

MAGISTERARBEIT

Titel

Quo vadis DJ Szene?

Das Ende von Vinyl als klassisches Trägermedium in der
DJ- und Clubkultur?!

Verfasserin

Elisabeth Morth Bakk. phil.

Angestrebter Akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2012

Studienkennzahl: 066/841

Studienrichtung: Publizistik- u. Kommunikationswissenschaften

Betreuer: Univ.- Prof. Dr. Hannes Haas

Danksagung

Ich bedanke mich in erster Linie bei meinem Betreuer Univ.-Prof. Dr. Hannes Haas, dass er die Betreuung meiner Magisterarbeit übernommen hat, stets am Thema interessiert war und für Fragen immer ein offenes Ohr hatte.

Großer Dank geht auch an alle Interviewpartner die mir ihre Zeit und ihr Wissen geschenkt haben.

Darüber hinaus gehört ein großes Dankeschön an meine Freunde die es in den letzten Monaten nicht immer ganz leicht gehabt haben mich zu ertragen. Sie haben mir in zahllosen Gesprächen Mut gemacht und mich in Phasen der Verzweiflung mehr als einmal vor mir selbst gerettet.

Zu guter letzt möchte ich mich noch ganz besonders bei meinen Eltern bedanken, die mein ganzes Leben lang für mich da waren und immer an mich geglaubt haben. Durch ihren Beistand und ihre Liebe haben sie es mir ermöglicht, meinen eigenen Weg zu gehen und meine Träume zu verwirklichen. Danke!

Inhaltsverzeichnis

1. Sichtweisen der Cultural Studies und Soziologie auf die DJ-Kultur	7
1.1 Begriffsdefinition: DJ	7
1.2 Arbeitsdefinition: Kultur	9
1.2.1 Kulturkreislauf nach du Gay et al.....	11
1.3 Cultural Studies und Popkultur	12
1.3.1 (Post-) Subkulturforschung.....	13
1.4 Der Szenebegriff.....	17
1.5 Die DJ Szene	19
1.5.1 Thematischer Fokus	20
1.5.2 Lebensstil.....	22
1.5.3 Treffpunkte.....	24
1.5.4 Medien	25
1.5.5 Kleidung.....	26
1.5.6 Geschlechterrollen	26
1.6 Exkurs: Sarah Thornton`s „Club Cultures“	27
2. Medien, Musik, Mediamorphose & Co.....	33
2.1 Arbeitsdefinition Medien.....	33
2.2 Musik und Medien – Audioarchive im Wandel	36
2.3 Mediamorphosen des Kulturschaffens.....	37
2.3.1 Produktivkrafttheorie der Medien/ Kommunikationstechnologien.....	39
2.3.2 Mediamorphosen des Kulturschaffens nach Smudits	39
2.3.3 Mediamorphosenansatz von Roger Fidler	42
3. DJ - und Clubkultur in der chemisch-mechanischen Mediamorphose.....	43
3.1 Technische Ebene - Medientechnologie.....	43
3.1.1 Der Beginn der technischen Reproduktion des Schalls.....	43
3.1.2 Die Geburt der Schallplatte.....	45
3.2 Soziokulturelle Ebene - DJ Szene	48
3.2.1 Die Urform des DJs.....	48
3.2.2 Der Ursprung der DJ-Kultur: Der Radio DJ	49
3.2.3 Die populistischen DJs	50
3.2.4 Zum musikalischen Übergang in die technische Mediamorphose	52
3.2.5 Die Payola Affäre	54
3.2.5 Formatradio und TOP - 40 Radio	55
3.2.6 Zur Entwicklung der afroamerikanischen DJ-Kultur.....	55
3.2.7 Zur Entwicklung der jamaikanischen DJ-Kultur.....	58
3.3 Sozialsystemische Institutionalisierung - Clubkultur	61
3.3.1 Die europäische Vorgeschichte der Clubkultur	61
3.3.2 Der jamaikanische Beitrag zur Clubkultur	62
4. DJ- und Clubkultur in der elektronischen Mediamorphose.....	65
4.1.1 Technische Ebene - Medientechnologie	65
4.1.1.1 Die Schallplatte und ihre technische Ausreifung.....	65
4.1.2 Soziokulturelle Ebene - DJ Szene.....	67
4.1.2.1 Die Helden der Disco-Ära.....	67
4.1.3 Sozialsystemische Institutionalisierung - Clubkultur	69
4.1.3.1 Die Disco und der eigentliche Beginn der Clubkultur.....	69
4.1.3.2 Vorläufer der Clubkultur in Amerika	70
4.1.3.3 Der Durchbruch des Discokonzeptes in Amerika	71

4.1.3.4 Die Medienprodukte der Disco Bewegung: Der Remix & die 12“ Single	75
4.2.1 Technische Ebene - Medientechnologie.....	76
4.2.1.1 Der DJ Plattenspieler	76
4.2.1.2 Das DJ Mischpult.....	78
4.2.2 Soziokulturelle Ebene - DJ Szene	79
4.2.2.1 Die Innovatoren der Hip-Hop Kultur	79
4.2.3 Sozialsystemische Institutionalisierung - Clubkultur	81
4.2.3.1 Der Beitrag der Hip-Hop Szene zur Institution Club.....	81
4.2.3.2 Die Medienprodukte der Hip-Hop Bewegung: Sampler & Co.	82
5. DJ - und Clubkultur in der digitalen Mediamorphose.....	85
5.1 Technische Ebene - Medientechnologie	85
5.1.1 Vom analogen zum digitalen Zeitalter	85
5.1.2 Die Anfänge der Compact Disc in der DJ-Kultur.....	88
5.1.3 Der DJ-CD-Player.....	88
5.1.3 Exkurs: Pioneer CDJ 2000	91
5.1.4 Laptop Djing	92
5.1.5 Digital Controller killed the Technics	94
5.1.6 Aufstieg und Fall eines Kultobjektes – der Technics 1200 (MK).....	97
5.2 Soziokulturelle Ebene - DJ Szene	100
5.2.1 Digitalisierung: Fusion, Spaltung, Zerfall und Wiederaufbereitung von elektronischer Tanzmusik (ETM)	100
6. Ökonomische Strukturdarstellung: Musik, Markt und DJ-Kultur....	103
6.1 Güterspezifika von Musik.....	103
6.2 Digitalisierung und Konvergenz der Medien.....	105
6.2.1 Veränderung der Wertschöpfungskette und der Intermediärstruktur.....	107
6.3 Der Musikmarkt	108
6.3.1 Zahlen und Fakten.....	111
6.3.2 Der österreichische Tonträgermarkt.....	112
6.4 Alte und neue Vertriebsstrukturen von Clubmusik	113
6.4.1 Der Online Shop	115
6.5 Download DJ Culture.....	116
6.5.1 Beatport.....	118
6.5.2 Juno Records/ Download	119
6.5.3 I-Tunes Store.....	120
7. Nutzungsmotive von DJs.....	121
7.1 Der Uses and Gratification Ansatz.....	121
7.2 Quantifizierende Strukturen der DJ Szene	123
7.3 Psychologische Faktoren.....	125
7.4 Relevante Motividimensionen für die Nutzung von Vinyl	131
7.4.1 Exkurs: Klangqualität analog vs. digital.....	135
7.5 Gerätenutzung bzw. -ausstattung.....	137
7.5.1 Aktuelle Nutzerstudie: Elevator 2011	140
7.6 Fazit.....	142
8. Methode, Diskussion und Interpretation.....	143
8.1 Das Experteninterview.....	143
8.1 Die Interviewpartner.....	144
8.2 Diskussion und Interpretation	146
8.2.1 Szenewandel und (Szene interner) Drang zur Innovation.....	146
8.2.2 Formatwandel und Zukunft.....	149
8.2.3 Die Zukunft der Schallplatte.....	151

8.2.4 Motive für die Nutzung von Vinyl in der digitalen Mediamorphose	152
8.2.3 Klangästhetik: Analog vs. Digital	154
8.2.4 Die digitalen Vor- und Nachteile der Technik auf die DJ Szene	155
8.2.6 Set-Ästhetik.....	160
9. Fazit und Ausblick.....	163
9.1 Ausblick	168
10. Quellenverzeichnis.....	169
11. Anhang.....	183
11.1 Interviewleitfaden	183
11.2 Transkripte - Experteninterviews	185
11.3 Auszug Elevator Nutzerstudie (2011)	222
Abstrakt	226
Abstract.....	227
Lebenslauf.....	228

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Kreislauf der Kultur nach du Gay et al.....	12
Abbildung 2: Marktanteil der einzelnen Musikformate 2011.....	110
Abbildung 3: Übersicht über den Verlauf der bevorzugten DJ-Lösungen innerhalb der letzten sechs Jahre.....	137
Abbildung 4: How do you spin mainly?.....	139
Abbildung 5: What equipment do you plan to purchase?.....	140

Einleitung

And vinyl is dead; it's dead. It's gonna be a special item for collectors, and probably will exist forever in that way, but that's it. It's over. You can really count on two hands who's carrying vinyl bags around the world. It's dinosaurs like Sven Väth or Ricardo Villalobos, and for them it's great because that also makes them special. But at the same time, no one really gives a shit anymore. You have to feel comfortable with what you use, whether it's vinyl, CDs or any digital gadget. (DJ Ali Schwarz, zit. in Rovito 2010)

Quo vadis, DJ-Kultur? Diese Frage stellt sich, wenn man sich den gegenwärtigen Strukturwandel weg vom materiellen Trägermedium (Schallplatte) hin in Richtung immaterielle Information (MP3) vor Augen führt. Ausschlaggebend für diesen Strukturwandel ist die Digitalisierung der Musikindustrie in den letzten Jahren. Die Digitalisierung führt dabei zu einer Konvergenz bzw. Komplementarität und in weiterer Folge zu einer funktionalen Austauschbarkeit des Trägermediums.

Seit Beginn der 80er Jahre vollzieht sich dieser soziokulturelle Wandel des Kunst- und Kulturschaffens, ausgelöst durch die digitalen Informations- und Kommunikationstechnologien (vgl. Sperlich 2005: 1). Der technologische Fortschritt hat DAS Trägermedium der DJ Szene – die Schallplatte – zu Grabe getragen. Doch wie konnte es so weit kommen, dass das „Piece of Wax“, welches die Kultur zu dem gemacht hat, was sie heute ist, mittlerweile als Relikt der ersten DJ Epoche betrachtet wird? Es stellt sich also nicht mehr die Frage, wann das Ende von Vinyl über die Clubkultur hereinbrechen wird, sondern vielmehr warum dieses Ende unausweichlich ist, und welche gesamtulturellen Veränderungen damit verbunden sind.

Blickt man hinter die Kulissen erscheint die Abkehr von Vinyl ein natürliches, unvermeidliches Prozessergebnis des Medienwandels zu sein, welcher unaufhaltsam ist, und auf die unterschiedlichsten Gründe zurückzuführen ist.

Lange Zeit zeigte sich der Nischenmarkt der Clubmusik immun gegenüber dem Digitalisierungstrend am Musikmarkt. Die DJ Szene gehörte neben der Klassik- und Jazzszene zu der wichtigsten Käuferschicht der Plattenindustrie, die Platte galt als als authentisches und somit unumstrittenes Medium des DJs.

Die Digitalisierungswelle brach die historisch gewachsenen Strukturen der letzten Jahrzehnte auf und das klassische DJ Setup, bestehend aus zwei Technics Plattenspieler und einem Mischpult, kann mittlerweile retrospektiv betrachtet werden. Ein Wandel, der in den unterschiedlichen Phasen der Mediamorphose deutlich wird. Die Ansprüche und das Nutzungsverhalten der DJs haben sich dem digitalen Zeitalter gefügt, und der Markt hat sich dem veränderten Konsumentenverhalten angepasst, was einen unwiderruflichen Umbruch der Szene mit sich bringt, der von einem Sterben der Plattenläden, sowie einem Zusammenbruch der Vertriebe begleitet wird.

Die medientheoretische Erkenntnis (oder begriffliche Kapitulation) beruht letztlich darauf, dass die beiden kulturellen Handlungsfelder „alltägliche Lebensweise“ und (durch technische Massenmedien vermittelte) „Unterhaltung“ zeitlich und funktional stets parallel laufen und sich sowohl wechselseitig bei der Bedeutungsproduktion beeinflussen als auch Ziel des jeweiligen anderen Feldes sind. (Hügel 2003: 19)

Nachdem die ersten Radiopioniere wie Alan Freed oder Muray the K den Grundstein für die erste Generation der DJs legten, war die Szene medial vorbestimmt. Eine aktive Auseinandersetzung mit den technisch vorgeetzten Werkzeugen führte in weiterer Folge dazu, dass technische Innovationen, welche aus der Szene selbst kamen, von der Industrie aufgenommen und verwertet wurden. Dieser gegenseitige Anpassungsprozess, der als Mediamorphose bezeichnet werden kann, zieht sich seither durch die Szene und ist kennzeichnend für die Clubkultur mit ihren Werkzeugen. Die DJ-Kultur ist daher hervorragend geeignet um anhand von Szene-, Technik- und Mediengeschichte gesamtstrukturelle Umbrüche aufzuzeigen. Die DJ Szene kann somit als

prototypisches Untersuchungsfeld für mediengesellschaftliche Entwicklung zwischen Ausdruck subversiver Kultur ebenso wie Katalysator einer global agierenden Unterhaltungsindustrie gelten, da sie ihre Aktanten gewissermaßen zwanglos zu Komplexitäts-, Reflexivitäts- und Kontingenz – Kompetenzen zwingen, (Jacke 2009: 132) bezeichnet werden.

Ziel dieser Arbeit ist es, den dahinterstehenden Prozess der Mediamorphosen in der DJ- und Clubkultur sichtbar zu machen, indem technische, ökonomische und sozial-kulturelle Strukturveränderungen innerhalb der DJ Szene, die

aufgrund veränderter Rahmenbedingungen, die in Gestalt neuer Medien zum Ausdruck kommen, dargestellt werden. Es gilt herauszufinden, welche Folgen diese Veränderungen für die Szene auf der Mikro-, Meso- und Makroebene mit sich bringt, und weshalb Vinyl nur noch für einen sehr marginalen Teil der DJ Szene eine Rolle spielt.

Es ergeben sich folgende Fragestellungen:

Hauptforschungsfrage:

Zu welchen technischen, kulturellen und ästhetischen Veränderungen hat die Entwicklung neuer Träger- und Abspielmedien in der DJ Szene geführt, und welche Folgen bringt der Szene interne Drang zur Innovation für das Medium Schallplatte mit sich?

Ausgangsthesen:

- Die DJ-Kultur kann als bestimmender Faktor in Bezug auf technische Entwicklungen gesehen werden.
- Der Formatwandel hat zu einem gesamtstrukturellen Wandel innerhalb der DJ Szene geführt.
- Es ist ein Verschwinden der Kunst aus der Kunst aufgrund der Digitalisierung festzustellen.
- Schallplatte und Plattenspieler gehören zu den Reliquien der ersten DJ Epoche und wurden mittlerweile durch neue Träger- und Abspielmedien ersetzt.

Zwei Methoden werden in dieser Arbeit angewandt um die Forschungsfrage zu eruieren und die aufgestellten Ausgangsthesen zu präzisieren. Zum einen wird eine Literaturübersicht durchgeführt, wobei bereits vorliegende Statistiken und Studien zusammengefasst und interpretiert werden, zum anderen wird die Methode des qualitativen Experteninterviews angewendet. Befragt werden Personen wie DJs, Produzenten, bzw. Veranstalter, die länger als zehn Jahre in der Szene tätig sind, sowie langjährige Besitzer von Plattengeschäften, deren Angebot elektronische Clubmusik beinhaltet.

Die Arbeit umfasst neun Kapitel und widmet sich zunächst einer transdisziplinären Beschreibung der DJ-Kultur. Ansätze der (Musik-) Soziologie und der Cultural Studies werden dargelegt und zusammengeführt. Nach der Einordnung in den wissenschaftlichen Kontext, wird mit der Theorie der „Mediamorphose des Kulturschaffens“ das Wechselverhältnis von Szene und Technik aufgezeigt. Ausgehend von diesem theoretischen Gebäude wird die DJ-Kultur und die dazugehörige Medientechnik in die unterschiedlichen Phasen der Mediamorphose des Kulturschaffens integriert, um so den zeitlichen Verlauf besser darstellen zu können. Der Fokus der Arbeit liegt auf der chemisch-mechanischen Mediamorphose, der elektronischen Mediamorphose und der digitalen Mediamorphose.

Nach einer chronikalischen, (auto-) biographischen¹ und medientechnischen Beschreibungen der DJ Szene, folgt eine aktuelle Strukturdarstellung der DJ- und Clubkultur. Hierfür werden zunächst der Musikmarkt sowie die veränderten Rahmenbedingungen beleuchtet. Aktuelle Zahlen sollen dabei helfen die Rolle der Schallplatte am Tonträgermarkt nachzuzeichnen. Zusätzlich zur Erläuterung der ökonomischen Situation, wird mittels unterschiedlicher Arbeiten, welche allesamt DJ-Kultur und Vinyl zum Thema haben, ein wissenschaftlicher Status quo herausgearbeitet. Der kommunikationswissenschaftliche Ansatz der Mediennutzungsforschung, der sogenannte „Uses and Gratifikation“ Ansatz, wird herangezogen, um im weiteren Verlauf Kriterien aufzuzeigen, nach denen DJs Kommunikations- und Speichertechnologien auswählen.

Die Arbeit wird von den geführten Experteninterviews ergänzt, wobei die wichtigsten Ergebnisse nach Themenkreisen zusammengefasst werden, um später die Frage beantworten zu können, welche Faktoren zum Ende der Schallplatte führen, und warum ihr Ende unausweichlich scheint.

¹ DJ-Kultur auf der soziokulturellen Ebene darzustellen impliziert, dass die Darstellung mit bestimmten Namen in Verbindung gebracht und erzählt wird. Bestimmte Personen und ihr Schaffen werden in den Vordergrund gestellt, während andere niemals namentlich in der Literatur vorkommen - diese Tatsache sollte man im Hinterkopf behalten, wenn die DJ-Kultur auf der soziokulturellen Ebene nachgezeichnet wird.

Als ehemalige Mitarbeiterin eines Plattengeschäftes für Clubmusik und stolzer „Vinyl addicted“ DJ seit zehn Jahren, beschäftigte ich mich schon seit längerem mit der Frage, wie lange Vinyl in der Clubkultur noch überlebensfähig ist. Dieses Interesse ist vor allem auf zwei Punkte zurückzuführen:

- Als Vinyl DJ gilt man mittlerweile als Exot, und Plattenspieler werden oft nur mehr als Ablage verwendet.
- Mein ehemaliger Arbeitsplatz ist den veränderten Rahmenbedingungen zum Opfer gefallen und musste nach sieben Jahren schließen.

Bevor ich mit den eigentlichen Ausführungen beginne, sind noch Anmerkungen zu den verwendeten Terminologien notwendig.

Die Person des DJs wird in der nachfolgenden Arbeit durchgehend für die weibliche und männliche Form angeführt, da sich weibliche DJs in den seltensten Fällen als Djanas bezeichnen, andererseits aus Gründen des Leseflusses. Ebenso wird die Bezeichnung DJ auch von gender-bewussten Szenemitgliedern als Unisex-Begriff verstanden.²

Eine weitere formale Eigenheit ist die synonyme Verwendung von Kultur, Subkultur und Szene, mit welchen das Beziehungsgefüge der DJs beschrieben wird. Auch wenn die Begrifflichkeiten zum Teil historisch vorbelastet sind, können und werden diese in der wissenschaftlichen Literatur verwendet, um das popkulturelle Phänomen an Begrifflichkeiten zu binden. Spezialbegriffe, die dem Gebiet des Djings entstammen, werden an betreffender Stelle erläutert. In der Arbeit finden sich zudem zahlreiche wortwörtliche Aussagen von DJs, welche verschiedenen Interviews entnommen wurden. Um klar zwischen Autor und interviewtem DJ zu unterscheiden, wird im Falle einer zitierten Aussage der Name des DJs vor die übliche Literaturangabe gestellt. Demnach kennzeichnet die Zitierweise (Francis Grasso, zit. in Brewster/ Broughton 2010: 57) eine wortwörtliche Aussage von Francis Grasso, die dem Werk (Brewster/ Broughton 2010: 57) entnommen wurde. Bei Online-Interviews konnte nur in den seltensten Fällen eine Seitenzahl angegeben werden.

² Zur besseren Lesbarkeit wird im Folgenden auf eine geschlechtsneutrale Schreibweise mit Schrägstrichen oder großem „i“ (Innen) verzichtet. Soweit lediglich die männliche Schreibweise verwendet wird, ist das jeweils andere Geschlecht immer mit gemeint.

1. Sichtweisen der Cultural Studies und Soziologie auf die DJ-Kultur

Die Beschreibung popkultureller Phänomene, zu denen die DJ- und Clubkultur zählt, wurde in den letzten Jahren vor allem von Seiten der Cultural Studies (CS) vorangetrieben und bildet die kulturtheoretische Basis dieser Arbeit. Aus der Tradition der CS heraus entwickelte sich Mitte der 70er Jahre die Subkulturforschung, welche durch den gesellschaftlichen Wandel, sowie die ansteigende, selbstbewusste Heterogenität ihrer Mitglieder ständig weiterentwickelt und durch neue Begrifflichkeiten erweitert wurde.

Neben dieser theoretischen Annäherung von Seiten der CS wird in diesem Kapitel die DJ-Kultur anhand des Szenekonzepts von Hitzler und seiner Arbeitsgruppe dargelegt (Hitzler et al. 2005); dies soll das globale Bild vervollständigen und zu einem größeren Verständnis des beschriebenen Kulturkreises verhelfen.

Abschließend wird eine Darstellung der wichtigsten Erkenntnisse des Werkes „Club Cultures“ (1995) von Sarah Thornton, eines der wichtigsten sozialwissenschaftlichen Arbeiten in Bezug auf Clubkultur und deren Medienentwicklung analysiert.

1.1 Begriffsdefinition: DJ

Den im Dunkeln sah man nicht. Lange Zeit galt er als eremitischer Narr - allein gelassen und zur Arbeit verdammt in einem Reich, dessen Grenzen von Schallplattenstapeln verstellt waren und an dessen Horizont die Regler eines Mischpults aufragten. Ganz egal, ob er im Dämmerlicht eines Radiostudios saß oder im finstersten Winkel des Tanssaals: Die anderen hatten Spaß, und seine Aufgabe war es, das Spiel der Körper und Ekstasen voranzutreiben. Der Mann im Dunkeln aber blieb ein Phantom ohne Gesicht und Gestalt - ein trauriger Gedanke, der nicht tanzen kann. (Höbel 1995: 196)

Das hier dargestellte Bild hat mit dem heutigen DJ nur noch wenig gemein. Der DJ ist der Dunkelheit entsprungen und wird heute als Held der Popkultur des 21. Jahrhunderts gefeiert.

They make their money from the road, and because even the best DJs travel light—often toting nothing more than a thumb drive—they take home the bulk of their gross pay, sometimes more than \$100,000 for a few hours' work, repeated nightly if they choose. It's a volume business and a big one: The ten top-earning DJs pulled in a combined \$125 million last year. (Greenburg 2012: s.p.)

Mit dem Wandel der Gesellschaft und dem Einsetzen der digitalen Mediamorphose ist der DJ zu einem Popstar mutiert. Eine Kunstfigur der Konsumgesellschaft, dessen Leistung kaum noch in der Relation zum erwirtschafteten Geld steht.

Die aus dem englischen Sprachraum kommende Bezeichnung DJ gilt dabei als allgemein gültiges und weltweit verwendetes Synonym für den Berufstand des Discjockeys. Der Begriff, im deutschen Sprachraum meist zusammengeschrieben, im englischen und amerikanischen fast immer auseinandergeschrieben, setzt sich aus dem Wort „disc“ (lateinisch discus = Scheibe) und „jockey“³ zusammen.

The expression disc Jockey suggests that some sportsmanlike dexterity was required to perform the job. The new professional had to ride a record much as a racing jockey might handle his horse at the track. But jockey also means to gain advantage by skillful manoeuvring, trickery or artifice. The implication might have been that disc jockeys deceived their listeners into thinking that what they heard was a live performance. (Thornton 1995: 62)

Die Figur des DJs vereint für die Gesellschaft eine Vielzahl von Klischees. Auf der einen Seite gilt als Schamane, Zeremonienmeister bzw. Priester der Nacht, auf der anderen Seite wird er als Künstler zweiter Ordnung oder Konservenspieler abgestempelt, der sich mit den Werken anderer schmückt.

Der DJ ist aber per definitionem Eklektiker und Musik-Musiker. Er organisiert Geschaffenes und fügt Kunstwerke zu einem neuen Ganzen zusammen. (Poschardt 2001: 16)

Neben dieser ästhetischen Aufgabe fungiert der DJ als musikalischer Gatekeeper zwischen Musikindustrie bzw. Musikproduzenten und dem Publikum. Als Intermediär bzw. Opinion Leader bestimmt er, zu welchen

³ „Bezeichnung für Handlanger und Fahrer, die wiederum eine Verballhornung des Eigennamens Jock ist.“ (Poschardt 2001: 41).

Tracks⁴ die Leute tanzen, und welche Musik sie letztendlich auch kaufen bzw. im digitalen Zeitalter „downloaden“, also aus dem weltweiten Netz herunterladen. Der DJ übernimmt somit die Funktion eines Filters für den Rezipienten und dessen Musikgeschmack.

Sein Kommunikationsmedium ist die Musik, „*ein Quadrupel⁵, bestehend aus Musikproduzenten, Musikvermittlern, Musikrezipienten und Musikverarbeitern.*“ (Jacke 2009: 60) Die Person des DJs vereint, spätestens seit der digitalen Mediamorphose, sämtliche hier genannten Positionen in seiner Person.

Was die geforderten Fähigkeiten betrifft, die Musik zu präsentieren, haben sich diese aufgrund der Digitalisierung stark gewandelt. Der harmonische Mix, welcher sich durch kongruente Abläufe und flüssige Übergänge auszeichnet, ist aber nach wie vor das Ziel jedes DJs.

1.2 Arbeitsdefinition: Kultur

Die Frage der Kulturdefinition zählt zum wohl schwierigsten Unterfangen in der Wissenschaft, und doch muss man sich damit auseinandersetzen, wenn man sich einem Teilbereich, in unserem Fall die DJ-Kultur, widmet und diesen beschreiben möchte.

Viele Versuche wurden unternommen, die unterschiedlichen Auswüchse des Kulturbegriffs zu fassen, zu beschreiben und einzugrenzen. Je nach Disziplin wird der Terminus heute unterschiedlich breit oder eng gefasst, ohne jeglichen Versuch einen wissenschaftlichen Konsens erfüllen zu wollen. Einigkeit herrscht lediglich in dem Punkt, dass die dichotomische Auffassung, die hoch- und populäre Kultur hierarchisch wertend trennt, falsch ist (vgl. Hügel 2003: 1). Ausgehend von dieser Grundauffassung soll an dieser Stelle auch keine Aufzählung unterschiedlicher Kulturdefinitionen erfolgen, sondern eine

⁴ „Die Bezeichnung Tracks ist eine House-eigene Definition für das, was früher Song genannt wurde. Die Verwendung des Begriffs sollte andeuten, dass das Stück, neben seiner relativen Eigenständigkeit als Song, vor allem als Teil eines DJ-Mixes seine letzte ästhetische Bestimmung erhalten hat.“ (Poschardt 2001: 250).

⁵ Eine geordnete Menge mit vier Elementen.

Einordnung des Begriffs in den wissenschaftlichen Kontext von Musik, Medien und Kultur.

Kultur in Bezug auf diese Arbeit wird nach Schmidt als „fortlaufendes Programm“⁶ verstanden, wobei die Aktanten⁷ der Subprogrammebene (Produzenten, Distributoren, Rezipienten, Nutzer) das Kulturprogramm (Innovationen/ Medientechnologien) zu verändern versuchen (vgl. Schmidt 2008: 358f.). Kommt es einmal zu einer Implementierung neuer Technologien innerhalb dieser Subprogrammebene, wird die Mainprogrammebene mit ihren Aktanten benötigt, um den Standard (Tradition) zu setzen (vgl. Jacke 2009: 43). Die Aktanten der Subebene nehmen in diesem Prozess die Rolle der Innovatoren ein.

Mitglieder der Sub-Ebenen können sich fast nie ausruhen, sondern müssen auf dem Markt der Differenzen immer wieder Neues erzeugen und zwar durchaus mit Vergnügen (Know-That) und Kompetenz (Know-How). (Jacke 2009: 54)

Kultur ist demnach ein innovativer Prozess, welcher weder sterben noch zerfallen kann, durch die Aktanten ständig weiterentwickelt wird, und eine ästhetische sowie soziale Funktion einnimmt. Bildungs-, Technik- und Mediengeschichte spielen in diesem Kontext eine wichtige Rolle und dürfen aufgrund ihrer gegenseitigen Verschränkungen nicht separat betrachtet werden (vgl. Hügel 2003: 2). Zudem herrscht eine dialogische Beziehung zwischen Kommunikationstechnologie und Kultur (vgl. Hepp 2004: 156). Das Kulturkreislaufmodell nach du Gay et al. verdeutlicht die Auffassung der kulturellen Umwelt geprägt von Medien, in Form von Kommunikationsmittel, Institutionen, Technologien und Angeboten sehr deutlich (vgl. du Gay et al. 1997: 3)

⁶ „Kultur als Programm im Sinne der Interpretation kollektiven Wissens über zentrale und periphere Kategorien wie Geschlecht, Alter Tod etc. operiert über eine Hauptprogrammoberfläche und mannigfaltigen Teilprogrammen wie Politik, Werbung, Recht, Pop etc., die wiederum Main- und Subprogrammartikel integrieren.“ (Jacke 2009: 42).

⁷ In Anlehnung an Siegfried Schmidt und Guido Zurstiege (2000: 23) benutzter Begriff um Missinterpretationen von sonst verwendeten Begrifflichkeiten wie Individuum, Subjekt, Akteur etc. vorzubeugen. Aktant ist ein zentraler Begriff der Akteur-Netzwerk-Theorie. Der Unterschied zwischen Akteur und Aktant besteht darin, dass auch nicht menschliche Aktanten Handlungen ausführen können.

1.2.1 Kulturkreislauf nach du Gay et al.

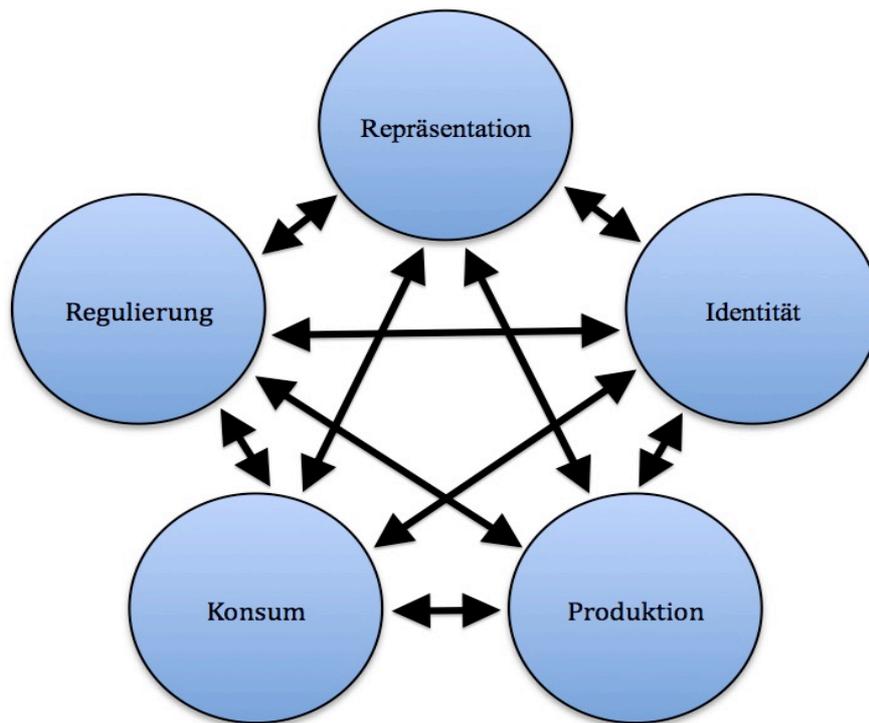
Der Kulturkreislauf ist ein differenzierter, integrativer Ansatz der Medienanalyse, in dem Medienprodukte als offener Text oder in ihren diskursiven Repräsentationen beschrieben wird, der aber auch Produktionskulturen und Aneignungsprozesse mit einbezieht und beschreibt (vgl. Hepp 2004: 163).

Angelehnt an die Cultural Studies basiert die kulturwissenschaftliche Theorie auf dem von Johnson entwickelten „Kreislauf der Kulturen“ (vgl. Hepp 2004: 248) und wurde um die von Stuart Hall, Ernesto Laclau und Chantal Mouffe's entwickelte „Artikulationstheorie“ erweitert. Artikulation in diesem Sinne bezieht sich darauf:

dass einzelne Elemente durch ein diskursives In-Beziehung-Setzen ihre Bedeutung verändern, wodurch sie zu Momenten von etwas ‚Größerem‘ werden, nämlich der diskursiven Formation“ (Hepp 2004: 253).

Zu den fünf wichtigsten Prozessen, welche für eine kulturtheoretisch orientierte Medienanalyse bestimmend sind, zählen:

- **Produktion:** ökonomische Strukturen sowie Arbeitsverhältnisse, unter denen das Objekt geschaffen und hergestellt wird. (s. Kapitel 6)
- **Repräsentation:** der Diskurs über die Eigenschaften der Kulturobjekte. (s. Kapitel 3-5)
- **Identität:** die Art, in der das Produkt zur Formung von Subjektivitäten beiträgt. (s. Kapitel 3-5)
- **Konsum:** der soziale Kontext, der dazu führt, dass Verbraucher das Produkt kaufen und es in ihr Leben integrieren. (s. Kapitel 7)
- **Regulierung:** der legale und politische Rahmen, welcher vorgibt, wie das Produkt angeboten und gebraucht/ konsumiert wird. (s. Kapitel 6)



Quelle: du Gay et al. 1997: 3

Abbildung 1: Kreislauf der Kultur nach du Gay et al.

Kulturanalyse kann also nicht das Typisieren von Monokausalitäten sein, (...) sondern ist die Beschäftigung mit vielschichtigen Prozessen der Konstitution und Repräsentation von Bedeutung innerhalb einzelner Kontexte, Prozesse, bei denen verschiedenste gegenläufige Momente von Relevanz sind. (Hepp 2004: 45)

Die hier dargestellten Prozesse stellen keine Teilprozesse dar, sondern sind vielmehr als eigenständig und in wechselnder Abhängigkeit zueinander stehend zu sehen (vgl. du Gay et al. 1997: 3).

