

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 Veranstalten 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 (Mühlhoyer 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 Musikszene und ihre Akteur/innen im Besonderen ausmachen.