tonträgers im Verlauf ihrer Karriere:

»Ich hab meinen ersten Track veröffentlicht, wie ich [...] schon eine gewisse Öffentlichkeit gehabt hab und meine regelmäßigen Gigs hatte, und dann hab ich erst ein Release gemacht. Das wurde dann auch ganz gut rezipiert in den Zeitungen und im

Radio haben sie's auch gespielt und die DJs auch. Das hat irgendwie eine ziemliche Schubkraft gehabt, weil das war die richtige Zeit, um einen Track releasen.« (DJ, Techno, w)

Damit die Veröffentlichung eines Tonträgers einen positiven Effekt auf den Karriereverlauf der DJs hat, erscheint es in einem ersten Schritt notwendig zu sein, sich zunächst als DJs durch regelmäßige Auftritte bei Szene-Events einen Namen zu machen. Samira beschreibt damit einen Karriereverlauf, der mit dem DJ-ing beginnt und allmählich um die Veröffentlichung von Tonträgern erweitert wird. Die überwiegende Mehrheit der Interviewten hat sich für diesen Karriereverlauf entschieden. Sie streben zunächst danach, zumindest in der lokalen Musikszene Anerkennung für ihre DJ-Tätigkeit zu erhalten, denn diese szenespezifische Öffentlichkeit soll gewährleisten, dass der Tonträger in den einschlägigen Musikzeitschriften rezipiert, das Musikstück im Radio gespielt wird und ihre Kolleg/innen die Platte bei der Auswahl der Musikstücke für die Gestaltung ihres DJ-Sets berücksichtigen. Samira adressiert mit ihren veröffentlichten Tonträgern primär andere DJs, weniger die »herkömmlichen« Musikkonsument/innen, weil andere DJs ihren Tonträger käuflich erwerben oder im Internet downloaden und ihn bei ihren DJ-Auftritten spielen sollen. Sie drücken mit dieser Praxis ihre Anerkennung für Samira als Musikproduzentin aus.

Im Unterschied zu den Anerkennungspraktiken des Publikums in den Veranstaltungslokalen, durch die »gute« DJs hervorgebracht werden, gestaltet sich die Anerkennung für einen veröffentlichten Tonträger folglich um einiges komplexer, weil sich zusätzlich zu DJ-Kolleg/innen und Musikfans nunmehr auch Betreiber/innen von Independent-Labels und Musikjournalist/innen an den Anerkennungspraktiken beteiligen. Die Independent-Plattenlabels, die sich auf ein spezifisches Genre der elektronischen Musik spezialisieren, bewerten in einem ersten Schritt durch die Vergabe eines Plattenvertrags den »Wert« der produzierten Musikstücke. Betreiber/innen von Plattenlabels – häufig selbst DJs und Musikproduzent/innen – akkumulieren wie Plattenverkäufer/innen oder Gründer/innen von lokal verankerten Producer-Led-Outfits Entscheidungsmacht. Sie werden zu »Qualitätsinstanzen« und können wesentlich auf die Karriereverläufe der DJs Einfluss nehmen, indem sie aus den zahlreichen angebotenen Musikstücken nur wenige für die Veröffentlichung auswählen. Zudem thematisieren die befragten DJs auch die Bedeutung der »Szene-Medien« bei der

Veröffentlichung von Tonträgern, wobei sie den Einfluss von Musikjournalist/innen zur Steigerung ihres Bekanntheitsgrades unterschiedlich einsetzen. Techno-DJ Sara, die zum Zeitpunkt des Interviews ihren ersten Tonträger veröffentlicht, knüpft an die Berichterstattung in den »Szene-Medien« die Hoffnung, in der Techno-Szene als »Newcomer« unter den etablierten Musikproduzent/innen wahrgenommen zu werden und die entsprechende Anerkennung zu erhalten. Auch DJ Samira spricht über die positiven Auswirkungen der medialen Anerkennung sowie der Anerkennung ihrer Kolleg/innen auf ihren Karriereverlauf. Sebastian, der sich bereits über die Wiener Techno-Szene hinaus einen Namen als Techno-DJ und Musikproduzent machen konnte, legt keinen Wert auf die mediale Berichterstattung:

»Das bringt nichts und mir ist das wurscht, was die schreiben. Ich lese das auch nicht, weil die Journalisten haben einen individuellen Musikgeschmack und wenn's dem nicht gefällt, mein Gott, dann halt nicht. Das Label macht eine gewisse Promotion für meine Platten. Das ist wichtig, weil die Leute müssen wissen, dass es das gibt. Und wenn's im Radio gespielt wird, das ist wichtig, weil dann hören die Leute die Musik. Aber jetzt, dass ich die Anerkennung von irgendeinem tollen Magazin krieg und die mich [...] aufs Cover packen und hypen, das interessiert mich nicht.«
(DJ, Techno, m)

Sebastian reduziert Journalist/innen auf ihren individuellen Musikgeschmack, den sie in der Rezeption seiner Tonträger zum Ausdruck bringen. Seiner Meinung nach existieren keinerlei objektive Bewertungskriterien im Musikjournalismus, wodurch die Besprechungen seiner Tonträger in »Szene-Medien« für ihn kaum von Interesse sind. Als bereits anerkannter Musikproduzent wird für Sebastian die mediale Anerkennung nebensächlich – allerdings geht er davon aus, dass seine veröffentlichten Tonträger von Journalist/innen ohnehin wahrgenommen werden. Er zählt sich nicht zu den »Newcomern«, die mit ihrem ersten Tonträger um mediale Anerkennung kämpfen, sondern verlässt sich auf die Öffentlichkeitsarbeit seines Plattenlabels und der Radiojournalist/innen, die in ihrem Zusammenspiel mit dem Plattenlabel die Fans von der Existenz seines neuen Tonträgers wissen lassen. Seine Tonträger scheinen von den Labelbetreiber/innen ohnehin im »richtigen« Erscheinungszeitraum, den »guten« Monaten, veröffentlicht zu werden.

Einen letzten Aspekt in Bezug auf die Redewendung »zur richtigen Zeit« thematisiert DJ Paul, indem er darüber berichtet, wie er gemeinsam mit seinem Kollegen durch die Veröffentlichung eines Musikstücks »schlagartig berühmt« wird:

»Wir haben einen Track, der hieß [...], durch den sind wir wirklich schlagartig weltweit bekannt geworden für Drum'n'Bass-Verhältnisse. [...] Da ist unser Marktwert plötzlich gestiegen und wir waren in allen Verkaufscharts, Download-Charts, Journals, egal was. [...] Wir waren gerade noch zur richtigen Zeit dran, einen Hit zu landen, weil heutzutage ist das fast unmöglich.« (DJ, DnB, m)

Der veröffentlichte Tonträger, der sich nachhaltig positiv auf Pauls Karriereverlauf auswirkt, ist der »Hit«. Die »richtige Zeit« für die Veröffentlichung eines Tonträgers, der in den unterschiedlichen Hitparaden an oberster Stelle rangiert und die entsprechende mediale Anerkennung erhält, liegt allerdings in der Vergangenheit. Das ist die einzige nähere Bestimmung für die verwendete Phrase, die Paul in diesem Zitat verrät. Die »richtige Zeit« ist vorbei, womit auch die Möglichkeiten, den eigenen »Marktwert« noch weiter zu steigern – zumindest für alle Wiener Drum'n'Bass-DJs, die der Musikproduktion nachgehen –, versiegt seien. Paul will mit dieser Aussage seine Position als erfolgreicher Musikproduzent in der Drum'n'Bass-Szene absichern, indem er den Eindruck vermittelt, kein/e andere/r Drum'n'Bass-DJ nach ihm könne an diesen Erfolg anschließen. Er konstruiert seinen Erfolg als ein für nachkommende Drum'n'Bass-DJs unerreichbares Ziel. Als Parameter für diesen Erfolg werden die Verkaufs- und Download-Charts angeführt. Es handelt sich also um einen ökonomischen »Marktwert«, der an den Verkaufszahlen des Tonträgers und den bezahlten MP3-Downloads aus dem Internet bemessen wird. Hinzu kommen die Musikmagazine (»Journals«), die weniger den ökonomischen als vielmehr den symbolischen Wert der Musikproduzenten durch ihre mediale Anerkennung hervorbringen.

3.4 Die Bedeutung der Tonträger für die DJ-Karriere

Die Anschaffung der Produktionsmittel für die Musikproduktion verlangt, zusätzlich zum regelmäßigen Kauf von Musik für das DJ-ing, die Investition an Geld. Das Erlernen des »Song Gettings« elektronischer Musikstücke gestaltet sich zeitaufwändig und schwierig und durch die »Krise der

Musikindustrie« finden DJs immer seltener ein Plattenlabel für die Veröffentlichung ihrer Musikstücke. Warum nehmen DJs dennoch all diese Hürden auf sich und investieren Zeit und Geld in die Musikproduktion und die Suche nach einem Plattenlabel?

Im Kapitel über die projektbasierten Kooperationen sowie im vorangegangenen Kapitel über die Suche der DJs nach einem Plattenlabel zeichnete sich die Antwort auf diese Frage bereits ab: DJs streben mit der Veröffentlichung von Tonträgern danach, ihre Produktivität und ihren Bekanntheitsgrad zu steigern. In diesem Kapitel richtet sich mein Interesse auf all jene Interviewpassagen, in denen die DJs die positiven Auswirkungen einer Tonträgerveröffentlichung auf ihren Karriereverlauf rekonstruieren.

Für Florian, DJ für experimentelle elektronische Musik, ist die Veröffentlichung seiner Musikstücke auf einem Plattenlabel entscheidend für zukünftige Kooperationen mit international bekannten Musiker/innen:

»Releases sind für mich sehr wichtig, wenn ich mit anderen Musikern zusammenarbeiten will. Wenn du ihnen eine selbstgebrannte CD mit deiner Musik in die Hand gibst, dann klingt es nach Wollen, aber nicht Können. Es ist so quasi: Ich will was von dir. Aber wenn du schon selber ein Album hast, das bei einem Label erschienen ist, dann brauchst du dem nicht mehr beweisen, dass du dich jetzt mit ihm etablieren willst oder dass du seine Hilfe brauchst, sondern du willst einfach zusammenarbeiten. Das ist dann quasi auf selber Augenhöhe. Wenn ich zu De La Soul gehen kann und sagen kann: Das ist mein altes Album und ich mach ein neues jetzt und würde gerne was mit euch machen, hört es auch an, wenn's euch gefällt, mach ma's. Also wenn das klappt, ist das für mich der vollste Erfolg, weil sie sind die Größten für mich.« (DJ, EEM, m)

Der DJ hat seine Stücke bei einem Label veröffentlicht, womit er beweist, dass seine Musik den individuellen Qualitätskriterien der Labelbetreiber/innen entspricht. Musikstücken auf einer selbstgebrannten CD haftet hingegen der Makel mangelnder Qualität und Kreativität an – nach Florian bestenfalls ein »Wollen, aber nicht können«. Der auf einem Plattenlabel veröffentlichte Tonträger dient dem DJ als Voraussetzung für die Realisierung seines »vollen Erfolgs«, nämlich die Kooperation mit der Band De La Soul für sein nächstes Album. Der bereits auf einem Plattenlabel erschienene Tonträger dient also als »Eintrittskarte« für Kooperationen mit bekannten Musiker/innen, die wiederum in einem Tonträger ihre Objektivierung finden soll. Wenngleich Florian diese Kooperation anstrebt, weil er

ein bekennender Fan der Band ist und er seine Absichtslosigkeit bei der Zusammenarbeit betont, so lässt sich seine erhoffte Anerkennung aus der Kooperation mit der Band unschwer erkennen.

Für Techno-DJ Silas gewährleistet ein veröffentlichter Tonträger die Zugehörigkeit zu einer exklusiven »DJ-Elite«. Die Unterscheidung zwischen DJs, die Tonträger veröffentlichen, und jenen, die dieser Praxis nicht nachgehen, gilt es für Silas zu betonen:

»Wenn du eine Platte rausbringst, die super ist, dann kann keiner mehr etwas sagen und dann bekommst schnell Akzeptanz. Und das find ich nicht schlecht, dass es an dem gewertet wird [...], ob du jetzt nur irgendein DJ bist, der Vinyls im Kreis dreht oder ob du auch gute Tracks machst und auf einem Label veröffentlichst. [...] Das find ich schon sehr okay, dass das an dem gemessen wird. Dann stellt sich die Frage gar nicht mehr, ob der jetzt zur Szene gehört, dann ist das schon einmal klar. Und das trennt die Spreu vom Weizen. Das trennt die hundert Millionen DJs, die wir haben, von denen, die releasen, und die kannst an einer Hand abzählen.« (DJ, Techno, m)

Die Veröffentlichung von Musikstücken auf einem Plattenlabel stellt für Silas die Zugehörigkeit der DJs zu einem kleinen exklusiven Kreis von Musikproduzent/innen sicher. Sie gehören zu den wenigen DJs, die nicht nur »Vinyl im Kreis drehen« und bezahlte »Entertainer/innen« für Club- und Barbesucher/innen sind, sondern die Praxis des DJ-ings um jene der Musikproduktion erweitern. Folglich würden sie zu den kulturellen Produzent/innen, die sich von aus der gewöhnlichen, unbedeutenden und anonymen Masse der »Millionen von DJs« abheben und würden eine Persönlichkeit mit Namen und Gesicht darstellen. Diese Abgrenzung gilt es für Silas zu wahren, sie legitimiert die angesehene Position, denn diese DJs verfügen über jene Eigenschaften, um die »Qualitätsprüfung« der Plattenlabels zu bestehen. Silas versteht sich als Teil dieser »Elite«. Er stilisiert sich sogar als ihr Vertreter, indem er festhält, dass »es« – der Erfolg der DJs – nicht an ihren Auftritten bei Clubnächten, sondern an der Veröffentlichung von Tonträgern auf einem Plattenlabel bemessen werden soll. Der DJ scheint sich mit seiner Aussage auf einen Konsens in den untersuchten Musikszenen zu berufen, der das zentrale Kriterium für eine erfolgreiche Karriere festlegt: die Veröffentlichung eines Tonträgers auf einem möglichst renommierten Plattenlabel. Dieser Konsens wird nicht in Frage gestellt; vielmehr goutiert Silas, nicht zuletzt aufgrund seiner zahlreich ver-

öffentlichem Tonträger auf Plattenlabels, die feldspezifische Anforderung an DJs mit Karriereambitionen.

Der Konsens, veröffentlichte Tonträger würden zu einer ökonomisch erfolgreichen Karriere führen, bestand nicht immer. Sebastian, Techno-DJ, beschreibt die steigenden Anforderungen für eine erfolgreiche Karriere:

»Heutzutage ist es das Wichtigste, dass man selbst schon mal was produziert und releast hat, das international akzeptiert worden ist und parallel dazu sollte man gut auflegen. Nur ein guter DJ zu sein und einen guten Stil zu haben, das reicht heute nicht mehr. Damals bei der alten Generation war das noch nicht so. Aber die DJs, die heute so rausschießen, die haben alle eine super Platte gemacht und dann können sie mit einem guten DJ-ing auch gutes Geld verdienen und kriegen gute Bookings, weil du deine Gage hinaufschrauben kannst, und die Leute kommen trotzdem zu deinen Auftritten, weil sie sagen, wow, der hat so einen super Track produziert. Natürlich gehört dann aber auch dazu, dass man wirklich gut auflegt, weil es gibt wahnsinnig, wirklich wahnsinnig viele gute DJs, die halt nicht bekannt sind.« (DJ, Techno, m)

Hier werden zwei »Generationen« von DJs genannt, für die unterschiedliche Erfolgskriterien gelten: Für die »erste Generation«, die in der Anfangsphase einer lokalen elektronischen Musikszene mit dem DJ-ing begonnen hat, war es für eine erfolgreiche Karriere ausreichend, ein/e »gute/r« DJ zu sein. Die Musikproduktion und die Veröffentlichung von Tonträgern war eine Option, aber keine Bedingung für Erfolg. Ihr primäres Arbeitsfeld waren/sind Auftritte bei Clubnächten, über die sie eine für sie bestmögliche Position im Feld erkämpfen, besetzen und in der Regel bis heute erhalten. Die zweite, gegenwärtige Generation, die sich in der Formierungs- oder Ausdifferenzierungsphase einer lokalen Musikszene für das DJ-ing entscheidet, ist hingegen gezwungen, das DJ-ing um die Musikproduktion zu erweitern und zumindest einen Tonträger auf einem Plattenlabel zu veröffentlichen, der in den einschlägigen Musikmagazinen besprochen, im Radio sowie von anderen DJs bei ihren Auftritten gespielt wird. Durch die Veröffentlichung eines Tonträgers auf einem Plattenlabel wecken DJs bei Veranstalter/innen von Szene-Events verstärktes Interesse und die Wahrscheinlichkeit, für einen Auftritt außerhalb Österreichs gebucht zu werden, vergrößert sich proportional zur Anzahl der Veröffentlichungen. Mit »guten Bookings« will Sebastian ausdrücken, es seien vor allem Auftritte außerhalb der lokalen Musikszene, die die höchsten Honorare abwer-

fen. Für diese DJs ist das Publikum bereit, hohe Eintrittspreise zu bezahlen und bis in die Morgenstunden auf ihre Auftritte zu warten.

DJs erhöhen mit der Veröffentlichung von Tonträgern auf Plattenlabels ihre Legitimation im Feld. Sie werden zu begehrten DJs und akkumulieren symbolisches Kapital, das sie in einem nächsten Schritt durch höhere Honorare in ökonomisches Kapital konvertieren. Entgegen der Erwartung, DJs könnten durch die Tonträgerverkäufe ihr Einkommen erhöhen, sind es die steigenden Honorare für ihre Auftritte bei Clubnächten, die zu einem solchen Ergebnis führen. Die ökonomischen Gewinne aus Tonträgerverkäufen sind im Vergleich dazu, nicht zuletzt aufgrund rückläufiger Verkaufszahlen, gering. Keine/r der befragten DJs verdient mit dem Verkauf von Tonträgern, inklusive bezahlter MP3-Downloads und Tantiemen von Verwertungsgesellschaften, genügend Geld für ihren/seinen Lebensunterhalt. Die Auftritte bei Clubnächten sind daher ihre primäre Einnahmequelle. Mit den steigenden Anforderungen für eine ökonomisch erfolgreiche Karriere, nämlich das DJ-ing um die Veröffentlichung von Tonträgern zu erweitern – sind DJs gezwungen, eine Art von »Umwegrentabilität« durch die Veröffentlichung von Tonträgern anzustreben. Diese »Umwegrentabilität« lässt sich als ein Charakteristikum der DIY-Karrieren von DJs beschreiben. Die steigenden Anforderungen für eine erfolgreiche Karriere werden allerdings – wie die Bewertungskriterien für die Leistung der DJs bei ihren Auftritten und für veröffentlichte Tonträger – von den DJs selbst und anderen Szene-Akteur/innen hervorgebracht.

Meine Interviewpartner/innen wissen um diese Anforderungen. Sie führen ihr Defizit darauf zurück, (noch) keinen Tonträger mit einem für sie charakteristischen »Sound« bei einem Plattenlabel veröffentlicht zu haben. Techno-DJ Sandra formuliert es so:

»Ich hab bis heute noch keinen eigenen Sound in ganz klassischer typischer Weise herausgebracht. Das fehlt mir. Das sollte ich jetzt [...] dringend schleunigst wirklich angehen, weil sonst schaff ich es nicht.« (DJ, Techno, w)

DJs verbinden mit der Veröffentlichung eines Tonträgers die Vorstellung, ihrem Erfolg als DJ – auch in ökonomischer Hinsicht – könne nichts mehr im Wege stehen. Es reicht also nicht der entwickelte DJ-Stil, der heute zu einer erfolgreichen Karriere führt; ausschlaggebend ist der auf einem Plattenlabel veröffentlichte Tonträger, der kreativ und innovativ sein und die Wiedererkennung und Unverwechselbarkeit der DJs über die geo-

grafischen Grenzen der lokalen Musikszene hinaus gewährleisten soll. Für die Veröffentlichung eines Tonträgers sind DJs bereit, Zeit und Geld zu investieren, soziales Kapital zu akkumulieren und dem DJ-ing und der Musikproduktion vor allen anderen ökonomisch einträglichen Beschäftigungen den Vorzug zu geben. Der Tonträger symbolisiert die Kombination all ihres kulturellen Kapitals und Wissens sowie ihre Fähigkeit zur Selbstorganisation (etwa die Organisation informeller Lernpraktiken für das Erlernen des »Song Gettings«) und ihre Bereitschaft, dieser – und keiner anderen – Tätigkeit nachzugehen. DJs verknüpfen mit der Veröffentlichung eines Tonträgers und der Entwicklung eines höchst individuellen Musikstils die Vorstellung, alle feldspezifischen Anforderungen für eine ökonomisch erfolgreiche Karriere erfüllt zu haben.

4. NETZWERKE

In unterschiedlichen Kapiteln kamen die Szene-Netzwerke und ihre Bedeutung für eine erfolgreiche Karriere bereits zur Sprache: Im Plattenladen sichert die Freundschaft mit Plattenverkäufer/innen den Zugang zu begehrten Tonträgern, bei der Einladung zu Auftritten bei Szene-Events werden befreundete DJs, auch wenn erst am Beginn ihrer Karriere stehend, bevorzugt; bei der Musikproduktion dienen Netzwerke u.a. der Wissensaneignung, und bei der Suche nach einem Plattenlabel kann sich die Freundschaft mit Labelbetreiber/innen als Vorteil herausstellen.

In diesem Kapitel diskutiere ich zunächst (4.1) die Tätigkeit der DJs als Veranstalter/innen von Szene-Events, kurz Clubhosts, und ihre Zusammenhänge zu Szene-Netzwerken, die vor Ort entstehen und sich mit fortschreitender Kontinuität zu einem von geografischen Kriterien weitgehend unabhängigen »Elite-Netzwerk« (Hitzler et al. 2005: 25 sowie 1.1) entwickeln. Daran anschließend (4.2) interessieren mich die Kriterien für die Einladungspolitik, die DJs in ihrer Position als Clubhosts anwenden, und die subjektiven Profite, die sie aus der Doppelfunktion von DJ-ing und Veranstaltungsorganisation für ihren Karriereverlauf schlagen. Das Kapitel 4.3 widmet sich schließlich Female Pressure, einem seit mehr als zehn Jahre existierenden Netzwerk für DJ-Frauen und Musikproduzentinnen, und analysiert die Diskussionen der Female-Pressure-Akteurinnen auf den beiden Mailinglisten des Netzwerks. Als ein virtuelles Netzwerk ist Female

Pressure ein Beispiel für die zentrale Bedeutung des Internets für translokale Vernetzungsaktivitäten von Szene-Akteur/innen; als Frauennetzwerk verweist Female Pressure auf die Widersprüchlichkeiten, die den unterschiedlichen Strategien der Frauenförderung im Kontext der erfahrenen Ausschlüsse der befragten DJ-Frauen sowie den feministischen Diskursen des »Second-Wave«- und »Third-Wave«-Feminismus eingeschrieben sind.

4.1 Clubhosts und Organisationseliten

Im Zentrum der Tätigkeiten von Clubhosts bzw. Veranstalter/innen steht die Organisation von Szene-Events (Clubnächte, Raves, Konzerte, Musikfestivals), wofür zunächst ein geeigneter Veranstaltungsort gefunden werden sollte, deren Betreiber/innen die Bereitschaft haben, die Programmgestaltung für einen vereinbarten Zeitraum (einen Abend für eine Clubnacht oder mehrere aufeinanderfolgende Abende für Musikfestivals) den Veranstalter/innen zu überlassen. Clubhosts mieten in Eigenverantwortung ein Veranstaltungslokal, laden DJs ein und treten in der Regel auch selbst als solche auf. Eine andere Variante ist die fortlaufende Kooperation zwischen Veranstalter/innen und Clubbetreiber/innen, wobei Letztere häufig das Risiko für die Finanzierung der Honorare auftretender Musiker/innen tragen, während die Clubhosts die Einladungen der Musiker/innen, inklusive der Verhandlung ihrer Honorare übernehmen. Für die Veranstaltungstätigkeit sollten DJs folglich über ökonomisches Wissen verfügen, um adäquat Entscheidungen hinsichtlich der Budgetierung der zu erwartenden Ausgaben (Musiker/innen-Honorare, Reisekosten, Raummiete, Werbekosten, Steuerabgaben usw.), der geschätzten Einnahmen (Eintrittsgelder der Clubbesucher/innen, Ticketvorverkauf etc.) und möglicher Sponsor/innen (z.B. Brauereien, Spirituosenfirmen, Firmen aus dem Telekommunikationsbereich) und Subventionsgeber/innen (Erstellen von Subventionsanträgen und Abrechnung der erhaltenen Förderungen) treffen zu können. Für die Koordination und Durchführung dieser verschiedenen Aufgabenbereiche benötigen Clubhosts zusätzlich zu ihrem ökonomischen Wissen ein hohes Maß an Selbstorganisation. Zudem setzen sie ihr Musikwissen für die Auswahl der Musiker/innen sowie ihre persönlichen Kontakte zu DJs und Szene-Akteur/innen ein, um beispielsweise ein geeignetes Veranstaltungslokal zu günstigen Konditionen zu mieten. Letztlich ist für ein erfolgreiches Szene-Event neben den eingeladenen DJs auch der Name der Club-

hosts, ihr symbolisches Kapital, von Bedeutung: Vor allem die von renommierten DJs veranstalteten Clubnächte und Musikfestivals versprechen den Musikfans den erhofften Spaß.