1.3 Cultural Studies und Popkultur

Unter Popkultur [DJ Szene] wird hier derjenige kommerzialisierte, gesellschaftliche Bereich verstanden, der Themen industriell produziert, massenmedial vermittelt und durch zahlenmäßig überwiegende Bevölkerungsgruppen – egal, welcher Schicht oder Klasse zugehörig – mit Vergnügen genutzt und weiterverarbeitet wird, bis hin zur Produktion neuer Medienangebote. (Jacke 2009: 44)

Die Erforschung der Popkultur in all ihren Facetten gehört zu den grundlegendsten Feldern der CS, dabei vereint der Forschungsansatz unterschiedliche sozial- und geisteswissenschaftliche Denkrichtungen (Soziologie, Anthropologie, Kommunikationswissenschaft, Geschichte etc.), welcher den nötigen transdisziplinären Zugang zur Thematik ermöglicht. Aus Sicht der CS ist der zuvor beschriebene kulturelle Prozess zuerst von den Rezipienten und ihren sozialen Zusammenhängen, und erst in zweiter Linie von den medialen und hegemonialen Institutionen bestimmt. Die Regulierung, also der legale und politische Rahmen wird aus diesem Grunde in dieser Arbeit nur eine untergeordnete Rolle spielen.

Für die CS übernimmt der Rezipient die zentrale Rolle bei der Bedeutungsproduktion, und lässt so eine wertende Stellungnahme zu populärkulturellen Phänomenen außen vor, was wiederum eine Vernachlässigung des Ästhetischen hervorruft (vgl. Hügel 2003: 10). An dieser Stelle ist auf die kritische Ökonomie der Medien zu verweisen, die diese Konsumentensouveränität anzweifelt und auf die ästhetischen Veränderungen anspielt (s. Kapitel 8). Wertende Stellungnahmen zu populärkulturellen Phänomenen, wie es andere Disziplinen fordern, sind in den CS daher selten zu finden. Abgesehen von diesem Teilbereich haben die CS einen großen Beitrag zur Erforschung kultureller Bewegungen geleistet und bilden daher auch die wissenschaftliche Basis dieser Arbeit.

1.3.1 (Post-) Subkulturforschung

Unter dem programmatischen Titel „Resistance through Rituals“ formulierte ein Autorenkollektiv um Stuart Hall Mitte der 1970er-Jahre die politische Neubewertung der Alltagskultur unter den neuen Paradigmen. Zentral für die Überwindung streng strukturalistischer Modelle war dabei der Begriff der Subkultur. (Mrozek 2010: 5)

Der mittleren Generation der Cultural Studies Vertretern (zu denen Andrew Goodwin, Angela Mc Robbie, Simon Frith, Lawrence Grossberg, Dick Hebdige, John Fiske etc. gehören) ist es zu verdanken, dass musikalisch geprägte Bewegungen wissenschaftlich populär gemacht wurden (vgl. Jacke 2009: 26).

Der Begriff der Subkultur wird erstmals vom amerikanischen Soziologen Milton Myron Gordon in den 50er Jahren verwendet, um bestimmte Gruppierungen, welche sich durch Aussehen, Normen, Werte, Kleidung und Verhalten von der damals doch sehr homogenen Grundgesamtheit abheben, zu klassifizieren (vgl. Mrozek 2010: 5).

Subkulturforschung als intellektuelles Produkt wird durch die Chicago School in den USA der fünfziger Jahre durch das Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) ins Leben gerufen, und an der Universität Birmingham in den Siebzigern vorangetrieben (vgl. Huq 2000: s.p.). Mittlerweile ist der Subkultur Begriff zu einem „Catch all“ Begriff mutiert, mit den Medien versuchen, die Vielzahl der heterogenen Subströmungen zu erfassen, in die sich die traditionellen Jugendkulturen verzweigen und unablässig weiterreplizieren (vgl. Weinzierl 2001: s.p.).

Um Klarheit in Bezug auf Verwendung des Subkultur Begriffs zu bringen, ist eine historische Betrachtung der Subkulturforschung hilfreich, die aufzeigt in welcher Weise sich die Forschung in den letzten Jahren weiterentwickelt hat.

Nach Sarah Thornton kann die Subkulturtheorie und -forschung in drei Phasen unterteilt werden (vgl. Thornton 1997: 6):

1. Phase (1920-1960)

Erste Untersuchungen sozialer Jugendgruppierungen (damals noch Gegenkulturen genannt) durch die Chicagoer Schule (z.B. Albert Cohens Untersuchungen zu Verbrechergangs) beeinflusst durch den Symbolischen Interaktionismus.

2. Phase (70er Jahre)

Arbeiten zum Thema Ideologie und spezifische Ausdrucksformen von Jugendsubkulturen (z.B. Dick Hebdiges Arbeiten zum Thema Punks), durch das in Birmingham gegründete Center For Contemporary Cultural Studies (CCCS).

Die 70er Jahre sind durch einen gramscianisch orientierten neomarxistischen Zugang geprägt, welcher durch eine gesellschaftstheoretische Ausrichtung, der Akzentuierung von Stilphänomenen sowie einer textuell-semiotischen Orientierung zum Ausdruck kommt (vgl. Hügel 2003: 69).

3. Phase (80er Jahren)

Die letzte Phase umfasst Schriften, die sich auf veröffentlichte Arbeiten der ersten beiden Abschnitte beziehen, sowie Untersuchungen in Bezug auf Stilphänomene und popkulturelle Gemeinsamkeiten, wie etwa musikalische Präferenzen der Gegenwart.

Die Arbeiten sind im Zugang poststrukturalistisch geprägt aufgrund der Loslösung der CS vom Marxismus. Es sind Rückwendungen zum symbolischen Interaktionismus, zu mikrointeraktionistischen- bzw. phänomenologischen Ansätzen und ein Rückgriff auf andere soziologische Theorien, wie der Habitus Theorie von Pierre Bourdieu, festzustellen (vgl. Hügel 2003: 69).

Wie diese Kategorisierung verdeutlicht, stand zu Beginn der Subkulturforschung vor allem die Erfassung bestimmter Kulturen, die sich gegen den Mainstream richteten, im Fokus der Analyse. Auf diese ersten beiden Phasen, die sich mit der Beschreibung sich abhebender Bewegungen befasste, folgte Ende der 80er Jahre eine neue zu erforschende Generation, die sich im Gegensatz zur Hippie- oder Punk-Bewegung nicht vordergründig durch sozialen Widerstand auszeichnete, sondern durch „dissidente Musik- und Lebensstile“ (vgl. Holert/ Terkessidis 1998: 314).

Allen voran ist hier die Disco- bzw. House⁸-Bewegung zu nennen, welche sich stark aufgrund der sehr heterogenen Lebensstile der unterschiedlichen Mitglieder von den vorangegangenen Subkultur Konzepten unterscheidet. Waren es früher Bands bzw. einzelne Künstler, die mit sozialkritischen Texten im

⁸ Stilrichtung in der elektronischen Tanzmusik, deren Ursprung in der Disco Musik zu finden ist.

Mittelpunkt der Jugendkulturen standen, werden diese Ende der 70er, Anfang der 80er Jahre durch einen DJ und seine Plattenkiste ersetzt.

Die Formationen der Gegenwart sind daher aus einem anderen Blickwinkel zu betrachten als zu Beginn ihrer Erforschung, auch wenn Natalia Wächter anmerkt, dass soziale Kategorien wie Geschlecht, soziale Klasse und Ethnizität immer noch bestimmen, welcher spezifischen Subszene von Jugendkulturen man beitrifft (vgl. Wächter 2012: 323f.). Dennoch stellen diese Kategorien nur einen Teilbereich dar und eine strenge Einteilung in diese ist in nahezu jeder Hinsicht nicht mehr möglich, der analytische Aussagewert vorangegangener Subkulturtheorien verliert daher zunehmend an Wert (vgl. Weinzierl 2000: 87). Eine Gesellschaft, die durch Individualisierung, Anstieg des durchschnittlichen Einkommens, Zunahme an frei verfügbarer Zeit, Bildungsexpansion und Ausbau des Rechtssystems gekennzeichnet ist, verlangt nach differenzierteren Kategorien und einer Abwendung des althergebrachten Subkulturbegriffs (vgl. Hitzler et al. 2005: 13).

So kategorisiert Amardeep Singh (1999) die neuen Netzwerke in seinem Essay als „Channels bzw. Sub-Channels“. Die Stadtethnologin Anja Schwanhäuser (2010) führt in Bezug auf die Berliner Szene den Begriff des (Techno-) „Undergrounds“ ein, Andy Bennet (1999) verwendet in Anlehnung an den Soziologen Michel Maffesoli (1996) den Begriff der „Neo-Tribes“, Hitzler et al (2009) bezeichnen die neuen Formationen als „posttraditionale Formen der Vergemeinschaftung“ und der Österreicher Rupert Weinzierl (2000), spricht von „temporären Substream-Netzwerken“ (vgl. Weinzierl 2001: s.p.). Wie diese Aufzählung zeigt, mangelt es also nicht an Definitionsreichtum.

Allgemein können die Definitionsversuche in zwei Kategorien unterteilt werden. Während sich der eine Teil der Autoren für bestimmte Formationen ausspricht, geht die andere Hälfte von bestimmten Praxen und Strategien unterschiedlicher Netzwerke aus. Ganz gleich welchem Definitionsvorschlag man sich anschließt, die neuen sozialen Gefüge zeichnen sich alle durch folgende Merkmale aus:

- Keiner spezifischen Klasse zugehörig
- Keine fixe Gruppenidentität, sondern lose, temporäre Zusammenschlüsse in Form von Netzwerken
- Stilistisch weitaus pluralistischer als die "historischen" Jugend-Subkulturen
- Nicht so rigoros gegen den hybriden Mainstream abgeschottet, wie die "historischen" Jugendsubkulturen
- Identifizierung mit mehreren Substreams möglich
- Geringes Ausmaß normativer Setzungen
- Nicht lokal gebunden, sondern können auch "virtuell" agierend auftreten
- Ethnisch stark durchmischt
- Vermarktungsbewusst und Integrierung von Angeboten aus dem Mainstream
- Nicht apolitisch, sondern außerhalb traditioneller Politikinstitutionen und -foren aktiv

(Weinzierl 2000: 20f.)

Neben diesen Ausformulierungen kann auch auf Konzepte der Soziologie zurückgegriffen werden, um die DJ-Kultur zu beschreiben. Wie die CS versucht auch die Soziologie die „neuen“ Subkulturen zu beschreiben bzw. einzuordnen und zieht hierfür den Begriff der Szene heran.

Im Vergleich zum Begriff der Szene erweist sich der Begriff der Subkultur als diffuser und weniger geeignet, Gemeinschaftsbildungen zu analysieren, in denen die Darstellung subkultureller Stile nur ein Faktor unter anderen ist. (Haunss 2004: 84)

1.4 Der Szenebegriff

„Szene“ ist einer jener sozialwissenschaftlichen Begriffe, die zwar häufig – vor allem in der Jugendkulturforschung – benutzt, aber nur selten definiert und theoretisch begründet werden. (Hitzler 2012: s.p.)

Bereits im Jahr 1977 wurde der Begriff von der Gesellschaft für deutsche Sprache zum Wort des Jahres gewählt (vgl. GfdS 2012: s.p.) und doch wird er für die Beschreibung popkultureller Phänomene nach wie vor eher selten verwendet.

Prinzipiell geht es darum, wegzukommen vom pseudo-objektivistischen Über-Blick der konventionellen Sozialwissenschaften, der gleichsam *über* die Köpfe der Akteure hinweg geht, und stattdessen *hinzu*

kommen zu einem Durch-Blick, sozusagen *durch* die „Augen“ der Akteure hindurch. (Hitzler 2012: s.p.)

Für Hitzler et al. (2005) sind Szenen demnach, “thematisch fokussierte kulturelle Netzwerke von Personen, die bestimmte materiale und/oder mentale Formen der kollektiven Selbststilisierung teilen und Gemeinsamkeiten an typischen Orten und typischen Zeiten interaktiv stabilisieren und weiterentwickeln.” (Hitzler et al. 2005: 20)

Szenen sind eine „Minderheiten-Kultur“, die sich durch ein bestimmtes Interesse von der Gesamtgesellschaft abheben. Szenen liegen quer zu bisherigen Gesellungsformen und großen gesellschaftlichen Institutionen und bilden eine eigene Kategorie abseits sozialstatistischer Kategorien wie Alter, Geschlecht, Beruf etc. Die Akteure verbindet lediglich ein gemeinsames Interesse und nicht etwa die gleiche Lebensphilosophie. Es handelt sich demnach um ein „individualisierungssymptomatisches Gesellungsgebilde“ (vgl. Hitzler et al. 2005: 30). Das Verhältnis der Szenen untereinander weist dabei keine hierarchische Struktur auf, und die Mitgliedschaft in unterschiedlichen Teilszenen ist keine Seltenheit. Der Geltungsanspruch von Verhaltenskodizes und Lebensführungskonzepten geht in der DJ Szene mehr über ihre raumzeitlichen Grenzen hinaus als zum Beispiel in der von Hitzler et al. genannten Techno Szene (vgl. Hitzler et al. 2005: 53). Im Gegensatz zu dieser ist eine intensivere Beschäftigung mit der Materie nötig, um ein Teil der Szene zu sein. Die Sympathie für technische Innovationen und (neuer) Musik beansprucht viel Zeit, dies führt mittel- oder langfristig dazu, dass die Themen auch in das „normale“ Leben einfließen. Trotzdem bleibt den Akteuren genug (Frei?)Raum, um auch Teil anderer Szenen zu sein. Meist handelt es sich dabei um Szeneüberschneidungen, die eine gemeinsame Affinität, vor allem zu Musik und Technik, aufweisen.

1.5 Die DJ Szene

Die DJ Szene ist ein „Inszenierungsphänomen“, das durch den individuellen Beteiligungsgrad geprägt ist, und durch die kommunikative sowie interaktive Präsenz des DJs zum Ausdruck kommt (vgl. Hitzler et al. 2005: 22). Je höher der Inszenierungsgrad des DJs, desto höher ist seine Chance in Clubs aufzutreten. „Networking“ ist somit die Basis für den Eintritt in die Szene. Des Weiteren handelt es sich um ein labiles Gebilde - szeneeigene Sanktionen in Bezug auf Ein- oder Austritte der Mitglieder gibt es keine (vgl. Hitzler et al. 2005: 23). Die Zugehörigkeit der Szenemitglieder ist latent und geht einher mit bestimmten Fähigkeiten, welche sich durch die Digitalisierung durchaus gewandelt haben können.

Wie jede subkulturelle Formation hat auch die DJ Szene gewisse Ansprüche an ihre Mitglieder – in Form von speziellen Kultur - „Know Hows“ (vgl. Hitzler et al. 2005: 22). Reicht zunächst das generelle Interesse an Musik aus, um in den Publikumsbereich der Szene vorzudringen, bedarf es mehr Engagement, wie die Beherrschung von Mix Techniken oder die Fähigkeit ein Publikum für sich zu begeistern, um in den Kreis der DJs aufgenommen zu werden. Die Integration sowie das Ansehen innerhalb der Szene erfolgt somit etappenweise. Je besser die Selektion der Musiktitel, je höher die Wissensbestände in Bezug auf Musik, je ausgefallener die Fertigkeiten der Musikpräsentation, je kreativer die persönliche Inszenierung, desto höher ist der Stellenwert innerhalb der Szene. Die Kompetenzen sind abhängig von den subkulturell geprägten Kriterien der jeweiligen Teilszenen, wobei zwischen:

- Radio DJ
- Club DJ,
- Turntablisten und
- Jukebox DJs zu unterscheiden ist.

Während die notwendigen Kompetenzen eines Radio DJs bzw. Club DJs relativ klar sind, handelt es sich bei den Turntablisten und Jukebox DJs um leicht abgewandelte Formen der beiden ersten Teilszenen. Die Turntablisten können demnach als Unterkategorie des Club DJs gesehen werden, in denen technische Fähigkeiten (scratchen, beat juggeln etc.) im Vordergrund stehen.

Das Publikum zum Tanzen zu bringen, gehört nicht zur primären Intention. Der Jukebox DJ ist vergleichbar mit der Urform des DJs, dem Radio DJ, der sich dem Massengeschmack unterordnet. Der kreative Anspruch steht dabei im Hintergrund, und die vordergründige Aufgabe besteht darin, ein Event (Hochzeiten, Firmenfeiern etc.) musikalisch zu begleiten. Gegenstand dieser Arbeit ist der Club DJ, wobei auch auf die anderen kulturellen Ausformungen immer wieder eingegangen wird.

1.5.1 Thematischer Fokus

Das zusammenhaltende Element der Szene ist die Liebe zur Musik bis hin zu einem ganz *“bestimmten – nämlich überwiegend positiv kanonierten – mentalen und/oder emotionalen Verhältnis zu technischen Innovationen”* (Hitzler et al. 2005: 45). Musik und Technik sind somit die zentralen Faktoren der Szene und zugleich das Fundament populärer Kultur überhaupt.

Im Verlauf der Entwicklung sind immer wieder neue Formen von Musikpraxen entstanden, die der Musik ein zunehmend größeres Gewicht im Kontext der populären Kultformen verliehen und schließlich in einen relativ eigenständigen, sich permanent in neue Spielwiesen, Stilformen und Repertoirekategorien ausdifferenzierenden Sektor der Musikkultur mündeten. (Hügel 2003: 322)

Die DJ Szene kann als ein Teilbereich dieser Musikkultur eingestuft werden. Eine „Gesinnungsgemeinschaft“, ein Ort von Gleichgesinnten, die eine spezielle Leidenschaft teilen – also eine kommunikative und interaktive Teilzeit-Gesellungsform (vgl. Hitzler et al. 2005: 20f.). Die Gesinnungsgemeinschaften innerhalb der DJ Szene präsentieren sich aufgrund der unterschiedlichen Musikrichtungen, die innerhalb der Club Musik existieren, als sehr dispers. Dieses Charakteristikum bringt eine Vielzahl von Subszene bzw. Teilszenen innerhalb der DJ Szene mit sich. Szenen sind demnach ein Subsummarium von thematisch fokussierten Einzelnetzwerken, auch wenn ein inhärentes, zentrales Thema, für alle Mitglieder als zusammenhaltender Faktor wirkt (vgl. Hitzler et al. 2005: 20f.). Im Hinblick auf die horizontale Ausdifferenzierung lassen sich innerhalb der DJ

Community drei Arten der Entstehung und Stabilisierung von Subszenen beobachten:

- entlang stilistischer Merkmale (musikalisches Genre)
- entlang technischer Affinitäten (CD, Vinyl, Controller)
- entlang bestimmter Kommunikationszentren (Hobby DJs, semi-professionelle DJs, professionelle DJs)

(vgl. Hitzler et al. 2005: 36)

Neben der horizontalen Ausdifferenzierung findet auch eine vertikale Ausdifferenzierung innerhalb der Szene statt. Wer neben der Tätigkeit als DJ Musik produziert, ein Label besitzt oder managet, für ein Fanzine schreibt, bei FM4 tätig ist oder gar einen Club betreibt, gehört einer privilegierten Gruppe an. Diese wiederum vielfach in sich ausdifferenzierte Leistungselite ist quasi der Motor der DJ Szene und genießt als Privilegien z.B.: Gratis Promos, freie Eintritte bei Veranstaltungen innerhalb des musikalischen Genres, kostenlose Getränke etc.

Durch die kommunikative Erzeugung des zentralen „Issue“, sowie durch den Gebrauch szenetypischer Symbole, Techniken und Rituale wird die Szene quasi nebenbei produziert. Bewegen sich die Akteure außerhalb der Szene, wird ihnen kein Verhaltenskodex auferlegt (vgl. Hitzler et al. 2005: 21). Es ist im Fall der DJ Szene aber nicht so, wie Hitzler und seine Kollegen vermuten, dass typische Einstellungen und entsprechende Handlungs- und Umgangsweisen immer geteilt werden. Vielmehr lässt dies die Diversität der Musikrichtungen sowie der individuelle Musikgeschmack gar nicht zu. Zudem verdeutlichen die Diskussionen rund um das Thema Digital DJ, dass sich verschiedene Lager innerhalb der Szene gebildet haben und kein einheitlicher Konsens herrscht.⁹

⁹ Labuhn unterteilt diese Lager in „Vinylpuristen“, „Technikbegeisterte“ und „Gleichgültige“ (vgl. Labuhn 2006: 12).

1.5.2 Lebensstil

Bei der DJ Szene handelt es sich vorwiegend um eine „Nacht-aktive-Teilzeit-Gesellungsform.“ Ein einheitlicher Lebensstil kann nicht festgemacht werden, sondern eine “Bricolage” an unterschiedlichen Lebensentwürfen. Der Lebensstil ist meist dem jeweiligen Professionalisierungsgrad bzw. dem bestimmten Kommunikationszentrum angepasst.

Hobby DJs stecken meist noch in der Ausbildung, und das Djing ist ein Hobby unter vielen. Diese Gruppe trifft sich hauptsächlich im privaten bzw. kleinen öffentlichen Rahmen, um ihrer Freizeitbeschäftigung nachzugehen. Ihr Equipment ist meist im unteren Preissegment angesiedelt, und Tracks werden (wenn sie überhaupt gekauft werden) in der billigsten und somit schlechtesten Qualität heruntergeladen. Geld für ihre Tätigkeit erhalten sie nur selten.

Semi-professionelle DJs spielen hauptsächlich an Wochenenden in ortsnahen Clubs und gehen während der Woche einer anderen Tätigkeit nach. Oft sind sie zusätzlich als Produzenten tätig. Im Vergleich zu den Hobby DJs stellt für diese Gruppe Djing oft eine zusätzliche Erwerbstätigkeit dar, dementsprechend ist sie mit einer höheren Zeitinvestition verbunden. Teil ihrer Arbeit ist es unter anderem DJ Sets zusammenzustellen, neue Tracks anzuhören und zu erwerben.

Professionelle DJs sind national sowie international aktiv. Ihre Tätigkeit ist gewinnorientiert ausgerichtet, und der Lebensunterhalt kann damit bestritten werden. Diese DJs sind mit wenigen Ausnahmen auch als Musikproduzenten tätig und bei internationalen Labels unter Vertrag. Für sie ist die Szene ein zunehmender Absatz- und Arbeitsmarkt auf dem Geld erwirtschaftet werden kann. Die Szene ist hier also keine freiwillige und launische Gesellungsform, sondern ein Berufsfeld.

Wie jede Szene strukturiert sich auch die DJ Szene um Organisationseliten – Dieser Szenekern ist von „Friends“ und „Heavy-Usern“ sowie normalen Szenegängern umgeben (vgl. Hitzler et al. 2005: 27). Becker spricht in Bezug auf die Szenestrukturen hier von „Hip vs. Squares“ (Becker 1963, zit. in Williams 2011: 109) und legt damit die ersten Versuche dar, (sub) kulturelles Kapital innerhalb musikalischer Gruppierungen zu bestimmen. Teil der Organisationselite zu sein bedeutet sich einen Namen in der Szene aufzubauen. Dabei ist anzumerken, dass sich die Szenekommunikation zunehmend ins Netz verlagert. Der Akteur muss somit Teil der interaktiven Kommunikation sein, um Mitglied der Organisationselite zu bleiben.

Die Vermutung einer ontologischen Veränderung behauptet dabei vorerst nichts anderes, als dass Medien Zustände des Seins eröffnen, die in der normalen raumzeitlichen Erfahrungswelt nicht oder so nicht gegeben sind.“ (Hartmann 2003: 44)

Durch den ständigen technischen Wandel in zunehmender Geschwindigkeit wird von den Aktanten (DJs) Wandlungssensibilität provoziert, sowie Kontingenzsensibilität bzw. Entscheidungsmanagement erwartet (vgl. Jacke 2009: 52). Die DJ Szene ist daher hochdynamisch und unterliegt verschiedenen Wechselwirkungen, welchen sie sich kontinuierlich anpasst (vgl. Hitzler et al. 2005: 29).

Die neuen Medien fungieren hierbei als Katalysator für neue Formen der partizipatorischen Gruppenidentifikationen, die verzögerungsfrei erfolgen und befreit von langatmigen Sozialisationsinstanzen sind. (Hartmann 2003: 45)

Integriert man die technische Übernahme neuer Medien in die verschiedenen Teilszenen ergibt sich folgendes Bild:

Organisationselite	→ Profi-DJs	→ Early Adopters ¹⁰
Friends & Heavy User	→ Semi-prof. DJs	→ Late Majority
Normale Szenegänger	→ Hobby DJs	→ Early Majority

¹⁰ „Die Adoptertypologie nach Everett Rogers (1962) benennt partizipierende Gruppentypen eines Diffusionsprozesses nach dem Zeitpunkt ihres Einstiegs.“ (Haberler 2012: 44).

1.5.3 Treffpunkte

Szenen haben typische Treffpunkte - Orte, an denen das Wir-Bewusstsein nach außen getragen wird, also vororganisierte Erfahrungsräume - Events, wo den Szenemitgliedern ein Forum geboten wird, um sich zu präsentieren bzw. auszutauschen (vgl. Hitzler et al. 2005: 24ff.).

Vororganisierte Erfahrungsräume der DJ Szene sind Veranstaltungen, wo die Fähigkeiten von DJs anhand bestimmter Kriterien (divergieren je nach Musikrichtung/ Teilszene) beurteilt werden. Newcomer Wettbewerbe oder DJ Contests, wie die DMC - World DJ Championship, stellen derartige Präsentationsplattformen dar.

Die Clubs selbst, in denen vorwiegend bekannte Namen der Szene auftreten, sind demnach eher als „vorselektierte Praxisräume“ zu bezeichnen, da diese hauptsächlich dem Szenekern bzw. der Organisationselite zugänglich sind. Der vorselektierte Praxisraum des Clubs ist ein Platz, an dem der DJ einer dispersen Masse sein musikalisches Repertoire präsentiert. Die Mitglieder der genrespezifischen Szene kennen die unterschiedlichen Clubs, auch wenn diese Treffpunkte darstellen, die weiter entfernt liegen, oder in denen die DJs persönlich noch nie waren.

Diese Veranstaltungsplätze können legale (Club, Festival etc.) bzw. illegale (verlassene Fabrikhallen, leerstehende Häuser) Locations sein. Illegale Plätze werden von der Szene ganz einfach adaptiert und zum „Spielplatz“ umfunktioniert. Je nach Musikgenre unterscheiden sich die legalen (und illegalen) Clubs in punkto Sound, Licht, Visuals, Dekoration, Platzierung des DJs, etc; Weitere Treffpunkte bzw. vororganisierte Erfahrungsräume sind der Plattenladen oder auch der Workshop.

1.5.4 Medien

Neben den typischen Szene Treffpunkten nehmen die Medien eine wichtige Rolle in der Szenekommunikation ein. Gleichzeitig stellt die DJ Szene den Medien eine hohe Dichte an Testimonials¹¹ zur Verfügung.

Als klassisches Medium der Szenekommunikation ist das Magazin zu nennen. Eines der bekanntesten DJ Magazine für elektronische Tanzmusik (ETM) ist das in London beheimatete DJ Mag¹². Seit 1991 erscheint es monatlich und wird mittlerweile in den verschiedensten Sprachen aufgelegt.¹³

Die Herausgeber und Redakteurinnen derartiger Magazine werden aus der Szene rekrutiert und fungieren als Szenevermittler. Neben dieser zunehmend veralteten Form der Fanzines fungiert das Internet heute als die wichtigste Kommunikationsplattform. Da die traditionellen Magazine im Laufe der Zeit immer kommerzieller geworden sind, und teilweise an den Rand der Kommunikationsszene gerückt sind, erobern sich die Szenemitglieder mit Hilfe von E-Zines ihre Kultur in einer gewissen Hinsicht zurück (vgl. Hitzler et al. 2001: 51).

Das weltweite Netzwerk vereint Informations-, Kommunikations-, Distributions- sowie Transaktionsfunktionen und ermöglicht es der Szene autark gegenüber äußeren Einflüssen (z.B.: Musikindustrie, Verleger) zu agieren.

Die Szenekommunikation via Blogs und Foren unterliegt einem ständigen Wachstum, und es ist ein klarer Trend zu einer Szene mit erweiterter Netzwerkkultur festzustellen. Möchte man Teil des Szenekerns sein, spielen hierbei Social Networks wie Facebook, MySpace & Co eine zunehmend wichtige Rolle, wenn nicht sogar die wichtigste. Virtuelle Interaktivität der Szenemitglieder kann somit als kultureller Zwang bzw. szeneinterne

¹¹ So wirbt David Guetta in einem Werbespot für den Renault Twizy und der österreichische DJ Peter Kruder galt als Werbebotschafter für das Mediencenter von T Mobil im Jahr 2011.

¹² <http://djmag.com/>.

¹³ Weitere wichtige Magazine der Szene sind: Raveline (<http://www.raveline.de/>), DJ Times (<http://djtimes.com/djt/>), Groove – Elektronische Musik und Clubkultur (<http://www.groove.de/>) etc. Hinzuzufügen ist, dass jede Teilszene ihre eigenen Magazine hervorbringt, die durch den jeweiligen Musikstil geprägt sind.

Voraussetzung eingestuft werden. Derartige Entwicklungen verdeutlichen die zunehmende Mediatisierung der Szene nur allzu deutlich!

1.5.5 Kleidung

Aufgrund des hohen Grades an Individualismus, welcher innerhalb der Szene herrscht, präsentieren sich Kleidungsstile heterogen und kaum einordenbar. Jedes Mitglied versucht seinen persönlichen Stil zu entwickeln, um so seine eigene Identität zu markieren. Auch wenn diese individuelle Einstellung, je nach musikalischer Richtung mehr oder weniger Bedeutung zukommt, stilistische Grenzen gibt es keine - erlaubt ist, was gefällt – wobei gegenwärtig gilt: Je auffälliger desto besser!

Dieser Trend wird deutlich sichtbar, wenn man sich die unterschiedlichen Inszenierungsmethoden vor Augen führt. Handelte es sich zu Zeiten von Daft Punk (überdimensionale Helme) um Kult, folgen diesen Vorbildern immer mehr Künstler¹⁴. Viele DJs und Produzenten versuchen so eine Vielzahl an unterschiedlichen Acts aufzubauen, ohne dass diese mit einer bestimmten Person bzw. einem musikalischen Genre in Verbindung gebracht werden. Die unterschiedlichen Masken oder Verkleidungen führen zu einem hohen Wiedererkennungseffekt und erhöhen zugleich die Inszenierungsleistung. Ziel ist es, sich von der Masse abzuheben. Ein Effekt, welcher nach Frank (1998) durch die „Ökonomie der Aufmerksamkeit“¹⁵ hervorgerufen wird.

1.5.6 Geschlechterrollen

Wie in allen technikaffinen Szenen herrscht auch in der DJ-Kultur ein sehr unausgewogenes Geschlechterverhältnis. Dass die Präsenz von Damen hinter

¹⁴ Beispiele: Deadmou5e – überdimensionaler Mäusekopf/ Brothers Inkognito – Discokugeln am Kopf etc.

¹⁵ Modell von Georg Frank (1998), welches darauf anspielt, dass es sich bei Aufmerksamkeit um ein knappes Gut handelt. Um sich von der Masse abzuheben ist es nötig Aufmerksamkeit zu generieren, denn „*die Aufmerksamkeit anderer Menschen ist die unwiderstehlichste aller Drogen.*“ (Frank 1998: 10).

dem Mischpult nach wie vor marginal ist, zeigen verschiedene Arbeiten auf, die sich mit den weiblichen DJs in der Szene auseinandersetzen.¹⁶

Historisch bedingte männliche Dominanz scheint dabei ein Muster zu sein, das bei den allermeisten Szenen auftaucht (vgl. Hitzler et al. 2005: 110). Dennoch ist die Anzahl der Damen in den letzten Jahren spürbar gestiegen (Interview MG 13.07.2012: 202). Während die Eigeninitiative der Akteurinnen augenscheinlich zu steigen scheint, tragen auch Netzwerke wie Femal: Pressure¹⁷ oder Junglistic Sistaz¹⁸ dazu bei, eine weibliche Szenekommunikation voranzutreiben.

Die Integration weiblicher DJs in die Szene wird von den männlichen Kollegen durchaus positiv gesehen, vorausgesetzt, man bringt die nötigen Skills mit, worauf auch Thornton verweist:

The dance acts, music producers, DJs, club organizers and bouncers who structure the events are predominately male and require that women prove themselves twice over if they want to do more than sing, check coats or tend the bar. (Thornton 1995: 56)

Eine Diskriminierung des weiblichen Geschlecht innerhalb der DJ Szene ist nicht vorzufinden, auch wenn klassische Sprüche wie: "Für ein Mädels legt die ganz gut auf" noch nicht ganz ad acta gelegt wurden.

1.6 Exkurs: Sarah Thornton`s „Club Cultures“

„Club Cultures“ kann als Basiswerk zur Bestimmung der DJ-Kultur und deren Medienentwicklung gesehen werden. Für Thornton (1995) handelt es sich bei der Clubkultur um ein globales Phänomen, deren Wurzeln in lokalen Szenen zu verorten sind.

Club Cultures are „taste cultures“. Club crowds generally congregate on the basis of their shared taste in music, their consumption of common media and, most importantly, their preference people with similar tastes to themselves. (Thornton 1995: 3)

¹⁶ S. Lorenz, Isabel (2007): Die Djane Bewegung- Weibliche DJs Zwischen Aufbruch und Marginalisierung. München/ Ravensburg: Grin Verlag; Ellinger, Josef Michael (2007): Women on Decks. Weibliche DJs und Ihre Geschichte unter besonderer Berücksichtigung der Wiener Club- und Elektroszene. Wien: Magisterarbeit.

¹⁷ <http://www.femalepressure.net/>.

¹⁸ <http://junglisticsistaz.wordpress.com/>.

In Anlehnung an Pierre Bourdieu's klassenspezifischen Ansatz verweist Thornton (1995) auf die Bedeutung des (sub)kulturellen Kapitals, welches in der DJ Szene unter anderem durch den Besitz spezieller Schallplatten (Unikate, Dubplates¹⁹ etc.) aufgeladen werden kann.

Als wichtigstes Element der Clubkultur nennt Thornton den DJ, der durch seine Person der Platte erst die spezielle Aura zu verleihen scheint und demzufolge als zentrale Figur in der Entwicklung der Clubkultur zu sehen ist (vgl. Thornton 1995: 30).

Der Schallplatte und ihrer geschichtlichen Entwicklung innerhalb der Clubkultur widmet sie ein ganzes Kapitel ihrer Arbeit „Club Cultures“ und kommt zu dem Schluss, dass Vinyl DAS authentische Ausdrucksmittel der Szene ist und führt zugleich die Bezeichnung „Disc Cultures“ für die Beschreibung der Szene ein.