Techno-DJ Sina arbeitet für einen Clubbetreiber und organisiert wöchentlich mehrere Clubnächte. Wie sie bei dieser Arbeit mit anderen Veranstalter/innen kooperiert, beschreibt sie wie folgt:

»Wenn ich jemanden bei mir einlade, dann versuche ich für ihn auch ein Booking in Innsbruck oder in Graz oder so zu checken. Das ist ein großes Netzwerk, weil ich mit anderen Clubs in Österreich und im Ausland arbeite. Wenn ich zum Beispiel von jemandem ein Promo bekomme, wo die Musik super ist, versuche ich das an einen anderen Club zu verkaufen. Insofern haben wir alle miteinander zu tun. Also ich kenne alle Clubveranstalter in Wien und die kennen mich, und mit einigen gibt es wirklich einen guten Austausch und Zusammenhalt.« (DJ, w, Techno)

Sina wird von Plattenlabels und Booking Agenturen mit Tonträgern (»Promos«) beliefert mit dem Ziel, dass sie die unter Vertrag stehenden Musiker/innen für einen Auftritt bucht. Aus diesem Angebot und lokal ansässigen DJs wird eine Auswahl für das »Line-Up« der Clubnächte getroffen, und DJs werden an andere Veranstalter/innen von Clubnächten in österreichischen und europäischen Städten vermittelt. Durch diese Organisations- und Vermittlungstätigkeit formiert sich zwischen Sina und anderen Clubhosts eine »Organisationselite«, deren Tätigkeitsbereich über die lokale Musikszene hinausreicht. Sina zufolge entwickeln diese Veranstalter/innen von Szene-Events ein solidarisches Verhältnis zueinander (»Zusammenhalt«) und tauschen Informationen bezüglich geplanter Szene-Events aus. Nach den gleichen Prinzipien funktionieren die Netzwerkbeziehungen der »Organisationselite«, in die Paolo, Drum'n'Bass-DJ, involviert ist:

»Wir sind nicht alle befreundet, überhaupt nicht, aber wir kennen uns und wir sprechen uns miteinander ab. Nicht nur für die Veranstaltungen und die Dates, das geht bis dahin, dass wir Gagen-Absprachen machen, damit die Booking Agencies nicht probieren, uns gegeneinander auszuspielen. Wir telefonieren mindestens einmal im Monat und sagen, welche DJs wir in den nächsten drei, vier Monaten vorhaben zu buchen. Oft ist es dann so, ah, den wollte eigentlich ich buchen, dann gibt der eine bei dem nach und der andere bei dem und keiner hat ein Problem damit.« (DJ, DnB, m)

Die sozialen Netzwerkbeziehungen zwischen den lokal ansässigen Veranstalter/innen, die jeweils unterschiedliche Drum'n'Bass-Clubnächte organisieren, definieren sich nicht zwangsläufig über Freundschaften, sondern durch das geteilte Interesse an der Organisation und der Durchführung ökonomisch erfolgreicher Clubnächte. Durch Informationsaustausch und Solidarität, etwa bei Absprachen über die Honorarhöhe für eingeladene Musiker/innen, bringen die DJs in ihrer Funktion als Clubhosts eine »Organisationselite« hervor, die in der lokalen Musikszene eine mit hoher Entscheidungsmacht ausgestattete Position besetzen und sich allmählich durch Kooperationen mit Veranstalter/innen in anderen europäischen Drum'n'Bass-Szenen zu einem geografisch unabhängigen »Elite-Netzwerk« entwickeln soll.

In den Beschreibungen von Sina und Paolo über die Entstehung und Funktionsweisen von »Organisationseliten« bleiben allerdings ihr hohes Maß an Selbstorganisation und ihr Wissen, das sie durch die Veranstaltungspraxis akkumulieren, das ökonomische Kapital, das für die Veranstaltung von Szene-Events eingesetzt wird, als auch ihr anerkannter Name als DJs, der bei den organisierten Clubnächten möglichst viele Besucher/innen anziehen soll, unbenannt. Die Kombination dieser Kapitalsorten ist ausschlaggebend für ihre Position als Clubhosts in den lokalen Musikszenen im Allgemeinen und in der jeweiligen Organisationselite, der sie angehören, im Besonderen. Aber nach welchen Kriterien werden Einladungen zu Auftritten bei Clubnächten ausgesprochen? Wie gestalten DJs das Line-Up für ihre organisierten Szene-Events?

4.2 Einladungspolitik der Clubhosts

Clubhosts schaffen mit der Veranstaltung von Szene-Events die Voraussetzung dafür, dass die Leistungen der DJs bei ihren Auftritten überhaupt Gegenstand einer Bewertung werden. Diese Leistungen sollten jeweils einzeln betrachtet und identifiziert werden können, weshalb DJs bei ihren Auftritten aufgefordert sind, eine nachweisbare Leistung zu erbringen. Für ihre Bewertung ist der unmittelbare Vergleich mit anderen DJs bei einer Clubnacht also die Voraussetzung. Clubhosts laden für eine Clubnacht mindestens zwei DJs ein, wodurch eine direkte Vergleichbarkeit ihrer Musikstile ermöglicht und ein Konkurrenzverhältnis zwischen den eingeladenen Musiker/innen geschaffen wird. Jede Clubnacht inszeniert den Leistungs-

vergleich im Ringen um den ausgefeiltesten Stil und verteilt somit die Aufstiegschancen für DJs bei jedem Szene-Event aufs Neue.

Wie gelangen nun unbekannte DJs zu ihren Auftritten? Wie gestaltet sich die »Nachwuchsförderung« in den lokalen Musikszenen? Techno-DJ Sara beantwortet diese Fragen:

»Junge DJs, die spielen wollen, gibt's ganz viele. Also die Nachwuchsförderung gestaltet sich wirklich schwierig und das ist eines der größten Probleme. Gibt man ihnen die Chance oder gibt man sie ihnen nicht. Ich sage eher nicht, weil das Risiko sehr groß ist. Bei meinem Club steht die Qualität der Musik, also die Ernsthaftigkeit der DJs und Produzenten im Vordergrund. Sie müssen schon Vollblutmusiker sein, die das DJ-ing und das Musikmachen hauptberuflich machen. Das ist ja ein Genre-Club, wir spielen zum Beispiel keinen Drum'n'Bass, sondern zeitgenössischen Techno in all seinen Ausformungen. Das ist ein Club, da befinden wir uns in der Avantgarde der Techno-Kultur.« (DJ, Techno, w)

Die Vergabe von Einladungen an Nachwuchs-DJs für Auftritte bei Clubnächten hängt von ihrer Qualität ab. Für Sara bedeutet dies, dass DJs auch als Musikproduzent/innen tätig sein und ihren Lebensunterhalt mit der DJ-Tätigkeit und der Musikproduktion verdienen sollten. Mit diesem Standard verbindet Sara Qualität und Ernsthaftigkeit mit ökonomischem Erfolg auf eine spezifische Weise, die nicht nur vorschlägt, Qualität würde zu Erfolg führen, sondern auch, dass Erfolg ein Zeichen von Qualität wäre. Qualität nimmt in Saras Einladungs politik folglich eine doppelte Rolle ein: Sie wird – wie bei der Suche nach einem Plattenlabel für die produzierten Musikstücke (vgl. 3.3) – zu einem »Differenzmarker« zwischen etablierten und Nachwuchs-DJs, während die Qualitätsorientierung (»gut ist, wer genügend Geld verdient«) bei der Einladungs politik gleichzeitig zur »Marktorientierung« (Bröckling 2007: 215) wird. Mit dieser spezifischen Definition von Qualität bringt die DJ den »Gegensatz zwischen Kunst und Geld« (Bourdieu 1985/1998) zum Erodieren. Der »Avantgarde«-Status, den sie für ihre Clubnächte in Anspruch nimmt, wird mit hoher Qualität assoziiert und er dient zur Abgrenzung ihrer Clubnächte vom »Mainstream« der Techno-Musik. Diese »Distinktionsstrategie«, wie Bourdieu die Aussage von DJ Sara interpretieren würde, manifestiert sich allerdings nicht in der Ablehnung der ökonomischen Logik; im Gegenteil, beim Prozess der Akkumulation von kulturellem, sozialem und symbolischem Kapital wird die etablierte »Marktorientierung« zu einer Voraussetzung. Diese Ein-

ladungspolitik bei der Organisation von Clubnächten verunmöglicht es, unbekannte DJs für Auftritte einzuladen. Diesen DJs scheint ein »Risiko« anzuhafte, weil ihre mangelnde Popularität zu einem Wegbleiben der potenziellen Clubbesucher/innen führen und sich dadurch die erwarteten Einnahmen für die organisierten Clubnächte vermindern und der »Ruf« der DJs in ihrer Funktion als Clubhost geschmälert werden könnte.

Wie kommt nun die Unterrepräsentanz von DJ-Frauen bei Clubnächten zustande? Auf diese Frage gibt Sina eine Antwort:

»Es gibt jetzt leider nicht so viele Frauen, wo ich jetzt sagen könnte: Ja, das passt. [...] Es ist nicht so, dass es mir nicht gefällt, was sie machen, aber es muss zum Club passen, den ich mach. Und ich mach das Ganze ja nicht für mich, sondern ich mach das für das Publikum, ja. Und wir haben ein gewisses Publikum, und das hat gewisse Ansprüche, und ich muss das erfüllen. So ist das einfach.« (DJ, Techno, w)

Dass Frauen seltener zu Auftritten eingeladen werden als Männer und folglich weniger Geld als ihre männlichen Kollegen verdienen – und sie nicht zuletzt deshalb auch seltener ökonomisch erfolgreiche Karrieren anstreben als Männer –, führt Sina auf die Diskrepanz zwischen dem Musikstil ihrer Kolleginnen und den Ansprüchen der Clubbesucher/innen zurück. Sie seien für die von Sina veranstalteten Szene-Events ungeeignet, weil sie den Ansprüchen des Clubpublikums nicht gerecht würden, was letztlich dazu führe, Männer häufiger einladen zu müssen. Sina präsentiert sich als Dienstleisterin mit der Aufgabe, ein möglichst großes Publikum für die Clubnächte zu gewinnen. Dass sie DJ-Frauen benachteiligt, scheint Sina durchaus bewusst zu sein – mit ihrer Argumentation legitimiert sie jedoch die Bevorzugung von Männern und trägt letztlich zur Unterrepräsentanz von DJ-Frauen bei Clubnächten bei.

Die Zitate von Sara und Sina illustrieren, wie sie in ihrer Position als Clubhosts das Spiel um Einladungen zu Auftritten und die »Aufnahme« in etablierte Organisationseliten mitbestimmen und beeinflussen. Sie kontrollieren durch ihre Veranstaltungstätigkeit den Zugang zum Feld, sie verteidigen seine Grenzen und steuern die Karriereverläufe von (Nachwuchs-) DJs, indem Einladungen zu Auftritten ausgesprochen werden oder davon abgesehen wird. Obwohl die weiblichen Befragten bei ihren Erzählungen über den Beginn ihrer DJ-Tätigkeit häufig auf ihre Ausschlüsse aus den Szenenetzwerken verweisen und ihre mangelnde Anerkennung von männlichen Kollegen kritisieren, inkorporieren sie – wie ihre männlichen Kollegen –

allmählich die sozialen (Ungleichheits-)Strukturen der Musikszene. Sie verteidigen häufig die Benachteiligung von DJ-Frauen und unbekanntem DJs bei Einladungen zu Auftritten, indem sie auf die »Qualität« der DJs oder die (zumeist selbst auferlegte) Erfüllung von Besucher/innen-Ansprüchen verweisen. Soziale Ungleichheiten in den untersuchten Musikszene manifestieren sich in realen und symbolischen Ausschlüssen von DJ-Frauen und immensen Einkommensunterschieden zwischen Frauen und Männern einerseits und zwischen bekannten und unbekanntem DJs andererseits. Durch den steigenden Bekanntheitsgrad von DJs, der sich durch die Veröffentlichung eines Tonträgers auf einem Plattenlabel erhöhen lässt, können die Honorare für »Star-DJs« auf bis zu 30.000 Euro pro Auftritt ansteigen.

Welches Interesse haben die Clubhosts, die bestehenden sozialen Strukturen durch ihre Einladungspolitik zu reproduzieren und zu verteidigen? DJ Sandra weiß um ihre subjektiven Profite aus der Veranstaltungstätigkeit:

»Es dauert ein paar Jahre, bis du das Auflegen gut kannst, bis du einen Namen hast und bis du eingeladen wirst. Das kommt ja erst relativ spät, der Punkt, wo du wirklich Geld damit machen kannst. Ich hab dafür gesorgt, dass ich mit dem Club gleich am Anfang mein Geld verdient hab. Durch den Club hab ich mittlerweile auch internationale Bookings. Damit ist meine Karriere ziemlich losgegangen, weil ich plötzlich auch große Auftritte hatte, wo ich sehr viel Geld verdiene. Ich habe den Club gemacht und gleich am Anfang meine eigenen Strukturen aufgebaut, um genau dieser Abhängigkeit zu entfliehen.« (DJ, Techno, w)

Sandra spricht den Zeitfaktor im Karriereverlauf an: Es dauert einige Jahre, bis das DJ-ing beherrscht, ein eigener Stil entwickelt und der bekannte Name – das symbolische Kapital – in Geld konvertiert werden kann. Während dieser Zeit sollten DJs fortwährend Geld in den Kauf von Tonträgern und Musikproduktionsmittel investieren und sich aktiv um Auftritte bei Szene-Events bemühen, ohne von Auftritten bei Clubnächten leben zu können. Die angesprochene Abhängigkeit beschreibt also eine ökonomische Abhängigkeit von diversen »Nebenjobs« für die Absicherung des Lebensunterhalts. Sandra umgeht diese Abhängigkeit, indem sie nicht irgendeine ökonomisch einträgliche Beschäftigung annimmt, sondern als Clubhost mit der Veranstaltung von Szene-Events Geld verdient. Zu Beginn der Karriere ist die Tätigkeit als Clubhost demnach nicht nur eine Möglichkeit, zu DJ-Auftritten zu gelangen und sich bekannt zu machen

(vgl. 2.4), sie sichert im besten Fall auch ein mehr oder weniger regelmäßiges Einkommen. Auf die Selbstorganisation der Clubnächte greifen die befragten Frauen häufig zurück aufgrund der erfahrenen Ausschlüsse aus DJ- und Veranstaltungscrews zu Karrierebeginn, und sie erhalten diese Form der Selbstorganisation zum Teil auch aufrecht, nachdem sie sich einen Namen gemacht haben. Diese Vorgangsweise erklärt sich aus weiteren subjektiven Profiten für DJs mit dieser Doppelfunktion:

»DJs sind oft selbst Veranstalter. Das hilft natürlich sehr, nicht nur, weil man dann auch bekannter ist, sondern man bucht auch DJs in der Hoffnung, dass man auch von denen auf eine Party gebucht wird.« (DJ, DnB, m)

DJs besetzen mit der regelmäßigen Veranstaltung von Clubnächten eine relativ autonome, mit Entscheidungsmacht ausgestattete Position im Feld, die es ihnen erlaubt, über die Zusammensetzung des »Line-Ups« zu bestimmen, wodurch sie die Akkumulation von sozialem Kapital über die Produktion eigener Netzwerke präzise steuern können. Die Einladung einer/eines DJs zu einem Auftritt geht einher mit ihrer/seiner persönlichen Betreuung – angefangen mit der Abholung von Bahnhof oder Flughafen über den Aufenthalt vor Ort und im Club bis zur Abreise. Die gemeinsam verbrachte Zeit außerhalb des Clubs bietet Möglichkeiten für den Austausch von Informationen und auch über die eigenen Tätigkeiten, während die Zeit im Club genützt wird, um den DJ-Stil performativ aufzuführen und die eingeladenen DJs zu beeindrucken. Häufig endet der Auftritt der Eingeladenen in einem »DJ-Battle« mit der/dem Clubhost, bei dem die beiden DJs abwechselnd eine Platte spielen, um dem Publikum und einander ihre Mix-Techniken und Plattenauswahl vorzuführen. Bei einem »Battle« zeigen die DJs, auch ohne Vorbereitung auf das zuvor gespielte Musikstück des Kollegen/der Kollegin reagieren zu können.

Sofern die eingeladenen DJs nicht ohnehin der Veranstaltungstätigkeit nachgehen, werden sie ihre Kontakte zu Clubhosts nutzen, um eine »Gegeneinladung« zu einem Auftritt auszusprechen. Durch dieses Spiel aus Einladung und Gegeneinladung erhöht sich die Anzahl der Auftritte bei Szene-Events kontinuierlich, wobei DJs vor allem ihre Auftrittshäufigkeit im internationalen Raum steigern wollen. Diese Auftritte sind die »gut bezahlten«, weil DJs außerhalb ihrer Musikszene Exklusivität verkörpern. Jeweils lokale Musikfans können DJs aus Musikszenen in anderen Städten dann hören, wenn diese DJs von Clubhosts eingeladen werden, während die

Fans der lokalen Musikszene häufig die Gelegenheit haben, »ihre« DJs zu hören³¹. Durch die Tätigkeit als Clubhost gelingt es den DJs letztlich auch, zu einer bestehenden Szene-Elite Zugang zu finden. Das bringt wiederum soziales Kapital durch die Zusammenarbeit mit Clubhosts, die häufig nicht in der lokalen Musikszene verankert sind, sondern in Musikszenen anderer europäischer Metropolen.

Die von meinen Interviewpartner/innen beschriebenen subjektiven Profite aus Veranstaltungstätigkeiten sind ökonomische Einnahmen und die Akkumulation von symbolischem Kapital (»man wird bekannter«) sowie sozialem Kapital – sowohl durch die Einladung von DJs als auch durch den Zugang zu einem »Elite-Netzwerk«, das weitgehend unabhängig von geografischen Kriterien agiert. Die Selbststeuerung der Karriere besteht also darin, eine mit hoher Entscheidungsmacht ausgestattete Position im Feld zu besetzen, durch die die Grenzen des Feldes sowie der Zugang zum Feld respektive zu Auftritten bei Szene-Events verhandelt und der eigene Karriereverlauf wie jener von anderen DJs beeinflusst werden können. Diese Selbststeuerung verlangt u.a. das fortwährende Beobachten der Veränderungen der Feldstrukturen sowie das Abschätzen der Folgen gesetzter Handlungen, und sie verspricht Erfolg, weil die Aussicht besteht, gezielt symbolisches, soziales und kulturelles Kapital zu akkumulieren und in ökonomisches zu konvertieren. Die Selbststeuerung der eigenen Karriere scheint letztlich eine gezielte und nachhaltige Förderung unbekannter DJs auszuschließen, weil häufig die Investitionen in die eigene Karriere im Vordergrund stehen und unbekannte DJs eine potenzielle Konkurrenz verkörpern können.

Alle meine Interviewpartner/innen wissen um die mit der Veranstaltungstätigkeit verbundenen subjektiven Profite. Allerdings erfährt die Selbststeuerung der eigenen Karriere eine Abwertung von DJs, die ihren Erfolg auf die Veröffentlichung von Tonträgern auf einem Plattenlabel zurückführen. Drum'n'Bass-DJ Peter nimmt eine derartige Abwertung vor:

»Es gibt viele DJs, die ihr Glück versuchen als Clubhost, weil sie hoffen, dass sie es dann schaffen. Mal ganz abgesehen davon, ob sie überhaupt einen Stil haben oder

31 Viele Clubber/innen und Fans elektronischer Musik reisen mit Billigflügen für ein (verlängertes) Wochenende in europäische Städte wie Berlin, London oder Barcelona, um Clubnächte, »Free Parades« oder Musikfestivals zu besuchen (vgl. Rapp 2009).

nicht, international ist es unablässlich, dass man Releases vorweisen kann. Also wenn man schaut, wer legt von den DJs denn überhaupt international auf? Das sind ja eh fast keine außer mir und noch ein paar andere. Das führe ich auf meine Releases zurück und die anderen, die international auftreten, haben auch alle releast. National probieren sie sich auch oft anders zu helfen, aber du bleibst dann eh nur ein DJ und ein Veranstalter und das passt schon so, dass die ein nettes Taschengeld verdienen und sich ihre Platten kaufen können, aber davon leben, dazu brauchst schon mehr.« (DJ, DnB, m)

Peter grenzt sich von DJs ab, die über ihre Tätigkeit als Clubhost zu internationalen Auftritten gelangen, indem er – wengleich rhetorisch – fragt, ob sie überhaupt einen spezifischen Musikstil besitzen würden. Seine Abneigung gegenüber dieser Doppelfunktion drückt er auch durch seinen Hinweis aus, dass es zwar für eine national erfolgreiche Karriere durchaus reichen mag, das DJ-ing mit dem Veranstalten von Clubnächten zu kombinieren, für einen internationalen Erfolg und eine ökonomisch erfolgreiche Karriere sei es aber unbedingt notwendig, einen Tonträger zu veröffentlichen.

Die Aussage von DJ Sandra, in der sie auf den Zeitfaktor im Karriereverlauf verweist und erklärt, mit der Veranstaltungstätigkeit zu Karrierebeginn zu einem großen Teil ihre Lebenshaltungskosten gedeckt zu haben (siehe Zitat oben), widerspricht der Vorstellung von Peter: Sandra gelangt durch ihre Tätigkeit als Clubhost zu internationalen Auftritten und führt ihren positiven Karriereverlauf auf ihre Veranstaltungspraxis zurück: »Damit ist meine Karriere ziemlich losgegangen, weil ich plötzlich auch große Auftritte hatte, wo ich sehr viel Geld verdienen.« Peter rekurriert für die Erklärung seines Erfolgs hingegen auf die Veröffentlichung von Tonträgern und nimmt eine dementsprechende Reihung der unterschiedlichen Praktiken vor: An oberster Stelle rangieren die Auftritte bei Clubnächten, die Musikproduktion und die Veröffentlichung von Tonträgern, während der Veranstaltungstätigkeit eine symbolisch untergeordnete Position zugewiesen wird. Er misst der Musikproduktion einen bedeutend höheren Stellenwert bei, weil diese soziale Praxis – und zwar nur diese – wengleich über »Umwergrentabilität« zu ökonomischem Erfolg führen soll.

4.3 Netzwerke von DJ-Frauen: Female Pressure

Female Pressure ist ein Netzwerk, das 1998 von der in Wien beheimateten Techno-DJ und Musikproduzentin Electric Indigo für die Unterstützung von Frauen in elektronischen Musikszenen gegründet wurde. Es besteht aus einer Datenbank, in der sich DJ-Frauen, Musikproduzentinnen und Event-Organisator/innen registrieren können, der Online-Plattform »Open Sounds« für den Austausch von selbstproduzierter Musik und den beiden Mailinglisten »Female Pressure« und »Female Pressure Vienna«. Zusätzlich werden Radiosendungen bei den Community-Radiostationen in Wien (Radio Orange) und Hamburg (Radio FSK) unter dem Namen Female Pressure gesendet und gelegentlich Female Pressure Clubnächte in europäischen Städten mit florierenden elektronischen Musikszenen organisiert.

Aufgrund des Bestehens von Female Pressure seit mehr als zehn Jahren sind in das Netzwerk etablierte DJ-Frauen und Musikproduzentinnen involviert, die heute um die vierzig Jahre alt sind, sowie junge Frauen, die einen Zugang zu den Musikszenen als DJs, Produzentinnen und/oder Veranstalterinnen suchen. Diese Frauen entwickeln spezifische Netzwerkbeziehungen auf der Basis ihrer Online-Kommunikation auf den beiden Mailinglisten, der Nutzung der Datenbank und der Musik-Sharing-Plattform »Open Sounds« sowie durch ihre Aktivitäten in der »realen« Welt der Musikszenen. Mit dem Ziel, DJ-Frauen und Musikproduzentinnen zu unterstützen und ihre Karrieren angesichts der fortlaufenden Diskriminierungen zu fördern, ist Female Pressure ein feministisches Netzwerk, das die Idee von weiblicher Kollektivität und politischem Feminismus anerkennt. Das Netzwerk ist aber auch ein praktischer Zusammenschluß, dessen Erfolg von den einzelnen Mitgliedern an ihrer eigenen Förderung bemessen wird.

Das folgende Kapitel³² widmet sich der Frage, wie Female-Pressure-Akteurinnen bei ihren Konversationen auf den beiden Mailinglisten feministische Diskurse des »Second-Wave«- und »Third-Wave«-Feminismus aufgreifen und adaptieren. Während die Zweite Frauenbewegung, der »Second Wave Feminism«, in den späten 1960er Jahren entsteht und primär im politischen Feld operiert, haben in den letzten Jahren einige For-

32 Dieses Kapitel ist eine kürzere und modifizierte Version des Artikels »Female Pressure: A translocal feminist youth-oriented cultural network« (Reitsamer 2012).

scher/innen vorgeschlagen von einem »Third Wave Feminism« zu sprechen, der sich in den 1990er Jahren formiert (vgl. Baumgardner und Richards 2000; Berger 2006; Dicker und Piepmeier 2003; Henry 2004). Diese Protagonistinnen situieren sich im Feld der populären Kultur und verstehen das kritische Engagement mit Popkultur als eine Komponente ihrer politischen Kämpfe (Genz und Brabon 2009). Feministische Jugend(sub)kulturen und Netzwerke, wie etwa die US-amerikanische Riot-Grrrl-Bewegung der 1990er Jahre, haben angefangen, das Internet für Networking, die Organisation von lokalen Szene-Events und die Produktion von Webseiten, elektronische Fanzines (e-zines) und Weblogs zu nutzen. Solche Netzwerke werden als Ausdruck eines Third-Wave-Feminismus verstanden. Im Zuge ihrer Beschreibung der Riot-Grrrl-Bewegung in den USA schlägt Ednie Kaeh Garrison (2000) vor, die Nutzung neuer Medientechnologien für Kommunikation, kulturelle Produktion und politischen Aktivismus sowie das Netzwerken zwischen Frauen unterschiedlicher Altersgruppen als Charakteristika des Third-Wave-Feminismus zu begreifen. Third-Wave-Feministinnen stehen zudem auf den Schultern der Zweiten Frauenbewegung, sie adressieren die Erfahrungen der Individualisierung und der fragmentierten Identitätskonstruktion und erkennen den mit der Postmoderne assoziierten Antiessentialismus und Multikulturalismus an, ohne auf die Kritik von »Women of Colour« (vgl. u.a. Combahee River Collective 1982; Hill Collins 1990) und postkolonialen Feministinnen (vgl. u.a. Minh-ha 1989; Mohanty 1988) an der Homogenisierung der Kategorie »Frau« durch weiße Mittelschichtfeministinnen der »Second Wave« zu vergessen (Genz und Brabon 2009: 157–162; Garrison 2000, 145).

Die Untersuchung der Diskussionen auf den beiden Mailinglisten zeigt, dass Female-Pressure-Akteurinnen einige der Charakteristika des Third-Wave-Feminismus aufgreifen: Einzelne Female-Pressure-Aktivistinnen plädieren für eine »Politik der Ambiguität« (Genz und Brabon 2009, 158) bei der (Selbst-)Präsentation von DJ-Frauen und verweisen auf queere Theorien, um sich vom Feminismus der Zweiten Frauenbewegung, ihrer Identitätspolitik und anti-femininen Agenda zu unterscheiden. Gleichzeitig verwirft die Mehrheit der Female-Pressure-Akteurinnen die Diskurse der Zweiten Frauenbewegung nicht und sie fließen in ihre Argumentationen ein. Dieser Rekurs auf die Diskurse des »Second-Wave«- und »Third-Wave«-Feminismus steht im Kontext der realen und symbolischen Ausschlüsse von DJ-Frauen und Musikproduzentinnen aus männlich dominier-

ten Szene-Netzwerken und den Vorurteilen, mit denen die Frauen zu kämpfen haben.