I attempt to problematize the notion of authenticity and see various media and business as integral to the authentication of cultural practices. (Thornton 1995: 9)

Authentizität gehört dabei zu den wohl wichtigsten Werten populärer Musik und wird durch unterschiedliche Musikrichtungen, bestimmte Musiker, Kritiker und Fans subjektiv festgemacht. „*Authenticity is to music what happy endings are to Hollywood cinema – the reassuring reward for suspending disbelief.*“ (Thornton 1995: 26) Authentizität ist abhängig vom Grad der Assimilierung und Legitimierung innerhalb einer Subkultur – Anerkennung und Integration ist somit das Ziel von Enkulturation. Authentizität ist der natürliche Effekt von Diskursen über populäre Musik. Diese wird dann als authentisch wahrgenommen, wenn es sich „wahr“ anhört, „Vertrauenswürdigkeit“ vermittelt und „echt“ rüber kommt (vgl. Thornton 1995: 26).

In an age of endless representations and global mediation, the experience of musical authenticity is perceived as a cure both for

¹⁹ Vorabpressungen oder Einzelanfertigungen, die für einen bestimmten Einsatz geschnitten wurden. Dubplates haben den Zweck die Resonanz des Publikums zu testen oder auch ein Unikat in Händen zu halten (vgl. Wyer 2006: 35).

alienation (because it offers feelings of community) and dissimulation (because it extends a sense of the really 'real'). (Thornton 1995: 26)

Die Enkulturation und somit der Aufstieg der Schallplatte als authentisches Ausdrucksmittel der Clubkultur ist mit den historischen Entwicklungen der Popmusik entstanden und dem dadurch entstandenen Diskurs:

- „Incorporation“ into temporal structures (in discussing the development of new kinds of dance event)
- „Objektifikation“ in spatial structures (in relation to the interior design of discotheques)
- „Conversion“ the most important dimension what Thornton includes under the more encompassing historical but more specifically aesthetic category of „authentication.“

(Thornton 1995: 30)

Bereits in den 30er Jahren kommt es durch die britische Jazzbewegung zu einer Hochstilisierung der Schallplatte. Diese kam dadurch zum Ausdruck, dass jenen Künstlern mehr Respekt entgegengebracht wurde, die neben ihren Liveauftritten ihre Songs auch auf Schallplatte veröffentlichten.

The record becomes more important than the music; minor musicians who have left recorded examples of their own work behind them become more important than those major musicians who for one reason or another have never got around to a recording studio; and the man who has met the musicians and knows his way through a maze of records becomes more important than the musician himself. (Thornton 1995: 67)

Der Fokus der Jazz Szene auf das Medium Schallplatte war außergewöhnlich, und stellt den ersten Schritt der Schallplatte in Richtung Standard der Clubkultur dar. Der Siegeszug der Schallplatte in den darauffolgenden Jahren wurde durch einen allgemeinen Transformationsprozess innerhalb der Musikkultur eingeleitet, wobei die Akzeptanz der Schallplatte nur schleichend vonstatten ging. War zu Beginn die Live Musik ein Synonym für Authentizität, kam es durch neue musikalische Strömungen zu einem Wandel dieser Auffassung bzw. Einstellung.

Charakteristika, wie die Ungebundenheit von Musik an einen bestimmten Ort, und die damit einhergehende Möglichkeit, bestimmte Importe, neue Releases oder alte vergessene Hits quer über den Erdball konsumieren zu können,

überzeugten letztendlich. Wesensmerkmale, die der Schallplatte ihren Platz in der Gesellschaft sicherten.

By these means, records acquired credibilities independent of performance. And, the onus of authenticity was shifted from a regard for the unique to an interest in the degrees of exclusivity found in the new, rare and unique. (Thornton 1995: 68)

Ob es sich bei einer bestimmten Schallplatte um ein Original oder eine Kopie handelte, wurde essentiell für die DJ-Kultur und die kulturellen Standards. Das Sammeln von Schallplatten gewinnt dadurch zunehmend an Bedeutung und wird ein wichtiger Teil der Szene.

The time-binding power of records fosters interests not only in the novel, but in the archival. Records expedite cultural revival; (Thornton 1995: 69)

Die Enkulturation der Schallplatte machte es möglich zu Nummern zu tanzen, die in einer anderen Zeit und an einem anderen Ort aufgenommen wurden, wodurch ihr authentischer Charakter für die Szene abermals verstärkt wird.

Ein weiterer Punkt, warum die Schallplatte als authentisches Mittel des Ausdrucks der Clubkultur gesehen wird, ist die Ideologie der unterschiedlichen Musik Genres an sich. Clubkultur in Form der Disco-Bewegung hat sich im Gegensatz zu Rock immer über das Medium Schallplatte definiert und sich dadurch klar von anderen Musikgenres abgegrenzt. Die Disco Ära führte einen Wertewandel innerhalb der „Popmusik“ herbei – plötzlich wurden Schallplatten als das Original angesehen und „live“ Musik war der Versuch diese nachzuahmen (vgl. Thornton 1995: 4). Thornton äußert sich zu der Musikbewegung der 80er Jahren mit folgenden Worten: „*Enculturation is complete and it is „live“ venues that must announce their difference.*“ (Thornton 1995: 29)

Zusammengefasst ist die hohe Bedeutung der Schallplatte in der Clubkultur also eine Verschränkung verschiedener Faktoren:

1. Authenticity involves issues of originality and aura; this value is held most strongly by DJs. Authenticity is about being natural to the community or organic to subculture;
2. The record is an authentic source and the crowd makes it a „living“ culture. DJs bridge the gap in that are professional collectors and players of „originals“ as well as mediators and orchestrators of the crowd, but not to the extent that they seem to embody authenticity (like live music performers);

(Thornton 1995: 30)

2. Medien, Musik, Mediamorphose & Co.

Medien und Musik lassen sich nicht unabhängig voneinander betrachten und stehen seit ihrer Entstehung in einem engen Wechselverhältnis. Die Beziehung zwischen Musik und Medientechnologien existiert dabei auf unterschiedlichen Ebenen. Die Entwicklung neuer Medientechnologien führte zu einer Veränderung des „Kulturschaffens“ sowie einer Anpassung der Technologien an das Kulturschaffen selbst, eine Ko-Evolution von Mensch und Medien.

Kein Antihumanismus, auch keine Kolonialisierung des Menschlichen durch die Technik, sondern eine Perspektive der Hybridisierung, die neue Energien freisetzt. (Hartmann 2003: 41)

Den Beginn dieses Kapitels macht eine Beschreibung des verwendeten Medienbegriffs. Nach einer ersten wissenschaftlichen Einordnung wird das von Alfred Smudits (1990) entwickelte Konzept der „Mediamorphose des Kulturschaffens“ in den Diskurs eingeführt, welches für die nachfolgende Arbeit als theoretischer Rahmen für die geschichtliche Aufarbeitung der DJ- und Clubkultur fungiert. Die theoretische Perspektive dieser Arbeit wird zudem um einen politischen, ökonomischen Ansatz erweitert, da die ökonomischen Rahmenbedingungen wesentlich für die Produktion, Distribution und Konsumation sind.

2.1 Arbeitsdefinition Medien

Der Medienbegriff zeichnet sich ebenso wie der Kulturbegriff durch seine Unschärfe und Komplexität aus. In der kommunikationswissenschaftlichen Literatur wird der Begriff des Mediums bzw. der Medien je nach theoretischer Perspektive unterschiedlich eng bzw. breit ausgelegt, wobei jede Sichtweise einen anderen Blickwinkel auf den Medienbegriff einnimmt und so ihre Gültigkeit hat und bedacht werden sollte.

Zum populären Aufstieg des Begriffspaares „Medium“ bzw. „Medien“, innerhalb der Wissenschaften kam es erst nach dem Zweiten Weltkrieg und zusammen mit dem Aufstieg des Fernsehens innerhalb der Gesellschaft Ende der 60er Jahre (vgl. Hickethier 2010: 20).

Bezieht man sich zunächst auf objektorientierte Sichtweisen können Medien in primäre, sekundäre und tertiäre Medien²⁰ unterteilt werden (Pross 1970: 129). Die Schallplatte würde nach dieser Kategorisierung in den Bereich der tertiären Medien fallen, da sowohl auf Produktionsseite, sowie auf Seiten der Rezeption ein weiteres Gerät (Plattenschneidmaschine bzw. Plattenspieler) benötigt wird. Das Medium Schallplatte, dessen Inhalt das „Medium Musik“²¹ ist, fällt in einen künstlerischen Gestaltungsbereich und gehört zu den „informellen Medien“²² (vgl. Hickethier 2010: 20). Diese Annäherung an das Medium Schallplatte stellt die technischen und objektorientierten Aspekte in den Vordergrund der Analyse, aber

erst ein kommunikationswissenschaftliches Instrumentarium, das imstande ist, mehr als bloß die Funktionsweise der Massenkommunikation zu erfassen, das also für sämtliche historisch identifizierbaren Kommunikationsformen und Medien Gültigkeit besitzt, kann auch als Grundlage einer allgemeineren Theorie der kulturell-künstlerischen Kommunikation dienen. (Smudits 1990: 18)

Will man den Medienbegriff in seiner Komplexität reduzieren und in Bezug zu einem massenmedialen Kommunikationsprozess²³ setzen, eignet sich der Medien-Kompaktbegriff nach Siegfried J. Schmidt (2008), welcher sich auf folgenden vier Ebenen vollzieht:

1. Kommunikationsinstrumente

Materiale Gegebenheiten, die zeichenfähig sind, und zur gesellschaftlich geregelten, dauerhaften, wiederholbaren und gesellschaftlich relevanten strukturellen Kopplung von Systemen im Sinne einer spezifischen Sinnproduktion genutzt werden können. (Schmidt 2008: 354)

²⁰ Primärmedien (Menschmedien), Sekundärmedien (Schreib- und Druckmedien), Tertiärmedien (Elektronische Medien).

²¹ Der hier gewählte Zugang an den Medienbegriff ist sehr breit gefächert und angelehnt an das von Mc Luhan, in seinem Buch *Understanding Media – Die magischen Kanäle* (1964), entwickelte Medienverständnis. Im Sinne von Marshall Mc Luhan ist der Inhalt jedes Mediums ein neues Medium (vgl. Mc Luhan 1995: 22).

²² Informelle Medien werden nicht primär durch gesellschaftliche Organisationen, wie Rundfunkanstalten, Fernsehunternehmen etc. gestaltet, sondern durch Konventionen die innerhalb einer Kultur tradiert werden.

²³ Prozessstufen der medialen Kommunikation: Produktion, Distribution, Rezeption/ Nutzung, Weiterverarbeitung.

2. Medientechnologien/ - techniken

Ein Prozesszusammenhang, welcher durch das technische Dispositiv geprägt ist, und in Produktion, Distribution, Rezeption/Nutzung und Weiterverarbeitung zum Ausdruck kommt. Die Grundlage zur Verwendung von Technologien ist die kulturelle Integration und Routinisierung der notwendigen Kompetenzen (vgl. Schmidt 2008: 354ff.)

3. Sozialsystemische Komponente

Die gesellschaftliche Durchsetzung eines Kommunikationsinstrumentes und der erforderliche Aufbau einer Medientechnologie sind gebunden an die Herausbildung der sie tragenden sozialen Einrichtungen [Labels, Schallplattenvertriebe, DJ Szene], deren Stellung in der Gesellschaft wiederum die Lösungen ökonomischer, rechtlicher, politischer und sozialer Probleme erfordert (Schmidt 2008: 355).

4. Medienangebote

Medienangebote sind die Verstrickung der genannten Prozesszusammenhänge, wobei die zur Verfügung stehenden Medienangebote abhängig sind von Produktion, Distribution, Rezeption/Nutzung und Weiterverarbeitung, welche wiederum eingebettet sind in die gesamtgesellschaftlichen Strukturen (vgl. Schmidt 2008: 355). Eine Sichtweise, die sich mit der politischen Ökonomie der Medien deckt und in Kapitel 6 näher beleuchtet wird.

Wie schon zuvor beschrieben sind Medien ein über Aktanten gesteuerter wechselwirksamer Zusammenhang aus Kommunikationsmitteln, Medientechnologien, sozialen-systemischen Institutionen/ Organisationen und Medienangeboten (vgl. Jacke 2009: 42).

2.2 Musik und Medien – Audioarchive im Wandel

Die Tatsache, dass *Kunst* und *Medien*, bzw. *Kunst* und *Kommunikationstechnologien* miteinander zu tun haben, wurde lange Zeit nicht gebührende Beachtung geschenkt. Die Gründe dafür sind vielfältig, zum Teil sind sie unter dem Aspekt des *Primats der Technik*, zum Teil unter dem Aspekt der *Autonomie der Kunst* zu behandeln. (Smudits 1990: 10)

Die Kommunikationswissenschaft behandelt diese Thematik eher spärlich, ungeachtet der Tatsache, dass Musikmedien Bestandteil jeder Kultur sind und Künstler, zu denen auch DJs zählen, in oder mit diesen technischen Medien arbeiten.

Musik als kulturell-technisches Medium beinhaltet „kulturelle Information“ in Form von „Normen, Werten, Habitus“ (vgl. Grossmann 2005: 241) und ist abhängig von kulturellen, geographischen, ökonomischen und historischen Komponenten. Musik als Inhalt kann daher nur in Bezug auf das Medium, mit welchem es verknüpft ist, gesehen werden, da dieses immer auch Deutungsprozesse hervorbringt und nicht nur als neutraler Übermittler fungiert (vgl. Wendlandt 2008: 5).

Die Mediengeschichte von Musik manifestiert sich in der Entwicklung unterschiedlicher Kulturtechniken, welche durch die Verschriftlichung von Musik ihren Anfang nimmt. Die erste historische Begegnung zwischen Musik und Medien ist demnach das Notationspapier, das auch gleichzeitig den ersten Tonträger darstellt.

Notenschrift und Notendruck wurden im abendländischen Kulturprozess zum zentralen Medium, in dem sich die mehrstimmige Musik entfaltete. (Imort 2009: 556)

Die Symbiose von Musik und Medien ist somit so alt wie die Medien selbst. Das Notationspapier ermöglichte Musikstücke zu wiederholen bzw. zu reproduzieren, bis zu diesem Zeitpunkt war Musik ein ausschließliches live Erlebnis. Heute sind die Medien im Zeitalter der Digitalisierung angekommen mit weitreichenden Folgen für die Musik und ihre Trägermedien. Hand in Hand mit der technischen Weiterentwicklung der Trägermedien fanden auch neue Wiedergabegeräte ihren Weg in die DJ-Kultur. Seit der Erfindung des ersten Phonographen bis hin zur Audio CD und digitalen

Kompressionsformaten ist die DJ- und Clubkultur ständigen Veränderungen unterworfen. Dabei ist eine „temporale Verkürzung der Gesamtentwicklung“ (vgl. Faulstich 2004: 23) technischer Trägermedien in der DJ-Kultur festzustellen.

2.3 Mediamorphosen des Kulturschaffens

Medientechnische Umbrüche wandeln die Gesellschaft und der Wandel der Gesellschaft bringt neue medientechnische Entwicklungen hervor. Es besteht eine Interdependenz von Kultur bzw. Kunst und Technik. Insbesondere im Bereich der DJ-Kultur/ Popkultur und ihrer Clubmusik lassen sich Irritationen von Traditionen auf verschiedenen Ebenen feststellen:

- Mikroebene: Veränderungen in einzelnen Songs oder Tracks (Singles)
- Mesoebene: Ein Wandel von Band- bzw. Projekt Karrieren (Wandel der Rolle des DJs)
- Makroebene: Wandel in ganzen Strömungen (DJ Szene)

Durch diesen Wandel ändern sich nicht nur Stile von Kunst, sondern es wechselt das, was – zumindest im Nachhinein und auch da noch inadäquat – überhaupt jeweils als Kunst bezeichnet werden kann. (Kapner 1987: 87)

Vor allem die DJ Szene verdeutlicht, wie sich eine ganze Kultur durch neue Technologien immer wieder neu erfindet. Die Beschaffung und Aufführung von Musik innerhalb der Szene ist dabei mit bestimmten Kulturtechniken (technologische Konzepte/ Nutzung, Gebrauch) verknüpft, die sich im Laufe der Kulturgeschichte entwickelt haben, und als dynamischer Prozess aufgefasst werden können.

Dieser Effekt der Transformation kultureller Kommunikation durch neue Kommunikationstechnologien wird auch als Mediamorphose bezeichnet. Das Konzept der Mediamorphose fällt in einen mediensoziologischen Rahmen, wo Medien als Mittel zur Produktion und Verbreitung verstanden werden.

Der Begriff der Mediamorphose wurde in den 80er Jahren erstmals vom Wiener Musiksoziologen Kurt Blaukopf in den wissenschaftlichen Diskurs eingebracht. Die Wortschöpfung, die eine Metamorphose (von Musik), welche durch Technik ausgelöst und ermöglicht wird, bezeichnet, soll den Gesamtprozess widerspiegeln, der alle Elemente der kulturell-musikalischen Kommunikation umfasst (vgl. Sperlich 2005: 3). In Bezug auf den Wandel von Musikkommunikation können dabei folgende Punkte zusammengefasst werden, die durch die neuen Technologien betroffen sind:

- Die Anpassung der musikalischen Darbietung an die technischen Bedingungen der Aufzeichnung und Wiedergabe.
- Die qualitative Veränderung der musikalischen Mitteilung durch den spezifischen Mechanismus von Aufnahme und Wiedergabe.
- Die dadurch bedingte Veränderung der Rezeption der musikalischen Botschaft.

(Blaukopf 1996: 185)

Mediamorphosen umfassen also den ganzen Bereich der kulturellen Kommunikation auf Ebene der Produktion (Motive des Produzenten bzw. DJs, Produktionsweisen, Produktionsästhetik, ökonomische Aspekte der Produktion), Distribution (Motive der Vertriebe, Distributionsabläufe, Distributionsästhetik, ökonomische Aspekte der Distribution), Rezeption (Motive der Konsumenten, Rezeptionssituation, Rezeptionsästhetik, ökonomische Aspekte der Rezeption), sowie der Weiterverarbeitung (Motive der Weiterverarbeitung, Weiterverarbeitungsästhetik, ökonomische Aspekte der Weiterverarbeitung) und provozieren ganz spezifische Sensibilitäten bei ihren Aktanten (Produzenten, Distributoren, Rezipienten, Nutzern) und die damit einhergehenden Kompetenzen:

- Wandlungssensibilität (Anpassungsfähigkeit)
- Komplexitätssensibilität (Reduktionsfähigkeit)
- Kontingenzsensibilität (Entscheidungsfähigkeit)

(Jacke 2009: 70)

Das Konzept der Mediamorphose wurde später von Alfred Smudits um die “Produktivkrafttheorie der Medien” weiterentwickelt, sowie inhaltlich ausgeweitet (vgl. Smudits 1990: 72ff.).

Bei dem von Smudits vorgelegten Ansatz, handelt es sich um eine Theorie der Technikfolgenabschätzung der Kunst und Kultur. In möglichst knappen Worten gefasst würde die Vorstellung Umberto Eco’s, dass jede Veränderung der kulturellen Werkzeuge in der Menschheitsgeschichte eine tief reichende Krise des überkommenen oder geltenden Kulturmodells auslöst [Eco 1984], wohl am besten Thema und Inhalt dieser Theorie (...) beschreiben. (Harauer 2003: 1)

2.3.1 Produktivkrafttheorie der Medien/ Kommunikationstechnologien

Als Produktivkräfte einer Gesellschaft wird der Stand technologischer Entwicklungen einer Gesellschaft verstanden (vgl. Smudits 1990: 91). Diesem Verständnis zufolge sind Medien (Kommunikationstechnologien) Produktionsmittel, und die Fähigkeit damit umzugehen drückt sich durch die Beherrschung der verwendeten Codes aus. Dabei werden Technologien und Techniken oft gegen ihre Gebrauchsanweisung verwendet, was eine Umdeutung und Rekontextualisierung von Medien/ Codes mit sich bringt (vgl. Jacke 2009: 47). Die Faktoren Produktionsmittel/ Arbeitsvermögen und Medien/ Codes sind untrennbar miteinander verbunden, beeinflussen sich wechselseitig, entwickeln sich aufgrund ihrer Abhängigkeit zueinander parallel und unterliegen einer historischen und gesellschaftlichen Prägung.

2.3.2 Mediamorphosen des Kulturschaffens nach Smudits

Der soziale Wandel des Kulturschaffens durch Kommunikationstechnologien bestreitet verschiedene Ebenen der Transformation, was wiederum zu unterschiedlichen Formationen von Mediamorphosen führt (vgl. Sperlich 2005: 20) Durch die Ausweitung des Konzepts ergeben sich verschiedene historische und gattungsspezifische unterscheidbare Erscheinungsformen, aus denen sich fünf zentrale Mediamorphosen des Kulturschaffens ergeben:

- **Erste graphische Mediamorphose bzw. schriftliche Mediamorphose**
Ausgangspunkt für die Entstehung der ersten graphischen/ schriftlichen Mediamorphose ist das Aufkommen von Schriftzeichen, sowie die Erfindung von Papyrus, die eine Standardisierung der schriftlichen Kommunikation und die Entwicklung einer einheitlichen Notenschrift mit sich bringt (vgl. Sperlich 2005: 27).
- **Zweite graphische Mediamorphose**
Eingeleitet wird diese Phase von gesamtgesellschaftlichen Veränderungen (Urbanisierung, Handelskapitalismus, Arbeitsteilung/ Zeitökonomie, Aufschwung des Bürgertums etc.) und technischen Entwicklungen wie dem Buchdruck (vgl. Smudits 1990: 107f.).
Musikbereich: Mechanische und massenhafte Reproduktion von Notationen. Produktivkraft: Buchdruck/ Notenschrift – Beginn: Mediatisierung (vgl. Smudits 1990: 112f.).
- **Erste technische - chemisch-mechanische Mediamorphose**
Die Zeit der Wende vom 19. zum 20. Jahrhundert ist durch kommunikationstechnische Innovationen auf allen Ebenen geprägt. Zu den wichtigsten technischen Entwicklungen zählen Edison`s Phonograph (1877), Berliner`s Grammophon (1888), Schellack Platten (1897), Mikrophon und Röhrentechnik (1925), LP (1948) etc. (vgl. Smudits 1990: 136). (s. Kapitel 3)
- **Zweite technische - elektronische Mediamorphose**
Die elektronische Mediamorphose ist durch Mediatisierung und Kommerzialisierung gekennzeichnet (vgl. Smudits 1990: 152). Kulturschaffen entwickelt sich in Richtung “Ökonomisierung der Ästhetik” (Kunst wird zur Ware und verliert an kulturellem Wert, nicht jedoch an Markt- und Tauschwert) - Das Wirtschaftssystem bedient sich dabei zunehmend künstlerischer Ästhetik (vgl. Sperlich 2005: 32). (s. Kapitel 4)

- **Dritte technische - digitale Mediamorphose**

Die technische Voraussetzung für die Dritte und bis jetzt letzte Phase ist die Digitalisierung von Kommunikation und Information mit Hilfe eines binären Codes. Während Fidler (1997) den Beginn dieser Phase bereits im beginnenden 19. Jahrhundert verortet, beginnt für Smudits die digitale Mediamorphose erst in den 70er Jahren mit der Erfindung der ersten Computer (vgl. Sperlich 2005: 38). Dieser Abschnitt ist durch einen rasanten gesellschaftlichen Wandel gekennzeichnet, welcher durch technische Innovationen an Beschleunigung gewinnt (vgl. Smudits 1990: 44). (s. Kapitel 5)

Während das Anfangsstadium der Mediamorphosen des Kulturschaffens durch den Transport alter Inhalte über neue Kommunikationstechnologien geprägt ist, verändern Mediamorphosen im Laufe der Zeit gesamte Beziehungsgefüge innerhalb der Kommunikationskultur (vgl. Sperlich 2005: 3). Mediamorphosen sind demnach „*Funktionen als auch Initiatoren gesamtgesellschaftlicher Veränderungen.*“ (Smudits 1990: 46)

In Anlehnung an Smudits Theorie der „Mediamorphose des Kulturschaffens“ führt Sperlich (2005) die Theorie der „digitalen Mediamorphose des Musikschaftens“ ein, um die Auswirkungen der digitalen Mediamorphose auf die Musikdistribution, welche heute durch eine Vielzahl an physischen und nichtphysischen Formaten gekennzeichnet ist, darzustellen. Kennzeichnend für die digitale Mediamorphose ist, dass der materielle Träger immer weiter in den Hintergrund rückt und „unphysische“, digitale Musik zunehmend an Bedeutung gewinnt. Dadurch entsteht ein neuer Typus des Musikschaftens, der als „Cultural Entrepreneur“ bezeichnet wird, und im engen Zusammenhang mit der Zugänglichkeit zu digitalen Produktions- und Distributionsmedien steht (vgl. Sperlich 2005: 1). Musikschaftende, zu denen auch die DJs gezählt werden können, übernehmen im digitalen Zeitalter eine Vielzahl neuer Funktionen (Manager, Promoter, Vertreiber, Netzwerker etc.), wodurch sich das Arbeitsfeld immens ausweitet (vgl. Sperlich 2005: 2ff.).

Neben Smudits befasste sich auch Roger Fidler (1997) mit dem Mediamorphosenansatz. Seine Theorien sind besonders in Bezug auf die Enkulturation neuer Medien von Interesse.

2.3.3 Mediamorphosenansatz von Roger Fidler

Der Ansatz des amerikanischen Kommunikationswissenschaftlers zur Mediamorphosis ist mit Smudits Aussagen durchaus vergleichbar, auch wenn Fidler gesamtgesellschaftliche Veränderungen durch neue Kommunikationstechnologien in den Mittelpunkt der Analyse stellt. Fidler (1997) beschreibt sechs Prinzipien, die Sperlich (2005) auf das Feld der Musik umlegt, und so brauchbar für diese Arbeit macht (vgl. Sperlich 2005: 21).

1. Koevolution und Koexistenz

Kommunikationstechnologien koexistieren und entwickeln sich innerhalb eines expandierenden, komplexen und anpassungsfähigen Systems. Neue Technologien beeinflussen die bereits vorhandenen Medienformen.

2. Mediamorphosen

Neue Medien sind eine Transformation alter Medien, wobei alte Medien dazu neigen, sich an die neuen anzupassen bzw. sich weiterzuentwickeln.

3. Propagieren

Neue Medien setzten Charakteristiken alter, akzeptierter Medien fort, indem bestimmte Eigenschaften durch neue Codes ersetzt werden.

4. Überleben

Passen sich alte Medien den neuen Gegebenheiten nicht an bzw. entwickeln sich nicht weiter, sterben sie früher oder später aus.

5. Chance und Notwendigkeit

Neue Medien werden nicht automatisch in eine Szene integriert, sondern müssen bestimmte Anreize und Ansprüche erfüllen.

6. Verzögerte Annahme

Neue Medien werden meist erst nach einer längeren Zeitspanne erfolgreich in einer Szene implementiert.

(Sperlich 2005: 21f.)

3. DJ - und Clubkultur in der chemisch-mechanischen Mediamorphose

Die chemisch-mechanische Mediamorphose ist geprägt durch eine Vielzahl technischer Innovationen, welche die Voraussetzung für die Entwicklung einer DJ-Kultur darstellen und zugleich als DIE historischen Meilensteine der DJ Instrumente einzustufen sind. Das Paléophon, der Phonograph, das Grammophon und letztendlich die Schallplatte als Mittel zur medial auditiven Konservierung und Reproduktion von Musik (vgl. Schramm 2009: 97) markieren den Beginn der analogen Ära und sind bestimmend für die DJ-Kultur dieser Zeit.

Die chemisch-mechanische Mediamorphose wird von der technischen Tonaufzeichnung eingeläutet und endet mit der technischen Ausreifung der Schallplatte (Ende des Zweiten Weltkriegs). Auf soziokultureller Ebene nimmt diese Phase ihren Anfang mit den ersten Radiopionieren und erreicht ihren Höhepunkt mit dem Aufkommen der Disco-Bewegung und dem Rollenwandel vom Radio DJ hin zum Club DJ bzw. Turntablisten.

3. 1 Technische Ebene - Medientechnologie

3.1.1 Der Beginn der technischen Reproduktion des Schalls

Bevor man sich mit der Reproduktion des Schalls auseinandersetzen konnte, musste man zunächst einen Weg finden, Töne auf Trägern (Zylinder, Russpapier) einzufangen. Zu den wichtigsten Pionieren, welche sich mit den technischen Tonaufzeichnungssystemen auseinandersetzten, gehören: Thomas Young, Wilhelm Eduard Weber und Edouard Léon Scott de Martinville, der mit seinem „Phono-Autograph“ (1855) erstmals eine menschliche Stimme auf einen Träger bannte (vgl. Wyer 2006: 20f.). 1877 entwickelte der französische Dichter und Erfinder Charles Cros eine Maschine namens „Paléophon“, ein Gerät, welches dem später von Berliner entwickelten Grammophon schon sehr nahe kam. Cros gelang es jedoch nicht, seine Baupläne in die Praxis

umzusetzen, und so kam ihm Edison mit der Erfindung des Phonographen sowie der Patentanmeldung zuvor (vgl. Reichardt 1962: 98).

Seit dem Juli 1877 können Töne – richtig konserviert – in die Ewigkeit gerettet werden. Mit diesem Datum fängt die Geschichte für den DJ und seinen kleinen elektronischen Homunkulus an. (Poschardt 2001: 224)

Als historischer Vorläufer der heutigen Schallplatte ist die von Thomas Alva Edison (1847-1932) erfundene Phonographenwalze (1877) zu nennen. Eine rotierende Walze, welche mit Zinnfolie beschichtet war und per Handkurbel angetrieben wurde. Ursprünglich war die Erfindung nicht für die Wiedergabe von Musik gedacht, sondern sollte als Ersatz für den Stenographen bzw. als Diktiergerät fungieren.

Der Phonograph ermöglichte sowohl eine Aufnahme als auch die Wiedergabe akustischer Signale. Für die Aufnahme wurde das Schallsignal mittels Trichter eingefangen und an eine Membran, welche einen Schneidestichel in Bewegung versetzte, übertragen (vgl. Büchele 1999: 11). Zu den größten Problemen des von Edison gewählten Verfahrens zählten:

- Klangqualität und Dynamik der Aufnahme waren nur eingeschränkt brauchbar, da Nebengeräusche auf den ersten Zinkaufnahmen zu gravierend waren.
- Aufgrund des hohen Eingangswiderstandes der Zinnfolie, konnten Signale mit geringem Pegel (Stimme, Piano etc.) kaum aufgezeichnet werden.
- Die bespielten Walzen konnten nicht kopiert bzw. in größeren Auflagen vervielfältigt werden.
- Gleichlaufschwankungen waren aufgrund der Handkurbel unumgänglich.

(vgl. Schneider 2009: 35; Büchele 1999: 11)

Aufgrund dieser Nachteile wurde die Technik zu Beginn ihrer Einführung nur eingeschränkt ernst genommen und die Schallplatte landete in den Regalen von Spielzeuggeschäften. Zudem scheiterte der kommerzielle Vertrieb am hohen Preis der Schallplatte.

Trotz der anfänglichen Schwierigkeiten und dem Problem, dass die Erfindung nur eingeschränkt für die Wiedergabe von Musik verwendet werden konnte, legte Thomas Alva Edison den Grundstein für die Konservierung und körperliche Verwertung von musikalischen Werken. Die technische Reproduzierbarkeit von Geräuschen nimmt hier ihren Beginn und läutet ein neues Zeitalter der Musik ein, das mittlerweile ein gutes Jahrhundert Musikgeschichte umfasst.

Durch die Entwicklung dieser ersten Aufzeichnungsmedien verweist Kittler auf die Unsterblichkeit von Kulturen (vgl. Kittler 1986: 8), was in Bezug auf die Clubmusik als kulturelles Gut durch die digitale Mediamorphose jedoch revidiert werden kann (s. S. 131f.).

3.1.2 Die Geburt der Schallplatte

Alexander Graham Bell und Charles Sumner Tainter griffen die Erfindung von Edison auf und entwickelten diese um eine Wachswalze, einen beweglichen Stift sowie einen Elektromotor weiter. Der schöpferische Einfall erhielt den Namen Graphophon (1886). Die Zinnfolien-Walzen wurden gegen Wachs beschichtete Walzen ausgetauscht, womit sich die Klangqualität erhöhte. Wachs als Träger ermöglichte es zudem eine feine Schicht abzuhebeln, um die Walzen erneut zu bespielen (vgl. Reichardt 1962: 98). Beim Wachsabgussverfahren wurden Schallwellen in die Wachsschicht gespritzt und zugleich mit einer Wasser-Alkohol-Lösung überspült, um so die restlichen Wachspartikel zu entfernen.

Der erste Schritt hin zu einem brauchbaren Trägermedium war getan. Die technische Errungenschaft des akustischen Aufnahmeverfahrens, ermöglichte es Emil Berliner im Jahr 1887 sein Patent zum „Verfahren und Apparat für das Registrieren und Wiederhervorbringen von Tönen“ (vgl. Büchele 1999: 11) anzumelden. Dies war zugleich die Geburtsstunde des Grammophons und der kreisrunden Scheibe namens: Schallplatte!

Auch Edison's Phonograph, mit den dazugehörigen Walzen, wurde parallel weiterentwickelt, doch auf langfristige Sicht konnte sich diese Technologie gegenüber der Einfachheit der Bedienung, der Platz sparenden Lagerung und

der höheren Lautstärke der Schallplatte des Grammophons nicht durchsetzen (vgl. Reichardt 1962: 99f.).

Ab 1890 verwendete man für die Herstellung der Schallplatte anstelle von Zinkblech Hartgummi (vgl. Büchele 1999: 11). Nach verschiedenen Experimenten mit unterschiedlichen Hartgummimischungen wurde im Jahr 1896 schließlich die Schellackplatte durch Emil Berliner eingeführt. Sie bestand aus einer Mischung aus Schellack, Gesteinsmehl, Ruß und Pflanzenfasern (vgl. Büchele 1999: 13). Im Sinne von Wicke wird Musik ab diesem Zeitpunkt zur „phonographischen Kunst“ (vgl. Wicke 2009: 49). Die Klangqualität konnte abermals verbessert werden und die Verwendung der Verwendung einer Seitenschrift anstelle der Tiefschrift²⁴ brachte weitere Vorteile mit sich (vgl. Reichardt 1962: 7f.).

Die eigentliche Schallplatte, auf der die Rille in Seitenschrift als Spirale von außen nach innen läuft (in der Patentschrift gegen den Uhrzeigersinn!) wurde Berliner erst 1895 patentiert (...). Das Patent auf das über eine Kurbel und Zahnräder angetriebene Grammophone für das Abspielen von horizontal rotierenden Schallplatten folgte im Sommer 1896 (...). (Schneider 2009: 39)

Die hier patentierte Verfahrensweise ermöglichte es, Platten endlos zu vervielfältigen. Ein Problem an dem Edison, Bell und Tainter lange Zeit gescheitert waren.

Die Implementierung von Federwerk und Elektromotor sorgte für eine verbesserte Wiedergabequalität in Bezug auf den Gleichlauf und wirkte sich positiv auf die kommerzielle Verbreitung aus. Ebenso verkaufsfördernd war die Gründung der „Deutschen Grammophon Gesellschaft“ durch Berliner und seinen Bruder Joseph im Jahr 1889. Der Werbefeldzug für das Grammophon startete mit dem Slogan „His Masters Voice“ und dem heute noch weltbekannten Bild, des Hundes „Sniper“, der in den Trichter eines Grammophons sieht (vgl. Reichardt 1962: 102f.).

²⁴ Als maßgeblicher Unterschied der beiden Schriftarten ist die bessere Dynamik (hohe Frequenzen wurden hörbar) der Seitenschrift zu nennen. Durch horizontale Ausprägung der Information in die Rille, können störende Knistergeräusche reduziert werden (vgl. Reichardt 1962: 7f.).

Die Schallplatte gewann zunehmend an Popularität und erstmals konnten namhafte Künstler (Fedor Schaljapin/ Enrico Caruso etc.) für das neue Trägermedium gewonnen werden (vgl. Büchele 1999: 14). Weitere Aufnahmen mit berühmten Musikern folgten und die Schallplatte wurde, trotz Abwehrhaltung von Seiten der PLL (Phonographic Performance Limited) sowie der MU (Musicians' Union) (vgl. Thornton 1995: 38), als ernsthaftes Trägermedium wahrgenommen. Sie entwickelte sich ab diesem Zeitpunkt schnell zum Verkaufsschlager und fand ihren Weg von den Spielzeuggeschäften in die Musikgeschäfte.

Records were selectively enculturated into music culture: they moved from the private to the public sphere, from background accompaniment, to specially featured entertainment, from minor occasions to momentous events, from modest locations to prominent places. (Thornton 1995: 34f.)

Dass sich das Medium Schallplatte derart rasant entwickeln konnte, ist ebenfalls auf das verwendete Matrizensystem (Vater-Mutter-Sohn-Prinzip) bei der Plattenproduktion zurückzuführen, ein entscheidender Faktor, der dazu führte, dass sich die Schallplatte gegenüber den Walzen durchsetzen konnte. Der Pressvorgang dauert mit dieser Technik ca. 20-50 Sekunden, wobei ca. 500-1000 Stück mittels einer einzigen Matrize gepresst werden können, bevor der „Sohn“ ausgetauscht werden muss, um mögliche Qualitätsverluste zu vermeiden (vgl. Schatter 1973: 14).

Mit der steigenden Popularität und der zunehmenden Adaption des öffentlichen Raumes durch die Schallplatte fühlten sich dennoch viele Live Musiker bzw. Bands zunehmend bedroht. Die Musicians' Union übernahm die Aufgabe sich für die Anliegen der Musiker einzusetzen. „*The Union reinforced its legislative efforts with „propaganda“ about the superiority and authenticity of live music*“ (Thornton 1995: 35). Der Erfolg des Radios und mit ihm der Aufstieg der Schallplatte führte zu einer Hetzkampagne von Seiten der MU gegen die Schallplatte. Man befürchtete, dass das neue Medium die Live Musik zu Grabe tragen würde. Mit Hilfe der PPL versuchte die MU, den Aufstieg der Platte zu unterbinden (vgl. Thornton 1995: 38). Dieses Handeln führte jedoch nicht zu dem gewünschten Erfolg.

Licensing restrictions were the driving force behind one of the first examples of the production of records specifically for public dancing. (Thornton 1995: 39)

Restriktionen von Seiten der PPL wurden umgangen und der Aufstieg des Mediums konnte trotz „Anti-Schallplatten-Kampagnen“²⁵ nicht aufgehalten werden.

Die ersten kommerziellen Jahre der Schallplatte waren somit keine einfachen. Die Reaktionen auf das neue Medium verdeutlichen dabei einen Trend, welcher sich seither durch die Mediengeschichte zieht. Eine Abwehrreaktion gegenüber technischen Innovationen, welche vor allem dem Kunstbereich systemimmanent zu sein scheint.

3.2 Sozikulturelle Ebene - DJ Szene

3.2.1 Die Urform des DJs

Die DJ-Kultur, mit ihrer nun mehr als hundertjährigen Geschichte, nimmt ihren Anfang mit dem Beginn des Hörfunks. In der populärwissenschaftlichen Literatur (vgl. Brewster/ Broughton 2006: 28; Poschardt 2001: 42), gilt **Reginald Aubrey Fessenden** (1866-1932) daher als „Urvater des DJs“, der im Jahr 1906, unverschlüsselte akustische Signale (Sprache und Musik/ 1900 erste Sprachübertragung) über den Äther schickte (vgl. Schramm 2009: 89). Für dieses Ereignis, welches in die Geschichtsbücher eingehen sollte, wählte der kanadische Erfinder den Weihnachtstag aus. Das Signal, welches von Brant Rock (Massachusetts) gesendet wurde, konnte von den mit Funkgeräten ausgestatteten Schiffen im Atlantik empfangen werden und beinhaltete folgendes:

He made a short speech explaining what he was doing, read the Bible text "Glory to God in the highest and on earth peace to men of good will" and played a few solos on his violin, together with some singing, which he admits "was not very good." In between all this, he became the world's first disc jockey, because he also played records over the airwaves. (Brewster/ Broughton 2006: 29)

²⁵ „Records were a grave thread, a serious danger and an ever-present menace to the livelihood of the musician.“ (Thornton 1995: 42).

Lee de Forest entwickelte in etwa zeitgleich zur ersten Radiübertragung die „Audion – Röhre“, eine Vakuumröhre, mit der die Sende- und Klangqualität von Sprache und Musik deutlich erhöht werden konnte. 1916 startete er seine eigene Radiosendung in New York, welche sich aus Schallplattenaufnahmen und Ankündigungen zusammensetzte (vgl. Schramm 2009: 90).

Die Erfindung des Radios in Amerika führte bald dazu, dass sich immer mehr Amateure und Laien, unter denen sich auch einige DJs befanden, dem „neuen“ Medium zuwandten und zu maßgeblichen Weiterentwicklungen der Technik beitrugen. Die damalige Zeit war geprägt von innovativen Geistern und einer regen Radiomarkt Entwicklung. Die 20er Jahre waren die goldenen Jahre des Radios und das Medium wurde zur wichtigsten Quelle des Musikkonsums. Die Person des Radio DJs gewann dabei zunehmend an Bedeutung.

3.2.2 Der Ursprung der DJ-Kultur: Der Radio DJ

Charles Herrold (1875-1948) gehört zu den Avantgardisten der Radioszene und wird auch gerne als „America’s first broadcaster“ bezeichnet. Von 1909 bis 1917 sendete er mit Hilfe seiner Studenten von der Universität aus erste regelmäßige Radiosendungen, welche mittels Kristalldedektorenempfänger empfangen werden konnten (vgl. Adams/ Greb 2011: s.p.). Bald sollten ihm weitere Radiomacher folgen.

Bereits im Jahr 1911 ging der erste „Full-time-DJ“ **Dr. Elman B. Meyers** in New York City „on Air“ (vgl. Poschardt 2001: 44). Er gestaltete ein zusammenhängendes achtzehnstündiges Radioprogramm, in dem er ausschließlich Schallplatte spielte. Seine Frau **Sybil True** startete nur zwei Jahre später ihre eigene Radioshow, namens „The Little Ham Programm“ (1913), mit der sie vor allem junge Hörer durch ihre Plattenauswahl erreichen wollte. Sie borgte sich die Schallplatten vom benachbarten Plattengeschäft aus, in dem die Zuhörer am nächsten Tag die gespielten Titel kauften (vgl. Brewster/ Broughton 2006: 30f.).

Schon bald wurde klar um welches mächtiges Instrument, es sich beim Medium Radio handelte und welches wirtschaftliche Potenzial dahintersteckte. Erwartungsgemäß dauerte es nicht lange bis die erste kommerzielle

Radiostation, KDKA (1920) in Pittsburgh, ihr Programm aufnahm. Der Gründer von KDKA, **Dr. Frank Conrad** (1874-1941), schon während des ersten Weltkriegs ein begnadeter DJ, gehörte zu den Ersten, die Hörerwünsche entgegennahmen und so das Publikum aktiv werden ließen. Nach dem ersten Weltkrieg stieg die Hörserschaft von Conrads Musiksendung kontinuierlich an und die Plattenläden der Region verzeichneten einen Anstieg, der am Abend zuvor gespielten Platten (vgl. Brewster/ Broughton 2006: 30f.) Dieses Verhalten der Zuhörer verdeutlicht abermals den Einfluss, den der DJ schon zur damaligen Zeit auf das Kaufverhalten ausübte, welches sich bereits bei „The Little Ham Programm“ abgezeichnet hatte. Da die Radio DJs von der Plattenindustrie als ernsthafte Konkurrenz gesehen wurden, verweigerten sie ihnen die Versorgung mit Promotion Platten. Erst mit der Entstehung von BBC Radio änderte sich dieses Verhalten.

In the 1930, argues Frith, radio was central to the new process of record-selling and star-making which came with the shift in the commodity status of music: The form of that commodity was irrevocably altered from live to recorded performance, from sheet music to disc, from public appearance to public broadcast – and it's control passed from one set of institution (music publishers, music hall and concert promoters, artists and agents) to another record companies, the BBC, stars and managers. (Frith 1987: 288, zit. in Thornton 1995: 36)

3.2.3 Die populistischen DJs

Nachdem sich eine erste Radio DJ Szene entwickelte, kam es zu einem Rollenwandel des DJs. Einer der treibenden Kräfte in dieser Phase war **Martin Block** (1903-1967) „Urvater aller populistischen DJs“ (Poschardt 2001: 50) und Moderator zahlreicher Radiosendungen. Vor allem eine machte ihn berühmt, um in die Geschichte der wichtigsten Radiomoderatoren und DJs einzugehen: „Make Believe Ballroom“ (1935).

Ziel seiner Radiosendung war es, den Zuhörern das Gefühl eines Live-Konzertes zu vermitteln, indem er damals noch mittels Schellackplatte, Musiktitel eines einzigen Musikers aneinanderreihete und dazwischen Interviews mit dem jeweiligen Künstler führte. So erzeugte er die Illusion, als wäre er in einem Ballsaal und die besten Bands der Nation würden ein Konzert

geben. Da die Schallplatte damals noch den Ruf hatte eine billige Imitation einer Live Band zu sein, versuchte man mit derartigen Mitteln das Medium zu vertuschen. Ein Verhalten welches sich jedoch bald ändern sollte.

Capitol Records war die erste Plattenfirma die das Potential, welches sich hinter der Sendung von Martin Block verbarg erkannte und ausnutzte (vgl. Brewster/ Broughton 2006: 33). Die Plattenfirma versorgte seine Sendungen mit Interviews, Stars und vor allem den neuesten Platten. Nicht ohne Hintergedanken, denn die Musiktitel die Block in seiner Sendung spielte wurden zu Hits und kurbelten den Plattenverkauf an, was zudem eine Personalisierung des DJs mit sich brachte. Des Weiteren führte diese Anerkennung durch die Plattenindustrie dazu, dass die Tätigkeit des DJs als Profession akzeptiert wurde (vgl. Brewster/ Broughton 2006: 31).

Auch wenn Block mit dieser Art von Radiomoderation berühmt wurde, war der eigentliche Erfinder dieses Sendungstypus **Al Jarvis**. Er begann bereits 1932 von Los Angeles aus, Platten so aufzulegen, dass die Audienz das Gefühl hatte, einem Konzert beizuwohnen. Block perfektionierte das Konzept lediglich, und erlangte damit Berühmtheit (vgl. Brewster/ Broughton 2006: 35f.).

Einer der Gründe hierfür ist auf sein Verkaufstalent zurückzuführen. Egal worum es ging, mit seiner vertrauten Radiostimme konnte er alles verkaufen. Seine simplen und doch eingängigen Werbesprüche für Lucky-Strike- („Lucky Strike Means Fine Tabacco“) und Chesterfield-Zigaretten („Always Buy Chesterfield“) galten als Meilensteine des medialen Marketings (vgl. Poschardt 2001:48; Brewster/ Broughton 2006: 38).

Blocks Erfolg war ein perfektes Beispiel für das, was Horkheimer und Adorno als das Verschmelzen von Reklame und Kulturindustrie bezeichnen. (Poschardt 2001: 49)

Prinzipiell kann festgestellt werden, dass die Ursprünge der DJ-Kultur mit jenen der Radio Stationen in Amerika ihren Anfang nimmt, auch wenn Mitte der 20er Jahre in Europa Rundfunkstationen gegründet wurden - blieb Amerika das Land der Radioavantgarde und somit Zentrum der aufstrebenden DJ-Kultur. Innerhalb eines Jahres (1922) wuchs die Anzahl der offiziellen Radiostationen von knapp 100 auf ca. 600 an, die ca. 1000 Amateurradios, nicht mit eingerechnet (vgl. Schramm 2009: 91).

Die Urphase der DJ-Kultur ist dadurch gekennzeichnet, dass erstmals ein Individuum versucht mittels zuvor produzierten Musikstücken mit einer anonymen Masse zu kommunizieren. Diese Radiopioniere können in Musikliebhaber (DJs) und jene der Technikinteressierten (Erfinder) unterschieden werden.

In den 50er Jahren, wird mit Alan Freed und Rock'n'Roll eine neue Phase der DJ-Kultur eingeläutet.

3.2.4 Zum musikalischen Übergang in die technische Mediamorphose

Der Rhythm and Blues (R&B), später auch Rock'n'Roll genannt, kann als musikalischer Übergang zur technischen Mediamorphose eingestuft werden. Mit dem Aufkommen des Rock'n'Roll in den USA wurde die Schallplatte immer mehr zum Medium der Clubkultur hochstilisiert, da die Entwicklung des neuen Sounds ohne die Schallplatte unmöglich gewesen wäre. Grund hierfür war unter anderem die Tatsache, dass die Musiktradition in eine „weisse“ und eine „schwarze“ gespalten war und das Studio, in dem die Platten aufgenommen wurden, die einzige Möglichkeit darstellte um zusammen zu musizieren. Bei Rock'n'Roll handelte sich um eine musikalische Weiterentwicklung, die der MU ein Dorn im Auge war.

The British Union, however, did not just champion performance over recording; it tended to promote certain kinds of music over other. Their discourses and contractual agreements actually reinforced the natural association of certain music genres, like rock'n'roll and later soul, with records. (Thornton 1995: 43)

In enger Verbindung mit Rock'n'Roll steht der Name **Alan Freed** (1921-1965), welcher maßgeblich zur Implementierung dieses subkulturellen Musikstils in der breiten Masse beitrug. Er brachte den schwarzen „R&B“ an die weiße Gesellschaft. Für viele ist er daher auch der Prototyp des „White Negro.“²⁶

Um das zu vermeiden, was Freed das rassistische Merkmal der alten Bezeichnung nannte, verzichtete er auf den Ausdruck R&B und erfand dafür den Terminus Rock'n'Roll. Ob sich Freed diesen Begriff wirklich

²⁶ „White Negro“ ist eine Bezeichnung die auf Norman Mailer zurückgeht. Er bezeichnete damit die Übernahme schwarzer Lebensstile von Weißen (Vgl. Mailer 1957).

ausgedacht hat oder einem Song von 1947 entliehen hat, ist umstritten. (Poschardt 2001: 61)

Die Person Albert James Alan Freed (1921-1965), der auch unter dem Künstlernamen „Moondog“ bekannt war, wurde durch seine Radiomoderation und als musikalischer Avantgardist unsterblich. Die Figur des DJs, verkörpert durch Alan Freed, konnte in dieser Phase an öffentlicher Popularität zulegen. Freed ist für viele daher der Inbegriff des ersten „Star-DJs“, wobei er durch seinen Nebenjob als Schauspieler zusätzlich Öffentlichkeit lukrieren konnte, was sich positiv auf seine musikalischen Anliegen auswirkte.

Während Martin Block den DJ in Amerikas kollektiven Bewusstsein etablierte und Alan Freed ihm zu der Rolle eines musikalischen Agitators und Trendsetters mit Starruhm verhalf, war es Murray the K, der das Image des DJs mit dem des Popstars vergleichbar machte. (Poschardt 2001: 76)

Das besondere an **Murray the K** war sein eigenwilliger Sprachstil, vermischt mit den unterschiedlichsten Toneffekten, der seine Show „Murray the K and the Swinging Soiree“ zu einem besonderen Highlight machte. Er verstand es sich selbst zu inszenieren und sein prominentes Umfeld half ihm dabei, immer im Mittelpunkt der Gesellschaft zu stehen. Jedoch gilt er, im Gegensatz zu Allan Freed, nicht als Innovator von neuen Musikstilen, sondern mehr als Verwalter von Hits. Murray the K verpasste dem DJ ein neues Image, *der den Mainstream als Background für seine Selbstinszenierung nutzte.*“ (Poschardt 2001: 80f.)

Die Personen Alan Freed sowie Murray the K prägen die Übergangsphase zur elektronischen Mediamorphose und den neuen Disco Helden. Die Schallplatte dringt mit der Rock'n'Roll Bewegung immer weiter in die Gesellschaft vor, in den Clubs dominieren jedoch die Live Bands. Reine Plattenabende werden lediglich zu Beginn der Woche abgehalten bzw. erfüllte der DJ eine Art Lückenfüller Funktion zwischen den verschiedenen Live Auftritten (vgl. Thornton 1995: 44). Die Degradierung des DJs ist unter anderem auf die Payola Affäre zurückzuführen.

3.2.5 Die Payola Affäre

Payola steht für die Abkürzung „pay to play“ und stand für die Bestechung von DJs von Seiten der Platten Firmen.²⁷ Dass der DJ als Opinion Leader des öffentlichen musikalischen Geschmacks fungierte, kristallisierte sich bereits zu Beginn seiner Entstehung heraus. Gekauft wurde das, was die bekanntesten DJs in ihren Sendungen spielten, daher mussten die Plattenfirmen diese für sich gewinnen.

Im Zuge des Prozesses (1959) wurden rund zweihundert Personen angeklagt, über eine Viertelmillion an Bestechungsgeld eingesteckt zu haben, die meisten von ihnen waren in der Musikindustrie tätig. Unter den Angeklagten befanden sich auch zwei der einflussreichsten DJs dieser Zeit: Alan Freed und Dick Clark. Während man bei Clark Dick von weiteren strafrechtlichen Abstand hielt, nahm Alan Freed eine Art Sündenbock Funktion für die innovative DJ Szene ein (vgl. Mühlenhöver 1999: 41).

In retrospect, the investigation was less an inquiry into financial misdeeds, more a crusade against the unrestricted influence of the disc Jockey – here personified by Freed. (...) He was a clear example of how much power a DJ can wield, and an even clearer example of the lengths to which the establishment will go to curb that power. (Brewster/Broughton 2006: 47f).

Freed setzte sich für die Ausbreitung eines Musikstils ein, der damals als schmutzige Kultur in Form des R&B bezeichnet wurde, was natürlich nicht allen in seinem Umfeld gefiel. Er wurde in zwei Fällen schuldig gesprochen, musste eine Geldstrafe zahlen, verlor dadurch seine Radio- und Fernsehsendungen und somit auch sein hohes Ansehen in der Gesellschaft (vgl. Poschardt 2001: 65). Die Reaktion der Radiostationen auf den Payola Skandal war unter anderem die Einführung von Hitparaden-Formaten.

²⁷ Auch vor der Dominanz des DJs im Radio, wo Live-Bands die Sendungen dominierten, wurden Künstler zwar dafür bezahlt, bestimmte Titel zu singen, die sie in weiterer Folge populär machten. Der Begriff Payola wurde aber erst mit dem Untersuchungsausschuss, der das Problem der DJ-Bestechung erstmals publik machte, ins Leben gerufen (vgl. Brewster/Broughton 2006: 46). Heute wird der Begriff für alle Bestechungsversuche in der Medienbranche verwendet.

3.2.5 Formatradio und TOP - 40 Radio

Die Idee, die beliebtesten Musiktitel in aufsteigender Reihenfolge zu präsentieren wurde bereits in den 30er Jahren geboren, aber erst der Payola Skandal führte zum Durchbruch dieses Formates.

Mit dem Aufstieg des Format Radios verlor der DJ seine Opinion Leader Funktion bzw. seine „Position als Geschmacksdiktator“ (vgl. Poschardt 2001: 51) und die Sendungen wurden mit Jukebox-Hits und den meistverkauftesten bzw. am häufigsten gespielten Musiktiteln gefüllt. Die Erstellung dieser Hitlisten war jedoch von Anfang an umstritten und oft nicht nachvollziehbar. Somit bleibt die Frage offen, in wie weit der Payola Skandal letztendlich wirklich zu einer Behebung der Korruption in der Musikindustrie beigetragen hat, denn die Jukeboxes mussten ja auch von irgendjemanden gefüllt werden. Nichts desto trotz, die Sendungen waren erfolgreich und die Idee der Hitparaden-Formate bald über ganze Sender gestülpt.

Wie erfolgreich diese Art von Radio war, beweiste die Verdreifachung der Einnahmen aus dem Plattengeschäft von 1954 bis 1959 (vgl. Poschardt 2001: 56). Die DJs moderierten zwar nach wie vor die Sendungen, aber der persönliche Geschmack blieb dabei ausgeblendet. Sie unterlagen dem Geschmack der Massen, ihre Funktion als Musikinnovatoren hatte innerhalb dieses Formats keinen Platz. Die Interessen der Werbeindustrie dafür umso mehr. Die DJs wurden zu Hitverwaltern degradiert. Diese Entwicklung führte dazu, dass viele DJs zu kleineren Radiostationen wechselten, wo sie ihre persönliche Note einbringen und neue Musikstile vorstellen konnten. Daraus resultierten, ein „Mainstream-Radio“ sowie ein „Anspruchsvolles-Radio“.

3.2.6 Zur Entwicklung der afroamerikanischen DJ-Kultur

Abseits der „weißen“ DJ-Kultur formt sich zeitgleich eine überaus kreative „schwarze“ Radio DJ Szene.

The ideological categories of black and white define the main axes of authenticity within dance music. Of course, these categories have little to do with the actual colour of the people making the records; rather they are two discourses about the value of dance music. (Thornton 1995: 72)

Beide haben ihren authentischen Anspruch und doch war die Herangehensweise an die Musik eine andere. Im Gegensatz zu ihren weißen Kollegen übernahmen die DJs der Black Community auch eine politische Leitfunktion. Eine Tendenz die später in der Hip-Hop Szene durch Africa Bambaata (Zulu Nation²⁸), als Vordenker schwarzen Bewusstseins, ihren Höhepunkt erreicht.

Die ersten Radioprogramme, die „Race-Musik“²⁹ (R&B, Gospel, Jazz) spielten, gingen in den 20er Jahren „on Air“. Es sollte jedoch weitere 20 Jahre dauern bis die erste Radiostation, die ausschließlich im Besitz von Afroamerikanern war, gegründet wurde. Zwar drängen ab den 30er Jahren zunehmend schwarze DJs in den DJ Markt vor, der Anteil dieser Gruppierung an der Gesamtszene bleibt jedoch marginal, wie die Zeitschrift „Ebony“ 1947 herausfand. Demnach waren von den rund dreitausend DJs, lediglich sechzehn afroamerikanischer Herkunft (vgl. Brewster/ Broughton 2006: 40).

WDIA, auch “The Mother Station of Negroes” genannt, ist der erste offizielle Radiosender, der 1948 von Afroamerikanern für Afroamerikaner ins Leben gerufen wird. Der schwarzen Radiorevolution dieser Zeit ist es zu verdanken, dass sich die afroamerikanischen DJs erstmals zu ihrer Hautfarbe bekannten (vgl. Poschardt 200: 87f).

Spätere Superstars wie Rufus Thomas oder B.B King begannen ihre Karriere als DJs bei WDIA. Ebenso sehen viele hier den Ursprung von Rap-Musik, da die schwarzen DJs eine eigene Art und Weise entwickelten das Programm zu moderieren (vgl. Stansbury 2011: s.p.).

Eine Mischung aus Scat, der die Stimme als Klanginstrument in die Musik einführte, und aus abenteuerlustigen Jives-Texten voller Übertreibung und Sinnlosigkeiten. (Poschardt 2001: 88)

Diese neue, erfrischende Art der Radiomoderation erfreute sich großer Beliebtheit und die weiße DJ Gilde versuchte diese besondere Kunst ebenfalls zu erlernen. Eine Entwicklung die die unterschiedliche Herangehensweise an die Musik ebenfalls verdeutlicht.

²⁸ Von Africa Bambaata gegründete Organisation (Ende der 70er Jahre).

²⁹ Die Verwendung des Begriffes „Race-Musik,“ spielt dabei auf den afroamerikanischen Hintergrund des Künstlers an.

The black tradition, maintains a key interest in vocals and, in certain subgenres funky instrumentation. The white dance tradition exchanges fidelity to the body for the romance of technology. (Thornton 1995: 73)

Die Übernahme derartiger kulturspezifischer Elemente wurde „Broadcast blackface“ genannt und hatte das Ziel, das kaufkräftige, junge Publikum sowie die Black Community für sich zu gewinnen. Die DJs wurden als „White Negro Disc Jockeys“ bezeichnet (vgl. Brewster/ Broughton 2006: 43). Dieser Trend verdeutlicht, den kreativen Einfluss der schwarzen DJ-Kultur auf die ganze Szene, auch wenn in den Geschichtsbüchern nur sehr wenig darüber zu lesen ist (vgl. Poschardt 2001; Brewster/ Broughton 2006). Aufgrund des ständig wachsenden Einflusses kam es zur Gründung der afroamerikanischen DJ-Organisation „National Association of Radio Announcers for Black DJs,“ deren Aufgabe es sein sollte einen Dialog zwischen den weißen Radiobesitzern und den schwarzen DJs einzuleiten. Eine Wunschvorstellung die jedoch an der Realität scheiterte (vgl. Poschardt 2001: 97). Abgesehen von derartigen Misserfolgen, schafften es auch DJs mit afroamerikanischen Wurzeln in die Anekdoten der DJ Geschichte einzugehen, deren Namen an dieser Stelle ebenfalls erwähnt werden sollten:

Den Aufzeichnungen zu Folge, gilt **Jack L. Cooper** als erster schwarzer Radio DJ der Geschichte, welcher bereits 1928 „on Air“ ging. Bald folgte seine eigene Radiosendung mit dem Titel „The All Negro Hour“ auf WSBC. Zu seinen schwarzen Wurzeln stand er jedoch bis zum Ende nicht (vgl. Brewster/ Broughton 2006: 40). **Al Benson** aka the Ole Swingmaster, der auch als „Godfather of Black Radio“ bezeichnet wird versuchte im Gegensatz zu seinen Kollegen nicht, seine weißen DJ Kollegen zu imitieren, sondern bewusst seinen besonderen Slang zu verkaufen. Bald gehörte Benson zu den reichsten und einflussreichsten Männern Amerikas, sowie der DJ Szene selbst. (vgl. Walton 2007: s.p.). **Douglas 'Jocko' Henderson** aka The Ace From Outer Space (1918-2000) gilt als „Urahn des Rap's.“ Er beherrschte die Kunst, Musiktitel mit Hilfe von Reimen (Talking Jive) anzukündigen, wie kein anderer seiner Zeit (vgl. Wilkinson 2009).

Jocko and similar nutters showed that the radio DJ could be a creative artist in his own right, not just a comedian or a companion but a vocalist, a poet. (Brewster/ Broughton 2006: 43).

Als bedeutendster Aktivist der schwarzen Radio DJ Szene geht **Jack 'The Rapper' Gibson** ein. Seine Sendung "Jack the Rapper's Mello Yello" (1949) kann als die älteste und bekanntesten Radiosendung für „black music“ genannt werden (vgl. Brewster/ Broughton 2006: 44).

Die hier aufgezählten DJs galten wie ihre weißen Kollegen als „Personality-DJs“ doch mit einer neuen Ära des schwarzen Rundfunks - Ende der 60er Jahre war der „*schwarze Radio DJ als Kultfigur, Musikinnovator, Hipster, Poet, Politiker und Visionär*“ (Poschardt 2001: 97) tot. Die schwarzen DJs begannen sich der weißen DJ-Kultur unterzuordnen, obwohl sie als Innovatoren auf dem Gebiet des Radio DJs gegolten haben und Institutionen wie die „National Association of Radio Announcers for Black DJs“ genau das Gegenteil bewirken sollten.

Zur gleichen Zeit, Ende der 60er, Anfang der 70er Jahre wurde in dunklen, schwarzen Schwulenclubs ein neuer DJ-Typus geboren, der die Radio DJs in den Schatten stellen und die Musikgeschichte umschreiben sollte: der Club- bzw. Disco-DJ war geboren. (Poschardt 2001: 97)

Die Vorgeschichte der heutigen DJ-Kultur ist amerikanischen Ursprungs, auch wenn sich diese in eine „schwarze“ (Innovatoren) und eine „weiße“ Szene (Imitatoren) aufspaltet - eine Tatsache die bis in die 70 Jahre nicht nieder gebrochen werden konnte.

3.2.7 Zur Entwicklung der jamaikanischen DJ-Kultur

Die DJ Szene, wie wir sie heute kennen, hat verschiedene Echokammern und eine der wohl interessantesten und einflussreichsten ist die Popmusik der Insel Jamaika. Das Schneiden von Dubplates und der Einbezug des MCs³⁰ als Partner des DJs sind nur zwei Dinge die stilprägend für die gesamte DJ Szene waren. Schon während des zweiten Weltkriegs sorgten die hier stationierten

³⁰ Master of Ceremony.

amerikanischen Matrosen für einen ersten Kontakt der Jamaikaner mit Jazz und Blues, eine Begebenheit die schnell dazu führte, dass sich ein florierendes Secondhandgeschäft, mit Platten aus Amerika entwickelte.

Der DJ lebt als Parasit von alten Platten, um dann aber zum Künstler zu werden, der aus dem alten Material neue Produkte schafft. Er wählt den Weg des Genies- und wird Produzent. Mit dem was er vom Boden aufließt und was niemandes Aufmerksamkeit erregt hat. (Poschardt 2001: 208)

Die jamaikanische Gesellschaft konnte sich mit dem amerikanischen R&B sehr gut identifizieren und mit der Zeit kam ein neuer musikalischer Stil Namens „Rudie Blues“ hervor. Dabei handelte es sich um rohe, jamaikanische R&B Instrumental-Versionen, die von ansässigen Bands eingespielt wurden. Zu diesen Instrumental-Versionen reimten DJs live in einem Stil, welchen sie sich von den amerikanischen Radiomoderatoren abschauten. Die frühen Rudie Blues Platten bestanden einerseits aus einer „Talk Over“ (Übersprechen der Platte in einem besonderen Slang) Version und andererseits aus einer „Dub“ (Instrumental) Version (vgl. Poschardt 2001: 158ff.). Diese Art der Musikproduktion:

- kann als Urform des Remix gesehen werden
- stellt den Beginn der Copyright Frage an Musiktiteln dar und
- bildet den Einstieg des DJs in die Musikproduktion.

Der Jamaikaner **Osbourne Ruddock aka Tubby** gilt als musikalischer Pionier, der Instrumental- und Gesangsparts eines Stücks auf verschiedene Platten getrennt aufnahm und damit herumspielte. Tubby begriff Musik als Rohmaterial, welches man auseinanderpflücken, dekonstruieren und verfremden konnte (vgl. Rohleder 2003: s.p.). Neben den ersten Gehversuchen von DJs in der Musikproduktion, wird eine neue Art der Plattenproduktion ins Leben gerufen, in Form der Dubplate. Es handelt sich dabei um exklusive und einmalige Pressungen (meist 10“ Platten) die explizit für bestimmte Soundsysteme (s. S.57) aufgenommen werden.

Thornton (1995) spricht in Bezug auf den Besitz von Dubplates auch von einer Erhöhung des subkulturellen Kapitals, aufgrund deren exklusiven Charakters (vgl. Thornton 1995: 68). Die Dubplate Kultur kann somit als die erste Form der „Disc Cultures“ gesehen werden und trägt einen erheblichen Teil dazu bei, dass die Schallplatte einen derart hohe Stellung in der späteren Clubkultur einnimmt.

Von Beginn an machte der Besitz von exklusiven Tunes (Lieder), welche zuerst aus Amerika importiert wurden (später Selbstproduktionen - wie Rudie Blues bzw. Dubplates), den Unterschied aus, daher entfernte man auch den Labelaufdruck der Platte, um die Exklusivität zu wahren. Der daraus entstehende Konkurrenzkampf um die besten Tunes kann als begünstigend für die Entwicklung der sog. Sound-Clashes³¹ angesehen werden.

Mit der Entwicklung der Soundsysteme wurde zeitgleich ein anderer „Clash“ hervorgerufen. Die Grenzen der „upper class“ wurden durchbrochen und nun war es zum ersten Mal auch Menschen aus der „lower class“ möglich, den Lyrics zu lauschen, die bis dahin nur auf Konzerten, die ausschließlich in den überbezahlten Touristenzentren stattfanden, gespielt wurden. Bunny Goodison, Besitzer und MC des Soul Shack Soundsystems, spricht in Verbindung mit Soundsystemen von „a black phenomenon, a poor people’s phenomena,“ wobei die Besitzer von Soundsystemen meist aus der gehobenen „middle class“ kamen, da es sich um eine sehr kostenintensive Anschaffung handelte und dies den Privilegierten vorbehalten blieb (Bunny Goodison, zit. in Stolzoff 2000: 41ff.). Es handelte sich also um Leute der Bourgeoisie: Geschäftsmänner, hochrangige Polizisten, Angestellte der Regierung, Gangchefs usw., daher wurden Soundsysteme zur Verbreitung politischer Ideologien genauso verwendet, wie für kommerzielle Werbezwecke. Die Idee der Soundsystem Kultur manifestierte sich vor allem durch Medienangebote, in Form von Filmen wie z.B.: „Harder They Come“ (1972), „Rockers“ (1978) oder „Babylon – Dread Beat an‘ Blood“ (1980).

³¹ Hierbei handelte es sich um eine Art Wettbewerb wo zwei Systeme gegeneinander antreten. Die richtige Plattenselektion (Singles bzw. Dubplates) und die perfekte Präsentation dieser ist ausschlaggebend dafür wer die Gunst des Publikums erlangt und so „King of the Night“ wird.