Diese Erfahrungen werden in der Selbstdarstellung von Female Pressure als treibende Kraft für die Gründung und Aufrechterhaltung des Netzwerks beschrieben. Female Pressure ist:

»[...] [A] technological answer to the recurring complaints of there hardly being any female producers or DJs.... However, experience demonstrates that women are no less active. Their activities are just less recognised and also easily forgotten.«
(www.femalepressure.net/fempres.html; Einsicht 05/2012)

Zusätzlich zu dieser Motivation ist das Netzwerk durch eine antikommerzielle Do-it-yourself-Haltung geprägt. Female-Pressure-Akteurinnen tauschen ihre Musik über die Musik-Sharing-Plattform »Open Sounds« auf Basis der »liberal creative common license« aus – eine Alternative zu »to the conventional and sluggish way of producing our music under the full restrictions of copyright« (www.femalepressure.net/opensounds.html). Die auf »Open Sounds« zugänglichen Musikstücke werden der Öffentlichkeit über eine striktere »creative commons music sharing licence« zugänglich gemacht, die die Distribution der Musikstücke erlaubt, jedoch die kommerzielle Nutzung verbietet. Female Pressure lässt sich folglich als Teil der Do-it-yourself-Ökonomie der (trans-)lokalen und virtuellen elektronischen Musikszenen verstehen. Die Musik der Female-Pressure-Aktivist/innen zirkuliert zudem in der Do-it-yourself-Ökonomie der Musikszenen über CDs und DVDs, lokale Radiosendungen und Clubnächte.

Obwohl auf der Female-Pressure-Webseite weder der Begriff Jugend noch der Terminus Feminismus verwendet werden, sind die Aktivismen des Netzwerks sowohl in den antikommerziellen Kontext der DIY-Ökonomie der Musikszenen als auch in die alternativen (sub-)kulturellen feministischen Szenen und Netzwerke eingebettet. Die Relevanz von Feminismus und seine unterschiedlichen Bedeutungen für einzelne Female-Pressure-Akteur/innen wird bei der Frage nach der Inklusion in das Netzwerk deutlich.

Zugehörigkeit zum Netzwerk

Die Frage der Zugehörigkeit zum Netzwerk beginnt mit der Registrierung in der Datenbank, denn nur registrierte Frauen erhalten einen Zugang zu den beiden Mailinglisten »Female Pressure« und »Female Pressure

Vienna« und zur Musik-Sharing-Plattform »Open Sounds«. Electric Indigo, die Gründerin des Netzwerks, danach gefragt, wer in der Datenbank registriert ist, antwortet:

»Soweit ich weiß, sind es nur Frauen. Aber ich sehe Female Pressure nicht als ein Netzwerk, das auf Sex basiert, sondern auf Gender und Gender-Themen. Es gibt auch ein paar Männer, aber sie sind eigentlich Frauen, weil sie als Frauen auftreten. Und dann gibt es noch ein paar Trans-DJs.« (DJ, Techno, w)

Mit der Einteilung der Female-Pressure-Akteur/innen in mehr als zwei Geschlechter verweist die DJ darauf, dass das Kriterium für den Zugang zum Netzwerk nicht das biologische Geschlecht der Akteur/innen ist, sondern ihr soziales. Die DJ greift mit dieser Antwort auf die Sex-Gender-Unterscheidung (Rubin 1975) und die Ansätze zur sozialen Konstruktion von Geschlecht ebenso zurück wie auf queere Theorien (Butler 1991, Halberstam 2005). Mit Rekurs auf eine queere Terminologie beschreiben sich »Männer, die als Frauen auftreten« wahlweise auch als Transvestiten, Crossdresser oder Drag Queens, während »Trans-DJs« den umfassenderen Begriff »Transgender« impliziert, um die Erfahrungen von DJs zu inkludieren, die die strikte Definition von Transsexualität ablehnen und hybride Möglichkeiten der Selbstdarstellung für sich in Anspruch nehmen (Halberstam 2005, 53–54). Female Pressure lässt sich folglich am besten als ein frauenorientiertes Netzwerk beschreiben, das nicht auf biologischem Geschlecht basiert und sich für Transgender-Musiker/innen und Aktivist/innen in elektronischen Musikszenen öffnet.

Unmittelbar verbunden mit der Frage, welche kulturellen Produzent/innen im Netzwerk erwünscht sind, stehen die Diskussionen auf den Mailinglisten um die Selbstdefinition der DJs als »Künstler/innen« und ihren (Selbst-)Präsentationen in »Szene-Medien«. Bei der Analyse dieser Diskussionen wird deutlich, wie sich die Mehrheitsposition innerhalb des Netzwerks definiert und wie Minderheitspositionen marginalisiert werden. In den folgenden beiden Diskussionen mit den Titeln »What makes a good DJ?«³³ und »What to play?« werden die Kriterien für »gute« DJs festgelegt, indem diese DJ-Frauen für sich in Anspruch nehmen, »Künstler/innen« zu sein:

33 Die Diskussionen auf der »Female Pressure«-Mailingliste werden in englischer Sprache geführt.

»The DJ is much more than just a ›jukebox‹ [...], unless they are just playing the top 40 commercialised music. The DJ has a lot of power to shape the experience of the audience and also to drive new forms of music into popularity [...] and expose an audience to something they may have never heard before. I do think that these DJs are artists.«

Die Selbstdefinition als »Künstlerin« verläuft parallel zu den Distinktionen zwischen »Mainstream«-DJs, die kommerzielle Musik spielen, und »Underground«-DJs. Letztere würden mit ihrer Auswahl an unbekanntem und innovativen Musikstücken und dem Einsatz von Mix-Techniken einen individuellen DJ-Stil entwickeln, der das (Sub-)Genre ihrer jeweiligen elektronischen Musik weiterentwickelt. Zudem geht die Selbstdefinition als »Künstler/in« mit der Vorstellung einher, die Rolle einer »Pädagogin« für das Clubpublikum einzunehmen. Die überwiegende Mehrheit der Diskussionssteilnehmer/innen nimmt diese Position ein. Ihr Selbstverständnis ist das einer »Künstler/in« (vgl. 3.2).

DJs, die eine gegenteilige Meinung vertreten, indem sie für das Spielen von kommerzieller Musik eintreten, werden ignoriert oder von anderen Diskutant/innen häufig in harschem Tonfall zurechtgewiesen:

»I think playing commercial house [Anm.: Musik] is the wrong attitude because people need to be educated and we just don't go anywhere when we all have the same style and play all the same commercialised shit.«

Diese Antwort illustriert, wie Female-Pressure-Aktivist/innen die bekannten Strategien des »Flamings« und »Silencing« zur Verteidigung ihrer Position aufgreifen. Diese DJs bilden innerhalb des virtuellen Netzwerks eine Subgruppe, indem sie ungeachtet ihrer Zugehörigkeit zu einer spezifischen lokalen Musikszene ein dominantes virtuelles Zusammengehörigkeitsgefühl über lokale und nationale Grenzen hinweg entwickeln.

In den Diskussionen über die Selbstpräsentation von DJ-Frauen in »Szene-Medien« werden zusätzliche Mehrheitspositionen erkennbar, die mit virtuellen »Gatekeeping«-Praktiken durchgesetzt werden. Die Mehrheit der Teilnehmer/innen an diesen Diskussionen sind sich einig, dass (Selbst-)Präsentationen von DJ-Frauen in lasziven Posen mit (halb)nacktem Oberkörper und ihre sexualisierten Beschreibungen als »hot« auf Flyern und Postern nicht toleriert werden sollten. Nur vier der 54 Diskutant/innen auf den Threads »UK Hottest DJs« und »Female Talents« formulieren eine ge-

genteilige Meinung: Sie hätten keine Einwände, wenn sich DJ-Frauen als »Sex Bombs« präsentieren und als solche von Clubhosts vermarktet werden, weil diese Form der (Selbst-)Vermarktung ein legitimer und etablierter Weg für Frauen sei, um »bookings & exposure« (Zitat) zu erlangen. Die Antworten auf diese Position lassen nicht lange auf sich warten: Diese DJs könnten zwar ihre Meinung vertreten, dass (Selbst-)Präsentationen als »cute and sexy« akzeptabel seien, weil die Mailinglisten für alle Female-Pressure-Mitglieder offen stehen, aber Female Pressure sei ein feministisches Projekt, das solche Repräsentationen nicht unterstützen würde.

Diese Diskussionen verweisen auf die unterschiedlichen Zugänge der Female-Pressure-Mitglieder zum Feminismus: Während die Mehrheit der Diskutant/innen sexualisierte (Selbst-)Präsentationen als eine Form von Misogynie und eine »Objektivierung« des weiblichen Körpers versteht, die von der Zweiten Frauenbewegung strikt abgelehnt werden, treten einige Female-Pressure-Akteur/innen für eine »Politik der Ambiguität« (Genz und Brabon 2009) des Third-Wave-Feminismus ein, die sexualisierte (Selbst-)Präsentationen sowohl als Ort der Selbstermächtigung als auch als ein Mittel zur Förderung der eigenen Karriere versteht.

DJ Carlon bringt eine andere Position in die Diskussion ein, die die »Politik der Ambiguität« unterstützt. Sie/er rekurriert dafür allerdings nicht auf die (Selbst-)Darstellungen in den Medien, sondern auf die Performance im Club:

»I see myself as a queer feminist DJ and I am getting out of the hetero cliches of ›woman = cute and sexy‹. I am representing other things, other styling, [...] not to attract hetero men who want a hetero, sexy styled woman behind the decks.«

Für Carlon ist die DJ-Performance nicht von der performativen Geschlechtsdarstellung zu trennen, die sie/er nutzt, um das binäre Geschlechtersystem und die heteronormativen Erwartungen der männlichen Clubbesucher zu brechen. Ihre/seine »Politik der Ambiguität« manifestiert sich in einer queeren Selbstdarstellung, in der Identität eine »Baustelle« und »ein Ort ständigen Werdens« (Jagose 2001: 165) ist. Dieser Diskussionsbeitrag findet keine Resonanz. Carlon erhält weder Zustimmung, noch wird ihr/sein Vorschlag »geflamt«.

Diese Diskussionen vermitteln den Eindruck, dass Female-Pressure-Akteur/innen die Zugehörigkeit zum virtuellen Netzwerk zu einem großen Teil entlang der Kategorien Geschlecht und Sexualität und ihres Selbstver-

ständnisses als Künstler/innen verhandeln. Sie produzieren damit Standards wie eine »ideale« oder »normale« Selbstpräsentation von DJ-Frauen auszusehen hätte. Queere (Selbst-)Präsentationen finden keine Anerkennung seitens der Diskutant/innen, (hyper)sexualisierte (Selbst-)Darstellungen sind unerwünscht und ein Selbstverständnis als »kommerzielle/r Unterhalter/in« wird »geflamt«. Die Ablehnung und die indifferente Einstellung gegenüber diesen Positionen stellt sich sowohl gegen eine »Politik der Ambiguität«, die die antifeminine Agenda der Zweiten Frauenbewegung herausfordern soll, als auch gegen die Ideologie der queeren Inklusivität, durch die Female Pressure versucht, die Datenbank für Transgender-DJs zu öffnen. Die Mehrheit der Diskutant/innen favorisiert (Selbst-)Präsentationen, die – entgegen queerer Praxisformen – Gender und Sexualität auf die hierarchische Geschlechterdifferenz und auf Heteronormativität beziehen. Diese DJs lehnen die Überaffirmation weiblicher Sexualität ab und bevorzugen heteronormative (Selbst-)Darstellungen in »Szene-Medien« und bei DJ-Auftritten. Diese Formen des virtuellen »Gatekeepings« stehen allerdings im Gegensatz zu den vielen Diskussionen, in denen Female-Pressure-Akteur/innen virtuelle und translokale Aktivismen entwickeln.

Virtuelle und translokale Aktivismen

Die Diskussionen, an denen Female-Pressure-Akteur/innen unterschiedlicher Altersgruppen teilnehmen, kreisen häufig um erlebte Diskriminierungen. Diese Erzählungen finden sich immer wieder auf den Mailinglisten und sie beinhalten oft auch Ratschläge, wie mit den Diskriminierungen umzugehen sei:

»Hello ladies, I need your help! I am a drum'n'bass producer [...] breaking through into the scene and have had radio play on the BBC. I posted on my blog today an article [Anm.: der die Frage stellt, warum es so wenig weibliche Drum'n'Bass-Produzentinnen gibt] and posted my blog link on a few drum & bass forums. [...] In the last 4 hours I have had around 100 men visit my blog and the replies on the forum have been shocking. I've been called a lesbian, a feminist, comments about tampsax and everything. [...] I thought it would be AMAZING if all you girls from female pressure replied to their posts with your point of view. This could be really amazing for making men more aware of female pressure!!!«

Ein Blick auf die genannten Drum'n'Bass-Diskussionsforen zeigte, dass mehr als zwanzig Frauen auf die Beleidigungen der DJ antworteten, wobei vier auf Female Pressure verwiesen.

Eine ähnliche Form des virtuellen Aktivismus manifestiert sich im Aufruf gegen die Einladungspolitik des deutschen Musikmagazines Groove zu protestieren, dessen Herausgeber und Mitarbeiter zu ihren Parties anlässlich des 20-jährigen Bestehens ausschließlich DJ-Männer einluden. Zahlreiche Frauen sind für den Hinweis dankbar und versprechen, sich dem Protest anzuschließen.

DJ Emma bringt einen Vorschlag ein, um gegen die Ausschlüsse anzukämpfen. Sie plädiert für stärkeres Netzwerken auf MySpace und Facebook, indem alle interessierten Female-Pressure-Akteur/innen ihre Web-2.0-Seiten auf der Mailingliste posten sollen. Die DJ bietet ihren Kolleg/innen »exposure to 1,500 Swedish people, including a lot of producers and promoters« an. Dieser Vorschlag wird aufgenommen und das Netzwerk wird um eine Female-Pressure-MySpace-Seite erweitert.

In dem Thread mit dem Titel »protect your own!«, aus dem die vorangegangenen Diskussionsbeiträge entnommen wurden, werden die Erzählungen über Belästigungen seitens männlicher Kollegen von Ratschlägen für adäquate Reaktionen auf die Beleidigungen begleitet. DJ Mia gibt folgenden Rat:

»I am now nearly 40 and after more than 20 years in the business and I can tell you, I had A LOT of similar issues in the past [...]. So my advice is – even if they are chanting songs about your tits or ass – just ignore them and play your music. They will very quickly shut up and show respect, trust me!«

Dieser und ähnliche Ratschläge werden häufig von DJs und Musikproduzentinnen gepostet, die seit den frühen 1990er Jahren aktiv sind. Sie rekurrieren auf ihre eigenen Erfahrungen und langjährigen Aktivitäten in elektronischen Musikszenen, um jüngere Frauen, die am Beginn ihrer Karrieren stehen, zu ermutigen.

Diese Online-Kommunikationen sind wesentlich, weil die Female-Pressure-Akteur/innen erkennen, dass DJ-Frauen und Musikproduzent/innen unterschiedlicher Altersgruppen Teil des Netzwerks sind und jüngere DJs, die ihre Karrieren vorantreiben wollen, von ihren älteren Kolleginnen lernen, dass DJ-ing und Musikmachen eine Beschäftigung sein und eine erfolgreiche Karriere nach sich ziehen kann, die weder auf Jugendliche noch

auf Männer beschränkt ist. Die Verbindung zwischen Female-Pressure-Akteur/innen und -Aktivist/innen ist also nicht ihr Lebensalter, sondern ihre generationenübergreifende Solidarität, um kollektiv gegen Ausschlüsse und Diskriminierungen zu kämpfen. Die Diskutantinnen realisieren, dass ihre Erfahrungen und die Geschlechterungleichheiten nicht auf ihrer Jugend oder ihrem Alter basieren und dass sie einander unterstützen sollten. Der virtuelle Austausch der Erfahrungen in den männerdominierten Musikszenen spiegelt die feministische Praxis der Selbsterfahrungsgruppen der Zweiten Frauenbewegung wider, die individuelle Erfahrungen von Gewalt, (sexueller) Belästigung und Diskriminierung mit kollektivem Aktivismus verbindet.

Allerdings hat das virtuelle Netzwerken auch seine Nachteile, auf die DJ Anna, die regelmäßig die Female Pressure Radiosendungen Radio Orange gestaltet, hinweist:

»In online discussions this [Anm.: die Diskriminierung von DJ-Frauen] is always hotly debated, and [...] then someone always says we should make a blog where we all gather and develop strategies. This happens too, but [...] the problem with the Internet is, that it is not binding and [Anm.: die Idee] often gets lost somewhere in the planning.«

Der Nachteil des virtuellen Netzwerks ist der Mangel an Verbindlichkeit. Kollektive Aktivismen wie etwa das Formulieren von Strategien gegen den Ausschluss von DJ-Frauen aus dem Line-Up von Clubnächten nehmen viel Zeit in Anspruch und verlaufen sich schnell. Übrig bleiben häufig nur die Aktionen einzelner Individuen und kleiner Gruppen.

Dennoch, für translokalen Aktivismus bleiben die Mailinglisten und die Social-Networking-Plattformen wichtige Kommunikationsmedien und die Online-Diskussionen zwischen den Female-Pressure-Aktivist/innen sind ein wichtiger Teil des Netzwerks. Während des Untersuchungszeitraums der Mailinglisten (Mai 2009 bis März 2010) entstanden zahlreiche Kooperationen aus den zirkulierten Calls für die Teilnahme an Musikfestivals, die Suche nach Musiker/innen für die Realisierung von Projekten und die Einladungen von Kolleg/innen zu Auftritten bei Clubnächten. Diese Formen der Kooperation sind Bestandteil des translokalen Netzwerks und des feministischen Aktivismus, weil DJs und Musikproduzent/innen des größeren virtuellen Netzwerks an diesen realen Kooperationen teilnehmen.

Allerdings läuft durch alle diese unterschiedlichen Aktivismen das »Paradox der Frauenförderung«.

Das Female-Pressure-Manifest und das Paradox der Frauenförderung

Der Anteil von DJ-Frauen, Musikerinnen und Produzentinnen bei Mutek, dem anerkannten Musikfestival in Montreal im Jahr 2009, beläuft sich nach Aussagen einiger Female-Pressure-Akteurinnen auf nur fünf Prozent. Die Tatsache, dass kaum mehr Frauen bei den vorangegangenen Mutek Festivals oder bei anderen internationalen Musikfestivals eingeladen waren, wurde in zahlreichen Diskussionsbeiträgen im Thread »Mutek / the lack of female artists at festivals« festgehalten. DJ Susanne schlägt vor, ein Female-Pressure-Manifest zu verfassen, um gegen die Einladungspolitik der Festivalorganisator/innen zu protestieren und es in feministischen Medien und Musikmagazinen zu veröffentlichen. Die Idee stößt auf Anklang und soll umgesetzt werden, sobald der Inhalt des Manifests feststeht. Sabrina bringt Folgendes ein:

»I don't like it when the female artist issue turns into something ›special‹ compared with the normal world. Last Sónar [Anm.: the annual International Music and Art Festival in Barcelona] I was invited to play and when I received the invitation [...] I was totally in shock. [...] I realised that this edition of Sónar was specially dedicated to woman artists. In one way I found this a really nice detail from the organisation. But on the other side, I didn't feel my participation was a normal one. I would like to get this idea clear in the manifesto. We are not supernatural persons who besides being girls can play too.«

Durch die Kritik am Sónar Festival entfacht sich auf der Mailingliste eine Diskussion über »women only«-Line-Ups bei Clubnächten und »Ladies Nights«. Die DJs kritisieren »Tokenismus« (Kanter 1977) als ein dominantes Organisationsprinzip in den Musikszenen, weil DJ-Frauen häufig aufgrund ihrer Geschlechtszugehörigkeit und nicht aufgrund ihres DJ-Stils gebucht werden (vgl. 2.4). Die an dieser Diskussion teilnehmenden Frauen sind sich darüber einig, dass die Position als »token« abzulehnen sei.

Mit der Kritik am »Tokenismus« wird allerdings ein Paradox in den Strategien der Frauenförderung erkennbar. Die Strategien folgen notwendigerweise einem Weg, der sich als eine »Reifizierung« der hierarchischen Geschlechterdifferenz verstehen lässt, wodurch die binäre Struktur von Männlichkeit und Weiblichkeit nicht verändert wird (Gildemeister und

Wetterer 1995). Die Female-Pressure-Akteur/innen befinden sich in dieser paradoxen Situation: Sie sind in einem Netzwerk aktiv, das auf die Erhöhung der Anzahl von DJ-Frauen und Produzentinnen durch Strategien der Frauenförderung wie etwa Clubnächte mit weiblicher Besetzung am DJ-Pult, Tonträgerveröffentlichungen oder Radiosendungen abzielt, aber gerade diese Strategien – wie die »female showcases« bei Musikfestivals – führen unweigerlich zu einer Reifizierung der Geschlechterdifferenzen, die für Female-Pressure-Akteur/innen unerwünscht sind.

Im Zuge der Diskussionen über das Manifest beschreibt eine DJ dieses Paradox als »latente Ambiguität« (Zitat) und argumentiert, dass die Strategie für den Umgang mit diesem Paradox nicht die Ablehnung der Frauenförderung sein könne. Ihr Diskussionsbeitrag endet mit einer Erzählung über ihre Einladung zu einem Kunstfestival, bei dem die Kurator/innen ausschließlich Frauen eingeladen hatten, ohne das Event als »Frauenmusik« oder »female showcase« zu betiteln. Die Einladungspolitik der Kurator/innen lässt sich als »programmatische Politik« beschreiben, die für diese DJ ein gangbarer Weg sei, um dem Dilemma der Frauenförderung zu entkommen.

Andy, DJ und Female-Pressure-Akteurin, schlägt eine andere Strategie vor:

»I would understand female pressure and the manifesto as feminist and queer, that means to be open to transgender and all artists who reject fitting into the male category. [...] the idea for the manifesto that we say ›we women‹, I think that's not appropriate anymore. it simply doesn't make sense, if we want to reach out. I mean it was important in the 70s to say ›we women‹ but these days queer is a much more appropriate term and far more political.«

Der Rekurs auf die Konzepte »feministisch« und »queer« verweist auf einen weiteren Weg, wie das Paradox der Frauenförderung vermieden werden könne. »Queer« wird als ein strategischer Begriff verstanden, einerseits für den Zusammenschluss von kulturellen Produzent/innen in elektronischen Musikszenen, die sich als Transgender definieren oder die Zugehörigkeit zum männlichen Geschlecht ablehnen, andererseits zur Abgrenzung der Identitätspolitik der Zweiten Frauenbewegung. Dieses Verständnis von »queer« soll eine Frauenförderung abseits einer »programmatischen Politik« und der Subsumierung der Female-Pressure-Akteurinnen unter die Kategorie »Frau(en)« ermöglichen.

In der Praxis greift Female Pressure beide Strategien auf: eine »programmatische« und eine »queere«. Der Online-Aktivismus von Female Pressure zielt auf die stärkere Sichtbarkeit von DJ-Frauen und Musikproduzentinnen ab, ohne unmittelbar von »Frauenförderung« oder Feminismus zu sprechen und folglich werden Clubnächte mit DJ-Frauen auf den Mailinglisten beworben, ohne sie als »female showcases« oder »women-only« Line-Ups zu deklarieren. Die »queere« Strategie manifestiert sich in der Inklusion von Transgender-DJs in die Datenbank und die Ankündigung von zahlreichen Szene-Events, die die Begriffe »queer«, »trans« oder »drag« im Titel tragen. Allerdings wird diese Strategie, die eigentlich darauf abzielt, das Paradox der Frauenförderung zu umgehen, immer wieder herausgefordert, weil einige Female-Pressure-Akteur/innen die »Politik der Ambiguität« mit ihrer queeren und (hyper-)sexualisierten (Selbst-)Repräsentation ablehnen. Diese Ambivalenz lässt sich als ein weiteres Paradox beschreiben, das neben jenem der Frauenförderung durch das virtuelle Female-Pressure-Netzwerk verläuft.

Das Dilemma, das sich in der Analyse der Diskurse auf den beiden Female-Pressure-Mailinglisten in Bezug auf Sex und Gender, Sexualität und Identität offenbart, war zu Beginn der Zweiten Frauenbewegung gegen Ende der 1960er Jahre (noch) nicht existent, weil die Bewegung an »Frauensolidarität« appellierte und die Differenzen zwischen Frauen weitgehend negierte. Die Frage, die allerdings auch im Female-Pressure-Netzwerk ungelöst bleibt, ist, wie ein Third-Wave-Feminismus, der sich auf queere Theorien und queere Aktivismen bezieht, seine eigenen Widersprüche und Paradoxien löst und im Kampf um Geschlechtergerechtigkeit eine politische Position bezieht, ohne die hierarchische Geschlechterdifferenz zu reproduzieren. Dass die Geschlechtszugehörigkeit für weibliche DJs auch bei ihrer Strategien der Selbstvermarktung relevant ist, illustriert das folgende Kapitel.

5. SELBSTVERMARKTUNG

DJs machen sich mit Auftritten bei Szene-Events, den veröffentlichten Tonträgern und veranstalteten Clubnächten einen Namen. Sie betreiben zusätzlich aber auch eine intensive Selbstvermarktung mit dem Ziel, ihren Bekanntheitsgrad zu steigern. Selbstvermarktung, eine zentrale soziale

Praxis der DJs, umfasst die Präsentation und Vermarktung des (selbst-)erstellten »Profils«. Selbstvermarktung meint also im wahrsten Sinne des Wortes die Bewerbung der eigenen Person und der eigenen Tätigkeiten in lokalen Musikszenen und im virtuellen Raum.

Die unterschiedlichen Dimensionen, die in ihrer Gesamtheit das »DJ-Profil« ausmachen, werden im ersten Teil dieses Kapitels (5.1) diskutiert. Der beim DJ-ing und bei der Musikproduktion entwickelte Musikstil steht im Mittelpunkt des DJ-Profiles; er ist jedoch, wie die Zitate der DJs illustrieren, nicht die einzige Dimension, die es bei der Selbstvermarktung zu berücksichtigen gilt. Der zweite Teil des Kapitels (5.2) widmet sich der Analyse der Strategien der Selbstvermarktung. Es interessiert mich, wie DJs über Selbstvermarktung ihren Karriereverlauf zu steuern versuchen und welche Voraussetzungen sie dafür als notwendig erachten. Im dritten und letzten Teil (5.3) frage ich nach der Zeit- und Arbeitseinteilung der DJs, die es ihnen erlaubt, ihre unterschiedlichen Aufgabenbereiche zu koordinieren und auszuführen.