3.3 Sozialesystemische Institutionalisierung - Clubkultur

3.3.1 Die europäische Vorgeschichte der Clubkultur

Der Club ist die Schnittstelle zwischen Händler und Kunde, zwischen Produzent und Konsument, zwischen anonymer Industrie und individuellen Bedürfnissen. Ein Ort zwischen diversen Polen: Zeitlich bewegt man sich in Clubs zwischen Tag und Nacht (und Tag), zwischen Arbeit und Schlaf; sachlich und räumlich zwischen Privatem und Öffentlichem und sozial zwischen Alleinsein, Freundeskreis und intimer Anonymität (man kennt sich) sowie zwischen Bei-sich-Sein (nüchtern) und Aus-sich-Sein (ekstatisch). (Jacke 2009: 208f.)

Schon zu Beginn des 20. Jahrhunderts entwickelte sich in den westeuropäischen Metropolen eine erste Freizeit- und Unterhaltungskultur, welche stark vom afro- bzw. lateinamerikanischen Repertoire geprägt war (vgl. Mühlenhöver 1999: 15).

Schallplatten und Tanzstile wie der Boston, der Onestepp, der Foxtrott oder der Quickstepp hielten Einzug in die Gesellschaft und boten eine gute Gelegenheit sich zu treffen, Musik zu hören und zu tanzen. Die neuen Tänze und die dazugehörige Musik der zwanziger Jahre wurden aus dem englischen Sprachraum importiert und führten zu einem Boom im großstädtischen Nachtleben. Infolge dessen, kam es zu einer Vermehrung der damaligen Tanzlokale, in denen Besuchern, neben Musik auch Kleinkunst- und Revuenummern dargeboten wurden. Für die musikalische Beschallung waren zu Beginn der Clubkultur noch Orchester unterschiedlicher Größe zuständig. Der Music Club zählte aber seit seiner Entstehung zu jenen Orten,

an denen regelmäßig auf ganz unterschiedliche Art konsumiert und kommuniziert wird, wobei beide Handlungstypen durch Medienangebote rund um den Nukleus Musik motiviert werden. (Jacke 2009: 215)

Die prägenden Musikstile für die Clubkultur der 20er Jahre waren: Funk, Swing und Jazz. Es handelte sich dabei nicht nur um unterschiedliche Musikstile, sondern auch um ein spezielles Lebensgefühl, welches maßgeblich darauf Einfluss hatte, dass sich überhaupt eine Art Clubkultur entwickeln konnte. Die Bedeutung des englischen Wortes Club – *„(often followed by together) to gather or become gathered into a group; to unite or combine*

(resources, efforts, etc.) for a common purpose“ (Malbon 1999: 37) impliziert dabei die soziale Ebene des Phänomens.

Nach einer ersten florierenden Phase der Clubkultur wird diese mit dem Beginn des zweiten Weltkriegs erschüttert. Erste Sanktionen gegen die nicht-artistische Lebensweisen werden verhängt und Tanzverbote ausgesprochen.

Swing's biggest names were African-American and Jewish, and the Music itself was characterized as wild and hedonistic – a far cry from the National Socialists emphasis on youth conformity to national-cultural ideals. (Williams 2011: 114)

Auch wenn die Betroffenen erfinderisch waren und Möglichkeiten fanden, die verhängten Verbote zu umgehen, entwickelte sich die Clubkultur zu diesem Zeitpunkt nur langsam weiter.

Abseits der zensierten Tanzveranstaltungen waren neue Jugendkulturen (z.B.: Swinger) aktiv, welche Tanzveranstaltungen in Garagen und Hinterhöfen abhielten und so die Bewegung am Leben erhielten. Der Grundgedanke, welcher den Gruppierungen gemein war, war die „Rebellion gegen die gängige Popkultur“ (vgl. Hoetzel 1998: s.p.). Erst mit dem Ende der deutschen Besatzung blühte auch die Clubkultur wieder auf und erste richtige Discotheken konnten sich entwickeln.

3.3.2 Der jamaikanische Beitrag zur Clubkultur

Die jamaikanischen DJs, welche in engem Zusammenhang mit dem Soundsystem zu sehen sind, zeichneten sich durch eine Auswahl der neuesten Schallplatten und deren möglichst eloquente Anpreisung durchs Mikrofon aus. Soundsysteme konnten (und können auch heute noch) als Discos für „ärmere“ Gesellschaftsschichten („lower class“) gesehen werden, welche sich den Eintritt zu den meist überteuerten Live-Reggae-Konzerten nicht leisten konnten. Die Entwicklung der Soundsystem Kultur in Jamaika entwickelt sich kongruent mit jener der französischen Disco-Bewegung und gilt daher ebenfalls als Vorläufer der späteren Clubkultur. Mit Soundsystem, in ihrer ursprünglichen Definition, ist die jamaikanische Soundsystem-Kultur gemeint. Bei dem Begriff Soundsystem handelt sich um ein Subsummarium von

Mensch und Technik – ein Set aus Plattenspieler (am Anfang noch Kassettenrekorder), Verstärkern, Lautsprechern, LKWs und Generatoren, sowie den dazugehörigen Soundmitgliedern. Ein Soundsystem könnte man daher auch als mobile Disco bezeichnen.

Für den Beginn der Soundsystem-Kultur, der aufgrund von Desinteresse der jamaikanischen Musikindustrie, nicht genau datiert werden kann, gibt es nur einen ungefähren Zeitrahmen, in dem der Ursprung zu finden sein dürfte.

Laut Stolzoff beginnt die Blüte der Soundsystem-Kultur in den 40er Jahren mit Namen wie Count Nicholas und Count Goody, welche laut Hedlea Jones die ersten Besitzer eines Soundsystemes waren (vgl. Stolzoff 2000: 41). Anfang der 50er tauchten berühmte Namen wie: **Sir Coxone Dodd** (Coxone's Downbeat bzw. Studio One), Duke Reid, Tom the Sebastian et al. auf, die mit Geschick ihr „Unternehmen“ ausbauten und zu einer weltweiten Verbreitung des Phänomens beitrugen. „1950: *The Soundclash contest between Coxson Dodd's "Downbeat" and Duke Reid's "Trojan" gives birth to DJ Battling.*“ (Adaso 2011: s.p.).

4. DJ- und Clubkultur in der elektronischen Mediamorphose

Die elektronische Mediamorphose ist gekennzeichnet durch die Akkommodation der Instrumente an die DJ-Kultur, vorangetrieben von der Szene selbst, sowie einer Implementierung neuer Instrumente. Die Disco Musik und mit ihr der neu aufkommende Stil der DJs, Musik zu präsentieren, ist dabei wegweisend für die nachkommende Generation der Hip-Hop Szene, die zu einer Neudefinierung des DJs führt. Mit der Erfindung der Langspielplatte (LP) und dem Ende der Repressalien durch den Zweiten Weltkrieg löste der DJ die teuren Live Bands ab und die DJ-Kultur wie wir sie heute kennen nimmt ihren Lauf.

Das folgende Kapitel unterteilt sich in zwei Bereiche. Der erste Abschnitt ist der Disco-Bewegung, ihren Koryphäen und den daraus entstandenen Einfluss auf die DJ- und Clubkultur gewidmet. Der zweite Teil gibt einen kurzen Einblick in die Geschichte der Hip-Hop Szene und deren neue Art und Weise ein Medium abseits des klassischen Gebrauchs zu verwenden.

Die soziokulturelle Ebene ist das bestimmende Element dieser Phase und die Industrie passt sich der neuen DJ Ästhetik an. Ein Transformationsprozess in Bezug auf das Verhältnis von Kultur und Technik ist bezeichnend für diese Phase.

4.1.1 Technische Ebene - Medientechnologie

4.1.1.1 Die Schallplatte und ihre technische Ausreifung

Das Ende des Zweiten Weltkriegs verhilft der Schallplatte zu ihrer technischen Ausreifung. Diese neuen Standards hoben die Ausweitung der Frequenz³² von 30Hz bis 8000Hz an. Mit der Markteinführung der Langspielplatte³³ (LP) im Jahr 1948 (GER 1951/ GB 1950) kam es zum endgültigen Durchbruch der Schallplatte und zeitgleich wurde das Ende der Schellackplatte eingeläutet,

³² Tonhöhe = Zahl der Schwingung in der Sekunde.

³³ 25cm LP – Spieldauer: 15 Minuten pro Seite/ 30cm LP – Spieldauer: 30 Minuten pro Seite bei einer Umdrehungszahl von 33 1/3 bzw. 45 pro Minute.

auch wenn sich diese noch ein Jahrzehnt halten sollte. 1958 stellte die Deutsche Grammophon die Schellackplattenproduktion endgültig ein, EMI hingegen produzierte die Schellackplatte noch bis ins Jahr 1962 (vgl. Büchele 1999: 18).

Im Jahr 1949 kam es, durch die amerikanische Firma RCA Victor, zur Markteinführung der Single-Platte (GER 1953/ GB 1952). Wie die LP bestand sie aus Kunststoff, war nur etwas kleiner mit einem Durchmesser von 17,5 cm und einer Umdrehung von 45. Die Single hatte somit etwa die gleiche Spieldauer, wie die zu diesem Zeitpunkt marktbeherrschende Schellackplatte, mit dem Vorteil des verkleinerten Formats. Etwa zeitgleich mit der Einführung der Single in Deutschland kam die EP = Extended Play³⁴ auf den deutschen Markt (vgl. Büchele 1999: 18f.) - eine Nische die vor allem im Bereich des Klassik-Angebots genutzt wurde. Mit der Einführung der unterschiedlichen Plattenformate setzte sich in den 50er Jahren die stereophone Aufnahmetechnik durch, welche bald als Standard erklärt wurde. Auch im Bereich der Vervielfältigung kam es zu technischen Neuerungen und effizienteren Verfahren (DMM - Direct Metal Mastering³⁵). Heutzutage besteht das Ausgangsmaterial für Schallplatten aus PVC (Polyvinylchlorid).

Nachdem die technischen Standards der Schallplatte implementiert waren, setzte die Blütezeit des Cover-Designs ein. Die Verpackung wurde als Möglichkeit für künstlerische Darbietung gesehen und die optische Vermarktung wurde wichtiger denn je. War die Verpackung zu Beginn der Schallplatte eher Mittel zum Zweck, investierte die Industrie nun sehr viel Geld in die Gestaltung von Schallplattenhüllen. Ebenso gab es erste Versuche die Schallplatte selbst, durch die Beigabe von Farbbeimischungen auffälliger zu gestalten, um diese vom Rest des Angebots abzuheben (vgl. Büchele 1999: 25). Durch diesen Mehrwert einer Schallplatte wird das Medium immer mehr zum Kultobjekt stilisiert.

³⁴ Durchmesser: 17,5 cm, Umdrehungszahl: 45 UpM, Spieldauer: 8 Minuten pro Seite.

³⁵ Mit dem DMM kann der Umweg bei der industriellen Produktion über „Väter“ und „Mütter“ vermieden werden, indem der Schnitt direkt auf einer Edelstahlplatte aufgebracht Kupferschicht vollzogen wird. Durch diesen Vorgang erhält man auf direktem Weg das „Masterpiece“.

4.1.2 Soziokulturelle Ebene - DJ Szene

4.1.2.1 Die Helden der Disco-Ära

Den Helden der Disco-Ära und deren intensiver Auseinandersetzung mit der Materie ist es zu verdanken, dass die Szene in dieser Phase einen erheblichen Aufschwung erlebt. Zu den bekanntesten und wichtigsten Vertretern dieser Periode gehören **Terry Noel** und **Francis Grasso**. Sie zählen zu den einflussreichsten Figuren der Disco-Ära und haben die Funktion des DJs nachhaltig verändert. Während Francis Grasso als „*the granddaddy, the pioneer, the first DJ to do what DJs do today*“ (Brewster/ Broughton 2012: 157) bezeichnet wird, gilt Terry Noel als ungekrönter Star der 60er Jahre. „*He was the first superstar DJ though his superstardom didn't stretch beyond the Brooklyn Bridge*“ (Brewster 1998: s.p.). Beide werden in der Literatur als die ersten „Superstar DJs“ bezeichnet, die sich von der Funktion des musikalischen Dienstleisters emanzipierten und den DJ-Mix in einen kreativen, musikalischen Prozess umfunktionierten.

In the forties, the person who played records for public dancing was not seen to possess much technical skills, let alone the industry. Although the MU (Music Union) referred to the services of the public address engineer, it also suggested that the job was simply a question of unskilled supply. (Thornton 1995: 60)

Noel und Grasso ebneten mit ihren neuen Techniken den Weg für die nachfolgende Generation an Discjockeys. Die Akzeptanz des Djings als Handwerk und als stilistisches Mittel zum Ausdruck von Kunst wird hier erstmals von der Gesellschaft wahrgenommen.

Neben diesen beiden „DJ-Helden“ ist der 1992 verstorbene **Larry Levan** zu nennen (vgl. Poschardt 2001: 148). Er entwickelte das Konzept von Grasso und Noel weiter und integrierte einen zusätzlichen Plattenspieler, um so den Mix noch fließender werden zu lassen. Neben dieser stilistischen Weiterführung verfeinerte er seinen Mix um weitere technische Feinheiten, z.B. indem er verschiedene Tonabnehmer (Systeme) angepasst an die jeweilige Uhrzeit

verwendete³⁶. Ebenso bedeutend wie das DJ Equipment waren für Levan die Boxen, die Verstärker und das Ambiente. Mit verschiedenen Geruchsessenzen und Temperaturveränderungen schuf er eine einzigartige Atmosphäre, welche dem jeweiligen Sound, der immer eine infernalische Lautstärke aufwies, angepasst war. (vgl. Poschardt 2001: 148f.). Während Noel und Grasso die handwerkliche Basis schufen, kann Levan als Vater der Clubkultur bezeichnet werden. Im Zuge der Koryphäen Nennung darf auch der Name **David Mancuso** nicht fehlen.

Mancuso discovered and championed scores of classic dance records, he inspired a whole generation of DJs, he completely raised the game as far as club sound reproduction is concerned, and most enduringly he took nightclubs from places for elitist chit chat to somewhere where music was the focus (Brewster/ Broughton 2010: 125)

Mancuso war kein Schöpfer neuer DJ-Techniken, jedoch trug er maßgeblich zur Szene-Entwicklung bei. Zusammen mit Steven D'Aquisito und Vince Aletti 1975 gründete er den ersten DJ-Rekord-Pool (vgl. Poschardt 2001: 113). Die Mitglieder des Pools waren Teil der Organisationselite und wurden von der Schallplattenindustrie mit Promos beliefert. So hatte der DJ immer die exklusivsten Tracks und die Labels einen Promotion Effekt - eine Szene Gegebenheit welche bis heute erhalten geblieben ist.

Das Diskokonzept und damit einhergehend der Aufschwung der DJ-Kultur hat die Szene grundlegend modifiziert. Der DJ übernimmt zusätzliche Aufgaben wie Clubbetreiber oder Produzent und die Szene sichert sich ihren Platz in der Gesellschaft.

Poschardt bezeichnet diese Periode bis Ende der 60 Jahre als erste Form des Deejayens - also das Mischen zweier Platten, um daraus die Kreation von etwas Drittem zu bewirken. (Poschardt 2001: 34).

³⁶ Zu Beginn des Abends benutzte er die billigere Variante von Systemen und zum Ende seiner Sets kamen die teuersten und besten Tonabnehmer zum Einsatz.

4.1.3 Sozialsystemische Institutionalisierung - Clubkultur

4.1.3.1 Die Disco und der eigentliche Beginn der Clubkultur

Disco hat zwei Ursprünge: einen musikalischen und einen sozialtopographischen. Mit anderen Worten: Disco war und ist die Musik und der Ort, an dem die Musik gespielt wird. Disco wurde in den Clubs geboren und nicht in irgendwelchen Studios, und das führte dazu, dass der Ort Disco definiert was die Disco Musik war. (Poschardt 2001: 103f.)

Die Discokultur nimmt ihren Ursprung, Ende des Zweiten Weltkriegs, in Frankreich. Die Bezeichnung „discotheque“, dessen wortwörtlich Übersetzung, Phonotheke/ Plattenarchiv (record library) bedeutet, spielt dabei bereits auf den authentischen Charakter der Schallplatte innerhalb der Clubkultur an. Im Gegensatz zu Deutschland oder Österreich existierten in Frankreich noch Bars, Clubs und Varietés, die Platz boten, um die Clubkultur wieder ins (öffentliche) Leben zu rufen. Die Probleme, die die Betreiber zu bewältigen hatten, waren der Geldmangel, um Musiker bezahlen zu können bzw. die Tatsache, dass durch den zweiten Weltkrieg in etliche Ensembles, Bands und Orchester, Opfer zu verzeichnen waren. So griffen die Lokalbetreiber auf das im Untergrund entstandene DJ Konzept zurück (vgl. Mühlenhöver 1999: 35).

Durch die Einführung der LP, der Verbesserung der Abspielgeräte sowie Verstärker konnte das Problem der zum damaligen Zeitpunkt noch sehr geringen Lautstärke gelöst werden. Diese technischen Entwicklungen verhalfen den Diskotheken sich in der Gesellschaft zu etablieren, und das Aufkommen von Rock'n'Roll trug zu einem weiteren Aufschwung bzw. Popularitätsschub bei. Auch die Schallplatte dringt weiter in die Clubkultur ein und sichert sich allmählich ihren fixen Platz.

The authentication of discs for dancing was dependent on the development of new kinds of event and environment, which recast recorded entertainment as something uniquely it's own, rather than a poor substitute for a real musical event. (Thornton 1995: 51)

Discos waren die Präsentationsfläche für die neuesten Importe aus Amerika und ein Ort des sozialen Austausches, das Konzept Disco boomte.

Um jeweils über den neuesten Stand der Hitparaden informiert zu sein und eine auf das Publikum abgestimmte Musikauswahl treffen zu können, wurde die Institution des Discjockeys geschaffen. Den Begriff entlehnte man den bekannten Radiomoderatoren, die die gleiche Funktion ausübten: Platten auflegen und das Programm moderieren. Die DJs wie sie genannt wurden, gehörten von nun an konstitutiv zur Diskothek dazu. (Mühlenhöher 1999: 36)

Die Discokultur setzt sich bald in ganz Frankreich durch und weitet sich auf die benachbarten Länder aus. Über den Atlantik hinweg bis nach Amerika findet das Konzept immer mehr Anhänger und wird durch neue Musikstile bzw. DJ-Techniken erweitert und erhält seinen Feinschliff.

Die Disco-Kultur stellte sich nicht offensiv gegen die Welt, sondern ignorierte sie und versuchte eine eigene aufzubauen. Eine Grundhaltung, die alle folgenden Dancefloor-Subkulturen prägen sollte. (Poschardt 2001: 25)

Diese Grundhaltung verdeutlicht den Unterschied zu Subkulturen der Vergangenheit, deren Beweggründe hauptsächlich politisch motiviert waren. Für die neuen Szenen ist Musik das zentrale Element und in dreierlei Hinsicht auch das wichtigste Medienangebot des Clubs:

- Erzählmaschinen und Provokation von Anschlusskommunikation (Rezeption von Musikgeschichte auf der Tanzfläche)
- Kommunikationsentlastung (durch laute Musik und die Unmöglichkeit der Kommunikation)
- Soziale Orientierung (Vorgabe musikalischer Trends – Intermediärsfunktion des DJs)

(Jacke 2009: 211)

4.1.3.2 Vorläufer der Clubkultur in Amerika

Der Beginn der Disco-Ära ist zugleich die Reifezeit des DJs und in weiterer Folge der Clubkultur (vgl. Wüstner 2009: 91). Als erste Vorläufer der späteren Clubkultur gelten die “Hops”, “Sock Hops” bzw. “Record Hops”³⁷, welche meist auf Schulgeländen, in Turnhallen oder Garagen abgehalten wurden.

Before record hops, dancing to disc was not a cultural event in itself. The use of records was not highlighted in flyers, listings or advertisements. (Thornton 1995: 52)

³⁷ Schulfeiern auf denen ein DJ Platten auflegte, im Stil der Radio DJs.

Auch wenn zum damaligen Zeitpunkt das Equipment eher spärlich war und kaum Lichteffekte zur Verfügung standen, kamen diese Schulfeiern dem Disco-Konzept schon sehr nahe. Die neuen „Events“ symbolisieren eine neue Jugendbewegung abseits des Mainstreams und der Propaganda gegen das Medium Schallplatte.

Neben diesen Tanzveranstaltungen, die maßgeblich zur Entwicklung des Discokzeptes in Amerika beitrugen, hatte auch die TV Sendung „American Bandstand“ einen erheblichen Einfluss auf die Discoentwicklung. *„In Britain, the American import with a distinct name brought dancing to discs into vogue for the first time.“* (Thornton 1995: 53) American Bandstand ging Anfang der 50er Jahre erstmals auf Sendung und setzte sich hauptsächlich aus gefilmten Auftritten der Künstler zusammen. Später wurden die Filmeinspielungen durch Playbackauftritte ersetzt und mit den neuesten Tänzen abgerundet. Neben dieser Unterhaltungsfunktion trug die Sendung dazu bei, die „schwarze Musik“ für das „weiße Publikum“ salonfähig zu machen (vgl. Szarka 1997: s.p.).

Neben den ersten Tanzveranstaltungen und der Sendung American Bandstand ist es auch den bereits weit verbreiteten Jukeboxen zu verdanken, dass sich das Discokzept sowie die Schallplatte in Amerika durchsetzen konnten. Durch die „coin-operated phonographs“ wurde das Publikum quasi an das neue Medium gewöhnt. Der Stellenwert der Abspielgeräte in der Disco-Geschichte ist daher der eines *„strong influence that was to evolve into an even higher degree of sophistication for patrons – the discotheque.“* (Shannon 1982: 14, zit. in Mühlhoyer 1999: 38) Die größten Hersteller von Jukeboxen, Seeburg, Wurlitzer und Rowe, übernahmen eine innovative Rolle in der Entwicklung des „extended-play“ Formats von Schallplatten. *„A decade before the record companies extended the length of the single with the twelve-inch format.“* (Thornton 1995: 58)

4.1.3.3 Der Durchbruch des Discokzeptes in Amerika

In the early 1960s, the discotheque rendered dancing to discs fashionable in the way the record hop had done a few years before. This time, however, the institution was conceived as a French import and extended it's influence to it's architectural surroundings. (Thornton 1995: 54)

Im Gegensatz zu den Record Hops, die meist in irgendwelchen Sälen oder Hallen abgehalten wurden, zeichneten sich die neuen Discos durch eine besondere Andersartigkeit und Unkonventionalität aus, welche durch das Klientel definiert wurde. Die Disco-Bewegung setzte sich aus den unterschiedlichsten Schichten der damaligen Gesellschaft zusammen. Vertreten waren die High Society, genauso wie homosexuelle oder Vertreter der afro-amerikanische New Yorker Subkultur (vgl. Mühlenhöver 1999: 43ff.)

Im Gegensatz zu den Clubs, in denen sich die Stars herumtrieben (wie dem „Arthur“, „Le Club“ oder „Le Jardin“ im Herzen von New York City), feierte die afroamerikanische Disco-Bewegung in versteckten Clubs im Untergrund, da diese Veranstaltungsstätten oft keine Lizenz für einen gastronomischen Betrieb vorweisen konnten.

Die 60er Jahre waren von einem politischen Aufbegehren der Hippies geprägt, was sich vor allem auf die „Weiße“ Disco-Bewegung“ auswirkte. Viele Discos mussten schließen und es kam zu einem generellen Abschwung, da der eingeforderte politische Anspruch der Jugendlichen an die Musik nicht erfüllt werden konnten. Nicht so bei der afroamerikanischen Subkultur. Die Diskothek nimmt hier die Stellung einer dauerhaften Institution ein - ein Platz der Raum bot, um die von Soul und Funk geprägte Kultur auszuleben.

Neben der afroamerikanischen Szene hatte auch die homosexuelle Disco-Bewegung einen erheblichen Einfluss auf die Clubkultur, die wiederum zur Formung und Stärkung schwuler Identität beitrug (vgl. Poschardt 2001: 115).

Die homosexuelle Szene war bestimmend für die Art und Weise wie in Discos später gefeiert wurde. Der DJ mit seinen Platten stand von nun an im Mittelpunkt jeder Party. Ebenso bemühte sich die homosexuelle Szene darum, ein gewisses Ambiente durch Dekorationselemente zu schaffen, welche heute als feste Bestandteile jedes Clubs gelten. Der Beitrag der schwulen Bewegung zur Clubkultur wurde jedoch bis in die 90er Jahre medial kaum behandelt.

Für die Medien stellt sich der eigentliche Beginn der Discokultur mit dem Erfolg der Bee Gees und John Travolta ein. Den Höhepunkt erreichte die Disco-Ära somit in den 70er Jahren.

1975 wurde aus der Minderheitenkultur „Disco“ DISCO, die Popkultur der mittsiebziger Jahre. Aus einem Subkulturphänomen wurde langsam Pop. (Poschardt 2001: 121f.)

In dieser Zeit schwappte die Disco-Welle, samt Partyfieber und Drogen, innerhalb kürzester Zeit über den Rest der westlichen Welt und führte zu einer großen Anzahl von Neugründungen. Der Discohype und der Aufstieg der Schallplatte wurden von Seiten der Live Musik Befürworter (MU) nach wie vor als ernsthafte Bedrohung wahrgenommen.

Discos were attacked for epitomizing the death of music culture. They were said to be artificial environments offering superficial and manufactured experiences: a slick moving conveyor belt of the best product from the worlds rock factories, relayed by the finest amplification, with a deejay and lights to inject further doses of adrenalin. (Thornton 1995: 43f.)

Während der amerikanische „Disco Sucks“ Diskurs vor allem von rassistischen und homophoben Argumenten dominiert war, spielte die britische Anti-Disco-Bewegung auf den Verfall des guten Geschmacks an (vgl. Thornton 1995: 44). Es bildete sich eine regelrechte Gegenbewegung, welche den Disco-Durchbruch jedoch nicht aufhalten konnte. Der Mythos Disco wurde durch den Club Studio 54 weitergeführt und durch den Film Saturday Night Fever in den Köpfen der Menschen gefestigt.

Die Diskothek als Vergnügungsort blieb populär, das Wort „Disco“ aber war gleichwohl derart stigmatisiert, dass die Einrichtung fortan vermehrt „Club“ genannt und die dort aufgelegte Musik statt „Disco“ als „Dance Music“ klassifiziert wurde. (Mühlenhöver 1999: 66.)

Der Discohype ging schnell dem Ende zu und die meisten Diskotheken wurden in Live-Clubs zurückverwandelt. Inwiefern diese (Zurück) Entwicklung mit der „Keep Music Live“ Kampagne in Verbindung zu bringen ist, ist schwierig zu evaluieren, aber Ende der 70er Jahre dominierten in den Discos wieder Live Bands.

In 1962, Kevin Donavan opened a discotheque called The Place in Hanley near Stoke-on-Trent. Although it had a capacity of five hundred, it received between ten and fifty patrons a night until Donavan started booking live bands. As the owner explains: The good people of Stoke-on-Trent had decided there was no point in paying to hear records that were played on the wireless for nothing (...) We were taught our first major lesson in promotion – give the public what THEY

want. If you want to advance your own ideas, these must be solidly hooked to an established and accepted aspect in order to attract any audience (...) The format was decided, we would become a Discotheque which also provided live music. (Kevin Donovan 1981: 14, zit. in Thornton 1995: 44)

Die Schallplatte und das Phänomen Disco war Ende der 70er also an ihrem Tiefpunkt angekommen und neue Subkulturen wie die Hip-Hop Szene, und mit ihr neue Techniken Platten zu präsentieren, formten sich. Die Geschichte von Disco ist also 1979 keineswegs zu Ende, da sie auf alle weiteren musikalischen Entwicklungen einen erheblichen Einfluss hatte, was die nachfolgenden Musikbewegungen der 80er und 90er Jahre (vgl. Poschardt 2001: 150), sowie die Verwendung zahlreicher Samples dieser Zeit nur allzu gut verdeutlichen.

Der Übergang zu dieser neuen Phase der DJ- bzw. Clubkultur hat zur Implementierung des „Remixes“ geführt, eine Gebrauchsmusik und später eine eigene Kunstform, welche aufgrund der Person des DJs ins Leben gerufen wurde. Zudem findet eine noch intensivere Auseinandersetzung mit dem Plattenspieler als Werkzeug statt und ein Anstieg der Produzenten unter den DJs ist zu verzeichnen.

By the middle 1980s, the temporal organization of performance and recorded entertainment had been reversed: live music was relegated to the beginning of the week when profit margins were not expected to be as high, while DJs and discs were the main attraction at the weekends. (Thornton 1995 :45)

Die Anzahl der Discotheken, in denen zu Schallplattenmusik getanzt wird, steigt mit den Musikrichtungen Hip-Hop und Techno kontinuierlich an, während sich die Live Bands zunehmend davon distanzieren. Live Musik innerhalb der Clubkultur spielt ab diesem Zeitpunkt nur mehr eine marginale Rolle und die Schallplatte tritt ihren Siegeszug als dominantes Medium der Clubkultur an.

4.1.3.4 Die Medienprodukte der Disco Bewegung: Der Remix & die 12“ Single

Das musikalische und materielle Vermächtnis der Disco DJs sind der Remix und die 12“ Single. Die Implementierung der 12“ Single ist das erste Medienprodukt, welches sich aus der DJ-Kultur heraus entwickelt hat. Legten DJs bis zu Einführung noch mit 7“ Singles auf, erhöhte sich die Spielzeit sowie die Soundqualität mit der 12“ Single erheblich.

Die Bässe klangen fetter, die Hi-Hats feiner, die Vocals klarer. Dem Feinschliff der Produzenten stand jetzt ein Medium gegenüber, dass die kleinen Unterschiede hörbar machte und in den Clubs das Musikerlebnis noch eindrucksvoller werden ließ. (Poschardt 2001: 128)

In den 70er Jahren wird die 12“ Single zum Standardprodukt der großen Plattenfirmen, die Idee hierfür stammte von der DJ Gilde, allen voran Tim Moulton, der auch als „father of remixing“ (vgl. Brewster/ Broughton 2010: 135) bezeichnet wird.

The American DJ had been mixing seven-inch copies of the same record for prolonged play. He began recording his mixes, editing them on reel-to-reel tapes, then playing them in the clubs. When this recordings were transferred to vinyl, the extended remix was born. Record labels became involved when they realized that discotheques were sufficiently widespread to make catering to them with special vinyl product a promotional necessity. (Thornton 1995: 59)

Während in der Disco-Ära das Konzept der Clubkultur modifiziert wird, ist der Remix ein neues stilistisches Mittel der DJs. Poschardt (2001) schreibt in Bezug auf den Remix, dass es sich hierbei um die zweite wichtige DJ Kunst handelt (vgl. Poschardt 2001: 25) „*So, the practice of dancing to discs began to affect the design of the record itself.*“ (Thornton 1995: 58)

Der DJ wird zum Autor und greift aktiv in die Produktion ein. Die Produktion von Disco Musik ist dabei ganz auf die Bedürfnisse des Publikums (nach pausenlosem Tanzen) und den Ansprüchen des DJs (Platte als DJ Tool mit endlosen Rhythmuspassagen) abgestimmt. Das eigentliche Musikstück wird beim Remix seiner eigentlichen Struktur entrissen und es kommt zu einer ästhetischen Dynamik. Passagen wurden ausgebaut, Vocal Parts

herausgeschnitten bzw. hinzugefügt, was insgesamt eine Verlängerung des ursprünglichen Musikstückes mit sich brachte.

Mit Disco wurde zum ersten Mal in der Popmusik, wenn man den Sonderfall von Ska und Reggae ausnimmt, eine Stilart an den Turntables erfunden. (Poschardt 2001: 110)

Bald wurde das Potential deutlich, welches sich hinter der Produktion von Remixen verbarg. Die Plattenlabels reagierten auf den Trend und immer mehr Produktionen dieser Art wurden in Auftrag gegeben (vgl. Brewster/ Broughton 2006: 170). Der DJ übernimmt in dieser Phase zunehmend die Aufgabe der Produzenten, ein Trend welcher mit der Hip-Hop Szene ihren Höhepunkt erreicht. Während die Disco Phase die Grundlagen für die spätere DJ Szene geschaffen hat, war es nun Aufgabe der Hip-Hop Szene, mit ihren technisch weiterentwickelten Instrumenten, das Konzept voranzutreiben

4.2.1 Technische Ebene - Medientechnologie

4.2.1.1 Der DJ Plattenspieler

Der Plattenspieler, welcher vor allem durch die Hip-Hop Kultur modifiziert wurde, kann heute auf eine über 100 jährige Geschichte zurückblicken und ist das älteste Medium der DJ-Kultur. Der klassische Plattenspieler bewegt sich in einer genormten Geschwindigkeit von 33 bzw. 45 Umdrehungen pro Minuten. Mittlerweile verfügen aber viele der neuen DJ Plattenspieler über einen erweiterten Pitchbereich in verschiedenen Variationen (z.B.: Technics M5G 33/45 rpm³⁸, +/-8%, +/-16% pitch adj., Sync TRM1 33/45/78 rpm +/-10%, 20%, 50% pitch adj.).

Mechanisch gesehen besteht ein Plattenspieler aus drei wesentlichen Teilen:

- Laufwerk
- Tonarm
- Tonabnehmer

³⁸ Rpm = revolutions per minute / Umdrehungen pro Minute (UpM).

Bei den Laufwerken kann zwischen Reibradantrieb, Riemenantrieb und Direktantrieb unterschieden werden. Von Interesse für die DJ Szene ist heute nur noch der direkt angetriebene Plattenspieler. Im Gegensatz zu den Vorgängermodellen ist hier die Motorachse gleichzeitig auch die Plattentellerachse, wodurch eine extrem kurze Hochlauf- und Abbremszeit ermöglicht wird.

Für eine optimale Tonübertragung ist ein Tonarm mit dazugehörigem Tonabnehmer notwendig. Der Tonarm kann dabei entweder eine gerade oder eine S Form aufweisen. Der sog. Anti-Skating-Mechanismus des Tonarmarms ist ein System, das mit Hilfe von Gewichten oder Magneten eine nach außen wirkende Kraft auf den Tonarm abgibt, dies erzielt einen gleichmäßigen Kontaktdruck der Abtastnadel an beiden Rillenflanken (vgl. HI-FI Lexikon 2012: s.p.).

Das Tonabnehmersystem samt der Nadel spielt eine zentrale Rolle in der Wiedergabequalität und gehört zu den Herzstücken eines jeden Plattenspielers. Das Abtastsystem besteht aus einem elektromechanischen Wandler. Die Nadel, das einzige Glied, das die Schallplatte letztendlich berührt, übernimmt die Aufgabe, die übertragenen Rillenauslenkungen in elektronische Spannung umzuwandeln. Anschließend werden diese Signale mit einem Verstärker, welcher im Mischpult integriert ist, weiterverarbeitet.

Beim Schliff der Nadel kann zwischen elliptisch und sphärisch unterschieden werden. Der elliptische Schliff deckt einen höheren Frequenzbereich ab und liegt tiefer in der Rille, bringt aber einen höheren Verschleiß der Platte mit sich. Die sphärische Nadel erfüllt daher eher die DJ Bedürfnisse, da diese rund geschliffen ist, besser in der Rille liegt und daher auch besser zum Scratching geeignet ist. Zu den wichtigsten Tonabnehmersystemen im DJ Bereich zählen Ortofon, Shure und Numark.

Was den Plattenspieler in der DJ-Kultur betrifft, ist dieser zwar nach wie vor Kult, aber die Produktionseinstellung des Technics 1200, des Referenzinstruments der Szene, verdeutlicht einen neuen Trend und zugleich den Niedergang einer alten Tradition. (s. Kapitel 5).

4.2.1.2 Das DJ Mischpult

Das Mischpult, oder auch DJ Mixer genannt, ist neben dem Plattenspieler das wichtigste Accessoire des DJs und „das eigentliche Instrument der Synthese“ (vgl. Poschardt 2001: 234). Die Hip-Hop Szene kann dabei als treibende Kraft in der technischen Weiterentwicklung von DJ Mischern gesehen werden. Am Markt zu finden sind heute Zwei- bzw. Mehrkanalmischer, die eine robuste Bauform für den Clubeinsatz mit sich bringen. Zu den wichtigsten Parametern eines Mischpults zählen:

- **Crossfader:** Ermöglicht das Ineinanderblenden von zwei unterschiedlichen Kanälen
- **Linefader:** Lautstärkenregelung innerhalb des Faderbereichs
- **Gain Regler:** Lautstärkenregelung der einzelnen Kanäle
- **EQ (Equalizer):** Möglichkeit zum Anheben und Senken der Frequenzbänder (Bass/ Mid/ High) mittels Drehregler
- **Vorhörfunktion:** Ermöglicht das Vorhören und Zusammenmischen von Line- und Masterkanälen über einen Klinkenausgang (Kopfhörer)
- **Masterregler:** Einstellung der Lautstärke, die an andere Geräte übertragen wird, z.B.: Verstärker, Monitorboxen, Hi-Fi Anlagen, Aufnahmegeräte etc.

Zu unterscheiden sind reine Clubmixer (Mehrkanalmischer) und Battlemixer (Zweikanalmischer). Die beiden Geräte unterscheiden sich einerseits in der Anzahl der Schieberegler (Fader), wie auch in Qualität und Robustheit, die durch den Gebrauch der jeweiligen Zielgruppen (Club DJ, Turntablisten) bedingt ist. Die Schieberegler des Battlemischers zeichnen sich durch Schnelligkeit und Leichtgängigkeit aus, sowie einer regelbaren Überblendkurve³⁹ und der Reversefunktion⁴⁰ (Turntablisten). Die Standard Clubmixer verfügen neben den Grundfunktionen über zusätzliche Funktionen wie Samplermodulen, Beatcounter, digitalen Multieffekten, USB Anschlüssen, Midi Controllern usw., die ein Mehr an zusätzlicher Kreativität ermöglichen

³⁹ Einstellung der Faderkurve.

⁴⁰ Eingangskanäle des Crossfader können vertauscht werden.

(Club DJs). Diese Funktionen gestatten es, die Tracks während des Mischens ihrer eigentlichen Struktur zu entreißen.

Neben dem Remix und dem Plattenspieler kann das Mischpult als zusätzliche, kreative Komponente gesehen werden, um einen Track zu manipulieren.

Je mehr Spielereien ein Gerät aufweist, desto teurer wird es sein. Während Einsteigergeräte bereits ab ca. €100 zu erwerben sind, liegen High End Geräte bei ca. € 1000.

4.2.2 Soziokulturelle Ebene - DJ Szene

4.2.2.1 Die Innovatoren der Hip-Hop Kultur

Geschichtsschreibung ist prinzipiell schwierig, wenn die beschriebene Geschichte in den Kellern, Appartements oder Hinterhöfen der Bronx stattfand. Seit es Rap und Hip-Hop gibt, haben sich mehrere DJs um die Ehre gestritten, der erste der wahre Hip-Hop-DJ gewesen zu sein. (Poschardt 2001: 163)

Clive Campbell aka Kool DJ Herk, auch „godfather of hip hop culture“ (Poschardt 2001:164) genannt, ist der unumstrittene Pionier der Hip-Hop Szene und für viele (vgl. Poschardt 2011; Brewster/ Broughton 2006) gilt der Musiker, mit jamaikanisch-amerikanischen Wurzeln auch als als kreativer Erfinder des Breakbeats⁴¹. Es sollte an dieser Stelle aber erwähnt werden, dass die Idee des Breakbeats bereits in der Disco-Ära geboren wurde (vgl. Illschner 2003: 23). Die Grundidee des Breakbeats war dabei ebenso einfach wie bahnbrechend und ist laut Poschardt (2001: 172) die „Live Version des Remixes.“

Neben Kool DJ Herk ist **Grandmaster Flash** ein wichtiges Zugpferd innerhalb der Entwicklung der Hip-Hop Kultur.

Grandmaster Flash war jener, der aus dem DJ einen Filigrantechniker und Virtuosen des Plattenspielers werden ließ, was ihm den Titel <Toscanini of the turntables> einbrachte. (Poschardt 2001: 171)

⁴¹ Technik zwei gleiche Platten zusammenspielen um Instrumental Intervalle zu verlängern bzw. Sprach-Samples zu wiederholen.

Er ist der Schöpfer des Backspinnns⁴² und perfektionierte das Konzept von DJ Kool Herk. Eine elektrotechnische Ausbildung verhalf ihm auf der einen Seite Musikanlagen zu bauen bzw. zu reparieren und ein bis dahin geltendes Problem zu lösen, die separierte Vorhörfunktion über den Kopfhörer. Die DJ-Kultur wird hier um eine weitere technische Möglichkeit erweitert. 1981 veröffentlicht Grandmaster Flash eine der wohl wichtigsten Platten der Hip-Hop Geschichte: „The Adventures Of Grandmaster Flash On The Wheels Of Steel“ - die erste Platte der Musikgeschichte ohne Musiker, die auf der Basis von bereits bestehenden Platten produziert wurde. (vgl. Brewster/ Broughton 2006: 224).

Ein weiterer Pionier der Hip-Hop Szene ist **Grand Wizard Theodor**. Auch wenn er nach Ansicht von Grandmaster Flash schon zur zweiten Generation der Hip-Hop DJs gehört, betitelt sich der zu Beginn seiner Karriere 13 jährige als Urvater des Scratches.⁴³ Zwar gab es schon vor seiner Zeit DJs, die sich in der ästhetischen Zweckentfremdung versuchten, aber es war Grand Wizard Theodor, der das Scratching zu einem neuen stilistischen Mittel in den Vordergrund rückte, dieses perfektionierte und somit in die Annalen eingehen sollte.

Die Liste der wichtigsten Persönlichkeiten wäre nicht komplett ohne den Namen **Africa Bambaata** und seiner Zulu Nation. „*Hip Hop war von Anfang an das Agitationsmedium für den Black Nationalism.*“ (Poschardt 2001: 183) Nachdem bereits die schwarze Radio Szene eine unerlässliche politische Leitfunktion einnahm, kann Africa Bambaata als der Höhepunkt in Bezug Vordenker Funktion schwarzen Bewusstseins gesehen werden. Neben dieser Aufgabe sieht sich Bambaata selbst als Neuschöpfer des Hip-Hop Begriffs mit all seinen zentralen Elementen (Musik, Stil, Mode, Graffiti, Ideologien, Auftreten etc.).

Die hier genannten DJs beeinflussten die DJ Szene nachhaltig, und die Zeit, in der man nur Platten auflegte, gehörte damit endgültig der Vergangenheit an.

⁴² schnelles Zurückziehen oder -drehen einer Passage auf einer Schallplatte.

⁴³ Erzeugung von Tönen durch rhythmisches Hin- und Herbewegen einer laufenden Vinylplatte).

Mit der Entstehung der Hip-Hop Kultur wurde gleichzeitig das Sound Universum des DJs umgewertet.

Die Technik hat sich von ihrem Mittelcharakter weitgehend emanzipiert, und es sind nun im wörtlichen Sinne Maschinen, die zu „singen“ beginnen. (Winkler/ Bergmann 2003: 146)

Poschardt bezeichnet das Scratching und Mixen als die Grundformen des Djings, und alles was danach folgte, ist die fortschreitende Beherrschung und Verfeinerung dieser neuen Kunst (vgl. Poschardt 2001: 176).

4.2.3 Sozialsystemische Institutionalisierung - Clubkultur

4.2.3.1 Der Beitrag der Hip-Hop Szene zur Institution Club

Nachdem sich Jamaika nicht weit entfernt der USA befindet und immer wieder Auswanderer die Geschichte der Soundsysteme erzählten, ließ es nicht lange auf sich warten, bis die gerade in Entstehung begriffene afroamerikanische Hip-Hop Kultur die Idee der ortsungebundenen Partys übernahm und diese in den eigenen Szene Kontext integrierte.

Allen voran ist es DJ Herk zu verdanken, dass das jamaikanische Soundsystem Konzept und somit eine neue Art von Clubkultur, neben der bereits existierenden Discokultur, ihren Weg in die Bronx fand. Zum größten Teil fanden die unangemeldeten Partys in den schwarzen Vierteln der Großstädte Nordamerikas statt. Wie im jamaikanischen Kontext ging es von Beginn an darum, den Menschen in den Slums Musik zugänglich zu machen. Die Partys wurden schlicht „Blockpartys“ genannt. Der Begriff Block bezieht sich dabei auf die Häuserblocks, zwischen denen diese Partys stattfanden. Abdeckklappen wurden aufgeschraubt, Stecker und Kabel angeschlossen und schon konnte das Echo der Bässe zwischen den Häusern wahrgenommen werden. Der Ort der Veranstaltung wurde über Mundpropaganda bzw. Telefonketten verbreitet, dadurch ersparte man sich teure Werbekosten und umging die kapitalistische Vermarktung von Musik, welche sich in den eingebürgerten Clubs abspielte.

Bis 1979 konnte die Musik lediglich auf Partys bzw. als Tonbandaufnahme konsumiert werden und galt als lokales Phänomen in den New Yorker Ghettos.

Ohne Verbindung zur Kulturindustrie hatte sich in fünf Jahren eine eigenständige Subkultur entwickelt, die über eine eigene Ästhetik,

einen eigenen Stil und eine eigene Infrastruktur verfügte. (Poschardt 2001: 196)

Es sollte nicht lange dauern bis das Potential, welches sich hinter der Musik versteckte, kommerziell ausgenutzt wurde. So kam es, dass der erste Superhit der Rap Musik „Rapper`s Delight“ (Sugar Hill Gang, 1979) als Betrug gilt. Zum einen waren die Reime von DJs wie Kool Herc gestohlen, zum anderen wurde die Gruppe willkürlich zusammengewürfelt (vgl. Poschardt 2001: 197f.). Mit „Rapper`s Delight“ verlässt der Hip-Hop den Untergrund und wird kommerziell ausgeschlachtet, ohne dass die Gründungsväter davon profitieren konnten.

Die Hip-Hop Kultur mit ihren Wurzeln in der jamaikanischen Soundsystem-Kultur und die amerikanische Discokultur gelten als die zentralen Elemente der DJ-Kultur sowie als Basis für die nachfolgenden Generationen.

Mit Disco, Hip-Hop und der Misch-, Scratch- und Cut-Technik kam der entscheidende Durchbruch hin zu einem künstlerischen Umgang mit Platten. (Poschardt 2001: 33)

Dieser entscheidende Durchbruch auf technischer, sowie auf gesamtgesellschaftlicher Ebene kann ebenfalls auf die mediale Verbreitung der DJ Szene zurückgeführt werden. Der neue Stil der DJ-Kultur manifestierte sich auch in Form von Filmen wie Wild Style Wild Style (1982), Style Wars (1983), Beat Street (1984) oder Krush Groove (1985). Zudem implementierte die Szene neue Medienprodukte in die DJ- und Clubkultur.

4.2.3.2 Die Medienprodukte der Hip-Hop Bewegung: Sampler & Co.

Eines der wohl wichtigsten Medienangebote, welches in dieser Phase ins Leben gerufen wurde, ist die Beatbox⁴⁴.

Die Beatbox führte den DJ das erste Mal über den Rand seiner eigenen Plattenteller ins Reich des Musizierens und freien Komponierens. Die Grundlage des eigenen Schaffens war nun nicht mehr nur die eigene Plattensammlung, sondern eine elektronisch verstärkte Beatbox. Die Beatbox war der zweite wichtige Schritt in Richtung Musikproduktion. (Poschardt 2001: 177)

⁴⁴ Analoge Schlagzeugmaschine, die per Knopfdruck zuvor gespeicherte Rhythmusmuster wiedergibt – auch Drum-Maschine genannt.

Die ersten Drum Machines (auch Rhythmusboxen genannt) kamen Ende der 60er Jahre auf den Markt und waren einfache Vorrichtungen, die einige wenige fest programmierte Rhythmen gespeichert hatten. Es handelte sich um eine simple Kombination aus einem Hardware Sequenzer, der die rhythmischen Abläufe steuerte, und einem auf ein paar Klänge eines Schlagzeugs beschränkten Mini-Synthesizer (vgl. Poschardt 2001: 227). Die ersten individuell programmierbaren Rhythmusboxen folgten Mitte der 70er Jahre (Roland CR-78) und erwiesen sich in Bezug auf die Musikproduktion als hilfreiches Arbeitsmittel.

Black dance music is said to maintain a rhetoric of body and soul despite it's use of sampling and other computer technologies. Whereas white or European dance music is about a futurist celebration and revelation of technology to the extent that it minimizes the human among it's sonic signifiers. (Thornton 1995: 72)

Eine neue Art der DJ-Kultur war geboren, welche nicht nur die Plattenspieler und das Mischpult als Instrumente nutzte, sondern externe Geräte wie die Drum Maschine miteinbezogen. Derartige Instrumente ersetzten den Breakbeat Mix.

Prägend für die neuen Instrumente innerhalb der DJ Szene war die analoge Drum Maschine Roland TR 808 (1981), sowie der Roland TR 909 (1983), der bereits ein Hybrid zwischen analoger und digitaler Technik darstellte.

Als wegweisende Nummer für die Integration dieser neuen Sounds ist Afrika Bambaata's „Planet Rock“ zu nennen. Immer wieder aneinander gereiht, teilweise nur in Fragmenten mal schneller mal langsamer, wurden alte Lieder zu Neuem zusammengefügt, eine Technik, die heute als Sampling⁴⁵ bezeichnet wird. Hip-Hop wird mit diesem Track zur High-Tech-Musik und Plattenspieler werden durch neue Soundquellen erstmals ersetzt (vgl. Poschardt 2001: 222). Die Einflüsse der Band Kraftwerk⁴⁶ werden hier erstmals hörbar. Sampling kann dabei als Weiterentwicklung der Mixtechniken des DJs gesehen werden, sowie als Zuspitzung der Copyright Frage. Mit dem Sampler können

⁴⁵ Vorgang bei dem ein bestimmter Teil eines Tracks in einem neuen, musikalischen Kontext verwendet wird.

⁴⁶ Kraftwerk gelten als die deutschen Pioniere der elektronischen Tanzmusik. Ihre Musikstücke beeinflussten ganze Musikstile und die New York Times betitelte sie als „Beatles der elektronischen Tanzmusik“.

verschiedene Sounds aufgenommen und endlos abgespielt werden. Der Sampler fungiert dabei als digitale Plattenkiste (vgl. Poschardt 2001: 235) - eine erste technische Entlastung in Bezug auf das Handwerk des DJs, sowie der erste Schritt in Richtung Digitalisierung der DJ-Kultur, war festzustellen.

Die Instrumente und Techniken der elektronischen Mediamorphose läuten hier ein neues Zeitalter ein, und so formierten sich auch neue musikalische Stile, welche die DJ- und Clubkultur zusätzlich veränderten. Die neu entstandenen Musikrichtungen sind dabei immer in Anlehnung an zuvor entstandene Musikstile zu sehen. Der TR-909 und der Sampler markieren den technologischen Übergang zwischen dem analogen und digitalen Zeitalter – die Brücke/ Hybride zwischen analoger und digitaler Technologie.

5. DJ - und Clubkultur in der digitalen Mediamorphose

Die digitale Mediamorphose, in der sich die DJ- und Clubkultur derzeit befindet, hat zu maßgeblichen Strukturveränderungen auf soziokultureller und medientechnischer Ebene geführt und bringt eine Neudefinition einer ganzen Szene und ihrer Geräte mit sich. Auf medientechnologischer Ebene wird diese Phase durch die analog/ digitale Transformation eingeläutet und erreicht ihren Höhepunkt mit der Produktionseinstellung des Vorzeigeelements der DJ-Kultur, dem Plattenspieler Technics 1200/ 1210. Neben den technologischen Veränderungen ist die digitale Mediamorphose durch einen allgemeinen Anstieg der Szenenmitglieder und einer zunehmenden Auflösung der Grenzen zwischen der Person des DJs und der Produzentenrolle gekennzeichnet.

Die digitalen Innovationen übernehmen die treibende Kraft im Wandel der Szene und nehmen daher auch einen Großteil dieses Kapitels ein. Erklärungen zum Wandel der sozialsystemischen Institutionalisierung werden an dieser Stelle ausgespart. Die Institution Club befindet sich derzeit in einem so großen Transformationsprozess, dass Aussagen bezüglich der Folgen, die die digitale Mediamorphose letztendlich mit sich bringen wird, nur Mutmaßungen sind. Hier kann lediglich eine Bestandsaufnahme des Nutzungsverhaltens helfen etwaige Tendenzen herauszuarbeiten (s. Kapitel 7, 8).

5.1 Technische Ebene - Medientechnologie

5.1.1 Vom analogen zum digitalen Zeitalter

Analoge Träger- und Abspielmedien waren die bestimmenden Faktoren der DJ Szene im 20. Jahrhundert, jedoch gelten diese im 21. Jahrhundert als nahezu verdrängt von den digitalen Innovationsexplosionen. Ende der 80er Jahre bekam die Vinyl-Schallplatte Konkurrenz durch die Einführung der Compact Disc und die ersten Stimmen sprachen vom Ende von Vinyl in der Club-Kultur. Die Schallplatte als DAS authentische Ausdrucksmittel der Clubkultur behielt aber weiterhin die Stellung des Hauptmediums.

Im Jahr 2011 sieht das plötzlich ganz anders aus. Eine tiefe Kluft zieht sich durch die Gemeinde der DJs. Der Inhalt von emotional geführten

Debatten und heftigen Diskursen hat dabei nichts mit Musikstilen zu tun, keine Form der Soundbearbeitung steht im Mittelpunkt und schon gar nicht sind es inhaltliche Aspekte, die Hasstriaden und Weltuntergangsprophezeiungen erwecken. Es geht ums Eingemachte: das Medium. Ein neues Feindbild ist ins Land gezogen: der Digital-DJ. (Reindl 2011: s.p.)

Der Rollenwandel hin zum Digitalen DJ hat den „klassischen DJ“ in den Hintergrund gedrängt und mit ihm die Schallplatte. Auch wenn die ersten digitalen Instrumente wie (Beatbox, Drum Maschine etc.) bereits in den 80er Jahren Einzug in die DJ Szene hielten, ist erst durch die Maschinen der digitalen Mediamorphose (DJ CD Player, Laptop etc.) ein Substitutionseffekt erkennbar. Beatbox & Co fungierten zunächst nur als Zusatzinstrumente (Koexistenz) zum gewöhnlichen Plattenspieler.

Im Gegensatz zum Bereich des passiven Musikkonsums vollzog sich der Wandel von der analogen zur digitalen Technik in der DJ-Kultur langsamer.

Denn einem Phänomen des Fortschritts stehen gesellschaftliche Bereiche gegenüber, die entweder historisch tiefer reichen oder in denen derselbe Fortschritt nicht im selben Maß greift; Technologie, Medien und Ratio scheinen – sehr selbstverständlich – im Zentrum der gesellschaftlichen Entwicklungen zu stehen; die Natur dagegen, bestimmte kulturelle Traditionen, Strukturen der menschlichen Subjektivität und vor allem auch der menschliche Körper, erscheinen als Instanz der Beharrung; als eine Art Überbleibsel, das zwar nicht abgeschüttelt, historisch aber distanziert und marginalisiert werden kann. (Winkler/ Bergmann 2003: 167)

Dieser Hang zum Gewohnten ist womöglich der Hauptgrund, weshalb sich die Schallplatte derart lang in der DJ-Kultur halten konnte. Ein weiterer Grund für die lange Implementierungszeit des Digitalen in der DJ-Welt war die technische Unausgereiftheit der Technik zu Beginn ihrer Entstehung. Diese Tatsache führte dazu, dass sich schnell eine allgemeine Skepsis innerhalb der DJ-Kultur gegenüber der neuen Technik breit machte. Zu sehr war die Kultur in der analogen Welt verhaftet, um von heute auf morgen ihre kulturellen Standards aufzugeben, und diese gegen eine nicht ausgereifte Technik zu ersetzen. Die fortschreitende Digitalisierung wurde als negativ eingestuft, und bald entwickelte sich eine Gegenbewegung, die mit dem Slogan „Save the

Vinyl“ gegen das neue Format ankämpft(e),⁴⁷ ein Beispiel für die Folge der historischen Bindung zwischen Clubkultur und der Schallplatte.

Mit der fortschreitenden Akzeptanz des technischen Wandels innerhalb der DJ Kultur ist dieser kaum mehr aufzuhalten. *„Eine Depotenziierung des Menschlichen in fortgeschrittenen Medienumwelten scheint daher unausweichlich.“* (Hartmann 2003: 40) Der prägende Einfluss der Digitalisierung führte zu einer „technikkulturellen Erweiterung musikalischer Gestaltung“ (vgl. Großmann 2008: 121), aber auch zu einer Verschiebung des Diskurses.

Euphorisch wie kulturkritisch etablierte sich die unterkomplexe Dichotomie analog = real, aber auch mit der Trübung der Welt behaftet vs. Digital = hyperreal, also realer als real, aber potenziell auch unreal. (Wicke 2009: 16)

Mit unreal ist gemeint, dass digitale Medien im Grunde ohne analoge Oberfläche nicht auskommen. Sie sind an sie gekoppelt, da sie selbst leer sind. *„Die digitalen Medien sind somit nur ein neuer Aggregatzustand ihrer analogen Vorläufer.“* (Wicke 2009: 24) Geht man von diesem Verständnis aus, muss die ausgerufenen digitalen Revolution eher als Transformation analoger Medien gesehen werden, welche durch die „neuen“ Instrumente (DVS) der DJ Kultur zum Ausdruck kommt.

Dem digitalen DJ stehen gegenwärtig vier Möglichkeiten zur Verfügung, um ein DJ Set zu gestalten:

- CD-Player → CD
- Laptop → DVS (Digital Vinyl Systeme)
- Laptop → DJ Controller
- Tablet PC/ Smart Phone → DJ Multitouch Pad/ sensorische Oberfläche

⁴⁷ Hier kann eine Parallele zur Einführung der Schallplatte und der damit aufkommenden Gegenbewegung gezogen werden.

5.1.2 Die Anfänge der Compact Disc in der DJ-Kultur

Die Idee einer laserabgetasteten Platte wird im Jahr 1969 durch den holländischen Physiker Klaas Compaan geboren und von den Konzernen Philips und Sony weiter forciert (vgl. Wicke 2009: 16). In Salzburg wird sie am 15. April 1981 schließlich der Weltöffentlichkeit vorgestellt und zwei Jahre später am Markt eingeführt (vgl. Faulstich/ Rückert 1993: 497). Es sollte jedoch bis zur Jahrtausendwende dauern bis sie in die DJ-Welt Einzug hält.

Die CD revolutionierte schnell das Musikgeschäft, der große Erfolg bei der Einführung am DJ Markt bleibt jedoch aus. Die neue Ästhetik und die damit verbundene Veränderung der Handhabung führen viel mehr zu einer allgemeinen Abwehrreaktion der Szene. Eine Reaktion, die zunächst auf die technische Unausgereiftheit in Bezug auf die Ansprüche der DJs zurückgeführt werden kann. Erstens waren die CD Player für DJs noch nicht robust genug, um dem Club Einsatz zu entsprechen. Zweitens musste die CD zu sorgfältig behandelt werden, um Störungen während des Abspielens zu verhindern - Nachteile, die die CD trotz ihres geringen Gewichts und des benutzerfreundlichen Formats nicht wettmachen konnte.

Neben der szeneeinternen Abwehrreaktion stellte die unzureichende Verfügbarkeit von Clubmusik auf dem Trägermedium CD ein großes Manko dar; nur ein sehr geringer Prozentsatz der Musik war auf CD erhältlich. Trotz ihrer positiven Eigenschaften konnte sich das CD Format erst mit der kommerziellen Verbreitung von CD Brennern durchsetzen, denn diese ermöglichten zuvor produzierte Musikstücke direkt im Club zu testen. Das Auflegen mit CDs war zu Beginn ihrer Einführung daher hauptsächlich für Produzenten interessant, die ihre eigenen Tunes auf CD brannten und am selbigen Abend spielen konnten. Eine neue Funktion, die nun dank der CD effektiv genutzt werden konnte, und dazu beitrug, dass viele DJs/ Produzenten das Medium wechselten. Zudem wurden die CD Player den DJ Bedürfnissen angepasst.

5.1.3 Der DJ-CD-Player

Die Firma Numark, welche sich seit den 70er Jahren mit der Entwicklung von DJ-Produkten befasst, und in diesem Bereich zu den bekanntesten Marken

zählt, entwickelte 1990 als erster Hersteller einen pitchbaren⁴⁸ DJ-Doppel-CD-Player (Numark CD 6020) (vgl. Principe 2012: s.p.). Diese ersten Versionen eines DJ-CD-Players zu Beginn der 90er Jahre konnten zunächst nur die Geschwindigkeit der abgespielten Sounds verändern.

Aber selbst diese Entwicklung hat viele Jahre lang gedauert, da man dieses nicht wie bei einem Vinylplayer durch eine Änderung der Motordrehzahl erreichen konnte, sondern Algorithmen entwickeln musste, die die Songs in Echtzeit schneller oder langsamer rechnen. Das setzt entsprechend schnelle CPUs voraus, die erst entwickelt werden mussten. (Thomann 2012: s.p.)

Neben dem Fehlen der notwendigen szeneeinternen Akzeptanz zu diesem Zeitpunkt stellte die technische Hürde, nämlich das stilistische Mittel des Scratchens nachzuahmen, ein schwerwiegendes Problem dar. Auch hier war man mit den selbigen Schwierigkeiten konfrontiert, die zuvor bei der Veränderung der Geschwindigkeit vorgeherrscht haben. Da kein physischer Kontakt zum Medium gegeben ist, und auch die Musik an sich aus einem binären Code besteht, also geräuschlos ist, muss eine mathematische Berechnung die Klangerzeugung übernehmen.

Die Integration des DJ-CD-Players in die DJ- und Clubkultur erfolgte erst nachdem die hier angeführten DJ-Standards (Anpassung der Geschwindigkeit/ Scratchen) in die Praxis umgesetzt waren – ein natürlicher Verlauf, der mit den zwei Prinzipien (Chance und Notwendigkeit/ Verzögerte Annahme) des Verlaufs von Mediamorphosen erklärt werden kann (s. S.35). Neben den hier genannten Grundfunktionen bietet jeder Standard DJ-CD-Player erweiterte Funktionen, zu denen ein Plattenspieler nicht im Stande ist:

Loop-Funktion

Loop-Punkte, die zuvor definiert werden müssen, ermöglichen es einzelne Segmente endlos oft zu wiederholen, ohne weiter im Track fortzufahren. Es handelt sich hierbei um die digitale Umsetzung des von Kool DJ Herc erfundenen Breakbeats. Benötigte DJ Herc noch zwei identische Platten und viel Handgeschick um diesen Effekt zu erzielen, wird dieses Handwerk heute mit Hilfe der digitalen Technik automatisiert (vgl. Wendlandt 2008: 77).

⁴⁸ Möglichkeit der Geschwindigkeitsveränderung mittels Schieberegler.

Key Lock Funktion

Die Lock Funktion ermöglicht es die Geschwindigkeit zu modifizieren ohne gleichzeitig die Tonhöhe zu verändern. Die Tonhöhenkorrektur wird vor allem bei Musikstücken mit Stimmen verwendet. Prinzipiell können DJ-CD-Player in zwei Kategorien eingeteilt werden, in jene der Doppellaufwerke und die der Singlelaufwerke. Der Fokus im DJ Sektor liegt bei Singlelaufwerken, da hier das angestrebte Bedienungskonzept besser am Schallplattenspieleraufbau orientiert werden kann. Die Einzelbauweise soll den Plattenspieler dabei so gut als möglich ersetzen.

Als Referenzprodukt unter den DJ-CD-Playern ist der CDJ-1000 MKII der Firma Pioneer zu nennen, der im Jahr 2001 auf dem Markt kam und heute zu jedem Club Standard gehört. Jedoch ist die Vielfalt an unterschiedlichen DJ-CD-Playern enorm. Je nach Modell können CDs mittels unterschiedlich großer Steuerräder (jogwheels) – die Größe reicht von CD Format bis 12“ Vinyl großen Scheiben – angesteuert werden. Während einige Firmen (z.B.: Denon mit dem DN-S3700) versuchen mittels motorbetriebener „Plattenteller“ das alte Gefühl in das neue Zeitalter zu rücken, präsentieren sich andere Hersteller (z.B.: Pioneer CDJ-2000) nicht derart traditionsbehaftet. Dieses Streben, das „alte“ Gefühl so gut wie möglich zu emulieren, verdeutlicht abermals die Verhaftung der Kultur in ihrer Tradition, und spiegelt die Phasen der Mediamorphose, die die Technik durchschreitet, wieder, auch wenn sich allmählich zeigt, dass neue Instrumente, mit denen versucht wird, alte Strukturen zu imitieren, meist weniger erfolgreich sind, als jene Geräte, mit denen solche Versuche erst gar nicht unternommen werden.

Die natürlichen Vorteile der CD (Gewicht, Format etc.), sowie die erweiterten Möglichkeiten der heutigen CD-Player überzeugte die DJ Zunft mit der Folge, dass heute der Siegeszug der DJ-CD-Player kaum mehr aufzuhalten ist. In einem Interview im Szenemagazin DE:BUG mit DJ Shadow geht dieser noch viel weiter:

In amerikanischen Clubs stehen heute fast nur noch CDJs herum, selbst wenn man mit Serato [DVS] auflegen will, ist es teilweise schwierig, noch zwei Technics und einen Mixer zu bekommen. Viele Clubgänger wissen tatsächlich nicht, dass DJing eigentlich mit Vinyl

zusammenhängt; dass mixbare CD-Player nur eine Simulation sind. (Ji-Hun 2009: s.p.)

Im Gegensatz zum amerikanischen Markt ist am europäischen Markt nach wie vor eine Koexistenz bzw. Koevolution der unterschiedlichen Instrumente festzustellen. Wie lange dies nach dem Produktionsstopp des Technics 1210 noch der Fall sein wird, ist jedoch ungewiss!

Fest steht, dass die heutigen DJ-CD-Player für den DJ eine hohe Arbeitserleichterung darstellen, und dem Plattenspieler um nichts mehr nachstehen. Die neuen Medien bieten damit eine Fülle von innovativen Anreizen, die das Überleben alter Medien zunehmend erschwert. Um die technischen Innovationen im Bereich der DJ-CD-Player zu verdeutlichen, soll an dieser Stelle der CDJ 2000 der Firma Pioneer kurz vorgestellt werden.

5.1.3 Exkurs: Pioneer CDJ 2000

Pioneer ist der unangefochtene Marktführer im Bereich der Single-Player-Geräte und bringt bereits im Jahr 2001 den CDJ 1000 auf den Markt, ein Standardgerät, welches bis heute in jedem Club zu finden ist. Der CDJ 2000 (Kaufpreis 2012: €1900) verdeutlicht den neuen Trend, in welchem sich die DJ- und Clubkultur zu bewegen scheint, sehr gut.

Der CDJ 2000 ist ein Multiformat-Profi-Player, auf dem Musik von den verschiedensten Quellen wie CD, DVD, USB-Speichermedien und SD-Karten abgespielt werden kann, also eine Art Universalmedium, welches nur mehr die Form eines CD-Players aufweist.

Der CDJ bietet die Möglichkeit bis zu vier unterschiedliche Player via LAN Kabel zusammenzuschließen. Ein USB- oder SD-Speichermedium reicht daher aus, dass alle vier Player auf die Musikdateien zugreifen können.

Neben den neuen technischen Errungenschaften wie den erweiterten HID- (Human Interface Device) und MIDI-Funktionen für die native Steuerung von DVS (Digital Vinyl Systems), über USB, verbesserter Audio-Ausgangsschaltung (Wolfson-DAC-Prozessors) und einer 24-Bit/48-kHz-Soundkarte, beinhaltet der CDJ 2000 eine Musikdatenbank-Management-Software.

Die Software ermöglicht Playlists im Vorhinein zu erstellen, Taktschläge, Tempos (BPM) und andere Elemente zu erkennen, diese zu messen und in Folge anzupassen (AutoSync). Der CD-DJ (oder CDJ) von heute kann somit das mühevoll Erlernen der Geschwindigkeitsangleichung umgehen.

Abgesehen von der kulturkritischen Auffassung, dass es sich bei dieser Art des Djing nicht mehr um ein Handwerk handelt, gilt der CDJ 2000, glaubt man den Worten von DJ Shadow, als neuer Standard innerhalb der CD-DJ-Kultur und vielleicht auch der ganzen DJ-Kultur. Was das Handling betrifft ist der CDJ gegenwärtig das zuverlässigste und einfachste Abspielmedium für den Clubeinsatz.

5.1.4 Laptop Djing⁴⁹

Nachdem die digitale Technik in die Musikproduktionsstudios schon längst Einzug gehalten hatte, war es nur mehr eine Frage der Zeit, bis die Technik auch in der DJ Kanzel ankommt. Schon das erste digitale Medium, die CD, konnte in den letzten Jahren einen Großteil der DJ Szene für sich gewinnen und Laptop Djing könnte dazu beitragen, die analoge Kultur innerhalb der Clubkultur bald zu beenden.