5.1 Das verwertbare DJ-Profil

DJs entwickeln im Verlauf ihrer Karrieren ein »Profil«, das sie bei ihren Auftritten vor Ort und im Internet präsentieren und vermarkten. Alle der befragten DJs erachten Selbstpräsentation und Selbstvermarktung als wesentlich für ihren Erfolg – eine Vorstellung, die auch Techno-DJ Stefan vertritt, wenn er die unterschiedlichen Dimensionen eines DJ-Profiles aufzählt:

»Selbstvermarktung ist extrem wichtig. Das ist eines der wichtigsten Dinge, die ein DJ zu tun hat, wenn er spielen möchte. Du brauchst einen guten Stil, dann brauchst du zwei, drei wirkliche gute Produktionen und es hat sehr viel damit zu tun, [...] welche Referenzen du aufweisen kannst und mit welchen Leuten du dich umgibst. Du brauchst coole Pressefotos. Das ist natürlich extrem wichtig, [...] das darf nicht zu geschwollen sein, genau wie dein DJ-Name. Also ein DJ, der mit der dunklen Sonnenbrille am Strand sitzt und sich Mister Cool nennt (*lacht*), ist da sicher zu wenig. Und du musst dich halt irrsinnig gut vernetzen, weil ohne starkes Netzwerk geht da gar nix.« (DJ, Techno, w)

Der DJ-Name, der Musikstil, die Tonträgerveröffentlichungen, das mit Pressefotos festgehaltene Erscheinungsbild, die »Referenzen« respektive

die Plattenlabels, auf denen die Tonträger veröffentlicht werden, die Auftritte bei renommierten Szene-Events sowie die Netzwerke der DJs (»mit welchen Leuten du dich umgibst«) ergeben in ihrer Kombination ein wertbares »DJ-Profil«, das ein stimmiges Bild über die Tätigkeiten eines/eines DJs vermitteln soll.

Der DJ-Name sollte, wie die Pressefotos, auf szenespezifische Codes verweisen und zwecks Einprägsamkeit möglichst markant sein. Anfangs wechseln DJs häufig ihre Namen, sobald sie bekannt und anerkannt sind, assoziieren Musikfans mit einem DJ-Namen einen bestimmten Musikstil. Einige der befragten DJs wählen ihren bürgerlichen Vor- und Nachnamen oder nur ihren Nachnamen, für andere soll bereits im Namen der Musikstil erkennbar sein: »Mit [DJ-Name] wollte ich einfach die Weirness, das Exotische reinbringen, [...] das meinen Stil widerspiegelt.« (DJ, DnB, m)

Einige der befragten Frauen thematisieren bei meiner Frage nach ihrem DJ-Namen, ob und wie ihre Geschlechtszugehörigkeit erkennbar werden soll. Obwohl manche einen Namen wählen, der auf ihr Geschlecht verweist, indem sie beispielsweise »Miss« voranstellen, lehnen sie alle die Bezeichnung DJane oder SheJay als Abkürzung für weibliche DJs ab – so auch Sandra:

»Ich mag es nicht besonders, wenn jemand DJane oder SheJay zu mir sagt oder das auf den Flyer schreibt, und ich würde das auch nie für mich verwenden.« (DJ, Techno, w)

Die DJ lehnt diese Beifügungen ab, weil sie bei ihrer Selbstvermarktung nicht auf ihr Geschlecht verweisen will. Ähnlich argumentiert Sina:

»Es geht nicht um mich, dass ich mit meinem hübschen Gesicht und meinen coolen Klamotten hinter dem Pult stehe. Ich gehe hin und das, was ich den Leuten geben will, ist meine Musik. Ich meine, listen to the music, das ist eigentlich alles, was ich den Leuten sagen will. Also ich glaube nicht, dass ein sexy oder sonst wie auffallendes Outfit jetzt genug ist.« (DJ, Techno, w)

Jede Hervorhebung der Geschlechtszugehörigkeit gilt es für die DJ zu vermeiden. Diese Vermeidungsstrategie steht vor dem Hintergrund der global zirkulierenden Vorstellung von Szene-Akteur/innen, dass sich »richtige« DJs über Musik und ihren Musikstil definieren und ihre Auftritte und veröffentlichten Musikstücke an »objektiven« Kriterien bemessen werden sollten

wie etwa an ihrer Fähigkeit »mischen« zu können oder ihrem ausdifferenzierten Musikgeschmack (Farrugia 2004; Gavanoas 2009). Die DJ will also ausdrücken, dass jeder Verweis im Namen oder bei der Wahl der Kleidung, der die Zugehörigkeit zum weiblichen Geschlecht unterstreicht, von ihrer »Ernsthaftigkeit« als DJ ablenken könnte.

Die Wahl des Outfits beschäftigt auch einzelne meiner männlichen Interviewpartner – allerdings sprechen sie nicht ihre Geschlechtszugehörigkeit als ein entscheidendes Kriterium für die Wahl ihres DJ-Namens oder Kleidungsstils an, sondern stellen andere Überlegungen in den Vordergrund. Drum'n'Bass-DJ Paul thematisiert ausführlich, welche Jeans, T-Shirts und Turnschuhe er bei seinen Auftritten und für die Pressefotos trägt und meint dazu abrundend:

»[...] das geht ja bis dahin, welchen Haarschnitt ich hab. Man sollte sich gar nicht zu viel mit dem auseinandersetzen, weil sonst arbeitet der Kopf nur noch bezüglich Outfit [...], weil man möchte es den Leuten ja recht machen. Aber man kann es gar nicht allen recht machen. Ich hab zum Beispiel als Einziger aus der Szene ein Nike-Sponsoring.« (DJ, DnB, m)

Durch die Erwähnung, er sei der einzige Drum'n'Bass-DJ in Wien, der von Nike durch den Erhalt von Kleidung gesponsert wird, verweist er auf den zentralen Stellenwert von Markenkleidung in der Drum'n'Bass-Szene und unterstreicht implizit seinen Bekanntheitsgrad, durch den er Nike als Sponsor gewinnen konnte. Nike sieht in Paul einen in der Wiener Drum'n'Bass-Szene anerkannten Werbeträger; der DJ hofft hingegen, mit seinem optischen Erscheinungsbild bei den Clubbesucher/innen und Kolleg/innen auf Anerkennung zu stoßen, indem er seinen Musikstil durch überlegtes »Outfit« und »Styling« ergänzt.

Die Kombination aus Musikstil und optischem Erscheinungsbild ist integraler Bestandteil des »DJ-Profiles«, der aus dem zentralen Stellenwert von »Styling« und »Outfit« in den untersuchten elektronischen Musikszene resultiert. Die Bedeutung einer diesbezüglich gelungenen Kombination spricht auch Techno-DJ Samira an:

»Ich kann mich erinnern [...], wie ich angefangen hab zum Auflegen, dass das Publikum [...] auch an meiner Erscheinung, also die Kombination, wie ich ausgeschaut habe und welche Musik ich gespielt habe, also das war immer sehr kompatibel und ist es hoffentlich bis heute noch (*lacht*). Da gab es ein paar so Kandidaten, die sind

die ganze Nacht an der Bar gegangen und haben mich angeglotzt und haben einen Drink nach dem anderen bestellt (*lacht*).« (DJ, Techno, w)

Dass sich die Verbindung aus Musikstil und Erscheinungsbild positiv auf den Karriereverlauf auswirken kann, erkennt Samira bereits bei ihren ersten Auftritten: Ihre performative Selbstdarstellung stößt auf – wenngleich äußerst ambivalente – Anerkennung bei männlichen Clubbesuchern. Sie wird zu einem wichtigen Körperkapital für eine erfolgreiche Karriere, weil DJs, die sich bei ihren Auftritten zu inszenieren wissen, einerseits all jene szenespezifischen Codes verinnerlicht haben, die Clubbesucher/innen verstehen und interpretieren können, andererseits ständig neue Codes und Trends produzieren, um sich von ihren Kolleg/innen zu unterscheiden.

Wenngleich auch einige der befragten Männer auf die Wahl ihrer Kleidung im Interview zu sprechen kommen, beschäftigt diese Frage vor allem meine weiblichen Gesprächspartner. Sie kennen die feldspezifische Anforderung an DJs, sich über die Musik und nicht ihre Geschlechtszugehörigkeit zu definieren, und sie wissen um die Sexualisierung von Frauenkörpern in den elektronischen Musikszenen.

Rosalind Gill spricht im Zusammenhang mit der zunehmenden Sexualisierung westlicher (Popular-)Kultur von »Porno Chic«. Mit diesem Begriff beschreibt sie den Einsatz sexualisierter Bilder als eine dominante Marketingstrategie in der Werbung, im Fernsehen und Internet, durch die Grenzen zwischen Pornografie und anderen Genres allmählich erodieren (Gill 2011: 138). Die gesellschaftliche Akzeptanz des »Porno Chic« sowie die Anforderung an DJs, sich über ihre Musik zu definieren, drängen die befragten Frauen in die Position, sich mit ihrem optischen Erscheinungsbild beschäftigen zu müssen. Um einer Sexualisierung zu entgehen, entwickeln einige meiner Interviewpartnerinnen unterschiedliche Strategien der Selbstdarstellung. Im Folgenden werden zwei Typen der Selbstdarstellung von DJ-Frauen beschrieben, die ich als »Tomboy« und »respektable Weiblichkeit« bezeichne.

DJ Samira hat sich bereits zu Karrierebeginn für eine Selbstpräsentation als »Tomboy« entschieden:

»Ich war lange Zeit eine der ganz wenigen Frauen in der Szene, aber über uns gab's nicht viel zu lachen. Ich hatte eine gute Selection [Anm.: Musikauswahl] und ich hab sehr hart ausgesehen. Ich habe sehr schnellen Techno gespielt und mir den Kopf rasiert und Jeans und T-Shirts getragen. Das war eine gute Strategie, dass mich die

männlichen Kollegen respektieren und das funktioniert auch bis heute.« (DJ, Techno, w):

Eine Selbstdarstellung als »Tomboy« stellt auf die Adaption des gängigen optischen Erscheinungsbildes von männlichen DJs ab, die auf ihrem kahl-rasierten Kopf einen Kopfhörer und/oder eine Baseball-Mütze, ein einfarbiges, häufig schwarzes T-Shirt und Turnschuhe tragen. Mit diesem Outfit und ihrem Musikstil gelingt es der DJ, Ernsthaftigkeit ihrer musikalischen Tätigkeiten zu vermitteln und Anerkennung von ihren männlichen Kollegen zu erhalten sowie die sexualisierten Repräsentationen von Frauen in elektronischen Musikszenen herauszufordern.

Eine andere Strategie der Selbstdarstellung, die ebenfalls versucht, einer Sexualisierung zu entgehen, wählt Drum'n'Bass-DJ Pia.

»Das Ganze wird ja nicht unbedingt einfacher, wenn du älter wirst. Ich bin seit den 80ern im Business und ich bin um einiges dicker geworden (*lacht*) und ich überlege mir jetzt sicher mehr, wie mein Outfit aussuchen soll. Das sollte ja eigentlich egal sein, aber das ist es nicht, vor allem nicht für Frauen, die älter werden. Ich würde ja total bescheuert aussehen, wenn ich so ein sexy Outfit tragen würde (*lacht*). [...] Aber ich verbringe heute auf jeden Fall mehr Zeit damit und gebe auch mehr Geld für das Ganze aus als früher. Ich habe mich für schwarz entschieden, nicht zu sexy, nicht zu viel nackte Haut, aber ziemlich viel Make-Up. (*lacht*)« (DJ, Techno, w)

In ihrer Studie »Alternative Femininities« (2004) beschreibt Samantha Holland (2004), wie Frauen unterschiedlichen Alters schwarze Kleidung einsetzen, um sich von hegemonialen Weiblichkeitsrepräsentationen abzusetzen. Auch für DJ Pia erfüllt schwarze Kleidung, in Kombination mit Make-Up, diese Funktion. Sie repräsentiert eine, wie ich es nenne, »respektable Weiblichkeit«, weil sie aufgrund ihres Alters, durch das sie sich von jüngeren DJs unterscheidet, eine Selbstdarstellung entwickelt, die ihr »Respekt« bei Kolleg/innen und Publikum einbringen soll. Bereits bei der Analyse der Anerkennungspraktiken in den Musikszenen (vgl. 2.3.2) wurde die Bedeutung des Lebensalters der DJs virulent. Hier greift Pia dieses Thema mit dem Verweis auf, dass es vor allem für »ältere« DJ-Frauen – Pia ist knapp 40 Jahre alt – wichtig sei, sich nicht durch eine sexualisierte Selbstdarstellung der Lächerlichkeit preiszugeben.

Zusätzlich zur performativen und optischen Selbstdarstellung ist die Beschreibung des »eigenen charakteristischen Sounds« in den Pressetexten

zum veröffentlichten Tonträger ein wesentlicher Bestandteil des DJ-Profiles. Während die Beschreibung des DJ-Stils auf die Zuordnung zu einem Musikgenre – wie Detroit Techno, Minimal Techno, Deep House, Electronica etc., oft kombiniert mit Beifügungen wie »percussion based« oder »oriental influenced«, – reduziert wird, gestaltet sich die Beschreibung des Musikstils in den Presstexten zum Tonträger ausführlicher. Die Presstexte erzählen häufig von den musikalischen Einflüssen der DJs und stellen Verbindungen zu gegenwärtigen musikalischen Trends her. DJs berücksichtigen also nicht nur für die Wahl ihrer performativen Selbstdarstellungen szenespezifische Codes, sondern rekurren auch bei der Beschreibung ihres Musikstils auf aktuell angesagte Musik.

DJ Fuat referiert auf seinen Migrationshintergrund. Warum er sich gemeinsam mit dem Labelbetreiber für diese Vorgangsweise entschieden hat, erläutert er im folgenden Zitat:

»Wir haben den Presstext so geschrieben, damit die Leute wissen, welchen Ursprung meine Musik hat, damit sie den Hintergrund verstehen. Weil das Album doch diese orientalischen Züge hat, habe ich mir gedacht, ist es vielleicht gut, den Leuten zu erklären, dass man diese Roots einfach hat. Mittlerweile muss ich sagen, ist es mir schon auf die Nerven gegangen, weil du bist dann der [Name des Herkunftslandes]. Das steht überall drin, und alle reden dich nur auf das an und die Musik wird nebensächlich. Aber die Platte ist gut angekommen. Das ist alles sehr gut gelaufen, aber nächstes Mal werde ich es anders machen und nur auf die Musik eingehen im Presstext.« (DJ, EEM, m)

Fuat stellt im Presstext eine Verbindung seiner Musikstücke mit seinem Migrationshintergrund her, weil er ein Publikum adressiert, von dem er annimmt, es könne die »orientalischen Einflüsse« in seiner Musik nicht verstehen und sie ihrem Ursprungsland nicht zuordnen. Er will durch die Erklärung im Presstext sicherstellen, dass seine Musik von den Musikfans verstanden wird.

Im Kontext der gegenwärtigen Popularität so genannter Balkan- und orientalischer Musik lässt sich dieser Hinweis als eine häufig gewählte Vermarktungs- und Distinktionsstrategie verstehen, die Authentizität vermitteln und hohe Verkaufszahlen erzielen soll. Fuat erreicht den gewünschten Erfolg – die Reaktionen der Journalist/innen lösen jedoch seine Verärgerung aus. Sie konzentrieren sich auf seine Herkunft und berichten zu wenig über seine Musik. Fuat reagiert auf diese Medienberichte, indem

er beim Presstext seines nächsten Tonträgers auf die Erklärung der musikalischen Einflüsse mit seiner Herkunft verzichten wird. Er distanziert sich von der gewählten Selbstvermarktung, obwohl das mediale Interesse vor allem durch seinen Migrationshintergrund und durch die musikalischen Einflüsse aus seinem Herkunftsland geweckt wurde.

DJ Florian produziert ebenso elektronische Musik mit »orientalischen Einflüssen«. Im Presstext zu seinem veröffentlichten Tonträger argumentiert er diese mit der nicht-österreichischen Herkunft seiner Eltern. Die Musik seiner Eltern habe Florian seit seiner Kindheit beeinflusst – diese musikalische Sozialisation manifestiert sich in seinen Musikstücken. Florian wählt für sein DJ-Profil die gleiche Vorgangsweise wie Fuat, indem er eine Verbindung zwischen seiner Musik und seiner Herkunft schafft. Im Interview spricht er ausführlich über die Reaktionen der Musikjournalist/innen auf seinen veröffentlichten Tonträger und nimmt eine genauere Beschreibung dessen vor, was Fuat im vorangegangenen Zitat als »auf die Nerven gehen« beschreibt:

»Ich werde von allen Seiten in das Bild des Zweite-Generation-Vertreters gedrängt und dann darfst nix anderes sein und dann hast auch gefälligst [...] Zweite-Generationen-Musik zu machen, quasi mit den Einflüssen von den Eltern, aber auch nicht mehr oder weniger. Natürlich bin ich davon beeinflusst und lass das auch in meine Musik einfließen, [...] aber ich [...] überleg' mir nicht, wie ich die zweite Generation musikalisch umsetzen kann. In bestimmten Zeitschriften [...] wirst du erwähnt, lobend, als zweite Generation. Bei der ersten Platte, da hatte ich gerade einen Afro getragen, und da war [...] immer die Zeile über meinen Namen: Der sympathische Afro-Träger aus der [Herkunftsland], in Wien lebend. So irgendwie stand das dann immer da. Es ist eh nicht bö's' gemeint oder so, aber man fragt sich schon, was das soll. Irgendwann willst auch nur ein Musiker sein, der in Wien lebt und hoffentlich gute Musik macht.« (DJ, EEM, m)

Das Resultat aus Florians Hinweis über seine musikalischen Einflüsse ist seine »Stereotypisierung« als Vertreter einer Generation, deren Eltern nach Österreich immigrierten. »Stereotypisierung« vollzieht sich durch einen »Prozess der Rassifizierung« (Hall 2004), indem Menschen auf einige wenige, einfache, vermeintlich auf Natur beruhende Wesenseigenschaften festgeschrieben werden. Florian wird in den Medienberichten über seinen Tonträger auf seine Herkunft und sein Aussehen (»Afro-Träger«) reduziert. Er wird in einem ersten Schritt als der zweiten Generation von Mig-

rant/innen zugehörig definiert, im nächsten Schritt zum Vertreter dieser Generation stilisiert, weil es seine Aufgabe sei, diese Generation musikalisch zu repräsentieren. Der DJ weist die Stereotypisierung, der ein ins Positive verkehrter »Prozess der Rassifizierung« zugrunde liegt, zurück. Er sei zwar von der Musik seiner Eltern beeinflusst, der Vertreter der »zweiten Generation« wolle er jedoch auch dann nicht sein, wenn sein Tonträger deshalb von den Medien positiv rezipiert würde.

Die Ausführungen von Florian und Fuat zu ihrer Herkunft in den verfassten Presetexten lassen sich als integraler Bestandteil ihres DJ-Profiles verstehen, dessen Vermarktung zwar zum gewünschten Erfolg führt, weil Journalist/innen über die Tonträger berichten und Fans auf die Musik aufmerksam werden; gleichzeitig liegen dieser medialen Aufmerksamkeit die Prozesse von Stereotypisierung und Rassifizierung zugrunde.

In den Erzählungen über die Gestaltung ihres vermarktbareren DJ-Profiles durch die Verbindung aus Musikstil, DJ-Name, optischem Erscheinungsbild und Presetexten werden Ambivalenzen und Widersprüchlichkeiten aufgrund von Geschlechtszugehörigkeit oder Migrationshintergrund erkennbar. Sie werden von DJ-Frauen und DJs nicht-österreichischer Herkunft thematisiert, während die befragten Männer ohne Migrationshintergrund weitgehend positiv über die Reaktionen der Musikfans und der Szene-Medien auf ihr DJ-Profil sprechen. Dennoch entwickeln auch sie kein starres Profil, sondern nehmen den Reaktionen von Szene-Akteur/innen entsprechend Anpassungen und Veränderungen an die gerade angesagten Trends der Musikszene vor.

5.2 Selbststeuerung der Karriere durch Selbstvermarktung

DJs betreiben fortwährend Selbstvermarktung in den virtuellen und realen Räumen der Musikszene. Wie versuchen sie nun, durch Selbstvermarktung ihren Karriereverlauf zu steuern? Wie dieser Prozess verläuft und welche Voraussetzungen die DJs dafür als notwendig erachten, wird in den folgenden Ausführungen illustriert.

DJs nutzen für ihre Selbstvermarktung im virtuellen Raum Informations- und Kommunikationstechnologien, um sich über virtuelle Plattformen zu vernetzen. Beim Blick auf die MySpace-Seiten der Interviewpartner/innen finden sich die unterschiedlichen Dimensionen ihres Profils in den jeweils angemessenen Darstellungsformen: Eine Kurzbeschreibung

der Tätigkeiten inklusive Musikstil, eine Liste der Tonträger-Veröffentlichungen, der Auftritte bei Szene-Events und ihrer Kooperationen mit anderen Musikschaffenden vermitteln einen schriftlichen Eindruck über das Können der DJs; die DJ-Sets und produzierten Musikstücke zum Anhören sollen akustisch überzeugen, Pressefotos und Videos von Auftritten ergänzen das Gelesene und Gehörte optisch. Zudem werden die »Freunde« eingeladen, sich (mit Fotos) auf ihrer MySpace-Seite zu registrieren und Kommentare zu posten, um die Netzwerke verstärkt sichtbar zu machen. Durch ihre virtuelle Präsenz auf den Vernetzungsplattformen sind DJs für Internet-User/innen bei Eingabe der DJ-Namen in die Suchmaschinen auffindbar, User/innen erhalten Informationen über deren Tätigkeiten und können die DJs auch kontaktieren.

Silas wartet seine MySpace-Seite täglich. Er ist ein intensiver Nutzer, der die virtuelle Plattform zum Auf- und Ausbau seiner Netzwerke verwendet:

»Seit ich bei MySpace bin, ist [...] überhaupt alles komplett in die Luft gegangen. Seitdem habe ich keine Booking Agency mehr, weil ich mir alles selber mach, weil es einfach besser ist und ich keine Prozente abgeben muss. Über Myspace kannst du ganz einfach kollaborieren mit Leuten und dich zusammenschließen und da find ich mehr gutes, neues Zeug [...] als die ganzen Promos, die ich zugeschickt krieg. [...] Ich hab über MySpace einmal eine ganze Asientour angeheuert.« (DJ, Techno, m)

Silas beschreibt MySpace als wahre Fundgrube an Kontaktmöglichkeiten und »guter« Musik. Den Vertrag mit seiner Booking Agentur hat er gekündigt, weil er im Zuge seiner Selbstvermarktung über MySpace Agenturagenden problemlos selbst übernehmen kann. Er kombiniert die virtuelle Selbstvermarktung mit Selbstmanagement, indem er sein DJ-Profil musikinteressierten »virtuellen Gemeinschaften« (Rheingold 1994) anbietet, virtuelle Netzwerke generiert und eine Nachfrage für seine Person im realen Raum der Musikszenen schafft. Seine positive Bezugnahme auf die virtuelle Vernetzungsplattform resultiert aus dem gewonnenen Bekanntheitsgrad im virtuellen Raum, den er im realen Raum durch Auftritte bei Szene-Events in ökonomisches Kapital konvertiert. Mit der Kündigung seiner Booking-Agentur spart er Kosten und kann gleichzeitig seine Auftrittshäufigkeit erhöhen, die sogar in einer selbstorganisierten »Asientour« mündet. Die Voraussetzungen für die Produktion und die Aufrechterhaltung virtueller Netzwerke spricht Silas nicht an. Es erscheint selbstverständlich,

neben Computer, Software und Internet-Zugang über das technische Wissen für die Wartung der Websites und englische Sprachkenntnisse für die Kommunikation mit den virtuellen Akteur/innen zu verfügen. Unerwähnt bleiben auch die investierte Zeit und seine Bereitschaft, für Musikinteressierte im virtuellen Raum verfügbar zu sein. Über die Kommunikationsbereitschaft als Voraussetzung für eine gelungene Selbstvermarktung in der lokalen Musikszene spricht Techno-DJ Sina:

»Damals, als ich meine ersten Bookings in Wien hatte, waren schon sehr viele DJs da, die [...] so alt wie ich waren [...] und zur selben Zeit angefangen haben. Und plötzlich waren sie total erstaunt, warum ich die Bookings habe und sie nicht. Es ist natürlich so, dass menschliche Kenntnis sehr wichtig ist. [...] Es bringt nichts, wenn du ein super DJ bist und du hast überhaupt keine Ahnung, wie du mit Menschen umgehst. Das ist [...] ein Teil von dem, wie man sich verkauft. Es gibt so viele gute DJs und Musiker in Wien, aber die meisten können sich nicht verkaufen. Ich bin eine sehr kommunikative Person, ja, weil das ist wichtig. Das mache ich, weil ich möchte davon leben und möchte das professionell aufziehen. Das heißt, ich muss, eine straighte Linie durchziehen und ein Profil aufbauen, weil das ist irre wichtig.«
(DJ, Techno, w)

Sina weiß um die Bedeutung der Selbstvermarktung für eine erfolgreiche Karriere. Sie setzt ihre sozialen Kompetenzen gezielt ein, indem sie die Kommunikation mit Szene-Akteur/innen forciert, und nutzt, wie Techno-DJ Silas, ihr technisches Wissen und ihre Produktionsmittel für den Auf- und Ausbau ihrer virtuellen Netzwerke. Erst durch diese »Netzwerk-Sozialität« (Wittel 2006) kann das entwickelte DJ-Profil im realen und virtuellen Raum der Musikszene verwertet und der Karriereverlauf gezielt gesteuert werden.

Dass »Networking« diese spezifische Form der Sozialität verlangt, erkennt auch Drum'n' Bass-DJ Peter zu Karrierebeginn:

»Dieses Networking ist bei mir am Anfang sehr oft an persönlichen Differenzen gescheitert. Dass ich manchmal mit Leuten, mit denen ich nicht kann, dann auch nicht will, selbst wenn es meiner Karriere entgegensteht. Das hat teilweise auch meine Bookings betroffen, weil ich auch dem Veranstalter, der mich gebucht hat, meine Meinung gesagt hab. Ich bin immer wieder angeeckt mit Leuten und habe gesehen, dass man für die Karriere manchmal auch gewisse Dinge tun muss, um davon leben

zu können. Ich mein, es hängen ja nicht nur die Bookings [davon] ab, es ist ja auch das Honorar für das Auflegen.« (DJ, DnB, m)

Die sozialen Beziehungen zwischen Peter und den Veranstalter/innen sind gekennzeichnet durch ein informelles Abhängigkeitsverhältnis, das nicht durch Kritik gefährdet, sondern durch soziale Anpassung aufrechterhalten werden soll. Peter wird für seine Auftritte mit Honoraren bezahlt, deren Höhe er mit den Clubhosts aushandelt vor dem Hintergrund, dass dafür weder Kollektivverträge existieren noch die Auftrittszeit und -dauer gesetzlich geregelt sind. Es ist allein das Verhandlungsgeschick von Peter, seinen Namen zu Geld zu machen, indem er bei den Verhandlungen ein möglichst hohes Honorar und eine Reihe zusätzlicher Leistungen³⁴ fordert, die in die Verträge – sofern sie abgeschlossen werden – aufgenommen werden.

Netzwerk-Sozialität umfasst neben der fortwährenden Kommunikationsbereitschaft und dem Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien ein spezifisches Kommunikationsverhalten mit den Veranstalter/innen, das Einladungen zu DJ-Auftritten sicherstellt und die Ausverhandlung hoher Honorare für die Dienstleistung erlaubt. Dieses Kommunikationsverhalten, das Peter als »gewisse Dinge, die man tun muss« umschreibt, verunmöglicht letztlich die Entwicklung formalisierter Arbeitsstrukturen ebenso wie die Kritik an der Benachteiligung von DJ-Frauen oder an Prozessen von »Stereotypisierung« oder »Rassifizierung«, weil jede Kritik eine Verringerung der Auftrittshäufigkeit nach sich ziehen könnte.

DJs erachten Netzwerk-Sozialität als eine Voraussetzung für ihre gelungene Selbstvermarktung. Netzwerk-Sozialität wird erlernt, verinnerlicht und dient häufig dem Streben nach Erfolg, indem DJs ihre soziale Kapitel einsetzen, um zu Auftritten bei Szene-Events zu gelangen, eine »Aufnahme« in Szene-Netzwerke zu erwirken oder Kooperationen für die Musikproduktion einzuleiten. Die Selbststeuerung der Karriere durch Selbstvermarktung verläuft folglich über den gezielten Aufbau und die

34 Beispielsweise verlangen Star-DJs eine Unterkunft in einer Suite in einem Fünf-Sterne-Hotel und die exklusive Betreuung durch eine vom Club abgestellte Person, die Interviewtermine mit Journalist/innen koordiniert, einen Tisch in einem Restaurant gehobener Klasse reserviert und den Transport vom Hotel zum Club übernimmt. Diese Informationen erhielt ich bei den Gesprächen mit Veranstalter/innen.

Aufrechterhaltung von Netzwerken, verlangt aber auch die freie Verfügung über Zeit. Diesen Aspekt thematisiert Techno-DJ Sara:

»Ich brauch viel Zeit, die ich in die Promotion stecken muss und um mich künstlerisch auszubilden, brauche ich auch wahnsinnig viel Zeit. Aber ich bin ja selbstständig und kann selber entscheiden, was ich wann mach und wie groß mein Business ist oder wie klein. Das entscheidet sich ganz nach meiner persönlichen Energie und meiner Zeit und meinen Ressourcen. Das kann ich als Ich-AG wahnsinnig gut lenken.« (DJ, Techno, w)

Die Selbststeuerung des Karriereverlaufs beruht auf der freien und selbstbestimmten Verwendung von Zeit, persönlicher »Energien« und »Ressourcen«, die für die Selbstvermarktung (»Promotion«) und das Erlernen und Üben des DJ-ings und der Musikproduktion (»künstlerisches Ausbilden«) eingesetzt werden. Sara spricht von der eigenverantwortlichen Gestaltung ihres »Business« und beschreibt ihren Erwerbsstatus, der erlaubt, Größe und Umfang ihrer »Geschäftsbeziehungen« zu bestimmen, mit dem Begriff »Ich-AG«. Sie greift damit einen in der Ratgeberliteratur zur Propagierung des »unternehmerischen Selbst« (Bröckling 2007) und der »Neuen Selbstständigkeit« (Bologna 2006) verwendeten Terminus auf, der nahelegt, die eigenen Tätigkeiten – von den Auftritten bei Szene-Events über die organisierten Clubnächte bis zu den produzierten und auf Tonträgern veröffentlichten Musikstücken – als Dienstleistungen und Waren zu begreifen. Diesen theoretischen Vorschlag der einschlägigen Ratgeberliteratur hat Sina längst verinnerlicht, indem sie ihre Tätigkeiten als Dienstleistungen versteht. Sie bilden den Inhalt ihres DJ-Profiles, das durch Selbstmanagement vermarktet wird. Im Zentrum der »Ich-AG«, bei der die »Ich-Aktien« den Kapitalstock des Unternehmens bilden, steht das »Selbst«. Sara versteht sich als »(sub-)kulturelle Unternehmerin ihrer Selbst«, die über die Gestaltungsfreiheit ihres Lebens einschließlich der Wahl der Erwerbstätigkeit und der Verwendung der Lebenszeit verfügt. Diese Vorstellung der Selbststeuerung der Karriere korrespondiert mit der Vorstellung der Selbstbestimmung über das eigene Leben.

Auch DJ Frank, der experimentelle elektronische Musik bei seinen Auftritten spielt und ebensolche Musik produziert, spricht über die Selbststeuerung seiner Karriere, die er durch die präzise Auswahl aus den erhaltenen Anfragen vornimmt. Er thematisiert in diesem Zusammenhang seine Vorstellung von Freiheit:

»Wenn man einen gewissen Stil beibehält und wenn man einen gewissen Cutting Edge beibehält bei den Auftritten und den Produktionen [...], dann kommen die richtigen Leute zu dir. Wenn du anfängst, eine gewisse Gleichgültigkeit zu entwickeln sozusagen: Ja, ist auch Kohle, mach ich auch, dann kommt immer mehr von dem. [...] Das kann man schon sehr gut selbst steuern. Man muss einfach auch die Kraft haben, auch in finanziell schwierigen Situationen zu sagen: So was mach ich nicht und nicht nur aufs Geld schauen. Das ist eigentlich die größte Freiheit, die man als Künstler haben kann, einfach auch mal nein sagen zu können.« (DJ, EEM, m)

Frank sieht seine Freiheit darin, Anfragen zu DJ-Auftritten und/oder zu Musikproduktionen für kommerzielle Firmen abzulehnen. Er nimmt nur bestimmte Angebote an, wobei bei der Entscheidungsfindung nicht die Höhe der Honorare ausschlaggebend ist, sondern der Gedanke, dass sich die Auftritte, Musikproduktionen und Kooperationen mit anderen Musikschaffenden in sein DJ-Profil fügen sollen. Der Musikstil soll »cutting edge«, also innovativ sein und ständig an die aktuellen musikalischen Trends angepasst werden. Durch seinen individuellen und innovativen Musikstil produziert Frank bedeutungsvolle Unterschiede im Feld, die ihm letztlich einen ökonomischen Vorteil verschaffen sollen, weil die »richtigen Leute« bei ihm anfragen und ihn einladen. An dieser Stelle sollte nicht verschwiegen werden, dass Frank häufig bei experimentellen elektronischen Musikfestivals auftritt, die an das Feld der klassischen Musik andocken, und dass er gelegentlich auch Auftragskompositionen für Filme annimmt. Diese Aufträge, so lässt sich annehmen, fügen sich in sein DJ-Profil. Der Karriereverlauf wird gezielt durch die Annahme bzw. die Ablehnung von Anfragen gesteuert. Seine Vorstellung von Selbstverwirklichung geht einher mit einem »Desinteresse am ökonomischen Interesse« (Bourdieu 1999/2001), wengleich er durchaus auch ökonomische Überlegungen anstellt, um seinen Lebensunterhalt mit DJ-Auftritten und der Musikproduktion zu verdienen.

Eine andere Vorstellung von Freiheit führt Samira ins Treffen:

»Es ist sehr wichtig, dass man frei ist. Das ist das Schönste an diesem Beruf. Ob man jetzt in Spanien ist, [...] in Deutschland oder in der Schweiz [...], man lernt immer Menschen kennen, die genau das Gleiche machen wie ich, nur in einer anderen Stadt. Ich könnte jetzt überall arbeiten. Ich könnte meine Platten einpacken, meine Wohnung einpacken und sagen, okay, ich hau mich jetzt nach Barcelona. Wichtig ist, dass man frei ist. Wenn du jetzt eine Einladung kriegst, in Berlin oder in

Kapstadt oder wurscht wo, dass du dort auflegst, dann musst du einfach frei sein. [...] Das geht gar nicht anders, weil sonst kannst du das nicht gut machen.« (DJ, Techno, m)

DJ-ing, Musikproduktion und das Veranstellen von Clubnächten werden als ökonomisch einträgliche Beschäftigungen beschrieben, die sich nicht durch eine Gebundenheit an die lokale Wiener Musikszene charakterisieren. Es scheint für Sina leicht möglich zu sein, den Wohnort nach Belieben in eine andere europäische Metropole zu verlegen, in der Musikszene floriieren, sobald sie sich mit den vor Ort ansässigen Szene-Akteur/innen vernetzt hat. Dieser Vorstellung von Freiheit liegt die Idee der uneingeschränkten Selbstbestimmung über das eigene Leben zugrunde. Die DJ vermittelt zudem den Eindruck, als würde sie ohne ihr Zutun immer neue Szene-Akteur/innen aus unterschiedlichen Musikszene kennen lernen. Dies veranschaulicht, dass sie die für den Aufbau von Netzwerken verlangte Netzwerk-Sozialität über ihren Habitus verinnerlicht hat. Erst dieser Einschreibungsprozess erlaubt es, sich ganz selbstverständlich als vernetzte Szene-Akteurin zu präsentieren.

Wie gestalten DJs ihre Arbeits- und Zeiteinteilung, die ihnen die Selbststeuerung ihrer Karriere erlaubt? Es lohnt sich, abschließend auf diese Frage ausführlicher einzugehen.

5.3 Die Arbeits- und Zeiteinteilung der DJs

Bisher hat sich gezeigt, dass DJs, um ihren Tätigkeiten auch in ökonomischer Hinsicht erfolgreich nachgehen zu können, über Zeitsouveränität verfügen sollten. Die Techno-DJ Sandra danach gefragt, wie sie einen durchschnittlichen Arbeitstag gestaltet, antwortet mit der Aufzählung unterschiedlicher Tätigkeitsbereiche. Ihre Schilderung lässt erkennen, dass ihre Arbeits- und Zeiteinteilung in fast allen Aspekten denjenigen der »Neuen Selbstständigkeit« (Bologna 2006) entspricht:

»Ich muss mir die Zeit gut einteilen, was mach ich wann. Aber ich hab' eigentlich alles in meiner Wohnung, also mein Office und meinen Rechner und meine Platten und ich sitz so vier, fünf Stunden am Rechner. Also zuerst kommen immer die Bürosachen, weil da kommen Anfragen für Bookings, auf die man schnell reagieren muss und du musst auch die Leute erreichen und daher ist untertags das Büro wichtiger und Muskmachen zieht sich in den Abend rein. Und dann sind noch die

ganzen Wege und sehr viel Zeit geht drauf fürs Recherchieren im Netz, Plattenkaufen und Promotion. Das ist sehr arbeitsintensiv. Und dann das Fortgehen, wo man selber spielt oder sich Sachen anschaut. Deswegen auch das späte Aufstehen, weil mein Arbeitstag sich in den Abend und die Nacht zieht.« (DJ, Techno, w)

Sandra nutzt ihre Wohnung multifunktional als Büro, Proberaum und Musikstudio. Sie vollzieht damit eine »Domestication« ihres Arbeitsplatzes (Bologna 2006: 14), indem ihre Arbeit in die Privatsphäre eindringt und die Grenzen zwischen Arbeit und Freizeit porös werden. Im Gegenzug kann sie durch das Hybrid aus Wohn- und Produktionsraum für administrative Büroarbeit, Musikproduktion, Selbstvermarktung (»Promotion«), das Üben des DJ-ings etc. eigene Richtlinien für die Gestaltung ihrer Arbeitszeit entwickeln, verwerfen und jederzeit neu gestalten. Zentrale Kriterien für die Gestaltung des Tagesablaufes sind folglich die den zu erledigenden Tätigkeiten beigemessene Bedeutung und Dringlichkeit, wobei die Organisation der DJ-Auftritte und die damit verbundene Selbstvermarktung an oberster Stelle rangieren.

Ein »normaler« Arbeitstag beginnt am späteren Vormittag mit administrativen Agenden, geht in die diversen Beschäftigungen mit Musik über und endet an vielen Tagen nach den DJ-Auftritten in den frühen Morgenstunden. Häufig überschreitet die wöchentliche Arbeitszeit eine Vierzig-Stunden-Woche, wobei die unterschiedlichen Tätigkeiten – von der Musikproduktion über die Selbstvermarktung bis zu den Auftritten bei Szene-Events – ineinander übergehen. Durch die Verlängerung der fordistischen Arbeitszeiten und die fortlaufende Überschneidung der Tätigkeiten vollziehen die befragten DJs eine »Intensivierung der Arbeitszeit« (Bologna 2006: 21), bei der die Grenzen zwischen Arbeit und Freiheit erodieren. Resultat der Auflösung dieser traditionell fordistischen Trennung ist, dass DJ Sina bei meiner Frage nach ihrer Einteilung nicht bestimmen kann, wie viel Zeit sie mit Arbeit verbringt:

»Ich kann gar nicht sagen wie viel Zeit ich mit Musik verbringe, weil mein ganzes Umfeld besteht aus Musikern. Also wenn ich nicht zu Hause bin, bin ich bei Musikerfreunden privat oder im Studio oder im Club. Das macht Spaß, weil man nicht diese verkrampten Arbeitsverhältnisse hat. Die Menschen, mit denen ich zu tun habe, die sind eher Leute, die so eine Lebenseinstellung haben wie ich. Das ist nicht so verkrampt, wie wenn'st jetzt einen Bürojob hast, wo du hinkommst und alle hocken vorm Computer und sind total fertig.« (DJ, Techno, w)

Die Zeit, die in die »Beschäftigung mit Musik« fließt, wird nicht als Arbeit definiert, weil die Grenzen zwischen Arbeit und Freizeit, Arbeitskolleg/innen und Freund/innen weggefallen sind. Im Zentrum der Arbeit steht der Spaß – anders formuliert: Arbeit macht Spaß, weil die Tätigkeiten, denen Sina nachgeht, Arbeitsverhältnisse hervorbringen würden, die »nicht verkrampt« seien. Als Abgrenzung zur Durchschnittlichkeit und Langleweiligkeit wird der Spaß zum Inbegriff von ungezwungenem Verhalten und stellt den Gegensatz zu sozialen Arbeitszwängen dar, denen Erwerbstätige mit geregelten Arbeitszeiten und Einkommen ausgesetzt sind. Sie haben (vermeintlich) keinen Spaß bei ihrer Arbeit, sondern gehen ihren belanglosen Beschäftigungen nach, die ihnen keine Entscheidungsfreiheiten über die Gestaltung ihrer Arbeitszeit oder die Wahl ihrer Arbeitskolleg/innen zugestehen würden. Diese Erwerbstätigen seien in den traditionellen fordistischen Arbeitsverhältnissen gefangen, durch die sie körperlich und emotional ausgebeutet werden (»sie sind total fertig«). Sina tut hingegen das, was ihr Spaß macht, und diese Selbstverwirklichung verlangt eine spezifische Lebenseinstellung: Die »Beschäftigung mit Musik« wird zum einzigen Lebensinhalt gemacht, wodurch das soziale Umfeld eine entsprechende Um- und Ausgestaltung erfährt, bei der alle Menschen, in deren Arbeits- und Lebensmittelpunkt anderes als die Musik steht, schlicht in der Belanglosigkeit verschwinden. Selbstverwirklichung geht in dieser Erzählung mit der ununterbrochenen Einbindung in den Produktionsprozess einher – der Verweis auf den Spaß an der Arbeit dient der Distanzierung von Akteur/innen in anderen Feldern. Durch den Rekurs auf den Spaß soll aber auch die eigene Position in der Musikszene abgesichert und eine Abgrenzung zu all jenen DJs hergestellt werden, die dem DJ-ing und der Musikproduktion aus anderen Gründen nachgehen:

»Ich werde oft gefragt von Leuten, wie man erfolgreich wird. Das ist prinzipiell mal der falsche Ansatzpunkt. [...] Man soll anfangen aufzulegen und Musik zu machen, um das zu spielen, was man mag, und das zu tun, was einem Spaß macht und dann wird man erfolgreich sein. [...] Aber es hat auch schon Leute gegeben, die zu mir hergekommen sind und gesagt haben, wenn ich aufleg, dann reiße ich mir die Mädels auf oder weil sie viel Geld verdienen möchten. Also so viel zur falschen Motivation.« (DJ, DnB, m)

Der Spaß an Auftritten bei Szene-Events und der Musikproduktion ist für Paul der einzig legitime Grund, diesen Tätigkeiten nachzugehen. Erst wenn

DJs diesen Spaß erkennen und ihn auch zu verkörpern wissen, würden sie erfolgreich sein. Das Streben nach Geld, Erfolg und Sex seien hingegen keine legitimen Gründe. Der Ratschlag von Paul an DJs mit Karriereambitionen folgt einer einfachen Formel: Mach das zu deiner Arbeit, was dir Spaß macht, und du wirst Erfolg haben.

Auch Sandra geht dem DJ-ing nach, weil ihr diese Arbeit Spaß macht. Für ihre Selbstverwirklichung nimmt sie ihre zum Teil prekäre ökonomische Situation auf sich:

»Das Entscheidende ist, ob es mir Spaß macht. [...] Wenn es mir keinen Spaß mehr macht, mit den Platten herumzufahren und mal mehr und mal weniger Geld zu haben, dann möchte ich es eigentlich nicht mehr machen.« (DJ, Techno, w)

Diese Aussage steht stellvertretend für alle befragten DJs: Alle gehen ausnahmslos dem DJ-ing und der Musikproduktion nach, weil ihnen diese Tätigkeiten Spaß machen und sie mit Auftritten bei Szene-Events und dem Verkauf von Tonträgern ihren Lebensunterhalt finanzieren (wollen).

Der Spaß ist das Meta-Narrativ, das die Karrieren der befragten DJs anleitet. Sie definieren Arbeit jenseits von Langeweile und Bedeutungslosigkeit und zur Befriedigung ihres Bedürfnisses nach Spaß neu, indem sie in DJ-Tätigkeiten, Musikproduktion und benachbarten Tätigkeiten wie Veranstaltungen von Clubnächten eine Möglichkeit sehen, der »Fremdbestimmung« und »Entfremdung« durch Arbeit zu entgehen. Durch ihren Wunsch nach Selbstverwirklichung idealisieren und legitimieren sie oftmals die neoliberalen Arbeitsverhältnisse der »Neuen Selbstständigkeit« mit langen Arbeitszeiten und ökonomischer Prekarität. Die DJs vollziehen somit eine Neudefinition von Arbeit, die sich nicht ausschließlich als ein gedanklicher oder geistiger Akt verstehen lässt. Es handelt sich um einen Prozess der Konditionierung, durch den neoliberale Arbeitsverhältnisse unbewusst und über den Spaß in den Körper eingeschrieben werden. Der Spaß – ein »Zustand des Leibes« (Bourdieu 1993: 126) – ist eingelagert in den Habitus der DJs, den sie bei Szene-Events performativ zur Aufführung bringen. Bei jedem Auftritt in einem Veranstaltungslokal, bei jeder Kooperation für die Musikproduktion, bei jedem mimetischen Einüben der Mix-Techniken, in deren Mittelpunkt der Spaß vor, für und mit Publikum und Kolleg/innen steht, werden die neoliberalen Arbeitsverhältnisse der Musikszene einverleibt und aufs Neue aktualisiert. Anders formuliert: DJs inkorporieren und reproduzieren bei ihren sozialen Praxisformen neoliberale Arbeitsverhält-

nisse in der Hoffnung, ihren Lebensunterhalt mit all jenen Tätigkeiten zu verdienen, die ihnen Spaß machen. Sie vollziehen damit ihre »Selbst-Prekarisierung« (Lorey 2007) im Zuge der Suche nach immer neuen Mix-Techniken und »Sounds«, die sie in ihr vermarktbare DJ-Profil integrieren.

Von der Schwierigkeit, ein/e erfolgreiche/r DJ zu werden

Resümee und Ausblick

Ziel dieser qualitativen Studie war es, die Do-it-yourself-Karrieren von DJs zu untersuchen. Entgegen der gängigen Vorstellung, erfolgreiche Musiker/innenkarrieren basieren auf Talent, habe ich die These formuliert, dass ökonomisch erfolgreiche DJ-Karrieren wesentlich von der Selbstpräsentation der DJs, deren Selbstvermarktung und aktiver Selbstgestaltung ihres Werdegangs sowie von der Anerkennung durch Szene-Akteur/innen abhängen. Mit Bezug auf Bourdieus Theorie der kulturellen Felder wurden DJs also nicht als autonome künstlerische Subjekte thematisiert, deren Erfolg auf Talent rückführbar wäre, sondern als aktive Akteur/innen in den Musikszenen, die – geleitet von ihrem »praktischen Sinn« – gezielt all jene Handlungen aktivieren, die zu einer ökonomisch erfolgreichen Karriere führen.

Meine These resultiert aus der Analyse der sozialen Praxisformen der DJs, der ich eine feldspezifische Analyse der drei Wiener Szenen Techno, Drum'n'Bass und experimentelle elektronische Musik vorangestellt habe. Nach Bourdieus Verständnis sind die Untersuchung des Feldes und der sozialen Praxisformen durch einen hermeneutischen Zirkel verbunden, weil soziale Praxis immer in Feldern und nie außerhalb dieser stattfindet. »Um das Feld zu konstruieren, muss man die Formen des spezifischen Kapitals bestimmen, die in ihm wirksam sind, und um diese Formen des spezifischen Kapitals zu konstruieren, muss man die spezifische Logik des Feldes kennen.« (Bourdieu und Wacquant 1996: 139) Der Blick auf Genese und Bestand der Musikszenen zielte also darauf ab, etwas über die »objektiven

Strukturen« dieser Felder zu erfahren, während der Forschungsfokus auf die Akteur/innen dazu diente, das kulturelle, soziale und symbolische Kapital und ihre Konvertierung in Geld näher zu bestimmen und etwas über die Logik der Praxis herauszufinden. Im Zentrum stand dabei die Frage nach den Distinktionsstrategien der DJs zur Absicherung ihrer Position im Feld und zum Sich-abheben von anderen DJs sowie ihre Strategien und Typen der Selbstpräsentation. Zur Beantwortung dieser Frage war Bourdieus Konzeption von Feld, Habitus und Kapital grundlegend: Feld, Habitus und Kapital sind durch eine dialektische Beziehung miteinander verbunden – die »objektiven Strukturen« der Felder werden in Form von Denk-, Handlungs- und Bewertungsschemata in den Habitus der Akteur/innen eingelagert, zugleich wird die Struktur des Feldes über die Distributionsstruktur der Kapitalsorten zwischen den Akteur/innen bestimmt. DJs nehmen aufgrund ihres Besitzes an Kapitalsorten und Entscheidungsmacht unterschiedliche Positionen im Feld ein – von einer randständigen Position zu Karrierebeginn hin zu einer abgesicherten Position, indem sie sich als DJs und Musikproduzent/innen einen Namen machen. Die Macht- und Herrschaftsverhältnisse, die in den Feldern erzeugt werden und die Ausschlussverfahren zur Sicherstellung, dass nur die wenigsten DJs eine ökonomisch erfolgreiche Karriere realisieren können, liegen nicht außerhalb der sozialen Praxisformen. Sie werden vielmehr erst durch DJs und andere Szene-Akteur/innen mit ihrer sozialen Praktiken hergestellt und reproduziert. Erst dadurch konnten zwei für die Do-it-yourself-Karrieren spezifische Prozesse offengelegt werden: zum einen die Konstruktionsprozesse, durch die »gute« und erfolgreiche DJs im Feld hervorgebracht werden und sich selbst als solche hervorbringen, zum anderen die Inkorporierungsprozesse neoliberaler Arbeitsverhältnisse, anhand derer der Wandel von einer fordistischen zu einer postfordistischen Gesellschaft erkennbar wurde.

Im Hinblick auf die Frage, was Bourdieus Theorie der kulturellen Felder zur Erforschung der Do-it-yourself-Karrieren von Wiener DJs beiträgt, werden die wesentlichen Forschungsergebnisse im Folgenden resümierend erörtert.

Feld – Habitus – Kapital

Bourdieus zentrale Begriffe Feld, Habitus und Kapital eigneten sich einerseits außerordentlich gut zur Untersuchung der Musikszene und der sozialen Praxisformen der DJs, andererseits zeigte sich, dass seine Konzeption

der kulturellen Felder nur teilweise anwendbar war. Bourdieu benennt den Gegensatz von Kunst und Geld und die Aufteilung der kulturellen Felder entlang von Heteronomie und Autonomie als zentrale Charakteristika. Dass diese Grenzziehungen gegenwärtig zu erodieren beginnen, ließ sich bereits bei der Untersuchung der ausgewählten lokalen Musikszenen Techno, Drum'n'Bass und experimentelle elektronische Musik erkennen: Ich habe diese drei Musikszenen als Subfelder der kulturellen Produktion definiert und ihre Formierung und ihren Bestand entlang einer vertikalen Innendimension und einer horizontalen Entwicklungsdimension mit Anfangs-, Formierungs- und (optionaler) Ausdifferenzierungsphase beschrieben (IV, 1.2 bis 1.4). Die feldspezifische Analyse zeigte, wie diese Musikszenen im Verlauf der 1990er Jahre zu ökonomisch potenten jugendkulturellen Feldern wurden, indem Szene-Akteur/innen eine eigenständige Do-it-yourself-Ökonomie aufbauten. Erst durch das Entstehen dieser florierender DIY-Ökonomien können sich ökonomisch erfolgreiche DJ-Karrieren entwickeln, weil diese Mikroökonomien genügend Auftrittsmöglichkeiten für DJs bieten und die Bezahlung ihrer Auftritte gewährleisten. Szene-Akteur/innen bringen zudem, als Teil der DIY-Ökonomien, ihre eigenen Szene-Medien (Flyer, Fanzines, Radio- und TV-Sendungen etc.) heraus, aber auch der staatliche Radio-Sender FM4, die Wiener »Community-Medien« Radio Orange und Okto TV sowie etablierte deutschsprachige Musikmagazine wie Skug, de:bug, Spex oder Intro beteiligen sich maßgeblich an den Konstruktionsprozessen von erfolgreichen DJs. Die Musikszenen weisen – das zeigte die Untersuchung ihrer Formierung und ihres Bestandes – zahlreiche Verflechtungen mit den Institutionen im Subfeld der Massenproduktion auf, wodurch ihre autonome Position im sozialen Raum eingeschränkt wird. Sie sind folglich keine elitären kulturellen Felder, die den Geschmack einer distinguierten sozialen Gruppe repräsentieren, noch entsprechen die sozialen und kulturellen Praxisformen der DJs einer elitären Gruppe von Künstler/innen.

Der soziale Raum, auf den Bourdieu für die Entwicklung der Theorie der kulturellen Felder rekurriert, bestimmt sich über fordistische Erwerbsarbeit, die eine Einpassung der Körper in ebendiese Produktionsstrukturen verlangt. Durch postfordistische Produktionsverhältnisse werden soziale Akteur/innen gezwungen, ihrer Existenz immer häufiger eine unternehmerische Form zu geben, wodurch postfordistische Strukturen und neoliberale

Arbeitsverhältnisse in den Habitus eingelagert werden (Alkemeyer und Schmidt 2003: 97).