Diese Entwicklung wird vor allem von Seiten der Hersteller vorangetrieben, welche bemüht sind, die digitale Technik innerhalb der DJ-Kultur zu verankern. Mit Testimonials (Aussagen/ Behauptungen) wie Grandmaster Flash, dem „Urvater“ des Mixings, der für das digitale System Traktor Scratch wirbt (vgl. Traktor 2012) oder dem Wiener DJ Peter Kruder, der als Kampagnen- und Produkttestimonial für das T-Mobil-Mediencenter zur Verfügung steht, wird versucht, die letzten „Vinyl-Fixierten“ für den „neuen“ digitalen Weg zu begeistern. Und es scheint zu gelingen; die Akzeptanz innerhalb der DJ-Kultur nimmt kontinuierlich zu, und die Riege der digitalen DJs steigt kontinuierlich.

Im Jahr 2012 sind computerbasierte DJ Anwendungen daher kein neues Phänomen mehr, sondern haben ihren fixen Platz in der DJ- und Clubkultur. „Die digitale Revolution ist beendet, die digitale Praxis beginnt.“ (Grossmann

⁴⁹ Oder Digital Djing genannt.

2003: 66) Eine breite Produktpalette hat sich rund um den digitalen DJ angesiedelt, und ein Ende von Produktneuheiten ist nicht in Sicht. Monatlich kommt es zu technischen Neuerungen, die die neuen Anforderungen des digitalen DJs zu befriedigen versuchen. Die Nachfrage nach Erweiterungen von Produktmöglichkeiten steigt kontinuierlich und führt gleichzeitig zu einem Paradigmenwechsel innerhalb der DJ-Kultur: „*The medium is no longer the message in (glitch) music: the tool has become the message.*“ (Cascone 2000:17)

Diese Entwicklung geschah erst einige Jahre nachdem der erste digitale Schwung auf die DJ-Kultur zugerollt war. Grund für die späte Implementierung war das Fehlen von leistungsstarken Laptops. Selbst heute ist man nicht davor gefeit, dass der Laptop den widrigen Umständen in einem Club nicht standhält und daher einen gewissen Risikofaktor mit sich bringt, obwohl die Verfügbarkeit kein Problem mehr darstellt.

Unter Laptop Djing wird das Mischen von Soundfiles auf Basis einer bestimmten Software verstanden. Die Mix Software simuliert dabei ein klassisches DJ Setup. Die neuen Technologien setzten somit Charakteristiken alter Medien fort, indem bestimmte Eigenschaften durch Codes ersetzt werden. Je nach Komplexität bzw. Einfachheit des Programms trifft dieses auf Zu- bzw. Abneigung innerhalb der Szene. Die Mix Software reicht über Programme mit Auto-Mix-Modus⁵⁰ bis hin zu aufwendigeren Programmen, welche dem DJ gewisse technische Fähigkeiten, wie Beat matchen, abverlangen. Prinzipiell gilt: je billiger und einfacher die Software, desto geringer die Wertschätzung in der Szene.

Mix Software kann in zwei Kategorien unterteilt werden: Interface gesteuerte Systeme, welche einen Controller erfordern (Traktor, Serato etc.) und jene, die ausschließlich mit dem Computer bedient werden. Jene Programme, für die lediglich ein Laptop vonnöten ist, sind vor allem für den Hobby DJ und Jukebox DJ konstruiert. Interface Systeme, deren Computersoftware deutlich teurer ist, werden in Clubs und hauptsächlich von (semi-) professionellen DJs genutzt.

⁵⁰ Automatisches Mixen von zwei Tracks, wobei die Geschwindigkeit automatisch angeglichen wird.

Die beiden am Markt gängigsten DJ Software Systeme sind:

- Nativ Instruments – „Traktor“ – Testimonial und Mitentwickler: DJ Richi Hawtin
- Rane – “Serato Scratch Live” – Testimonial und Mitentwickler: DJ Grand Master Flash

Beide Systeme basieren auf nahezu identischen Softwareprogrammen und verfügen über eine automatische Tempoerkennung und –synchronisierung⁵¹, sowie eine Loopfunktion; Effektbank und die sichtbare Wellenform der Tracks hilft dem DJ bei der Orientierung. Das Controller Setup beider Systeme basiert auf einer DJ Software, welche um die Komponente Controller⁵² erweitert wird. Der Controller ist ein digitales Steuergerät, mit dessen Hilfe unterschiedliche Programmfunktionen manuell angesteuert werden können, ohne Maus oder Tastatur verwenden zu müssen. Eine notwendige Maßnahme, die eine Implementierung des Digitalen in der DJ-Kultur erst ermöglichte.

Die zwei Systeme unterscheiden sich hauptsächlich bezüglich ihres Images, ihrer Verbreitung und ihres Zielpublikums. Während Serato versucht die letzten „Vinyl Turntablisten“ für sich zu gewinnen, indem die Software extrem nah am echten Djing angelehnt ist, versucht Traktor all die neuen Möglichkeiten, die sich durch die Digitalisierung ergeben, voll auszuschöpfen. Im Gegensatz zu Serato punktet Traktor mit Produktinnovationen und Preisdumping im Platten- und CD Spieler freien Bereich. Heute gilt Serato als Marktführer am US Markt und Traktor dominiert den europäischen Markt.

5.1.5 Digital Controller killed the Technics

Angesichts der breiten Produktpalette an DJ Tools, die am digitalen DJ Markt heute zur Verfügung stehen, liegt die Vermutung nahe, dass die preisgünstige Verbreitung von Controllersystemen unter anderem dazu geführt hat, dass der

⁵¹ Abhängig von der jeweiligen Software.

⁵² Schnittstelle zwischen DJ-Software und Nutzer – ein digitales Steuergerät, mit denen das Programm mittels Hardware-Reglern kontrolliert werden kann.

Technics 1210 das Zeitliche segnen musste. Prinzipiell können drei Kontrollsysteme unterschieden werden:

DVS (Digital Vinyl Systeme)

Bei einem DVS werden Kontrollschallplatten bzw. CDs und ein Software/Audio Interface mit dazugehöriger Software an einen DJ Mixer angeschlossen. Die Kontrollmedien liefern spezielle Signale, die via USB an das Interface gesendet werden, und die Ansteuerung der Audio Files mittels Kontrollplatte oder CD in der Software ermöglichen.

DJ Controller

DJ Controller ermöglichen die Handhabung von Software Parameter (Start/ Stopp, Pitch, Effekte etc.) mittels Buttons, Potis und Fader. Die Produktpalette reicht von Software angepassten Controllern (Traktor Control X1, Serato Denon DNHC 1000S) bis hin zu Komplettsystemen mit integrierter Trackansteuerung via nachempfunder 7“ Vinylplatten (Numark NS7) oder Jogwheels (z.B.: TRAKTOR KONTROL S4) und integriertem Mischpult.

Multitouch Controller

Die neueste Generation von DJ Controllern bedient sich der Touchscreen Technologie des I Pad/ Tablet PC oder I Phone/ Smart Phone. Die Software wird hier über eine sensorische Oberfläche gesteuert. Multitouch Interfaces erfreuen sich dabei großer Beliebtheit und können im McLuhanschen Sinn als weiterer Schritt in Richtung "Extension of man" –

also dass alle Techniken Ausweitungen unserer Körperorgane und unseres Nervensystems sind, die dazu dienen, Macht und Geschwindigkeit zu vergrößern (Mc Luhan 1995: 142) - verstanden werden.

Welche Formen dies annehmen kann, erzählt Alexander Redl aka Don Gon, DJ und Veranstalter in der Wiener Club Szene der Future Zone:

Früher haben wir für unser Live-Set vier Plattenspieler, einen Sampler und drei Mann gebraucht. Jetzt steht mein Mac Book Air auf der Bühne und ich steuere die Musik mit meinem Smartphone direkt vom Publikum aus. (Alexander Redl, zit. in Wimmer 2011: s.p.)

Ebenso entwickelt sich das I Pad immer mehr zum professionellen Werkzeug für den DJ. Rund um das I Pad bieten immer mehr Entwickler und Hersteller neue Lösungen an, welche dazu führen könnten, dass sich die Technologie bald endgültig in der Szene etablieren könnte. Ganz im Sinne von Peter Kruder im TV Spot. Eine erste umfassende Hardwarelösung bringt Alesis mit dem iO Dock⁵³ auf den Markt, sowie Numark mit dem Numark Mixdeck Quad⁵⁴. In Bezug auf Apple Applikationen ist zudem der Numark iDJ2⁵⁵ zu nennen. Der I Pod wird dabei in den Mixer eingesetzt, und via Jogwheels und Fader können die iTunes Tracks gemischt sowie verändert werden. Mittels LCD Bildschirm wird die Musiksammlung sowie ein visualisiertes Trackprofil angezeigt.

Ein weiteres Tech Gadget im Bereich Multitouch Controller Systeme ist das System „Emulator“. Die Software wird hier mittels eines 42 Zoll großen, transparenten Touchscreens gesteuert. Mit dieser Technik geht die Szene einen Schritt weiter in Richtung Virtualität bzw. Hyper Realität. Ob sich diese Technik jemals durchsetzen wird, ist gegenwärtig noch ungewiss. Dass die digitale Revolution in vollen Gängen ist, wird durch die Tatsache verdeutlicht, dass heute jeder Hersteller, der im DJ Technik Equipment Bereich mitmischt, einen eigenen Software Controller vertreibt.

Selbst die Firma Pioneer, die bisher keinen reinen Software Controller im Programm hatte, haben mit dem Pioneer DDJ-T1 für Native Instruments Traktor und dem DDJ-S1 für Serato Itch zwei Controller vorgestellt, die sich an reine Software-DJs richten. (Finaske 2011: s.p.)

Die nächste Stufe wird wohl ein All-in-One Gerät sein, das den Laptop überflüssig machen wird. Ansätze in diese Richtung gibt es bereits, wirklich populär sind diese aber bisher nicht⁵⁶. Die Frage der Zukunft nach einem bestimmten Clubstandard bzw. welche Innovationen die Industrie in den nächsten Jahren noch freisetzen wird, kann an dieser Stelle nicht beantwortet werden, jedoch können die durchgeführten Interviews Aufschluss darüber geben, welcher Trend sich zumindest in der nächsten Zeit durchzusetzen könnte.

⁵³ <http://www.alesis.com/iodock>.

⁵⁴ <http://www.numark.com/product/mixdeckquad>.

⁵⁵ <http://www.numark.com/product/idj2>.

⁵⁶ Von Firmen wie Wacom (Nextbeat) oder Numark.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass sich die DJ-Kultur in einem post-anlogem Zeitalter befindet. Die „alten“ Instrumente sind zwar nach wie vor im Einsatz, jedoch übernehmen diese eher eine Hybridfunktion. Die digitale Mediamorphose führt somit zu einer schleichenden Auflösung der klassischen Medien in der DJ- und Clubkultur, wie die Produkteinstellung des Technics 1200 verdeutlicht.

5.1.6 Aufstieg und Fall eines Kultobjektes – der Technics 1200 (MK)

The record player/turntable went through a metamorphosis, its tides turn, being eliminated in society as the entertainment machine replaced by digital media. The turntable's function changed in flux with the societal digitization forced on the world's populace; it became instrument. The records that filled the shelves in the living rooms and rec rooms went the way of the typesetter, from prestige to irrelevance, practically overnight. Digital media became the societal entertainment. (Hansen 2010: s.p.)

Apple stellt keine I-Pods mehr her?! So ähnlich muss es für jeden Vinyl-Fetischisten und DJ geklungen haben, als die ersten Meldungen im Internet kursierten, die vom Ende der Mutter aller DJ Maschinen berichteten. Die Diskussionswelle wurde von Ian North, einem Sprecher von Panasonic Australien ausgelöst:

It is a sad day today but due to low sales globally in analogue turntables a decision to stop production has been made on Technics Turntables. For Australia this means we will receive our last shipment in March. (Ian North, zit. in Weiss 2009: s.p.)

Kurz nach diesem Statement und wilden Spekulationen darüber, ob es sich um eine Falschmeldung handelt, wurde die Nachricht durch Matsushita (der Mutterkonzern von Panasonic) bestätigt, und das Ende für die Baureihe des legendären Plattenspielers Technics SL-1200 und SL-1210 (Der Unterschied der beiden Modelle besteht lediglich in der Farbe) ab 2010 war offiziell bestätigt.

Als Grund für diesen kulturprägenden Einschnitt wurden die sinkenden Verkaufszahlen der letzten Jahre genannt (vgl. Musikdünker 2009: s.p.). Kann

diese Maßnahme, die fernab von Schallplatten und Plattenspieler ergriffen wurde, als Schritt in eine neue DJ-Kultur eingestuft werden?!

Theoretisch kann diese Entwicklung mit dem Ansatz der funktionalen Austauschbarkeit erklärt werden, welche besagt, dass die Funktionen des alten Trägermediums dem neuen Trägermedium um nichts nachstehen und deshalb ersetzt werden (vgl. Kiefer 2001: 84f.). Plattenspieler und Platte sind in der digitalen Mediamorphose durch einen Computer, Software und digitalen Files ersetzt worden. Die Nachfrage der Rezipienten nach dem alten Trägermedium sinkt, und gemäß den neoklassischen Gesetzen der Marktwirtschaft mit ihr auch das Angebot der Herstellerfirmen, die sich stattdessen auf den Vertrieb des neuen Mediums beziehungsweise seiner Produkte konzentrieren.

Glaubte noch bis vor kurzer Zeit niemand daran, dass die Produktion des Top 1 DJ Plattenspielers jemals eingestellt werden könnte, ist es heute bittere Realität geworden. Was der CD-DJ noch nicht schaffte, hat der Laptop DJ vollbracht; die Abschaffung des Technics 1210 herbeizuführen. „No more Adventures on the wheels of steel“⁵⁷ lautet das traurige Fazit!

1979 erblickte das Gerät in Osaka das Licht der Welt, also in etwa zeitgleich mit der Entstehung der ersten Großraumdiscos (vgl. Pilz 2009: s.p.). Der Technics 1210 galt neben den sorgfältig gesammelten Schallplatten zu den Kultobjekten der DJ-Kultur. Kein anderes Medium hat die Geschichte der DJ-Kultur stärker beeinflusst als dieses absolute Referenzprodukt. Egal welcher Club, jede DJ-Kanzel verfügt über ein Modell des Technics 1210 MK2 in einem dunklen anthrazit Ton oder Technics 1200 MK2 in silber, die seit 1978 fast unverändert gebaut wurden (vgl. Pilz 2009: s.p.). Doch nicht nur in der Club-Kultur spielte der Plattenspieler von Technics eine wichtige Rolle, auch in den Radiostationen zählte das Medium zu einem fixen Bestandteil der Studioausstattung.

Der Plattenspieler besteht aus einem Alu-Druckgussgehäuse, wiegt zwölf Kilogramm und gilt durch seine robuste Bauweise als nahezu unzerstörbar.

⁵⁷ In Bezug auf eine Compilation von Grandmaster Flash & the Furious Five mit dem Titel „More Adventures On The Wheels Of Steel“.

Diese Bauweise auf Lebenszeit trug vermutlich auch dazu bei, dass die Verkaufszahlen auf lange Sicht unzureichend waren.

Der „Zwölfzehner“, wie er auch im Fachjargon gerne genannt wird, verfügt über einen Direktantrieb, eine stufenlose Drehzahlfeineinstellung, große Start- und Stopp Tasten, daumenbreite Pitch Regler und eine ausfahrbare Plattenbeleuchtung, er ist somit optimal an die DJ Bedürfnisse angepasst. *„Technics hatte unbewusst einen Plattenspieler lanciert, der als Instrument die Musikgeschichte der 80er Jahre prägen sollte.“* (Poschardt 2001: 240)

In den letzten 30 Jahren seiner Produktion wurde der Technics Plattenspieler nur leicht verändert. Es kamen zwar verschiedene Versionen auf den Markt, diese unterschieden sich jedoch nur durch wenige Feinheiten, wie den nicht-einrastenden Nullpunkt, den Rückstellknopf auf die Normalgeschwindigkeit oder die Umschaltmöglichkeit des Pitchbereiches zwischen +8 und +16. Die Grundform und die Technik blieb aber dieselbe.

Des Weiteren schaffte es der 1210er als das „längste produzierte Konsumenten-Elektronik-Produkt“, in das Guinness Buch der Rekorde (vgl. Wimmer 2011: s.p.).

Zwar produzieren andere Firmen wie Stanton (ST 150), Vestax (PDX3000) oder Numark (TTX1) nach wie vor Plattenspieler für den DJ-Gebrauch, jedoch sagt die Produktionseinstellung des Technics 1210, das meistverbreitete DJ Tool der Vergangenheit, einiges über die medientechnischen Veränderungen innerhalb der DJ-Kultur aus.

So lange wie sich dieser Plattenspieler gehalten hat, wird sich wohl kein anderes Konsum-Elektronik-Produkt am DJ Markt mehr halten können. Angesichts des rasanten Wandels der letzten Jahre liegt vielmehr die Vermutung nahe, dass dieser jeglichen Standard zunichte macht - eine Tatsache, welche auf die (instabile) Produktbeschaffenheit von neuen Medien zurückzuführen ist.

5.2 Soziokulturelle Ebene - DJ Szene

5.2.1 Digitalisierung: Fusion, Spaltung, Zerfall und Wiederaufbereitung von elektronischer Tanzmusik (ETM)

Der Einzug modernerer Techniken (Synthesizer – Moog, Bassmaschine – TBR 303), in die Musikproduktion⁵⁸ führte zu Implementierungen neuer musikalischer Stile wie Hi-NRG⁵⁹ und House. House Music⁶⁰ ist die stilistische Weiterführung von Disco, also die Essenz von zehn Jahren Club Musik, und hat wie Disco einen schwarzen bzw. heterosexuellen Szene Background. *„Für den britischen Popschreiber Simon Reynolds ist House Music der Klang der Maschinen, die sich mit sich selbst unterhalten.“* (Simon Reynolds, zit. in Poschardt 2001: 251) Sie ist wie Disco und Hip-Hop - DJ Musik und wurde für den speziellen Einsatz im Club produziert. House Musik zeichnet sich durch Uptempo Beats in einem Tempo von ca. 120 BPM aus. Zu den wichtigsten Pionieren der House Szene gehören Frankie Knuckles, Marshall Jefferson, Jesse Saunders, David Morales, Chip E uvm. (vgl. Brewster/ Broughton 2010). Mit Disco, Hip-Hop und House waren die elementaren Musikstile der DJ- und Clubmusik geboren, aus denen sich in weiterer Folge eine Vielzahl von oft nicht genau abgrenzbaren Musikgenres wie Rave, Acid, Hardcore, Jungle, Drum&Bass, New Beat, Electro, Techno⁶¹, (Psychodelic) Trance, Dubstep etc. entwickelten. Diese Liste könnte endlos lang geführt werden, wobei zusätzlich innerhalb jeder speziellen Musikrichtung Unterkategorien festzumachen sind, und die digitalen Produktionsmöglichkeiten führen dazu, dass alle paar Monate ein „neuer“ Musikstil ausgerufen wird. Prinzipiell kann jedoch festgestellt werden,

dass man in der elektronischen Musik, genauso wie in anderen Musik-Kunst- und Kulturrichtungen, eine stets wiederkehrende, zyklische Reduktion auf Grundstrukturen erkennen kann, die jeweils die Voraussetzung für eine Neukonstruktion von Musik schafft. (Illschner 2003: 30)

⁵⁸ Die Etablierung synthetischer Klangerzeugung ermöglichte es ein neues Sounduniversum zu erschaffen.

⁵⁹ Eine Art Minimal Music, die ausschließlich für den Einsatz im Club hergestellt wurde und als Übergang zu House einzustufen ist (vgl. Poschardt 2001: 247f.).

⁶⁰ Unterschiede zwischen „Deep House“ / „Chicago House“ und dem vocal- und soullastigen „Garage House“.

⁶¹ Techno wird heute oftmals als Synonym für den Überbegriff elektronischer Tanzmusik verwendet, ist aber eigentlich eine Spielart von House (vgl. Illschner 2003:27).

Die Musikstile der digitalen Mediamorphose wurden dabei durch die digitale Technik und den damit einhergehenden neuen Möglichkeiten vorangetrieben. Seit diesem Zeitpunkt werden DJs auch immer häufiger auf Grund ihrer Produktionskünste gebucht. Die DJs wurden selbst zu Musikern/ Autoren, indem sie ohne große musikalische Vorkenntnisse Hard- und Software zur Musikproduktion nutzen.

Als treibende Kraft der neuen Sounds können die deutschen Elektro-Avantgardisten Kraftwerk gesehen werden. Sie bauten und funktionierten Geräte (Synthesizer, Drumcomputer etc.) um und hauchten ihnen neues Leben ein, indem sie diese abseits ihrer eigentlichen Funktion gebrauchten. Die LP „Autobahn“ (1974) gehört dabei zu DEM Meilenstein der Musikgeschichte und beeinflusste diese nachhaltig. Auch das Album „Mensch-Maschine“ (1978) spielt bereits auf die Fusion zwischen Mensch und Maschine an und zeigt die Richtung auf, in welche sich die DJ- und Clubkultur hinbewegen sollte.

Das Auffälligste ist zunächst, dass computerproduzierte Musik – (...) – uns nicht in die Gefilde des Elektro- oder Artpops geführt hat, sondern direkt auf die Tanzfläche – >dance music< ist das bedeutendste Produkt der neuen Technologie. (Goodwin 1998: 107)

ETM zeichnet sich durch reduzierte Arrangements aus, da die Tracks hauptsächlich als Rohmaterial für DJ Sets dienen. Reynolds spricht daher von „unfinished“ Tracks in Bezug auf DJ Musik (vgl. Reynolds 1998: 372). Für Nieswand ist ETM eine Art Funktionsmusik, welche aufgrund ihrer Struktur und vagen Aussagen einen Werkzeugcharakter für DJs hat (vgl. Nieswand 2006: 15). Um diesen speziellen Werkzeugcharakter zu erzeugen, hat sich die ETM gewissen Regeln und Grundsätzen unterworfen, die die Tracks für den DJ Club tauglich machen. Diese werden nach einer gewissen Dramaturgie produziert und leben vom Spannungsaufbau und Spannungslösung, die durch die unterschiedlichen Teile eines Tracks (Intro, Drop, Hauptteil, Break etc.) erzeugt wird. Die Produktionen bewegen sich dabei zwischen Musikalität und Mixbarkeit angepasst an die Bedürfnisse des DJs.

Die gegenwärtige DJ-Kultur hat angesichts der hohen ausgezahlten Gagen ihren kommerziellen Höhepunkt erreicht, und Stars wie David Guetta, Skrillex

und Co. haben dazu beigetragen, dass der DJ von heute als Star der Popkultur gefeiert wird. Während die einen diese Entwicklung als negativ einstufen, sehen andere hier neues Potenzial um sich ihr Leben als DJ finanzieren zu können. Da die reine Produktion von Musikstücken kaum Gewinne abwirft, muss der DJ/ Produzent diese über Bookings erreichen. Robert Harauer spricht in diesem Zusammenhang von „Umwegrentabilität“ (Harauer 2000: 3). Die Tracks fungieren dabei als Werbung für den DJ/ Produzenten mit dem Ziel Auftritte zu generieren.

6. Ökonomische Strukturdarstellung: Musik, Markt und DJ-Kultur

Dieses Kapitel widmet sich der ökonomischen Strukturdarstellung der Musikindustrie, im speziellen dem Tonträgermarkt - also der „Old Industry“, wie diese im digitalen Zeitalter auch gerne genannt wird. Durch welche Spezifika zeichnet sich der Musikmarkt aus, und zu welchen Veränderungen kam es durch die Digitalisierung in der Musikindustrie bzw. der Wertschöpfungskette?

Die Metamorphose ökonomischer Rahmenbedingungen kann dabei als maßgeblicher Faktor in Bezug auf den medialen Szenewandel gesehen werden. Medienökonomische Fragen wie Gebrauchs- und Tauschwert von Musik, sowie die besonderen Eigenschaften von Mediengütern, Elemente privater und öffentlicher Güter in sich zu vereinen, stehen daher im Mittelpunkt der Analyse. Zudem sollen Fragen bezüglich der Konvergenz bzw. Substituierung am Tonträgermarkt durch das Aufkommen neuer Trägermedien geklärt werden. Auswirkungen und Chancen, die sich durch die Digitalisierung des Musikmarktes unter besonderer Berücksichtigung von Clubmusik ergeben, sollen im Folgenden aufgezeigt werden.

6.1 Güterspezifika von Musik

Als die ersten professionellen Musiker für ihre Tätigkeit bezahlt wurden, erhielt das immaterielle Gut Musik neben dem Grundnutzen auch einen realen Tauschwert. Durch die Existenz von Gebrauchs- und Tauschwert wird Musik zur Ware (vgl. Raetz 2009: 10). Kulle (1998) definiert Tonträger als,

die körperliche Verwertungsform eines ursprünglich immateriellen (d.h. unkörperlichen) Wirtschaftsgutes. Musik wird durch den Tonträger in der gespeicherten Form beliebig oft wiederholbar und damit zur Ware. (Kulle 1998: 118)

Musik als immaterielles Kulturprodukt bedingt ein Träger- und ein Abspielmedium, demnach handelt es sich um ein verbundenes Gut.

Plattenspieler und Schallplatte sind komplementäre Güter, beide sind in ihrer Nachfrage verbunden.

Wie jedes ökonomische Gut hat Musik einen Nutzen, welcher real jedoch nicht greifbar ist. Dieser drückt sich hier durch einen unterhaltenden Charakter aus, der ein bestimmtes Bedürfnis nach Ablenkung, Ermunterung oder emotionaler Vertiefung einer persönlichen Verfassung stillt. Musik ist demnach ein Kultur-, Unterhaltungs- und durch den Warencharakter auch ein Wirtschaftsgut. Der Tauschwert von Musik hat dabei seit seiner Entstehung tendenziell abgenommen - ein Umstand, welcher auf die veränderten Rahmenbedingungen, sowie auf die Dynamik der Digitalisierung der letzten Jahre zurückzuführen ist.

Die Digitalisierung hat die Gesellschaft technikkulturell verändert und zu einer Entwertung des Gutes Musik geführt, wobei die Entwertung für Theoretiker wie Walter Benjamin bereits mit der „technischen Reproduktion des Kunstwerks“ beginnt - also mit der Einführung der Schallplatte (vgl. Benjamin 1936). Auch wenn Benjamin mit seinem Aufsatz den Grundstein für die Produktivtheorie der Medien legt, kann der Ansatz nicht so einfach auf Musik umgelegt werden, weshalb in dieser mit dem Konzept der „Mediamorphosen des Kulturschaffens“ argumentiert wird (vgl. Smudits 1990).

Die wesentliche Veränderung, die sich durch Digitalisierung ergibt, ist die Trennung des immateriellen Gutes Musik von ihrem physischen Träger. Musik ist demnach nur teilweise marktfähig, da das Ausschlussprinzip nur eingeschränkt durchsetzbar ist. Die Digitalisierung macht eine endlose Reproduzierbarkeit von Musik möglich. Digitale Soundfiles sind unerschöpflich, da ein MP3 File im Gegensatz zu einer Schallplatte nie ausverkauft sein kann. Der Grenznutzen von digitaler Musik nimmt durch den Konsum also nicht ab.

Diese Veränderung führt zu neuen Vertriebsstrukturen, sowie einer Senkung der Beschaffungs- und Produktionskosten von Musiktiteln. Jahrzehntlang wurden Alben gekauft,

wir glaubten, das hätte künstlerische Gründe, doch in Wirklichkeit ergab es sich aus den Zwängen der physischen Welt. Das Zusammenpacken von Liedern in Alben mit hoher Spielzeit senkte die Produktions-, Marketing- und Distributionskosten, weil man weniger Platten herstellen,

ausliefern, im Laden präsentieren, kategorisieren, alphabetisch erfassen und inventarisieren musste. (Weinberger 2008: 10f.)

Der Konsument kann heute wählen, ob er ein ganzes Album kaufen will oder nur einen bestimmten Titel. Alben, egal ob in physischer oder digitaler Form, werden inzwischen ausschließlich von Liebhabern gekauft. Auch der DJ Szene verschafft diese Entwicklung neue Möglichkeiten, da sie von den Plattenlabels quasi nicht mehr dazu gezwungen werden kann, ungeliebte Titel zu mitzukaufen. Der digitale DJ ist demnach nicht mehr an ein Albumformat gebunden.

Im Amerikanischen wird dieses Verhalten auch als „happy shopping“ (vgl. Urban Dictionary 2012: s.p.) bezeichnet. Die „Happy Shopper“ ziehen ihren persönlichen Nutzen von den veränderten Rahmenbedingungen, ohne darüber nachzudenken, welche Folgen dies für den Künstler, Markt oder die Szene hat. Sie sind also „happy“, wenn sie nur einen Track eines Albums kaufen können, und nicht dazu gezwungen werden, das künstlerische Gesamtprodukt zu bezahlen. Es sollte jedoch bedacht werden, dass

individuell rationales Verhalten ein kollektiv irrationales Ergebnis zur Folge hat, die Verfolgung des eigenen Vorteils führt also zur kollektiven Selbstschädigung. (Kiefer 2001: 133)

Das Konsumverhalten der DJs ist daher mitverantwortlich, dass immer weniger Clubmusik auf Vinyl gepresst wird.

6.2 Digitalisierung und Konvergenz der Medien

Der Umbruch von den analogen zu den digitalen Medien, (...) wird oft als welthistorische Zäsur verstanden. Er erscheint als Einschnitt, dessen Bedeutung vermeintlich nur an dem Auftauchen der analogen Medien im 19. Jahrhundert, dem des Buchdrucks oder gar dem der Schrift gemessen werden kann. (Böhnke/ Schröter 2004: 8)

Technische Entwicklungs- und Erneuerungsprozesse stellen eine Notwendigkeit in der Vermarktung kultureller Produktion dar, und sind unweigerlich an die Digitalisierung gebunden. Allgemein bezeichnet Digitalisierung den Prozess der Überführung kontinuierlicher Größen in Binärcodes (Null und Eins). Informationen, wie Medieninhalte, werden mittels

der Umwandlung in Binärcodes von ihren physischen Trägermedien gelöst, und es kommt zu einem Wandel von Produktion, Distribution und Rezeption.

Manfred Faßler und Wulf Halbach (1998) stellen einen Zusammenhang zwischen der Häufigkeit der Vermittlung durch gerätetechnische Medialität (Internet), ihren selbstverständlichen Gebrauch als Realitätsdarstellung, -erklärung und – erzeugung und der Face-to-Face Kommunikation fest. Je alltäglicher der Gebrauch medialer Kommunikationstechnologien wird, desto schwächer wird die Bedeutung des persönlichen Austauschs. (vgl. Faßler/ Halbach 1998: 32f.).

Diese Vermutung kann ebenfalls auf die DJ Szene umgelegt werden, wo ein Schwinden von Plattenläden, welche als Intermediär zwischen Musikindustrie und DJ fungieren, festzustellen ist. Die Digitalisierung hat somit eine neue Ära des Kulturschaffens herbeigeführt, die von neuen Techniken und Konzepten von Raum und Zeit dominiert wird. Der digitale Umbruch ist dabei mit der Weiterentwicklung und Integration neuer Technologien verbunden, welche maßgeblich als Triebfeder der Konvergenz zu sehen sind.

Konvergenz im kommunikationswissenschaftlichen Kontext definiert die Annäherung, ein Zusammenlaufen bzw. ein Verschmelzen von zuvor getrennten (Medien) Einheiten.

Der Begriff Konvergenz leitet sich vom lateinischen “conventus” bzw. “conventum“ ab und bedeutet so viel wie Zusammenkunft, Versammlung bzw. Übereinkunft (vgl. Münch/ Schuegraf 2009: 577). Medienkonvergenz findet generell auf mehreren Ebenen statt (vgl. ebd.: 577f.), diese können allesamt in der DJ Szene beobachtet werden können:

- 1) Ebene der Infrastruktur → Vertriebsstruktur
- 2) Ebene der Endgeräte → CD/ Controller/ DVS vs. Vinyl
- 3) Ebene der Dienste → Plattenladen vs. Onlineshop

6.2.1 Veränderung der Wertschöpfungskette und der Intermediärstruktur

Bestand die traditionelle Wertschöpfungskette noch bis vor wenigen Jahren aus: Beschaffung der Input Faktoren (Musikstück, Technik, Personal), Musikproduktion, Marketing, Tonträgerproduktion, Distribution, Handel und Konsument, hat der mediale Wandel zu einer digitalen Kompensation der Wertschöpfungskette geführt. Im Kontext von Konvergenz und Digitalisierung kommt es zu einer tendenziellen Verkürzung dieser Wertschöpfungskette. Ein Prozess, der als Dis-Intermediation beschrieben wird.

Unter Dis-Intermediation versteht man die Streichung bzw. Umgehung einzelner Stufen der Wertschöpfungskette in einem Markt. Der Bedarf nach den klassischen Intermediären besteht nicht mehr, wenn deren Funktion der Vermittlung besser, schneller und preisgünstiger durch elektronische Informations- und Kommunikationssysteme abgewickelt werden können. (Gläser 2011: 363)

Hierbei ist eine nähere Definition von klassischen und neuen Intermediären notwendig.

Traditionelle Intermediäre: Rechthändler, Print-Verlage, Fachhändler für Bücher, Computer oder CDs, Kabelgesellschaften. Neue Intermediäre: Marktbetreiber (z.B. Online-Dienst etc.), Inhaltepaketer (z.B. virtuelle Marktplätze, Preisvergleichsagenturen, Auktionen, Suchmaschinen etc.). (Gläser 2011: 360)

Diese Entwicklung führt jedoch nicht zu einem Bedeutungsverlust von Intermediären. Das Auftreten neuer Intermediäre im digitalen Umfeld bzw. Traditionen, die sich an die neuen Rahmenbedingungen angepasst haben, lässt sich als Re-Intermediation beschreiben.

Die Hauptfunktion neuer Intermediäre liegt in der Aggregation von Information (...). Kernkompetenz des Aggregators ist eine fundierte Marktkenntnis, das Fachwissen über Produkte und über die Präferenzen der Kunden“ (Gläser 2011: 360)

Durch die Tatsache, dass der Verkäufer im Plattenladen der digitalen Wertschöpfungskette zum Opfer gefallen ist, übernehmen heute Online-Verkauf-Charts diese Funktion, dies führt gleichzeitig zu einer Einschränkung der Geschmacksvielfalt, da der Online Vertrieb durch ein Angebotsoligopol gekennzeichnet ist.