Der Habitus der DJs und ihre Netzwerksozialität korrespondieren mit den Anforderungen, die von allen Arbeiter/innen in postfordistischen ökonomischen Regimen verlangt wird, nämlich Verantwortlichkeit für das eigene Leben zu demonstrieren und Kreativität in der Organisation der »Work-Life-Balance« durch Selbstorganisation, Selbstvermarktung und Networking zu zeigen. Die DJs scheinen diese postfordistischen sozialen Strukturen zu inkorporieren, wodurch sie die spezifische Annahme über »kreative« Berufe und Tätigkeiten wie den Gegensatz zwischen Kunst und Geld oder die angenommene Autonomie kultureller Produzent/innen infragestellen. Dennoch lagern sie traditionelle Annahmen über das Leben von Künstler/innen in ihre Illusio ein, die ihrem ökonomischen und sozialen Habitus nicht zwangsläufig widersprechen.

Auf den ersten Blick mag diese Studie den Eindruck vermitteln, dass das klassenspezifische kulturelle Kapital der DJs und ihre soziale Herkunft keinen Einfluss auf ihre Karrieren haben, weil DJs bereits als Fans elektronischer Musik bei ihren regelmäßigen Besuchen von Szene-Events eine zweite feldspezifische Sozialisation in den Musikszenen durchlaufen, gemeinsam mit anderen Clubbesucher/innen lose Formen der Kollektivität über Musikgeschmack, Moden und Stile entwickeln und das akkumulierte Szene-Wissen und ihre Netzwerke für ihr Weiterkommen als DJs und Musikproduzent/innen einsetzen. Nach eingehender Analyse der Karrieren zeigte sich jedoch, dass Korrespondenzen zwischen den Positionen der DJs in den Musikszenen und ihren Positionen im sozialen Raum existieren: DJs, deren Eltern das Geld für den Kauf von Tonträgern, der DJ-Anlage und des Equipments für die Musikproduktion zur Verfügung stellen können, sind in einer günstigeren Ausgangsposition für eine erfolgreiche Karriere als DJs, die das ökonomische Kapital für diese Investitionen selbst aufbringen müssen (IV, 2.1). Zudem nutzen DJs ihr Bildungskapital für die Kommunikation mit nicht-deutschsprachigen Szene-Akteur/innen. Alle befragten DJs sprechen zumindest fließend Englisch, einige sprechen eine zweite oder sogar dritte Fremdsprache. Sie nehmen dieses kulturelle Kapital, das aus ihrer familiären Sozialisation und ihrer Schulbildung resultiert, als gegeben an und setzen es für ihre Selbstvermarktung und die unterschiedlichen Formen der Selbstorganisation ein. Obwohl Bildungstitel in den Musikszenen keinerlei Bedeutung haben, konnte festgestellt werden, dass für DJs

sierten Ausbildungsinstitutionen basiert, zeigt sich eine (Auto-)Selektion all jener DJs, die diese Lernpraxis nicht entwickeln können.

Erkennbar wurde auch, dass die befragten DJs mit ihrer Lernpraxis und ihrer Selbstorganisation ein Do-it-yourself-Ethos verbinden. Ihr Selbstverständnis als autonome Akteur/innen ist geprägt von diesem DIY-Ethos, der – historisch gesehen – Kollektivität, Solidarität und eine Kritik an hegemonialen Diskursen und etablierten Kunst- und Kulturinstitutionen impliziert und einer »ökonomischen Logik« entgegensteht.

Neben kulturellem Kapital ist soziales Kapital ein entscheidender »Trumpf« für einen erfolgreichen Karriereverlauf. Im Unterschied zu Bourdieus Konzeption von sozialem Kapital zielt das soziale Kapital der DJs, das durch die Gründung von und die Zugehörigkeit zu Szenenetzwerken akkumuliert wird, jedoch nicht auf die Reproduktion familiärer Beziehungen ab, sondern auf die Produktion und Aufrechterhaltung von szenespezifischen Beziehungen (vgl. Wittel 2006). Die untersuchten Musikszenen strukturieren sich in Netzwerke, die wichtigsten für DJs sind Zusammenschlüsse von Musikschaffenden, Szene-Eliten für die Organisation von Szene-Events, projektbasierte Producer-Led-Outfits für die Musikproduktion sowie zahlreiche virtuelle Netzwerke. Während für Letztere keine festgelegten Zugangskriterien existieren, wird die Zugehörigkeit zu realen Offline-Netzwerken entlang unterschiedlicher Kriterien verhandelt: Die Freundschaften zwischen den DJs sind häufig ausschlaggebend für den Zugang zu Netzwerken, die primär meine weiblichen Interviewpartnerinnen thematisieren, da sie aus den Zirkeln der Männer häufig ausgeschlossen sind. Freundschaften sind nicht das einzige Kapital, das Zugehörigkeit zu einer Musikszene und ihren Netzwerken ermöglicht. Auch der Name der DJs und ihre Wissensbestände, die sie in die Netzwerke einbringen, erlangen bei der Verhandlung von Zugehörigkeit eine zentrale Bedeutung.

Gerade am Beispiel der Netzwerke zeigt sich deutlich, dass erheblich mehr Frauen mit Ausschlüssen konfrontiert sind als Männer. Es mangelt den Frauen allerdings nicht an Wissen, an kulturellem oder ökonomischem Kapital, das sie in die Netzwerke einbringen könnten. Die Zugehörigkeit von Frauen zum Feld als aktive kulturelle Produzentinnen im Allgemeinen und zu Szene-Netzwerken im Besonderen wird bereits im Plattenladen in Frage gestellt, da ihnen unterstellt wird, weder einen exklusiven »Underground«-Musikgeschmack zu haben noch über das erforderliche Wissen über elektronische Musik zu verfügen. Ihr Ausschluss aus den Netzwerken

wiederholt sich bei der DJ-Tätigkeit und der Musikproduktion, weil ihnen fortwährend ein anderer, dem männlichen DJ-Habitus diametral entgegengesetzter Habitus zugeschrieben wird. Ich behaupte hier sogar, dass DJ-Frauen und Musikproduzentinnen ausgeschlossen werden und DJs mit Migrationshintergrund in den untersuchten Wiener Musikszenen »Rassifizierung« und »Stereotypisierung« erfahren, weil der dominante erfolgversprechende Habitus in diesen lokal verankerten Szenen ein männlicher, weißer Mittelschicht-Habitus ist. Dieser Habitus korrespondiert in unserer Gesellschaft mit dem Bild der erfolgreichen durchsetzungsfähigen Männlichkeit. In den Musikszenen wird dieser Habitus kaum hinterfragt, weil sich alle Interviewpartner/innen als aufgeschlossen gegenüber dem Gleichheitsdiskurs präsentieren und Antirassismus als einen grundlegenden Wert für ihr Selbstverständnis definieren. In ihrer sozialen und kulturellen Praxis reproduzieren sie jedoch oft das Gegenteil.

Leistung – Anerkennung – Erfolg

Welche Szene-Akteur/innen in die feldspezifischen Anerkennungspraktiken involviert sind und welche Anerkennungsrituale in den Musikszenen existieren, wurde in Kapitel IV unter den Punkten 2.3 und 3.4.3 ausgeführt. Publikum und Kolleg/innen sind die wichtigsten Anerkennungsinstanzen bei DJ-Auftritten in Veranstaltungsräumen, bei der Veröffentlichung eines Tonträgers kommen Labelbetreiber/innen und Musikjournalist/innen hinzu. Von der Anerkennung dieser Akteur/innen hängt der Erfolg der DJs respektive die Möglichkeit, auch in ökonomischer Hinsicht eine erfolgreiche Karriere anzustreben, wesentlich ab. Damit DJs aber überhaupt anerkannt werden, müssen sie Leistungen erbringen, die bewertet werden. Die in die Anerkennungspraktiken involvierten Szene-Akteur/innen teilen die selbstverständliche Auffassung, dass DJs während ihrer Auftritte und mit ihrer Musikproduktion ihre Leistungen unter Beweis stellen, die dann durch die entsprechenden Anerkennungsrituale bewertet werden. Festgehalten werden muss, dass auch in den untersuchten Musikszenen ein Leistungsprinzip existiert, an das die Vorstellung gekoppelt ist, Leistung würde zu Erfolg führen.

DJs bestimmen die Bewertungskriterien für Leistung und den Umfang der Leistungen, die zu erbringen sind, in ihren Doppelfunktionen als Veranstalter/innen von Szene-Events und Labelbetreiber/innen maßgeblich. Sie schaffen, neben anderen Event-Veranstalter/innen, mit ihren Clubnächten

einerseits überhaupt erst die Bedingungen für die Vergleichbarkeit der Musikstile, andererseits bringen sie ihre Bewertungskriterien für Leistung durch ihre Einladungs- und Auswahlpolitik zu DJ-Auftritten und ihre Auswahlpolitik für angebotene Musikstücke zur Veröffentlichung auf einem Tonträger zur Anwendung. Qualität und Kreativität, Talent und Begabung, aber auch Durchsetzungs- und Durchhaltevermögen werden zu bestimmenden Bewertungskriterien, an denen DJs die Leistungen ihrer Kolleg/innen messen. »Gute« und erfolgreiche DJs werden folglich erst durch die Bewertung der Leistung, mit der die Zuschreibung von Leistungsfähigkeit und bestimmten Eigenschaften einhergeht, erzeugt.

Diese sozialen Konstruktionsakte ließen sich bei der Analyse der Anerkennungspraktiken erkennen: DJs schreiben ihren Kolleg/innen einen qualitativ hochwertigen und kreativen Musikstil zu und drücken ihren »Respekt« durch Einladungen zu DJ-Auftritten, Kooperationen für die Musikproduktion oder die Vergabe eines Plattenvertrags aus. Bei diesen Anerkennungspraktiken fungiert Geschlecht als sozialer Platzanweiser für die Position im Feld, wodurch männliche DJs als »gute« DJs hervorgebracht werden. Leistungsfähigkeit wird primär Männern zugeschrieben, während Frauen oftmals ein Mangel an Eigenschaften, die »gute« DJs auszeichnen, attestiert wird. Diese Meinung hat einer der männlichen Interviewpartner explizit vertreten, indem er Frauen eine geringere Leistungsfähigkeit bei der Musikproduktion aufgrund ihrer fehlenden männlichen Potenz (sic!) respektive Kreativität zuschreibt (IV, 3.3.2). Implizit äußert sich der geschlechtsspezifische Zuschreibungsprozess von Leistungsfähigkeit in den Auflistungen »guter« DJs, in denen Frauen nicht vorkommen. Dass auch einige Frauen unter den Interviewpartner/innen vor allem ihren männlichen Kollegen Leistungsfähigkeit und einen außergewöhnlichen Musikstil zuschreiben, illustrieren ihre Einladungs- und Auswahlpolitik bei Clubnächten durch den weitgehenden Verzicht auf DJ-Frauen und ihre Einschätzungen hinsichtlich der erhaltenen Förderung. Die befragten Frauen nutzen Frauennetzwerke häufig als »Einstiegshilfe«, um als »Newcomer« in den Musikszenen zumindest rudimentär Fuß zu fassen, sie werden zu Karrierebeginn aber auch, wie in meiner Studie bislang weitgehend unerwähnt blieb, durch anerkannte DJ-Männer und Musikproduzenten gefördert. Die Frauen erachten diese Förderer – mehrheitlich Lebensgefährten oder Liebhaber, selten jedoch »nur« Kollegen – in der Regel als wichtiger für ihr Weiterkommen als Frauennetzwerke. Durch die Analyse der Diskussionen

auf den Mailinglisten des Female-Pressure-Netzwerks wurden die spezifischen Paradoxien der Frauenförderung in den elektronischen Musikszenen erkennbar sowie die Strategien von weiblichen DJs und Musikproduzentinnen, um einerseits gegen die erfahrenen Benachteiligungen und eine erneute Herabsetzung qua Geschlecht anzukämpfen, andererseits eine Neudramatisierung der Geschlechterdifferenz zu verhindern.

Diese Ergebnisse zeigen, dass soziale Ungleichheiten in den untersuchten Musikszenen von Frauen und Männern, wenngleich unterschiedlich, vor dem Hintergrund kaum existierender Diskurse über die Herabsetzungen der DJ-Frauen und Musikproduzentinnen reproduziert werden.

Abgesehen von den sozialen Konstruktionsakten, durch die »gute« DJs als männliche DJs erst erzeugt werden, wurde bei der Untersuchung der Anerkennungspraktiken auch Folgendes erkennbar: Als Organisator/innen von Szene-Events, Labelbetreiber/innen und Plattenverkäufer/innen – Doppelfunktionen, die die Interviewten besetzen –, werden sie zu »Gatekeeper/innen« für andere DJs, vor allem für solche, die randständige Positionen im Feld einnehmen. Sie besetzen Schlüsselpositionen in den Musikszenen und setzen ihre aus diesen Positionen gewonnene Entscheidungsmacht ein, um Ausschluss und Zugehörigkeit zum Kreis der DJs und Musikproduzent/innen zu verhandeln. Bei meiner Frage nach dem Leistungsumfang, den DJs für ihre Anerkennung zu erbringen haben, bestätigte sich dies: Im Unterschied zu den Bewertungskriterien für Leistung, die sich kaum verändern, steigt der Umfang der Leistungen kontinuierlich, indem der beim DJing und der Musikproduktion entwickelte Musikstil nicht nur bei Auftritten seine gelungene performative Aufführung erfahren soll; er muss zusätzlich seine Objektivierung in der Veröffentlichung eines Tonträgers bei einem renommierten Plattenlabel finden. Diese erbrachte Leistung, die zeitintensiv und im Zuge des Erlernens des Technikwissens häufig mit Frustrationen verbunden ist, wird zur »Eintrittskarte« für die Zugehörigkeit zu einer kleinen ausgewählten »DJ-Elite«, wobei Abgrenzungen gegenüber DJs erfolgen, die nicht der Musikproduktion nachgehen. Der veröffentlichte Tonträger garantiert Anerkennung, er stellt aber auch ökonomischen Erfolg in Aussicht. DJs akkumulieren durch die Veröffentlichung eines Tonträgers symbolisches Kapital, das sie durch zunehmende Auftrittshäufigkeit und erhöhte DJ-Gagen in Geld konvertieren. In dieser Hinsicht wird der veröffentlichte Tonträger auch zum Garant für Zugehörigkeit zu den DJs, die ihren Lebensunterhalt mit Auftritten bei Szene-Events, der Musikpro-

duktion und benachbarten Tätigkeiten verdienen. Abgrenzungen verlaufen hierbei gegenüber DJs, die ihre Lebenshaltungskosten nicht durch diese Tätigkeiten decken (können).

Die Leistungskriterien werden von den DJs durch ihren Glauben an das Spiel um Macht und Anerkennung verinnerlicht und in ihren Habitus eingelagert. Eine Infragestellung dieser Kriterien oder eine Entwicklung möglicher anderer Kriterien für Anerkennung und Erfolg, denen nicht Leistung und Konkurrenz zugrunde liegen, werden dadurch in den als »gegenkulturell« definierten Musikszenen in den Hintergrund gedrängt. Dies illustrieren die Vorstellungen der befragten DJs über Erfolg und Scheitern: Sie führen ihren ökonomischen Erfolg auf ihren Musikstil, die distinkte Eigenschaft der DJs, und ihre veröffentlichten Tonträger zurück und sehen ihr Scheitern, bislang nicht die erwünschte Anerkennung erhalten zu haben, in den hier nicht erbrachten Leistungen. Dass Leistungen allein jedoch nicht zu Erfolg führen, sondern bestimmte Bedingungen und Voraussetzungen erfüllt werden müssen, um überhaupt in dem Ausmaß leistungsfähig zu sein, gerät mit der Durchsetzung des Leistungsprinzips in den Musikszenen außer Acht. Die Voraussetzungen sind vor allem dann nicht länger erwähnenswert, wenn der Erfolg durch die Anerkennung von Szene-Akteur/-innen, die Einladungen zu hoch dotierten DJ-Auftritten und die erhofften Verkaufszahlen ihrer Tonträger inklusive der bezahlten Downloads aus dem Internet eingesetzt hat. Investitionen an Geld und Zeit sowie Aufbau und Erhalt von Netzwerken, also die Basisvoraussetzungen, um bei Szene-Events auftreten und Tonträger veröffentlichen zu können, wurden erfüllt und haben sich durch ihren Erfolg amortisiert.

Bei der Untersuchung der Leistungskriterien und der Anerkennungspraktiken zeigte sich, dass die Do-it-yourself-Karrieren der DJs auf fortwährender Produktivität basieren. Die Schnelllebigkeit der Stile, Moden und musikalischen Trends zwingen sie, kontinuierlich neue Musikstücke zu veröffentlichen und bei Szene-Events präsent zu sein, um nicht in Vergessenheit zu geraten, während die Selbstvermarktung eingesetzt wird, um Aufmerksamkeit für die eigene Person sowie für erbrachte und geplante Leistungen zu erzeugen. Die eigenen Netzwerke erlangen hier nochmals eine zentrale Bedeutung: Sie gewährleisten nicht nur Einladungen zu DJ-Auftritten und Kooperationen bei der Musikproduktion, sie sind auch Multiplikatoren, indem sie durch Name-Dropping den Bekanntheitsgrad der DJs erhöhen. Der gezielte Aufbau und der Erhalt von Szene-Netzwerken,

etwa durch das Besetzen von Doppelfunktionen im Feld, die Vermarktung des DJ-Profiles oder durch das Erlernen und Verinnerlichen von Netzwerk-Sozialität, dienen der Selbststeuerung der Karriere. Diese Netzwerke stellen mit ihren Anerkennungspraktiken zu einem großen Teil den Erfolg der DJs sicher, indem sie ihnen all jene Eigenschaften zuschreiben, die »gute« DJs ausmachen, und Einladungen zu DJ-Auftritten und Kooperationen für die Musikproduktion gewährleisten.

Distinktionen und Selbstpräsentationen

Im Verlauf der Untersuchung habe ich die unterschiedlichen Distinktionsstrategien sowie die Strategien und Typen der Selbstpräsentation meiner Interviewpartner/innen herausgearbeitet. Die DJs erkennen bereits zu Karrierebeginn – also beim Kauf ihrer ersten Tonträger im Plattenladen –, dass sie für eine erfolgreiche Karriere ihr Können, Wissen und Tun gezielt performativ und verbal darstellen und vermarkten müssen. Selbstdarstellungen und Distinktionen erlangen für die DIY-Karrieren der DJs diesen bedeutenden Stellenwert nicht zuletzt durch die Abwesenheit von Ausbildungsinstitutionen für die DJ-Tätigkeit, wodurch der Zugang und die Zugehörigkeit zu den Musikszenen nicht über Ausbildung und Titel geregelt werden. Es obliegt den DJs, sozial bedeutsame Unterschiede zu produzieren und die Grenzen ihrer kulturellen Felder und die Zugehörigkeit zu Szene-Netzwerken durch ein diffiziles Spiel aus Anerkennung, Abgrenzungen, Ein- und Ausschlüssen zu verhandeln.

DJs produzieren Distinktionen durch ihre verbalen Selbstpräsentationen, indem sie die hegemonialen gesellschaftlichen Diskurse über erfolgreiche Musiker/innenbiografien und Kunst-/Musikproduktion aufgreifen: Im Nachhinein wird die Biografie so dargestellt, dass sie gar nichts anders als erfolgreiche DJs werden konnten, weil in ihrer Kindheit und Jugend bereits die Weichen für den Erfolg gestellt wurden. Der Musikstil wird zum Dreh- und Angelpunkt für die Abgrenzung von anderen DJs, indem sie sich selbst einen innovativen, qualitativ hochwertigen und kreativen Musikstil zuschreiben, der als das stringente Ergebnis der familiären musikalischen Sozialisation und der Beschäftigung mit Musik seit dem Teenager-Alter gehandelt wird. Bei ihren Selbstdarstellungen als Künstler/innen nutzen sie die gesellschaftlich etablierte Trennungslinie von Kunst und Handwerk für ihre Abgrenzungen zu DJs, die ihre Kreativität als eine handwerklich-technische beschreiben, und sie schließen zudem an den Topos des »Künstler-

genies« an, das sich zur Kunst respektive zur Musik berufen fühlt und dessen Libido in die Musik einfließt.

Diese Ergebnisse verdeutlichen, dass der in das Selbstverständnis eingelagerte, emanzipatorische DIY-Ethos nicht zwangsläufig mit einer Infragestellung von hegemonialen gesellschaftlichen Diskursen über Kunst-/Musikproduktion und erfolgreiche Musiker/innenbiografien einhergehen muss; im Gegenteil: DJs transportieren mehrheitlich durch ihre Selbstdarstellungen ebendiese hegemonialen gesellschaftlichen Diskurse und geben ihnen ihre Legitimation. Der Rekurs auf die Autorität des Kunstfeldes dient dazu, sich selbst und die eigenen Tätigkeiten aufzuwerten und Abgrenzungen gegenüber anderen DJs zu produzieren. Sie bringen sich selbst als »gute« und erfolgreiche DJs hervor. Diese Distinktionspraxis steht zudem vor dem gesellschaftlichen Hintergrund, dass DJs lange Zeit als belanglose »Hintergrund-Entertainer« galten. Durch ihre Selbstdarstellungen als autonome Künstler/innensubjekte versuchen sie, ihre DJ-Tätigkeit aufzuwerten.

Für ihre performativen Selbstpräsentationen in den Veranstaltungsorten greifen sie diverse global zirkulierende Stile, Moden und Diskurse der Jugendkulturen auf, verbinden sie mit den Stilen, die gerade vor Ort angesagt sind, und integrieren sie in ihr verwertbares DJ-Profil. Sie verkörpern bei ihren Auftritten den Hedonismus der Musikszene, indem sie sich selbst und ihre Kolleg/innen gemeinsam mit dem Publikum feiern. DJs für experimentelle elektronische Musik betonen ihre Abgrenzung zu den »klassischen« Club-DJs, nicht nur performativ, sondern auch verbal. Sie treten häufig bei Musikfestivals auf, die an das Kunstfeld andocken – Auftrittsorte, die sich aus den zahlreichen Verflechtungen der Wiener experimentellen elektronischen Musikszene mit dem Kunstfeld erklären.

Keine der weiblichen Interviewpartner/innen greift jedoch auf die populäre Vorstellung der männlichen Kreativität von Rockmusikern zurück; vielmehr spiegeln sich vereinzelt in ihren Selbstpräsentationen die Herabsetzungen als DJ-Frauen und Musikproduzentinnen wider, die sie erfahren haben.

Im Zuge meiner Untersuchung der Selbstdarstellungen konnte ich folglich nicht nur eine Abhängigkeit der Selbstpräsentationen von der Szene-Zugehörigkeit der DJs festmachen, sondern auch eine Abhängigkeit von ihrer Geschlechtszugehörigkeit: Einige Interviewpartnerinnen setzen verstärkt auf Selbstorganisation durch die Veranstaltung von Clubnächten und betonen, ihre erfolgreiche Karriere basiere nicht auf Freundschaften mit re-

nommierten Szene-Akteuren, sondern auf Arbeit und gezielter Selbststeuerung ihres Werdegangs. Sie versuchen, bei ihren performativen Selbstdarstellungen in den Veranstaltungsräumen und bei ihrem DJ-Profil jede Sexualisierung ihrer Person zu vermeiden und dem »Porno Chic« in der Populärkultur zu entgehen, indem sie alternative Repräsentationsmodi entwickeln. Bei der Suche nach einem Plattenlabel thematisieren die befragten Frauen häufig ihre Selbstzweifel an den produzierten Musikstücken und ihre Misserfolge, während die männlichen Interviewpartner derartige Erfahrungen in den Interviews durchwegs aussparen. Alle befragten Männer präsentieren sich, obwohl sie auch vereinzelt ihre Ausschlüsse aus Szene-Netzwerken thematisieren, als kreative und innovative DJs und Musikproduzenten, die durch »Glück«, »Zufälle« und die Akkumulation erhaltener »Chancen« zu Erfolg gelangen würden. Diese Strategie der Selbstpräsentation ist bei den Frauen brüchig bzw. durchlässig, wenngleich auch sie sich häufig als autonome Künstlerinnensubjekte präsentieren und sich einen außergewöhnlichen Musikstil zuschreiben, indem sie alles, was angesagt ist, aufgreifen und immer wieder Neues hervorbringen wollen.

Obwohl die Selbstdarstellungen teilweise von der Geschlechts- und Szene-Zugehörigkeit der DJs abhängig sind, weisen sie Gemeinsamkeiten auf: Das Aufweichen der Grenzen zwischen Hoch- und Populärkultur schlägt sich auch in den verbalen und performativen Selbstdarstellungen der DJs nieder, indem sie hegemoniale Diskurse über Kunst-/Musikproduktion und erfolgreiche Musiker/innenbiografien mit Diskursen, Stilen und Moden aus der Jugend- und Populärkultur in Verbindung bringen.

Die zweite Gemeinsamkeit, die sich bei der Analyse der Distinktions- und Selbstdarstellungsstrategien erkennen ließ, ist das Aufbrechen des Gegensatzes von Kunst und Geld. Elektronische Musikszene wurden im Verlauf der 1990er Jahre zu ökonomisch potenten jugendkulturellen Feldern, die ihre eigenen Popstars hervorbringen, deren Honorare für einen zwei- bis dreistündigen Auftritt nicht selten 10.000 Euro überschreiten können. Dass die Interviewpartner/innen dieses Ziel verfolgen, illustriert die von ihnen verwendete ökonomische Terminologie, durch die Musikszene zur »Firma«, ihre Position in der Musikszene über den ökonomischen »Marktwert« und als »Ich-AG« bestimmt und die Kooperationen bei der Musikproduktion zum »Family Business« werden. Sie produzieren ihre Musikstücke mit und für ihre Kolleg/innen, die diese kaufen und bei ihren DJ-Auftritten spielen sollen. Im Kampf um die beste Position im Feld, um

das beste DJ-Set und einen herausragenden Musikstil werden sie zu Konkurrent/innen. Gleichzeitig präsentieren sich die Befragten durchwegs als avantgardistische bzw. »Underground«-DJs und Musikproduzent/innen und grenzen sich dezidiert vom musikalischen »Mainstream«, den Major-Labels und anderen Wertschöpfungsinstitutionen im Subfeld der Massenproduktion ab. Als Widerspruch existieren ökonomische Logik und anti-ökonomische Logik in den untersuchten Musikszenen kaum. Sie gehen vielmehr ein komplementäres Verhältnis ein, dessen richtige Mischung den Erfolg der DJs gewährleisten soll. Am Beispiel ihrer Selbstdarstellungen als avantgardistische und ökonomisch erfolgreiche DJs, Musikproduzent/innen und Veranstalter/innen von Szene-Events zeichnet sich das komplementäre Verhältnis dieser beiden Logiken ab.

Meine Ergebnisse zeigen, dass DJs ein neues Verständnis von Erfolg und Selbstverwirklichung entwickeln, das dem Bourdieuschen Konzept von Heteronomie und Autonomie als strukturierende Prinzipien der kulturellen Felder widerspricht. Ihr Spaß, ihre Berufung zur Musik und ihre Leidenschaft für die DJ-Tätigkeit und die Musikproduktion scheinen sie neoliberale Arbeitsverhältnisse mit langen Arbeitszeiten und eine Eingliederung in den postfordistischen Produktionsapparat ohne längere Pausen nicht nur inkorporieren, sondern häufig auch idealisieren zu lassen.

Literatur

- Alheit, Peter / Dausien, Bettina (2002): Bildungsprozesse über die Lebensspanne und lebenslanges Lernen. In: Tippelt, Rudolf (Hg.): Handbuch Bildungsforschung. Opladen: Leske + Budrich, S. 565–585
- Alkemeyer, Thomas / Schmidt, Robert (2003): Habitus und Selbst. Zur Irritation der körperlichen Hexis in der populären Kultur. In: Alkemeyer, Thomas / Boschert, Bernhard / Schmidt, Robert / Gebauer, Gunter (Hg.): Aufs Spiel gesetzte Körper. Aufführungen des Sozialen in Sport und populärer Kultur. Konstanz: UVK, S. 77–102
- Baacke, Dieter (1998): Jugend und Jugendkulturen. Darstellung und Deutung. Weinheim, München: Juventa
- Back, Les (1996): New Ethnicities and Urban Culture. Racisms and Multiculture in Young Lives. London: UCL Press
- Baumgardner, Jennifer / Richards, Amy (2000): Manifesta: Young Women, Feminism and the Future. New York: Farrar, Straus and Giroux
- Bayton, Mavis (1998): Frock Rock. Women Performing Popular Music. Oxford, New York: Oxford University Press
- Beck, Ulrich (1986): Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne. Frankfurt a. M.: Suhrkamp
- Beck, Ulrich / Giddens, Anthony / Lash, Scott (1996): Reflexive Modernisierung. Eine Kontroverse. Frankfurt a. M.: Suhrkamp
- Becker, Howard S. (1982): Art Worlds. Berkely, Los Angeles, London: University of California Press
- Bell, Robert R. (1961): The Adolescent Subculture. In: *Education Magazine*. Dt. Übersetzung: Die Teilkultur der Jugendlichen. In: Friedeburg, Ludwig von (1971) (Hg.): Jugend in der modernen Gesellschaft. Köln, Berlin: Kiepenheuer & Witsch, S. 83–86

- Bennett, Andy (1999): Subcultures or Neo-Tribes? Rethinking the Relationship between Youth, Style and Musical Taste. In: *Sociology*, Vol. 33, Issue 3, S. 599–617
- Bennett, Andy (1999a): Hip Hop am Main: The Localisation of Rap Music and Hip Hop Cultures. In: *Media, Culture and Society*, Vol. 21, Issue 1, S. 77–91
- Bennett, H. Stith (1980): On Becoming a Rock Musician. Amherst: University of Massachusetts Press
- Berger, Melody (2006): We Don't Need Another Wave: Dispatches from the Next Generation of Feminists. Emeryville: Seal Press
- Betzelt, Sigrid / Gottschall, Karin (2007): Jenseits von Profession und Geschlecht? Erwerbsmuster in Kulturberufen. In: Gildemeister, Regine / Wetterer, Angelika (Hg.): Erosion oder Reproduktion geschlechtlicher Differenzierungen? Widersprüchliche Entwicklungen in professionalisierten Berufsfeldern und Organisationen. Münster: Westfälisches Dampfboot, S. 122–144
- Binder, Amy (1993): Constructing Racial Rhetoric: Media Depictions of Harm in Heavy Metal and Rap Music. In: *American Sociological Review*, Vol. 58, Issue 6, S. 753–767
- Blimlinger, Eva (2008): The Gender of Precarity, or the Feminization of Employment. In: Grzinic, Marina / Reitsamer, Rosa (Hg.): New Feminism. Worlds of Feminism, Queer and Networking Conditions. Wien: Löcker, S. 160–171
- Bock, Stephanie (2004): Frauennetzwerke: Geschlechterpolitische Strategie oder exklusive Expterinnennetze? In: Becker, Ruth / Kortendiek, Beate (Hg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie. Wiesbaden: VS Verlag, S. 676–683
- Bologna, Sergio (2006): Die Zerstörung der Mittelschichten. Thesen zur Neuen Selbständigkeit. Graz, Wien: Nauser & Nauser
- Boltanski, Luc / Chiapello, Èva (2006): Der neue Geist des Kapitalismus. Konstanz: UVK
- Bourdieu, Pierre (1965/2001): Mediationen. Zur Kritik der scholastischen Vernunft. Frankfurt a. M.: Suhrkamp
- Bourdieu, Pierre (1982/1997): Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt a. M.: Suhrkamp

- Bourdieu, Pierre (1983): Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In: Kreckel, Reinhard (Hg.): Soziale Ungleichheiten. *Soziale Welt*. Sonderband 2. Göttingen: Otto Schwartz & Co, S. 183–198
- Bourdieu, Pierre (1985): Sozialer Raum und ›Klassen‹. Leçon sur la leçon. Zwei Vorlesungen. Frankfurt a. M.: Suhrkamp
- Bourdieu, Pierre (1985/1998): Praktische Vernunft. Zur Theorie des Handelns. Frankfurt a. M.: Suhrkamp
- Bourdieu, Pierre (1992): Rede und Antwort. Frankfurt a. M.: Suhrkamp
- Bourdieu, Pierre (1993): Sozialer Sinn. Kritik der theoretischen Vernunft. Frankfurt a. M.: Suhrkamp
- Bourdieu, Pierre / Wacquant, Loïc (1996): Reflexive Anthropologie. Frankfurt a. M.: Suhrkamp
- Bourdieu, Pierre (1999/2001): Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes. Frankfurt a. M.: Suhrkamp
- Bourdieu, Pierre (2005): Die verborgenen Mechanismen der Macht. Schriften zu Politik & Kultur 1. Hamburg: VSA
- Bradley, Lloyd (2003): Bass Culture. Der Siegeszug des Reggae. München, Innsbruck: Hannibal
- Brake, Mike (1981): Soziologie der jugendlichen Subkultur. Eine Einführung. Frankfurt a. M., New York: Campus
- Brewster, Bill / Broughton, Frank (1999): Last Night a DJ saved my Life. The History of the Disc Jockey. London: Headline Book Publishing
- Bröckling, Ulrich (2007): Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivitätsform. Frankfurt a. M.: Suhrkamp
- Bröckling, Ulrich (2005): Projektwelten. In: *Leviathan. Berliner Zeitschrift für Sozialwissenschaften*, Ausg. 3, S. 364–383
- Butler, Judith (1991): Das Unbehagen der Geschlechter. Frankfurt a. M.: Suhrkamp
- Caglar, Ayse S. (1998): German-Turkish Rap und Turkish Pop in Berlin. Popular Culture, Marginality and Institutional Incorporation. In: *Cultural Dynamics*, Vol. 10, Issue 3, S. 243–265
- Calmbach, Marc (2007): More Than Music. Einblicke in die Jugendkultur Hardcore. Bielefeld: Transcript
- Castells, Manuel (1996): The Rise of the Network Society. Malden, MA: Blackwell

- Christadler, Maike (2005): Kreativität und Genie: Legenden der Kunstgeschichte. In: Zimmermann, Anja (Hg.): Kunstgeschichte und Gender. Eine Einführung. Berlin: Reimer, S. 253–272
- Clarke, John / Cohen, Phil / Corrigan, Paul / Garber, Jenny / Hall, Stuart / Hebdige, Dick / Jefferson, Tony / McCron, Robin / McRobbie, Angela / Murdock, Graham / Parker, Howard / Roberts, Brian (1975): Resistance Through Rituals. Youth Subcultures in Post-War Britain. Dt. Übersetzung (1979): Jugendkultur als Widerstand. Milieus, Rituale, Provokationen. Frankfurt a. M.: Syndikat
- Cockburn, Cynthia / Ormrod, Susan (1997): Wie Geschlecht und Technologie in der sozialen Praxis »gemacht« werden. In: Dölling, Irene / Kraiss, Beate (Hg.): Ein alltägliches Spiel. Geschlechterkonstruktion in der sozialen Praxis. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 17–47
- Cohen, Albert K. (1955): Delinquent Boys: The Culture of the Gang. Chicago: Free Press. Dt. Übersetzung (1961): Kriminelle Jugend. Zur Soziologie jugendlichen Bandenwesens. München: Rowohlt
- Cohen, Phil (1972): Subcultural Conflict and Working Class Community. In: Gelder, Ken (2007) (Hg.): Subcultures. Critical Concepts in Media and Cultural Studies. Volume II: Chicago, Birmingham, Scenes and Communities. London, New York: Routledge, S. 111–125
- Cohen, Stanley (1972): Contexts and Backgrounds: Youth in the Sixties. In: Gelder, Ken (2007) (Hg.): Subcultures. Critical Concepts in Media and Cultural Studies. Volume I: Subcultural Histories. London, New York: Routledge, S. 224–247
- Cohen, Sara (1991): Rock Culture in Liverpool. Popular Music in the Making. Oxford: Clarendon Press
- Cohen, Sara (1997): Men Making a Scene: Rock Music and the Production of Gender. In: Whitley, Sheila (Hg.): Sexing the Groove: Popular Music and Gender. London, New York: Routledge, S. 17–36
- Combahee River Collective (1982): A Black Feminist Statement. In: Hull, Gloria T. (Hg.): All the Women are white, all Blacks are Men but some of us are brave, Black Women's Studies. Old Westbury NY: Feminist Press, S. 13–22
- Dicker, Rory / Piepmeier, Alison (2003): Catching a Wave: Reclaiming Feminism for the 21st Century. Boston: Northeastern University Press
- Dölling, Irene (2007): »Geschlechter-Wissen« – ein nützlicher Begriff für die »verstehende« Analyse von Vergeschlechtlichungsprozessen? In:

- Gildemeister, Regine / Wetterer, Angelika (Hg.): Erosion oder Reproduktion geschlechtlicher Differenzierungen? Widersprüchliche Entwicklungen in professionalisierten Berufsfeldern und Organisationen. Münster: Westfälisches Dampfboot, S. 19–31
- Drexler, Martin W. / Eiblmayr, Markus / Maderthaner, Franziska (1998) (Hg.): Idealzone Wien. Die schnellen Jahre (1978 – 1985). Wien: Falter Verlag
- Engler, Stefanie (2004): Habitus und sozialer Raum: Zur Nutzung der Konzepte Pierre Bourdieus in der Frauen- und Geschlechterforschung. In: Becker, Ruth / Kortendieck, Beate (Hg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie. Wiesbaden: VS Verlag, S. 222–233
- Elkin, Frederick / Westley, William A. (1955): The Myth of Adolescent Culture. Dt. Übersetzung: Der Mythos von der Teilkultur der Jugendlichen. In: Friedeburg, Ludwig von (1971) (Hg.): Jugend in der modernen Gesellschaft. Köln, Berlin: Kiepenheuer & Witsch, S. 99–106
- Farrugia, Rebekah (2004) Sisterdjs in the House: Electronic/Dance Music and Women-Centred Spaces in the Net. In: *Women's Studies in Communication*, Vol. 27, Issue 2, S. 236–62
- Ferchhoff, Wilfried (2007): Geschichte globaler Jugend und Jugendkulturen. In: Villány, Dirk/Witte, Matthias D. / Sander, Uwe (Hg.): Globale Jugend und Jugendkulturen. Aufwachsen im Zeitalter der Globalisierung. Weinheim, München: Juventa, S. 25–53
- Ferchhoff, Wilfried (2007): Jugend und Jugendkulturen im 21. Jahrhundert. Wiesbaden: VS Verlag
- Finnegan, Ruth (1989): The Hidden Musicians: Music-Making in an English Town. Cambridge: Cambridge University Press
- Fiske, John (1989): Reading the Popular. Boston: Unwin Hyman
- Fiske, John (1992): The Cultural Economy of Fandom. In: Lewis, Lisa A. (Hg.): The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media. London, New York: Routledge, S. 30–49
- Fornäs, Johan / Lindberg, Ulf / Sernhede, Ove (1995): In Garageland. Youth, Rock and Modernity. London, New York: Routledge
- Frith, Simon / McRobbie, Angela (1978): Rock and Sexuality. In: Frith, Simon / Goodwin, Andrew (1990) (Hg.): On Record. Rock, Pop, and the Written Word. London, New York: Routledge, S. 371–389
- Frith, Simon (1978): Sociology of Rock. London: Constable

- Frith, Simon (1998): *Performing Rites. On the Value of Popular Music.* Cambridge / Massachusetts: Harvard University Press
- Garrison, Ednie Kaeh (2000): U.S. Feminism-Grrrl Style! Youth (Sub)Cultures and the Technologies of the Third Wave. In: *Feminist Studies*, Vol. 26, Issue 1, S. 141–170
- Gavanas, Anna (2009): »You better be listening to my fucking music you bastard!« Teknologi, Genusifiering och Andlighet Bland DJs på Elektroniska Dansmusikscener i Berlin, London och Stockholm. (Technology, Gendering and Spirituality among DJs in electronic dance music scenes in Berlin, London and Stockholm). In: Gavanas, Anna / Ganetz, Hillevi / Huss, Hasse / Werner, Ann (Hg.): *Rundgång: Genus Och Populärmusik. (Feedback Loop: Gender and Popular Music)* Stockholm: Madadam, S. 77–122
- Gee, James Paul (2004): *Situated Language and Learning: A Critique of Traditional Schooling.* London, New York: Routledge
- Geissler, Birgit (2008): Zeitsouveränität: die paradoxe Suche nach Selbstbestimmung. In: Wagner, Gabriele / Hessinger, Philipp (Hg.): *Ein neuer Geist des Kapitalismus? Paradoxien und Ambivalenzen der Netzwerkökonomie.* Wiesbaden: VS Verlag, S. 257–278
- Genz, Stephanie / Brabon, Benjamin (2009): *Postfeminism. Cultural Texts and Theories.* Edinburgh: Edinburgh University Press
- Gilbert, Jeremy / Pearson, Ewan (1999): *Discographies. Dance Music, Culture and the Politics of Sound.* London, New York: Routledge
- Gilbert, Jeremy (2011): Kapitalismus, Kreativität und Kontinuität in der sonischen Sphäre. In: Reitsamer, Rosa / Fichna, Wolfgang (Hg.): »They Say I'm Different...«. *Populärmusik, Szenen und ihre Akteur_innen.* Wien: Löcker Verlag, S. 78–93
- Gildemeister, Regine / Wetterer, Angelika (1995): Wie Geschlechter gemacht werden. Die soziale Konstruktion der Zweigeschlechtlichkeit und ihre Reifizierung in der Frauenforschung. In: Knapp, Gudrun-Axeli / Wetterer, Angelika (Hg.): *Traditionen Brüche. Entwicklungen feministischer Theorie.* Freiburg: Kore Verlag, S. 201–250
- Gill, Rosalind (2012): *Postfeminist Media Culture. Elements of Sensibility.* In: Kearney, Mary Celeste (Hg.): *The Gender and Media Reader.* London, New York: Routledge, S. 136–148
- Gilles, John R. (1980): *Geschichte der Jugend. Tradition und Wandel im Verhältnis der Altersgruppen und Generationen in Europa von der*

- zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts bis zur Gegenwart. Weinheim, Basel: Beltz
- Gilroy, Paul (1992): *The Black Atlantic: Modernity and Double Consciousness*. Cambridge: Harvard Press
- Glaser, Barney G. / Strauss, Anselm L. (1984): Die Entdeckung gegenstandsbezogener Theorie: Eine Grundstrategie qualitativer Sozialforschung. In: Hopf, Christel / Weingartner, Elmar (Hg.): *Qualitative Sozialforschung*. Stuttgart: Enke, S. 91–111
- Glaser, Barney G. / Strauss, Anselm L. (1998): *Grounded Theory. Strategien qualitativer Forschung*. Bern: Verlag Hans Huber
- Gordon, Milton M. (1947): The Concept of the Subculture and its Application. In: Gelder, Ken (2005): *Subculture Reader*. Second Edition. London, New York: Routledge, S. 169–174
- Gosling, Tim (2004): »Not For Sale«: The Underground Network of Anarcho-Punk. In: Bennett, Andy / Peterson, Richard A. (Hg.): *Music Scenes. Local, Translocal, and Virtual*. Nashville: Vanderbilt University Press, S. 168–186
- Groß, Melanie (2008): *Geschlecht und Widerstand. post .. | queer .. | linksradikal ..* Königstein, Taunus: Ulrike Helmer Verlag
- Großberg, Lawrence (2005): *Caught in the Crossfire: Kids, Politics and America's Future*. Boulder: Paradigm
- Halberstam, Judith (2005): *In a Queer Time and Place: Transgender Bodies, Subcultural Lives*. New York: NYU Press.
- Hall, Stuart (2004): Das Spektakel des »Anderen«. In: Koivisto, Juha / Merckens, Andreas (Hg.): *Stuart Hall: Ideologie. Identität. Repräsentation*. Ausgewählten Schriften 4. Hamburg: Argument, S. 108–166
- Hebdige, Dick (1979): *Subculture: The Meaning of Style*. London: Methuen & Co. Dt. Übersetzung: Diederichsen, Diederich / Hebdige, Dick / Marx, Olaph-Dante (1983) (Hg.): *Schocker. Stile und Moden der Subkultur*. Hamburg: Rowohlt
- Henry, Astrid (2004): *Not My Mother's Sister: Generational Conflict and Third Wave Feminism*. Indiana: Indiana University Press
- Hesmondhalgh, David (1998): The British Dance Music Industry: A Case Study of Independent Cultural Production. In: *British Journal of Sociology*, Vol. 49, Issue 2, S. 234–251
- Hesmondhalgh, David (2002): *The Cultural Industries*. London/New Delhi: Sage Publications

- Hesmondhalgh, David (2006): Bourdieu, the media and cultural production. In: *Media Culture Society*, Vol. 28, Issue 2, S. 211–231
- Hill Collins, Patricia (1990): *Black Feminist Thought: Knowledge, Consciousness, and the Politics of Empowerment*. Boston: Unwin Hymann
- Hirschauer, Stefan (1996): Wie sind Frauen, wie sind Männer? Zweigeschlechtlichkeit als Wissenssystem. In: Eifert, Christiane / Epple, Angelika / Kessel, Martina / Michaelis, Marlies / Nowak, Claudia / Schicke, Katharina / Weltecke, Dorothea (Hg.): *Was sind Frauen? Was sind Männer? Geschlechterkonstruktionen im historischen Wandel*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 240–256
- Hirschauer, Stefan (2008): Körper macht Wissen. Für eine Somatisierung des Wissensbegriffs. In: Wetterer, Angelika (Hg.): *Geschlechterwissen und soziale Praxis. Theoretische Zugänge – empirische Erträge*. Königstein, Taunus: Ulrike Helmer, S. 82–95
- Hitzler, Ronald / Pfadenhauer, Michaela (2001) (Hg.): *Techno-Soziologie. Erkundungen einer Jugendkultur*. Opladen: Leske + Budrich
- Hitzler, Ronald / Bucher, Thomas / Niederbacher, Arne (2005): *Leben in Szenen. Formen jugendlicher Vergemeinschaftung*. Wiesbaden: VS Verlag
- Holert, Tom / Terkessidis, Mark (1996): Einführung in den Mainstream der Minderheiten. In: dies. (Hg.): *Mainstream der Minderheiten. Pop in der Kontrollgesellschaft*. Berlin, Amsterdam: Edition ID-Archiv, S. 5–19
- Holland, Samantha (2004): *Alternative Femininities. Body, Age and Identity*. Oxford, New York: Berg
- Horak, Roman (2002): *Die Praxis der Cultural Studies*. Wien: Löcker
- Horak, Roman (2003): *Diasporic Experience, Music and Hybrid Cultures of Young Migrants in Vienna*. In: Muggleton, David / Weinzierl, Rupert (Hg.): *The Post-Subcultures Reader*. Oxford, New York: Berg, S. 181–193
- Horak, Roman (2006): Raymond Williams (1921–1988). Von der literarischen Kulturkritik zum kulturellen Materialismus. In: Hofman, Martin Ludwig / Korta, Tobias F. / Niekisch, Sibylle (Hg.): *Culture Club II. Klassiker der Kulturtheorie*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 201–225
- Howkins, John (2002): *The Major's Commission of the Creative Industries*. In: Hartley, John (2005) (Hg.): *Creative Industries*. Oxford, Malden, Victoria: Blackwell Publishers, S. 117–125

- Hutton, Fiona (2006): *Risky Pleasures? Club Cultures and Feminine Identities*. Hampshire: Ashgate
- Huq, Rupa (2003): *Global Youth Cultures in Localized Spaces: The Case of the UK New Asian Dance Music and French Rap*. In: Muggleton, David / Weinzierl, Rupert (Hg.): *The Post-Subcultures Reader*. Oxford, New York: Berg, S. 195–208
- IFPI Austria. Verband der Österreichischen Musikwirtschaft: *Musikmarkt – Österreich*. Wien. Jahresberichte seit 2004 download: www.ifpi.at
- Jagose, Annamarie (2001): *Queer Theory. Eine Einführung*. Berlin: Quer-
verlag
- Kanter, Rosabeth M. (1977): *Men and Women of the Corporation*. New York: Basic Books
- Kealy, Edward R. (2000): *From Craft to Art: The Case of Sound Mixers and Popular Music*. In: Frith, Simon / Goodwin, Andrew (Hg.): *On Record. Rock, Pop, and the Written Word*. London, New York: Routledge, S. 207–220
- Kingsbury, Henry (1988): *Music, Talent, and Performance. A Conservatory Cultural System*. Philadelphia: Temple University Press
- Klein, Gabriele (1999): *Electronic Vibration. Pop, Kultur, Theorie*. Hamburg: Rogner & Bernhard bei Zweitausendeins
- Klein, Gabriele / Friedrich, Malte (2003): *Is this real? Die Kultur des Hip-Hop*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp
- KMU Forschung Austria / IKM Institut für Kulturmanagement und Kulturwissenschaft (2006): *Zweiter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht*. Wien (wko.at/kreativwirtschaftsbericht/kwb2_2006.pdf, Einsicht 05/2012)
- Krais, Beate / Gebauer, Gunter (2002): *Habitus*. Bielefeld: Transcript
- Krieger, Verena (2007): *Was ist ein Künstler? Genie – Heilsbringer – Anti-künstler. Eine Ideen- und Kunstgeschichte der Schöpferischen*. Köln: Deuber
- Laarmann, Jürgen (1999): *The Raving Society*. In: Anz, Philipp / Walder, Patrick (Hg.): *Techno*. Hamburg: Rowohlt, S. 291–295
- Leonhard, Marion (2007): *Gender in the Music Industry. Rock, Discourse and Girl Power*. Burlington: Ashgate
- Lindner, Rolf (1981): *Jugendkultur und Subkultur als soziologische Konzepte*. Nachwort. In: Brake, Mike: *Soziologie der jugendlichen Sub-*

- kulturen. Eine Einführung. Frankfurt a. M., New York: Campus, S. 172–205
- Lorey, Isabell (2007): Vom immanenten Widerspruch zur hegemonialen Funktion. Biopolitische Gouvernementalität und Selbst-Prekarisierung von KulturproduzentInnen. In: Raunig, Gerald / Wuggenig, Ulf (Hg.): Kritik der Kreativität. Wien: Turia + Kant, S. 121–136
- Löw, Martina (2001): Raumsoziologie. Frankfurt a. M.: Suhrkamp
- Lutter, Christina / Reisenleitner, Markus (2008): Cultural Studies. Eine Einführung. Wien: Löcker
- Maffesoli, Michel (1996): The Time of the Tribes: The Decline of Individualism in Mass Society. London: Sage
- Mannheim, Karl (1942): Das Problem der Generationen. In: Friedeburg, Ludwig von (1971) (Hg.): Jugend in der modernen Gesellschaft. Köln, Berlin: Kiepenheuer & Witsch, S. 23–48
- Marchart, Oliver (2008): Cultural Studies. Konstanz: UTB
- Mayerhofer, Elisabeth (2000): Frauen in Kultur- und Medienberufen in Österreich. Über ihre mangelnde Repräsentation in Führungspositionen. *Mediacult.doc* 04/00. Wien
- Mayerhofer, Peter / Huber, Peter (2008): Welche Jobs bieten die »Creative Industries«? Formen und Qualität der unselbständigen Beschäftigungsverhältnisse in der Wiener Kreativwirtschaft. In: Mayerhofer, Peter / Peltz, Philipp / Resch, Andreas (Hg.): »Creative Industries« in Wien. Dynamik, Arbeitsplätze, Akteure. Wien: LIT, S. 91–136
- McKay, George (1998): DIY Culture: Notes Towards an Intro. In: ders. (Hg.): *DIY Culture. Party & Protest in Nineties Britain*. London: Verso, S. 1–53
- McKay, George (2010): Community Arts and Music, Community Media: Cultural Politics and Policy in Britain since the 1960s. In: Howley, Kevin (Hg.): *Understanding Community Media*. Los Angeles, London: Sage, S. 41–52
- McRobbie, Angela / Garber, Jenny (1977): Girls and Subculture. In: Gelder, Ken (2005) (Hg.): *The Subcultures Reader*. London, New York: Routledge, S. 105–112
- McRobbie, Angela (1994): Shut Up and Dance: Youth Culture and Changing Modes of Femininity. In: dies.: *Postmodernism and Popular Culture*. London, New York: Routledge, S. 155–176

- McRobbie, Angela (1998): *British Fashion Design. Rag Trade or Image Industry?* London, New York: Routledge
- McRobbie, Angela (2002): Clubs to Companies: Notes on the Decline of Political Culture in Speeded-Up Creative Worlds. In: *Cultural Studies*, Vol. 16, Issue 4, S. 516–31
- McRobbie, Angela (2007): Die Los-Angelisierung von London. Drei kurze Wellen in den Kreativitäts- und Kultur-Mikroökonomien von jungen Menschen in Großbritannien. In: Raunig, Gerald / Wuggenig, Ulf (Hg.): *Kritik der Kreativität*. Wien: Turia + Kant, S. 79–91
- Meuser, Michael (2006): Körper-Handeln. Überlegungen zu einer praxeologischen Soziologie des Körpers. In: Gugutzer, Robert (Hg.): *Body Turn. Perspektiven der Soziologie des Körpers und des Sports*. Bielefeld: Transcript, S. 95–118
- Meuser, Michael / Nagel, Ulrike (2005): ExpertInneninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion. In: Bogner, Alexander / Littig, Beate / Menz, Wolfgang (Hg.): *Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 71–94
- Merton, Robert (1957): *Social Theory and Social Structure*. New York: The Free Press
- Minh-ha, Trinh T. (1989): Difference: A Special Third Word Women Issue. In: dies.: *Woman Native Other. Writing Postcoloniality and Feminism*. Bloomington, Indianapolis: Indiana University Press, S. 79–118
- Mokre, Monika (2007): Gouvernekkreativität, oder: Die Creative Industries in Österreich. In: Raunig, Gerald / Wuggenig, Ulf (Hg.): *Kritik der Kreativität*. Wien: Turia + Kant, S. 92–102
- Mohanty, Chandra Talpade (1988): Aus westlicher Sicht. Feministische Theorie und Kolonialer Diskurs. In: *beiträge zur feministischen theorie und praxis*, Ausgabe 11, S. 149–162
- Morak, Franz (1999): *Die organisierte Kreativität. Kultur. Software. Wachstum*. Wien: Edition Atelier
- Muggleton, David / Weinzierl, Rupert (2003): What is ‚Post-subcultural Studies‘ anyway? In: dies. (Hg.): *The Post-subcultural Reader*. Oxford, New York: Berg, S. 3–26
- Mühlenhöver, Georg (1999): *Phänomen Disco. Geschichte der Clubkultur und der Populärmusik*. Köln: Musikverlag Christoph Dohr

- Olsen, Eric / Verna, Paul / Wolff, Carlo (1993): *The Encyclopedia of Record Producers*. New York: Billboard Books
- Papuschek, Ulrike / Reidl, Sybille / Schiffbänker, Helene (2006): *Neue Chancen – Alte Risiken. Ist Geschlecht als Strukturkategorie in den Wiener Creative Industries überholt? Bericht 6 des Forschungsprojekts Nachhaltige Arbeit und Beschäftigung in Wiener Creative Industries*. Wien: Forba. Download www.forba.at/kreativbranchen-wien (Einsicht 05/2012)
- Parsons, Talcott (1942): *Age and Sex in the Social Structure of the United States*. In: *American Sociological Review*. Dt. Übersetzung: *Jugend im Gefüge der amerikanischen Gesellschaft*. In: Friedeburg, Ludwig von (1971) (Hg.): *Jugend in der modernen Gesellschaft*. Köln, Berlin: Kiepenheuer & Witsch, S. 131–155
- Peirce, Charles (1933/1980): *Schriften zum Pragmatismus und Pragmatizismus*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp
- Peterson, Richard A. / Bennett, Andy (2004): *Introducing Music Scenes*. In: Bennett, Andy / Peterson, Richard A. (Hg.): *Music Scenes. Local, Translocal, and Virtual*. Nashville: Vanderbilt University Press, S. 1–16
- Pfadenhauer, Michaela (2011): *Lernort Techno-Szene. Über Kompetenzentwicklung in Jugendszenen*. In: Reitsamer, Rosa / Fichna, Wolfgang (Hg.): *They Say I'm Different. Populärmusik, Szenen und ihre Akteur_innen*. Wien: Löcker, S. 195–207
- Pini, Maria (1997): *Women and the early British rave scene*. In: McRobbie, Angela (Hg.): *Back to Reality? Social Experience and Cultural Studies*. Manchester, New York: Manchester University Press, S. 152–169
- Polhemus, Ted (1994): *Streetstyle*. London: Thames & Hudson
- Polhemus, Ted (1996): *Style Surfing: What to Wear in the 3rd Millennium*. London: Thames & Hudson
- Poschardt, Ulf (1997): *DJ Culture. Diskjockeys und Popkultur*. Hamburg: Rowohlt
- Prokop, Ulrike (1976): *Weiblicher Lebenszusammenhang. Von der Beschränktheit der Strategien und der Unangemessenheit der Wünsche*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp
- Rapp, Tobias (2009): *Lost and Sound. Berlin, Techno und der Easyjetset*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp
- Redhead, Steve (1990): *The End-of-the-Century Party: Youth and Pop Towards 2000*. Manchester: Manchester University Press

- Redhead, Steve (1997): *Subcultures to Clubcultures. An Introduction to Popular Cultural Studies*. Oxford, Massachusetts: Blackwell Publishers
- Reichertz, Jo (1993): Abduktives Schlußfolgern und Typen(re)konstruktion: Abgesang an eine liebgewonnene Hoffnung. In: Jung, Thomas / Müller-Doohm, Sebastian (Hg.): »Wirklichkeit« im Deutungsprozess. Verstehen und Methoden in den Kultur- und Sozialwissenschaften. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 258–282
- Reidl, Sybille / Steyer, Franziska / Schiffbänker, Helene / Lukawetz, Gerhard (2006): Zwischen Unabhängigkeit und Zukunftsangst. Quantitative Ergebnisse zur Arbeit in den Wiener Creative Industries. Bericht 3 des Forschungsprojekts Nachhaltige Arbeit und Beschäftigung in Wiener Creative Industries. Wien: Forba. (Download www.forba.at/kreativbranchen-wien; Einsicht 05/2012)
- Reitsamer, Rosa (2009): Cluster des Kreativen. Wie partizipieren Wiener Clubkulturen an der Öffentlichkeit? In: *Malmoe*, Ausgabe 45, S. 18
- Reitsamer, Rosa (2010): Jugend und Jugendkulturen. In: Sieder, Reinhard / Langthaler, Ernst (Hg.): *Globalgeschichte 1800–2010*. Wien, Köln, Weimar: Böhlau, S. 389–410
- Reitsamer, Rosa (2010): Wissen im Plural: Was wissen DJs? In: Wetterer, Angelika (Hg.): *Körper. Wissen. Geschlecht. Geschlechterwissen und soziale Praxis II*. Sulzbach: Ulrike Helmer, S. 165–182
- Reitsamer, Rosa (2011): Anerkennung und Geschlecht im kulturellen Feld. Zur Unterrepräsentanz von DJ-Frauen in elektronischen Musikszenen. In: *Österreichische Zeitschrift für Soziologie*. Ausgabe 3, S. 39–48
- Reitsamer, Rosa (2012): Female Pressure: A translocal feminist youth-oriented cultural network. In: *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*. Vol. 26, Issue 3, S. 399–408
- Reynolds, Simon (1998): *Energy Flash. A Journey Through Rave Music and Dance Culture*. London: Picador
- Rheingold, Howard (1994): *Virtuelle Gemeinschaft. Soziale Beziehungen im Zeitalter des Computers*. Bonn: Addison-Wesley
- Richard, Birgit (2005): DJ-Jane Kicks und Acid Chicks. In: *Club Trans-medial / Jansen, Meike (Hg.): Gendertronics. Der Körper in der elektronischen Musik*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 134–154
- Rifkin, Jeremy (2000): When Markets Give Way to Networks ... Everything is a Service. In: Hartley, John (2005) (Hg.): *Creative Industries*. Oxford, Malden, Victoria: Blackwell Publishers, S. 361–374

- Rubin, Gayle (1975): *The Traffic in Women: Notes on the Political Economy of Sex*. In: Lewin, Ellen (Hg.) (2006): *Feminist Anthropology. A Reader*. Oxford: Blackwell, S. 87–106
- Rudorf, Reginald (2003): *Geschichte des Tonträgers*. In: Moser, Rolf / Scheuermann, Andreas (Hg.): *Handbuch der Musikwirtschaft*. Starnberg/München: Josef Kelle Verlag, S. 167–177
- Savage, Jon (2008): *Teenage. Die Erfindung der Jugend (1875–1945)*. Frankfurt a. M., New York: Campus
- Scherr, Alfred (2009): *Jugendsoziologie*. Wiesbaden: VS Verlag
- Schirmer, Uta / Weckwert, Anja (2006): *Re-Coding – Re-Mixing? Geschlechtliche Verortungen und geschlechterpolitische Strategien junger Frauen in DJ- und Hacker-Kultur*. In: Weckwert, Anja / Wischermann, Ulla (Hg.): *Das Jahrhundert des Feminismus. Streifzüge durch nationale und internationale Bewegungen und Theorie*. Königstein, Taunus: Ulrike Helmer, S. 257–274
- Schwendtner, Rolf (1973): *Theorie der Subkultur*. Köln: Kiepenheuer & Witsch
- Sennett, Richard (2006): *Der flexible Mensch*. Berlin: Berlin Verlag
- Smudits, Alfred (2003): *A Journey into Sound. Zur Geschichte der Musikproduktion, der Produzenten und der Sounds*. In: Phleps, Thomas / Appen, Ralf von (Hg.): *Pop Sounds: Klangtexturen in der Pop- und Rockmusik. Basics – Stories – Tracks*. Bielefeld: Transcript, S. 65–94
- Spencer, Amy (2008): *DIY: The Rise of Lo-Fi Culture*. London, New York: Marion Boyars
- Sperlich, Regina (2007): *Populärmusik in der digitalen Mediamorphose. Wandel des Muskschaffens von Rock- und elektronischer Musik in Österreich*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag
- Stein, Thomas M. (2003): *Musikmarkt in Europa*. In: Moser, Rolf / Scheuermann, Andreas (Hg.): *Handbuch der Musikwirtschaft*. Starnberg, München: Josef Kelle Verlag, S. 17–26
- Strachan, Robert (2007): *Micro-Independent Record Labels in the UK: Discourse, DIY cultural production and the music industry*. In: *European Journal of Cultural Studies*, Vol. 10, Issue 2, S. 245–265
- Strauss, Anselm (1991): *Grundlagen qualitativer Sozialforschung*. München: Fink
- Strauss, Anselm / Corbin, Juliet (1996): *Grounded Theory: Grundlagen Qualitativer Sozialforschung*. Weinheim: Beltz

- Straw, Will (1991): Systems of Articulation, Logics of Change: Communities and Scenes in Popular Music. In: *Cultural Studies*, Vol. 5, Issue 3, S. 368–388
- Straw, Will (1997): Sizing up record collections: Gender and Connoisseurship in *Rock Music Culture*. In: Whitley, Sheila (Hg.): *Sexing the Groove: Popular Music and Gender*. London, New York: Routledge, S. 3–16
- Strübing, Jörg (2004): *Grounded Theory. Zur sozialtheoretischen und epistemologischen Fundierung des Verfahrens der empirisch begründeten Theoriebildung*. Wiesbaden: VS Verlag
- Tenbruck, Friedrich H. (1962): Moderne Jugend als soziale Gruppe. In: Friedeburg, Ludwig von (1971) (Hg.): *Jugend in der modernen Gesellschaft*. Köln, Berlin: Kiepenheuer & Witsch, S. 87–98
- Théberge, Paul (2001): »Plugged In«: Technology and Popular Music. In: Frith, Simon / Straw, Will / Street, John (Hg.): *The Cambridge Companion to Pop and Rock*. Cambridge: Cambridge University Press, S. 3–25
- Thornton, Sarah (1996): *Club Cultures. Music, Media and Subcultural Capital*. Hannover, London: Wesleyan University Press
- Toynbee, Jason (2000): *Making Popular Music*. London: Arnold
- Trasher, Frederic M. (1927): *The Gang. A Study of 1313 Gangs in Chicago*. Chicago: University of Chicago Press
- Villa, Paula-Irene (2006): Bewegte Diskurse, die bewegen. Überlegungen zur Spannung von Konstitution und Konstruktion am Beispiel des Tango Argentino. In: Gugutzer, Robert (Hg.): *Body Turn. Perspektiven der Soziologie des Körpers und des Sports*. Bielefeld: Transcript, S. 209–232
- Vollbrecht, Ralf (1997): Von Subkulturen zu Lebensstilen. In: SpoKK (Hg.): *Kursbuch Jugendkultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende*. Mannheim: Bollmann, S. 22–31
- Wacquant, Loïc (1996): Auf dem Weg zu einer Sozialpraxeologie. Struktur und Logik der Soziologie Pierre Bourdieus. In: Bourdieu, Pierre / Wacquant, Loïc (Hg.): *Reflexive Anthropologie*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 17–93
- Wacquant, Loïc (2003): *Leben für den Ring. Boxen im amerikanischen Ghetto*. Konstanz: UVK
- Webb, Peter (2007): *Exploring the Networked Worlds of Popular Music. Milieu Cultures*. London, New York: Routledge

- Weber, Anette (1996): Miniaturstaat Rave-Nation. Konservatismus im Kontext der Techno-Community. In: Holert, Tom / Terkessidis, Mark (Hg.): *Mainstream der Minderheiten. Pop in der Kontrollgesellschaft*. Berlin: Edition ID Archiv, S. 41–54
- Whyte, William Foote (1943/dt. 1981): *Street Corner Society. Die Sozialstruktur eines Italienviertels*. Berlin, New York: Walter de Gruyter
- Williams, Raymond (1958): *Culture and Society 1780–1950*. London. Dt. Übersetzung (1972): *Gesellschaftstheorie als Begriffsgeschichte. Studien zur historischen Semantik von Kultur*. München: Rogner & Bernhard
- Willis, Paul (1978): *Profane Culture*. London/Boston: Routledge. Dt. Übersetzung (1981): *Profane Culture – Rocker, Hippies: Subversive Stile der Jugendkultur*. Frankfurt a. M.: Syndikat
- Wittel, Andreas (2006): Auf dem Weg zu einer Netzwerk-Sozialität. In: Hepp, Andreas / Krotz, Friedrich / Moores, Shaun / Winter, Carsten (Hg.): *Konnektivität, Netzwerk und Fluss. Konzepte gegenwärtiger Medien-, Kommunikations- und Kulturtheorie*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 163–18

Zeitschriftenarchive

(Recherchen vor Ort und Online; Online Einsicht 05/2012)

Falter: www.falter.at

DJ Mag: www.djmag.com

resident. magazin für musik mit mehr bass: www.resident.at

Skug. Journal für Musik: www.skug.at

Websites

(Einsicht 05/2012)

Austromechana: www.aume.at

Berufsverband Discjockey e.V.: www.bvd-ev.de

Creative Common Licence:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.0>

Departure: www.departure.at

DJ Academy: www.dj-academy.at

DJ Sound: www.djsound.at

Female Pressure: www.femalepressure.net

Female Pressure Open:Sounds: www.femalepressure.net/opensounds.html

IFPI Austria: www.ifpi.at

SKE Fonds: www.ske-fonds.at

SRA Archiv: www.sra.at

Österreichischer Musikfonds: www.musikfonds.at

Wikipedia:

»Bring me Edelweiss«: <http://de.wikipedia.org/wiki/Edelweiss>

Bingo Boys: http://de.wikipedia.org/wiki/Bingo_Boys

GIG Records: http://de.wikipedia.org/wiki/GIG_Records

DJ Rush: http://de.wikipedia.org/wiki/DJ_Rush

Wien Info: www.wien.info/de/lifestyle-szene/nightlife/guertel

Anhang

Interviewfragebogen: DJs

Einstiegsfrage

Kannst du bitte erzählen: Wie bist du zur Musik gekommen?

Musikkonsum

Welche Musik hörst du?

Wann bist du mit elektronischer Musik in Berührung gekommen?

Wie kommst du zu der Musik, die du hörst? / Wo kaufst du die Musik?

Hörst du auch die Musik von deinen Kolleg/innen?

Zugang zur Musikszene

Wann bist du in die Musikszene gekommen?

Kannst du bitte ein wenig beschreiben, wie die Musikszene damals ausgesehen hat?

Gab es Clubs / Bars, regelmäßige Clubnächte, Plattenlabels etc.?

Fühlst du dich einer Musikszene zugehörig?

DJ-Tätigkeit und Musikproduktion

Wie kam es dazu, dass du DJ geworden bist?

Wie hast du das DJ-ing erlernt?

Wie kommst du zu deinen DJ-Auftritten?

Gibt es DJs oder andere Musikschaffende, die dich besonders beeindruckt haben?

Was macht für dich ein/e »gute/r« DJ aus?

Musikproduktion

Du produzierst auch eigene Musik: Seit wann gehst du der Musikproduktion nach?

Kannst du bitte beschreiben, wie du bei der Musikproduktion vorgehst?

Welche Instrumente und Programme verwendest du?

Wie hast du die Musikproduktion erlernt?

Welche Aufgaben übernimmst du bei der Musikproduktion?

Veröffentlichung von Tonträgern

Hast du bereits Tonträger veröffentlicht?

Auf welchen Plattenlabels veröffentlichst du deine Musik bzw. planst du, deine Musik zu veröffentlichen?

Wie kam es zu den Veröffentlichungen auf den Plattenlabels?

Wo liegen deiner Meinung nach die Probleme bei der Musikproduktion?

Welche Bedeutung hat eine Veröffentlichung bei einem Plattenlabel für dich?

Welche Reaktionen gab es auf deine veröffentlichten Musikstücke/Tonträger?

Eigenes Plattenlabel

Betreibst du ein eigenes Plattenlabel?

Kannst du bitte erzählen, wie es dazu gekommen ist?

Kooperationen mit Musikschaaffenden

Arbeitest du auch mit anderen DJs und Musikschaaffenden zusammen?

Kannst du etwas näher über diese Zusammenarbeiten erzählen?

Was macht ihr gemeinsam?

Gibt es Personen, mit denen du besonders häufig zusammenarbeitest?

Veranstaltungen

Organisierst du auch eigene Veranstaltungen?

Wie ist es dazu gekommen, dass du auch als Veranstalter/in tätig bist?

Wie gehst du beim Veranstalten von Clubnächten vor?

Was machst du da alles?

Tagesablauf

Wie sieht ein normaler Arbeitstag bei dir aus?

Welchen Stellenwert hat das Musikmachen in deinem Tagesablauf?

Wie viel Zeit verbringst du anteilmäßig mit dem Hören von Musik und mit der Produktion von Musik (Musikproduktion am Computer, DJ-ing)?

Welchen Stellenwert haben administrative Tätigkeiten?

Gibt es Prioritäten bei deinen Tätigkeiten?

Netzwerke

Bist du in ein Netzwerk involviert?

Wie ist es dazu gekommen?

Einflüsse auf DJ-Karriere

Wenn du deinen Werdegang betrachtest, welche Bedeutungen haben:

- Internet
- Medienkritiken für die veröffentlichten Tonträger
- musikalische Ausbildung
- Netzwerke
- Mobilität
- Tonträgerveröffentlichung
- freie Zeiteinteilung

Was war für deinen Werdegang wichtig?

Einnahmen

Darf ich fragen, wie viel Geld du bei einem DJ-Auftritt verdienst?

Gibt es DJ-Auftritte, die besonders gut bezahlt werden?

Lässt sich auch Geld mit der Musikproduktion verdienen?

Zukunft

Wie sieht deine Zukunft aus?

Kannst du dir vorstellen, auch noch in zwanzig und dreißig Jahren als DJ aufzutreten?

Möchtest du deinen Antworten noch etwas hinzufügen?

Vielen Dank für das Interview.

Schriftlicher Fragebogen für DJs zu biografischen Daten

Angaben zur Person

- Vorname und Nachname:
- Adresse und Telefonnummer:
- Geburtsdatum, Geburtsort:
- Schulbildung:
- Berufsausbildung/Studium:
- Lebensgemeinschaft/Heirat/Kinder:
- Staatsbürgerschaft:
- Mitgliedschaft in Berufsvereinigungen:

Familiärer Hintergrund

- Beruf des Vaters/ der Mutter:
- Geburtsdaten und -orte von Vater und Mutter:
- Geschwister:
- Schulbildung der Eltern:
- Berufsausbildung/Studium der Eltern:

Interviewfragebogen: Langjährige Szene-Akteur/innen

Einstiegsfrage

Du bist als ... (Veranstalter/in, Musikjournalist/in, Kellner/in, Türsteher/in) tätig und kennst die Wiener Techno-, Drum'n'Bass- und experimentelle elektronische Musikszene sehr gut. Ich möchte dich nach deinen Einschätzungen über die Entstehung dieser Musikszene fragen.

Formierung der Musikszene

- Kannst du bitte erzählen, wann du in die Musikszene gekommen bist?
- Wie sah die Musikszene damals aus?
- Wie hat sich die Musikszene seit damals entwickelt?
- Welche neuen Musikszene sind hinzugekommen?

Struktur der Musikszene

Welche Veranstaltungsorte, Clubnächte, Medien (Musikmagazine, Radiosendungen), Plattenläden, Plattenlabels etc. gibt es für diese Musikszene?

Welche Veranstaltungsorte, Clubnächte und Medien schätzt du für diese Musikszene als besonders wichtig ein?

Formierung der Musikszene

Welche Faktoren sind deiner Meinung nach für die Entstehung einer Musikszene wichtig?

- Medien (Internet, Musikfernsehen, Radio, Printmedien) für die Verbreitung von Musik
- Infrastruktur (Veranstaltungsorte etc.)
- ökonomische Situation der Jugendlichen
- politische Situation des Landes

Fallen dir noch weitere Faktoren ein, die die Entstehung von einer Musikszene beeinflussen?

Wie haben sich die Musikszene in den letzten Jahren entwickelt?

Kannst du dich an historische Momente erinnern, in denen eine dieser Musikszene plötzlich besonders gewachsen ist?

Publikum

Wie viele Leute gehören ungefähr zur Techno-, Drum'n'Bass-, experimentellen elektronischen Musikszene?

Wie hoch ist circa das Durchschnittsalter der Club-/Bar-/Konzertbesucher/innen?

Wie viel Geld geben die Clubbesucher/innen durchschnittlich bei einem Clubbesuch aus?

Ist das Verhältnis von Frauen und Männern bei den Besucher/innen ausgeglichen?

Wie sieht das Verhältnis Frauen/Männer bei den DJs und Musikproduzent/innen aus?

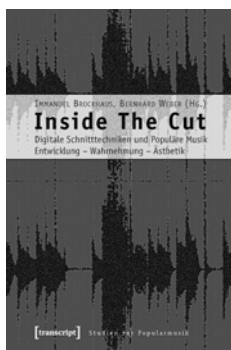
Vielen Dank für das Gespräch.

Studien zur Populärmusik



SUSANNE BINAS-PREISENDÖRFER
Klänge im Zeitalter ihrer medialen Verfügbarkeit
Popmusik auf globalen Märkten und in lokalen Kontexten

2010, 280 Seiten, kart., 27,80 €,
ISBN 978-3-8376-1459-6



IMMANUEL BROCKHAUS,
BERNHARD WEBER (HG.)
Inside The Cut
Digitale Schnitttechniken und Populäre Musik.
Entwicklung – Wahrnehmung – Ästhetik

2010, 230 Seiten, kart., zahlr. Abb.,
inkl. Begleit-CD-ROM, 26,80 €,
ISBN 978-3-8376-1388-9



CHRISTINA M. HEINEN
»Tief in Neukölln«
Soundkulturen zwischen Improvisation und
Gentrifizierung in einem Berliner Bezirk

Juni 2013, ca. 380 Seiten, kart., ca. 32,80 €,
ISBN 978-3-8376-2321-5

Leseproben, weitere Informationen und Bestellmöglichkeiten
finden Sie unter www.transcript-verlag.de

Studien zur Populärmusik



OLE LÖDING
»Deutschland Katastrophenstaat«
Der Nationalsozialismus im politischen Song
der Bundesrepublik

2010, 532 Seiten, kart., 36,80 €,
ISBN 978-3-8376-1567-8



JULIO MENDÍVIL
Ein musikalisches Stück Heimat
Ethnologische Beobachtungen
zum deutschen Schlager

2008, 388 Seiten, kart., zahlr. Abb., 32,80 €,
ISBN 978-3-89942-864-3



OLE PETRAS
Wie Popmusik bedeutet
Eine synchrone Beschreibung popmusikalischer
Zeichenverwendung

2011, 318 Seiten, kart., 31,80 €,
ISBN 978-3-8376-1658-3

Leseproben, weitere Informationen und Bestellmöglichkeiten
finden Sie unter www.transcript-verlag.de

Studien zur Populärmusik

KARIN BOCK, STEFAN MEIER,
GUNTER SÜSS (HG.)

HipHop meets Academia
Globale Spuren eines lokalen
Kulturphänomens

2007, 332 Seiten, kart., 28,80 €,
ISBN 978-3-89942-761-5

SILKE BORGSTEDT

Der Musik-Star
Vergleichende Imageanalysen
von Alfred Brendel, Stefanie Hertel
und Robbie Williams

2007, 314 Seiten, kart., 29,80 €,
ISBN 978-3-89942-772-1

MICHAEL CUSTODIS

Klassische Musik heute
Eine Spurensuche in der Rockmusik

2009, 274 Seiten, kart.,
zahlr. z.T. farb. Abb., 27,80 €,
ISBN 978-3-8376-1249-3

ANNEMARIE FIRME,
RAMONA HOCKER (HG.)

**Von Schlachthymnen
und Protestsongs**

Zur Kulturgeschichte
des Verhältnisses
von Musik und Krieg

2006, 302 Seiten, kart., 28,80 €,
ISBN 978-3-89942-561-1

LYDIA GRÜN, FRANK WIEGAND (HG.)
musik netz werke

Konturen der neuen Musikkultur

2002, 218 Seiten, kart.,
inkl. Begleit-CD-ROM, 24,80 €,
ISBN 978-3-933127-98-3

FERNAND HÖRNER,
OLIVER KAUTNY (HG.)

Die Stimme im HipHop
Untersuchungen eines inter-
medialen Phänomens

2009, 204 Seiten, kart.,
zahlr. z.T. farb. Abb., 22,80 €,
ISBN 978-3-89942-998-5

HEINRICH KLINGMANN

Groove – Kultur – Unterricht
Studien zur pädagogischen
Erschließung einer musik-
kulturellen Praktik

2010, 440 Seiten, kart., zahlr. Abb., 34,80 €,
ISBN 978-3-8376-1354-4

THOMAS KRETTEAUER,
MICHAEL AHLERS (HG.)

Pop Insights
Bestandsaufnahmen aktueller
Pop- und Medienkultur

2007, 152 Seiten, kart., 16,80 €,
ISBN 978-3-89942-730-1

KAI LOTHWESEN

Klang – Struktur – Konzept
Die Bedeutung der Neuen Musik für
Free Jazz und Improvisationsmusik

2009, 264 Seiten, kart., zahlr. Abb., 27,80 €,
ISBN 978-3-89942-930-5

OLIVER SEIBT

Der Sinn des Augenblicks
Überlegungen zu
einer Musikwissenschaft
des Alltäglichen

2010, 244 Seiten, kart., zahlr. Abb., 28,80 €,
ISBN 978-3-8376-1396-4

Leseproben, weitere Informationen und Bestellmöglichkeiten
finden Sie unter www.transcript-verlag.de