6.3 Der Musikmarkt

Seitdem Musikstücke nicht mehr exklusiv an das Medium Schallplatte gebunden sind, sondern entstofflicht durch die Datennetze reisen, klagt die Musikindustrie über wegbrechende Umsätze. Kaum ein anderes Segment der Kultur- und Kreativwirtschaft ist derartig stark betroffen wie die Musikwirtschaft. Das Internet und die Digitalisierung der Produktion sind die ausschlaggebenden Faktoren, welche in den letzten 20 Jahren zu einer Revolution in der Medienwirtschaft geführt haben, und dabei nachhaltige Konsequenzen für die Musikwirtschaft mit sich bringen. Der digitale Wandel der letzten Jahre hat zu einer Beschleunigung der Abwärtsspirale der Tonträgerindustrie geführt, wobei auch bedacht werden sollte, dass der Musikmarkt seit seiner Entstehung aufgrund folgender Punkte ein sehr risikoreiches Geschäftsfeld darstellt:

- 1) hohes Risiko der Produktion
- 2) strategische Bedeutung des Distributionsbereiches für die Gewinnerzielung
- 3) Bildung oligopolischer Märkte

(Friedrichsen 2008: 20)

Die Digitalisierung hat zu einer weiteren Verschärfung in Bezug auf Wettbewerb, Technologie und Handel geführt. Im Jahr 2008 wurde nur mehr ein Fünftel der Umsätze, die in der Musikindustrie erwirtschaftet wurden, von der Tonträgerindustrie erzielt, wobei Major Labels und Independent Labels zu unterscheiden sind (vgl. Friedrichsen 2008: 20).

Unter Label im allgemeinen Sinn, versteht man einen Tonträgerproduzenten mit den folgenden Hauptaufgaben:

- Produktion
- Vervielfältigung
- Vertrieb
- Marketing

Majors

Als Major Labels werden jene Plattenfirmen bezeichnet, die als Marktführer am Weltmarkt agieren und den Geschmack der Massen zu befriedigen versuchen. Zu ihnen zählen:

- 1) Universal Music Group
- 2) AOL Time Warner
- 3) EMI Group
- 4) Sony BMG Music Entertainment

Independents

Independent Labels sind kleinere Plattenfirmen, die unabhängig von internationalen Plattenfirmen tätig sind und meist aufgrund der schnell wechselnden Trends bzw. der Finanzierungsprobleme eine kurzfristige Existenzdauer aufweisen. Die Hauptaufgabe der Independents ist es, Marktnischen bzw. neue Trendmärkte zu versorgen. Sie nehmen die Rolle der Innovatoren am Musikmarkt ein und gelten zudem als Hauptlieferant der DJ Szene. Zwar herrschte lange Zeit das Paradigma, dass kleine Labels der Krise eher entgehen könnten, ein Interview mit den Inhabern der österreichischen Plattenfirma „Couch Records⁶²“ zeugt jedoch vom Gegenteil:

Das, was jetzt alle als Wirtschaftskrise bezeichnen, das kennt die Musikbranche schon seit 2002. In Österreich hatten wir einmal 40 Vertriebe, jetzt sind es fünf - Deswegen strukturieren wir das Label jetzt auch um, es kann nicht mehr nur eine Plattenfirma sein, es geht eher in Richtung Plattform zur Künstlernetzung. (Vlado Dzihan, zit. in Böck 2009: s.p.)

Im Jahr 2012 ist die Plattenfirma zu einem Relikt der Vergangenheit geworden. Ein Zustand, welcher auf die Konkurrenz von digitalen Online Plattformen und die Selbstvermarktungsmöglichkeiten zurückzuführen ist. Die Labels müssen mittels Umwegrentabilität Gewinne erzielen.

Die Anzahl an digital veröffentlichter Clubmusik steigt hingegen

⁶² „Couch Records is an independent music company, based in Vienna, Austria. In 1998, when Mario Kamien and Vlado dZihan decided to establish Couch Records, they were reacting to two things: the record business' attitude, and the need for artists to have a platform where they could release their music with full artistic freedom.“ (Kamien/ dZihan 2012: s.p.).

kontinuierlich an, aufgrund des Wegfallens der Zugangsbarrieren durch Labels. Vor allem kleine, unabhängige (Net) Labels können vom Umbruch in der Musikindustrie profitieren. Für die Produzenten unter den DJs ist das Internet zweifellos eine wertvolle Ergänzung zur (notwendigen) Selbstvermarktung.

Durch die Möglichkeit des digitalen Vertriebs lässt sich eine Senkung der Eintrittsbarrieren in den Markt für neue Marktteilnehmer feststellen. Wie man an dem Beispiel der „Netlabels“ (nur digitale, non-physische Veröffentlichung) sehen kann, benötigt der Künstler, (...) kein Label im herkömmlichen Sinn mehr, um in den Markt einzutreten. (Fröhlich 2007: 56f.)

Durch diesen Wegfall der Eintrittsbarrieren, der zu einer Vervielfachung an Musiktiteln geführt hat, sieht sich der DJ mit einer Flut an Neuerscheinungen konfrontiert. Das Paradigma der digitalen Soundproduktion lautet „cut&paste.“ Die cut&paste Funktion ist zwar keine Erfindung der Digitalisierung, da sie schon seit den 80er Jahren Teil der Clubmusik ist, jedoch ging es noch nie so schnell wie heute. Dieser Reichtum an Verfügbarkeit von Musik hat zu einer Nivellierung und Austauschbarkeit der einzelnen Werke geführt.

Ich frage mich, was mit Musik geschieht, wenn sie austauschbar und beliebig wird? Das Repertoire ist heute ein Fluss ohne Ufer. Musik wird ihrer Epoche entrissen, ihrer Kultur, ihrem Urheber, kurz: ihrem Kontext. (Ehlers/ Gottstein 2009: s.p.)

Die „Studie zur Digitalen Content Nutzung“⁶³ (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2011: s.p.) verdeutlicht diesen Trend. Demnach wurden von ca. 13,5 Millionen verfügbaren Musiktiteln im WWW, lediglich 15% verkauft, also ca. 10 Millionen Titel für den Papierkorb produziert. Derartige Zahlen spiegeln die kulturelle und ästhetische Verarmung in der Musikindustrie aufgrund der Digitalisierung nur allzu deutlich wider (vgl. Nauber 2009: s.p.). Unter anderem wird der Musikwirtschaft der Kapitalfehler unterstellt, dass diese den Verfall einer gefühlten Wertigkeit von Musik in den 90er Jahren zugelassen habe:

Das edle Vinyl wurde durch billige CDs ersetzt. Statt Repertoirepflege setzte man auf TV-Bekanntheiten. Schließlich nahm man ein

⁶³ Auch „Brennerstudie“ genannt. Von der GfK durchgeführte, repräsentative Studie zum Thema: Brennen, Speichern und Downloaden von Medieninhalten. <http://www.musikindustrie.de/studien/> Seit 2011 wird die Studie „Studie zur digitalen Content Nutzung“ (DCN) genannt.

Aussterben der kleinen Fachhändler in Kauf, indem man große Mediamärkte mit Sonderkonditionen bediente. (Christoph Gurk, zit. in Ehlers/ Gottstein 2009: s.p.)

Die Digitalisierung hat zu einer Veränderung des Wertschöpfungssystems und zu einer Auflösung der alten Machtstrukturen geführt - eine Entwicklung, die die Plattenfirma im klassischen Sinn obsolet erscheinen lässt. Dieser Wandel steht im direkten Zusammenhang mit den eingangs dargestellten Mediamorphosen.

6.3.1 Zahlen und Fakten

Dass Musik heute von seinem Träger getrennt erhältlich ist, führt zu einem wahren Dilemma für Musikindustrie und Produzenten. Der Gesetzgeber wurde daher in den letzten Jahren immer wieder dazu aufgefordert, Maßnahmen zu ergreifen, um das illegale „File sharing“ im Internet zu unterbinden. Neue Gesetze wie die Vorratsdatenspeicherung in Österreich oder das gezielte Fahnden nach illegalen Downloads sollten der Industrie dabei helfen, sich aus der unvorteilhaften Lage zu befreien. Zu einer wirklichen Wende haben diese Maßnahmen jedoch nicht geführt, die User sind dem Gesetzgeber immer einen Schritt voraus (verschlüsselte File Sharing Software/ Greenteeth Technologie = Nahbereichsfunkstandart – Smart Phone – das Teilen von Daten via Bluetooth), und die Musikindustrie steckt trotz diesen Interventionen noch immer in der Krise. Dass ein derartiges Vorgehen nur eingeschränkt greift, bezeugen auch die Zahlen der „Studie zur Digitalen Content Nutzung“⁶⁴.“ (vgl. Bundesverband Musikindustrie 2011: s.p.)

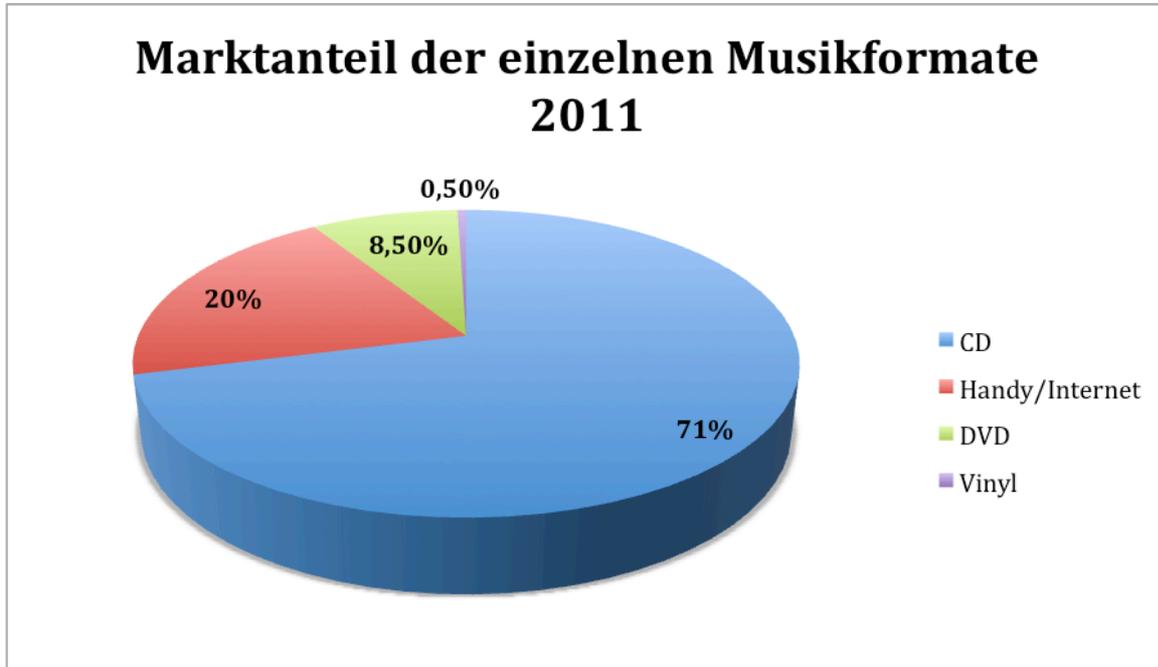
Seit der Einführung dieser Studie im Jahr 2001 hat sich das illegale Downloaden von Einzeltracks und Alben verdoppelt. Wurden 2001 noch 492 Millionen einzelne Musikstücke illegal heruntergeladen, waren es 2010 bereits an die 900 Millionen Tracks, die illegal gespeichert, genutzt und vertrieben wurden (vgl. IFPI 2012). Derartige Daten verdeutlichen, dass der Musikmarkt schon seit Jahren in einer tiefen Krise steckt, und dass die Abwendung von

⁶⁴ Auch „Brennerstudie“ genannt. Von der GfK durchgeführte, repräsentative Studie zum Thema: Brennen, Speichern und Downloaden von Medieninhalten. <http://www.musikindustrie.de/studien/>. Seit 2011 wird die Studie „Studie zur digitalen Content Nutzung“ (DCN) genannt.

physischen Tonträgern deutlich spürbar ist. Auch wenn Ende 2011 abermals „der zweite Frühling der Schallplatte“ ausgerufen wurde, verdeckt die Euphorie um das vielmals totgesagte Medium, dass es sich heute nur noch um ein Nischenprodukt handelt, welches nur von einem sehr kleinen Publikum gekauft wird.

6.3.2 Der österreichische Tonträgermarkt

Insgesamt wurden am österreichischen Musikmarkt (2011) eine Million Euro mit dem Verkauf von Schallplatten umgesetzt. Davon fallen knapp ein Prozent auf die Schallplatte, und das bei einem Gesamtumsatz am österreichischen Musikmarkt, der von €186 Millionen im Jahre 2010 auf € 174 Millionen im Jahre 2011 gefallen ist. Hier von einem zweiten Frühling zu sprechen gleicht einer Farce. Betrachtet man nur den Tonträgerverkauf wurden hier €124 Millionen erwirtschaftet, welche sich folgendermaßen aufteilen (Werte bezogen auf Handelsmarkt:



Quelle: IFPI Musikmarktbericht 2011: 10

Abbildung 2: Marktanteil der einzelnen Musikformate 2011 (Basis: Umsatz 2011 zu Handelsabgabepreis)

Die Position der Schallplatte am österreichischen Musikmarkt ist die eines Nischenproduktes. Vinyl verzeichnet einen leichten Verkaufsanstieg zum

Vorjahr und erzielte 2011 einen Umsatz von über einer Million (vgl. IFPI – AT 2011: 9). Dieser Anstieg betrifft im Speziellen Neuauflagen von klassischen Stücken, Nachpressungen bestimmter Alben und Sondereditionen, und weniger die Clubmusik. Ein weiteres Wachstum der Verkaufszahlen ist ebenfalls auszuschließen, da im Vinylbereich keine neuen Märkte mehr zu erschließen sind, da lediglich alte Rezeptionsmuster bedient werden können. Die Vermutung liegt daher sehr nahe, dass sich die Verkaufszahlen bei diesem Wert einpendeln bzw. in den kommenden Jahren fallen, da die nachkommende Musikgeneration kaum bis gar keine Bindung mehr zum Medium Schallplatte aufweist.

Während es am physischen Tonträgermarkt also eher traurig aussieht, und die allgemeinen Verkaufszahlen jährlich abnehmen, beliefen sich die Bruttoeinnahmen vom gesamten Online Musikmarkt auf € 24 Millionen (2011), das entspricht einem Plus von 14% zum Vorjahr (2009/ +25%, 2010/ +32%) (vgl. IFPI – AT 2011: 9). Die Zahlen verdeutlichen den Wachstumskurs dieses Marktsegments und zugleich den digitalen Wandel innerhalb der Musikindustrie.

Ein Trend der mit der „Theory of newly vulnerable markets“ erklärt werden kann. Die Theorie besagt,

dass die Märkte aufgrund des technologischen Fortschritts, der Innovationen und aufgrund unterschiedlicher Eigenschaften (Markt erscheint attraktiv für neue Mitbewerber, Verteidigung des Marktes wird zunehmend erschwert etc.) fragil und angreifbar werden. (Helmholz 2011: 3)

6.4 Alte und neue Vertriebsstrukturen von Clubmusik

Der Vertrieb von Clubmusik verläuft über die unterschiedlichsten Kanäle, wobei die Verkürzung der Wertschöpfungskette zu einer maßgeblichen Veränderung dieser Strukturen geführt hat. Die neuen Vertriebsstrukturen von Clubmusik entfernen sich dabei immer weiter in den Cyberspace. Der physische Besitz einer Schallplatte wird durch die digitale Verfügbarkeit tausender digitaler Musiktitel und durch die Schnelllebigkeit der Musik obsolet. Die Musikdistribution über das Internet gehört mittlerweile zu den am stärksten wachsenden Märkten (innerhalb der DJ-Kultur). Die Digitalisierung hat zu einer „Flexibilisierung der Distributionskanäle“ (vgl. Fröhlich 2007: 61)

geführt. Jahrzehntlang wurde Clubmusik im klassischen Plattenladen oder auf den Partys selbst vertrieben. Der Plattenladen galt als Umschlagplatz für die neuesten Veröffentlichungen und als Marktplatz der Szenekommunikation. In den letzten Jahren ist eine Abwendung von Musik als kommunikatives soziales Ereignis spürbar. Der musikalische Face-to-Face Diskurs fällt weg und wird von Downloadcharts ersetzt.

Ketten, die unverwüstlich schienen, verschwanden, und von den rund 900 unabhängigen Plattenläden, die es noch vor sechs Jahren in Großbritannien gab, haben keine 300 überlebt. (Lamont 2012: s.p.)

Auch in Österreich spiegelt sich dieser Trend deutlich wieder. Die Anzahl der genrespezifischen Plattenläden ist in den letzten Jahren auch hier deutlich gesunken.

Konnte bis vor fünf Jahren noch fast jede Hauptstadt Österreichs einen Plattenladen aufweisen⁶⁵, haben nur wenige die veränderten Marktstrukturen überlebt. Zu den letzten agierenden Plattenläden in Wien gehören beispielsweise das Substance (<http://www.substance-store.com/>), der Dynamics Record Store (<http://www.dynamicrecords.at/>) und das Friendly House (<http://www.friendlyhouse.at/>). All die hier genannten Shops zeichnen sich dadurch aus, dass sie neben dem Plattenverkauf auch noch andere szenenahe Geräte/ Ausstattungen (DJ Equipment, Zeitschriften, Kleidung etc.) vertreiben.

Die Monopolstellung des sozialen Knotenpunkts Plattenladen endete mit der kommerziellen Verbreitung des Internets und den neuen Möglichkeiten, die sich dadurch für den Konsumenten ergaben. Der DJ muss heute keine bestimmte Örtlichkeit aufsuchen, um eine Schallplatte, zu erwerben, sondern fährt seinen Computer hoch, besucht den Online Shop zu jeder Tages- und Nachtzeit und bestellt die gewünschten Produkte, die dann nur wenige Tage später, meist sogar kostenlos, bis an die Haustür geliefert werden. Kein langes

⁶⁵ Con:trust/ Linz: 1999 – 2008, Weltrecords/ Linz 2004 - 2007, Danube Records/ Linz 1993 - 2003 Black Market/ Wien: 1990 - 2008, Bounce, Wien: 2002 - 2010, Phono Records, Graz 2007 - 2009) Wer mehr Einblicke in die Plattenladenkultur der Linzer Szene haben möchte, dem ist der Aufsatz: „Auslaufrillen: Eine kleine Geschichte der Linzer Plattenläden“ von Christian Wellmann zu empfehlen (<http://www.servus.at/VERSORGERIN/77/platten.html>).

Suchen nach einem bestimmten Track in einem überfüllten Laden, kein Warten an der Kasse, oder die Beratung durch einen Mitarbeiter ist notwendig. Das Internet macht es möglich! Ein Angebot, das viele DJs überzeugt, mit der Folge, dass das Angebot an Plattenläden im MP3 Zeitalter kontinuierlich schrumpft.

6.4.1 Der Online Shop

Knapp die Hälfte (42%) aller Vinylkäufer bestellt mittlerweile ihre Tonträger online bzw. downloaden zusätzlich Musik Files (vgl. Wyer 2006: 108). Dieses Kaufverhalten wird auch von Arndt (2005) beobachtet. Hier gaben 80% der Befragten an, ihre Schallplatten ganz klassisch im Plattenladen zu kaufen, doch knapp drei Viertel (73%) der Befragten merkten ebenfalls an, sich Schallplatten auch im Internet zu bestellen, gut ein Drittel (36%) sogar oft bis sehr oft (vgl. Arndt 2005: 35). Auch Langholz (2006) kommt zu ähnlichen Ergebnissen. In seinen Untersuchungen sind Online Platten Store (56,60%) und echter Plattenshop (58,49%) schon beinahe gleich auf (vgl. Langholz 2006: 64).

Mit dem physischen Vertrieb von Schallplatten via Online Shops und dem neuen Medium CD bekamen die Plattenläden erstmals Konkurrenz. Diese Entwicklung kam durch das große Plattenladensterben zum Ausdruck. Die Gründe für den Rückgang der Plattenläden sind vielfältig. Reine Online Shops sind meist preisgünstiger als ihre reale Konkurrenz und haben nicht mit Problemen wie den hohen Postgebühren und den räumlich begrenzten Stellflächen im Geschäft zu kämpfen.

Die Plattenläden, die das letzte Jahrzehnt überlebt haben, mussten sich den digitalen Welten öffnen und verfügen neben dem realen Plattenladen fast immer auch über einen Online Shop, um so eine breitere Käuferschicht ansprechen zu können. Der physische Vertrieb via Internet hat sich schnell etabliert und reine Online Shops teilen sich heute den Markt mit realen Plattenshops, die auch im Netz vertreten sind. Ein deutlicher Unterschied fällt in diesen Webauftritten jedoch auf. Während reine Online Shops fast immer einen sehr professionellen Webauftritt pflegen, neigen reale Plattenshops oft dazu, Onlineauftritte in einer Produktauflistung enden zu lassen.

Ein guter Online Shop zeichnet sich durch eine Vielzahl unterschiedlicher Kriterien aus:

- Detaillierte Genreunterteilung
- Plattenrezensionen
- Abbildung der Plattenhülle
- Vorhörmöglichkeit
- Merklisten Funktion
- Verschiedene Suchfunktion Optionen (nach Label, Genre, Interpret etc.)
- Verkaufscharts
- (speicherbarer) Warenkorb

Dass Medientechnologien Gattungen und Stile mit bedingen und Ideen zuweilen erst reifen lassen, ist das eine (...), dass darüber hinaus bspw. durch Tauschbörsen im Internet Wertschätzungen der Musik gegenüber neu definiert werden, ist das andere, was über die Musik hinaus auch das Medium Internet zum Gegenstand der Untersuchung hebt. (Schläbitz 2004: 2)

6.5 Download DJ Culture

Um sich im Internet Musik zu beschaffen gibt es mittlerweile vielfältige Möglichkeiten legaler und illegaler Natur. Grundsätzlich können zwei Arten von Audiodaten verortet werden:

- Download
- Streaming

Für den Bereich DJ-Kultur ist vor allem der Bereich Download von Audio Dateien von Bedeutung. Unter „Download“ ist das Herunterladen und Speichern einer Datei auf dem eigenen PC gemeint. Die gespeicherte Datei kann mit Hilfe eines Zusatzprogramms (Software) abgespielt, weiterverbreitet oder dupliziert werden.

Streaming definiert im Gegensatz zum Download eine Echtzeit Übertragung der Audio Dateien, wobei die „gestreamte“ Information nicht am Computer gespeichert wird. Zu den bekanntesten Streaming Technologien zählen der Realplayer (Real Networks), der Mediaplayer (Microsoft) und der Quicktime Player (Apple).

Streaming-Angebote erfreuen sich immer größerer Beliebtheit und die Zahl der Anbieter steigt kontinuierlich. Dabei bieten die Streaming-Dienste (wie Spotify, Simfy) bis zu 16 Millionen Titel an. In Schweden beträgt der Streaming-Anteil am gesamten Digitalmarkt bereits 84%, dementsprechend wird auch das Wachstumspotential in Österreich relativ hoch eingeschätzt (vgl. IFPI - AT 2011: 16) Für die DJ Szene ist diese Art von Audiodaten zurzeit noch relativ unbedeutend, auch wenn neue Software es ermöglicht gestreamte Inhalte zu speichern.

Ganz gleich, welche Art digitaler Musik Content sich in Zukunft durchsetzen wird, fest steht, dass es mittlerweile nicht mehr um den Besitz eines physischen Trägers geht, sondern lediglich um das „consumption capital“. Der DJ Szene stehen hierfür unterschiedliche Bezugsmöglichkeiten zur Verfügung, welche in legale und illegale zu unterteilen sind:

Zu den unautorisierten Quellen der Musikbeschaffung zählen:

- Abspeichern von Musik von Video-Streaming-Plattformen (z. B.: Youtube-Converter).
- Abspeichern von Musik von Online-Radios (z.B.: radio.fx).
- Nutzung von Plattformen (z.B.:Musicmonster, Zeezee)
- Kostenlose Download-Apps auf dem Smartphone
- Nutzung von Tauschbörsen / Peer-to-Peer-Netzwerken / ftp-Servern / Newsgroup Services/ Blogs
- Content Download von Sharehostern / Cyberlockern
- Zusendung der Medieninhalte per E-Mail oder anderen Nachrichtenformaten
- Medientausch via Festplatten oder anderen Speichermedien
- Medientausch via Bluetooth (v. a. bei Smartphones)

(vgl. IFPI – DE 2012: 15)

Neben diesen unautorisierten Quellen zur Musikbeschaffung tendiert ein Großteil der Vinyl sozialisierten DJ Szene aber eher zu legalen Downloadplattformen, da hier bessere Soundformate zur Verfügung stehen.

Dabei kann mittlerweile auf ein relativ breites Angebot an legalen Musikdiensten zurückgegriffen werden. Waren es 2003 nur fünf legale Plattformen, die Musiktitel im Netz angeboten haben, existierten, nach Angaben der Branchenplattform www.pro-music.org 2011⁶⁶, allein für den österreichischen Markt 33 solcher Content Seller, wobei dazu gesagt werden muss, dass auch hier die Big Player den Markt dominieren. Exemplarisch wird nun auf die drei wichtigsten Download Plattformen für DJs eingegangen:

- Beatport (<http://www.beatport.com/>)
- Juno (<http://www.juno.co.uk/>)
- I-Tunes (<http://www.apple.com/at/itunes/download/>)

6.5.1 Beatport

Das im Jahr 2004 in Denver gegründete Unternehmen Beatport gehört mittlerweile zu den Online-Marktführern im Vertrieb von Musikdownloads. Ein Grund für die weltweite Popularität ist die Partnerschaft mit der Firma „Nativ Instruments“, welche neben „Serato“ zu den Marktführern im Bereich DJ Software gehören. Die Software Traktor ermöglicht den direkten Zugriff auf den Online Store, was dem User das Laden von Dateien in die Software erspart.

Beatport verfügte bereits 2007 über 300 000 registrierte Benutzer und laut Angaben von Eloy Lopez, dem Gründer von Beatport, wuchs der Kundenstamm bis dahin monatlich um 25.000 neue Benutzer. Das würde bedeuten, dass Beat Port mittlerweile rund 1,5 Millionen registrierte Mitglieder haben müsste. 2007 hatte das Online Portal bereits 6.400 Labels unter Vertrag und insgesamt 275.000 Tracks im Programm - 30 Terabyte Musik! (Sievers 2007: s.p.)

Die Musikdaten werden einzeln verrechnet und unterscheiden sich im Preis, welcher sich nach der jeweiligen Soundqualität richtet. Der Download Shop basiert auf einem Chart Empfehlungssystem. Die unterschiedlichen Genres und DJ Charts geben hier den Ton an und bestimmen maßgeblich mit, was zum Hit

⁶⁶ <http://www.pro-music.org/Content/GetMusicOnline/stores-Europe.php>.

wird, und was nicht. Neben den unterschiedlichen Musikgenres können auf der Seite auch Samplesammlungen für die Produktion verschiedener Stile erworben werden.

6.5.2 Juno Records/ Download

Neben Beatport gehört Juno zu den gefragtesten Download Shops der DJ Szene, dessen Sitz ebenfalls in Großbritannien ist. Laut Internetseite⁶⁷: „*The world's largest range of dance music vinyl, CD and downloads, with over 1000000 available.*“

Die Geschichte von Juno beginnt bereits 1996. Damals hieß die von Richard Atherton and Sharon Boyd ins Leben gerufene Homepage aber noch „The Dance Music Resource Pages.“ Es handelte sich dabei um eine Art Release Seite, wo die täglichen Neuerscheinungen der Clubmusik dokumentiert wurden. 1997 entstand daraus das Unternehmen Juno, wo man die aufgelisteten Platten und CDs auch erwerben konnte.

Seit 2006 bietet Juno Records seinen Usern ebenfalls digitale Download Files (MP3/ WAV) an. Kurz darauf wurde eine eigenständige Seite, der digitale Bruder von Junorecords, Junodownload ins Leben gerufen. Der digitale Boom in der Szene machte diesen Schritt unumgänglich, zudem wurde schnell klar, welches Potential in diesem neuen Markt steckte.

Im Gegensatz zu Beatport verfügt Juno mit Junorecords nach wie vor über einen physischen Tonträgerverkauf. Auch hier wird der DJ mittels „Bestseller Charts“, „DJ Charts“ und „Juno recommended“ digital beraten, wobei das System das gleiche ist, wie bei Beatport. Neben dem Vertrieb von Musik bietet JunoDJ auch DJ Equipment an.

⁶⁷ <http://www.juno.co.uk/>.

6.5.3 I-Tunes Store

Neben den hier genannten Plattformen, welche sich aus der Szene heraus entwickelt haben, ist Apple als internationaler Konzern zu nennen, der sich mit dem I-Tunes Music Store mittlerweile als Big Player im Bereich DJ Wirtschaft etabliert hat.

Es dauerte jedoch eine Zeit, bis I-Tunes sich der virtuellen Welt öffnete, waren doch die AAC codierten Audiodateien für nicht Apple User lange Zeit unbrauchbar. Erst der neue Standard, I Tunes Plus-Downloads ermöglichte es, Musiktitel ohne DRM auch auf anderen Endgeräten abzuspielen und machte diesen interessant für die DJ Szene.

Die Bitrate beträgt lediglich 256 kBit/s (kbps), was im Gegensatz zu den bei Juno und Beatport angebotenen WAF oder AIFF Formaten einen klaren Nachteil darstellt. Das erklärt auch den günstigen Preis bei I Tunes, der bei 0,99 Cent liegt. Im Gegensatz dazu kostet ein MP3 (320 kBit/s) bei Beatport ca. € 1,50 und ein Looseless Format um ca. einen Euro mehr. Das I Tunes innerhalb kürzester Zeit zu den Big Playern in der Szene gehört, ist zum einen auf das betriebene Preisdumping und zum anderen auf die Vielzahl von Exklusivrechten an populären Acts zurückzuführen.

7. Nutzungsmotive von DJs

Für diese Arbeit stellen sich zunächst die Fragen, welche psychologischen Faktoren die Medienwahl bestimmen, welche Motive des DJs heute noch für den Gebrauch von Vinyl sprechen, welche Ansprüche der DJ gegenwärtig an seine Werkzeuge stellt und wie sich diese Motive und Einstellungen auf die aktuelle Gerätenutzung bzw. – ausstattung auswirken. Dabei ist zu bedenken, dass

menschliches Verhalten offenbar nicht von fest montierten Trieben gesteuert wird, sondern von formbaren und entwicklungsfähigen Motivationen, also einem Wertewandel (vgl. Bänsch 2002: 22).

Während der Grundabsicht, nämlich die Befriedigung des Bedürfnisses nach Musik, gleich geblieben ist, haben sich die Anforderungen an die verwendeten Instrumente kongruent an die neuen Möglichkeiten angepasst. Um Transparenz in diesen Prozess zu bringen, wird auf den „Uses and Gratification“ Ansatz als Erklärungskonstrukt zurückgegriffen. Mehrere Untersuchungen (vgl. Labuhn 2006; Langholz 2006; Arndt 2005; Wyer 2006) können helfen die relevanten Dimensionen, aufgrund derer DJs Medien auswählen, sichtbar zu machen. Die Ergebnisse dieser Untersuchungen werden im Folgenden in einen Gesamtzusammenhang gestellt, um eine Aussage bezüglich des Stellenwerts, den die Schallplatte in der gegenwärtigen DJ-Kultur einnimmt, machen zu können.

7.1 Der Uses and Gratification Ansatz

Der Nutzen- und Belohnungsansatz (U&G Ansatz) widmet sich einer publikumszentrierten Perspektive und ist ein Modell der Mediennutzungsforschung. Der Ansatz wurde von Elihu Katz und David Foulkes (1962) geprägt und stellt das aktive Individuum in den Mittelpunkt der Analyse. Das Mediennutzungskonzept geht davon aus, dass der Konsument rational handelt, bei vollständiger Informiertheit über die Qualität und den Nutzen eines Medienprodukts, seine Bedürfnisse kennt und zielgerichtet diese zu befriedigen versucht (vgl. Kiefer 2001: 354).

Solch ein Verständnis, welches dem Individuum eine derart hohe Selbstreflexion zutraut, stößt vor allem in Bezug auf die Nutzung von Fernsehprogrammen auf Kritik. Im Falle der DJ Szene sprechen aber mehrere Gründe dafür, dass die Zuwendung durchaus intentional abläuft. Vor allem deshalb, weil Platten im Gegensatz zu einzelnen TV Programmen Geld kosten, und die Zuwendung einen Effekt bei Dritten auslösen soll, also nicht der reinen Bedürfnisbefriedigung dient.

Dem U&G Ansatz zufolge hängt die Zuwendung zu einem bestimmten Medium immer mit der Befriedigung eines Nutzens zusammen, welchen sich der Rezipient durch den Konsum erhofft. Die Medienwahl ist demzufolge eine Strategie zur Problemlösung. Ein Problem ergibt sich aus einem Bedürfnis heraus und ruft Motive zur Mediennutzung hervor. Die Motive sind dabei stark von der persönlichen Identität - also den psychischen Faktoren - sowie dem sozialen Umfeld geprägt. Eine Motivation ergibt sich aus dem Zusammenspiel von Emotion und Handlungsorientierung (vgl. Bänsch 2002: 19). Ziel ist es, durch die Nutzung eines bestimmten Mediums Gratifikation und sozialen Zuspruch zu erhalten, also die Bedürfnisse nach Selbstachtung, Anerkennung und Selbstverwirklichung zu stillen.

Teil der DJ Szene zu sein bedeutet, implizierte Einstellungen und explizite Motivationen zu teilen. Die implizierte Einstellung, also die Aufgabe eines DJs ein anonymes Publikum für sich zu begeistern, ist dabei allen DJs gleich. Die primäre Motivation besteht darin, öffentliche Aufmerksamkeit (ob nun räumlich oder virtuell) auszulösen. Es handelt sich also nicht um einen selbstgenügsamen Akt, sondern um eine zielgerichtete Handlung, die im besten Fall auf Anerkennung stößt, wobei vor allem szenointerner Respekt für DJs eine wichtige Rolle spielt.

Der Schallplattenkäufer verfolgt mit seinem Handeln seinen eigenen Vorteil und trifft seine Entscheidungen gemäß seiner Präferenzen. Der Kauf eines bestimmten Mediums wie der Schallplatte zum Zweck der Erhaltung der Authentizität einer Szene widerspricht diesem Verhaltensmodell. Eingang muss daher geklärt werden:

- welche quantifizierenden Strukturen die Mitglieder der DJ Szene aufweisen.
- welche psychologischen Faktoren das Kaufverhalten begleiten.
- welche Beweggründe die Zuwendung zu einem Medium bestimmen, um später auf die relevanten Nutzungsmotive der Schallplatte eingehen zu können.

7.2 Quantifizierende Strukturen der DJ Szene

a) Größe und Entwicklungstrends

Wie viele Menschen in Österreich der Tätigkeit des Djings nachgehen hat bisher noch keine Statistik erfasst, auch in anderen Ländern wurden derartige Gesamtstatistiken bis dato nicht durchgeführt. Es gibt für den Beruf des DJs keine staatlich geregelte Ausbildung, und es handelt sich um ein nicht eingetragenes Gewerbe.⁶⁸ Offizielle Zahlen liegen daher nicht auf.

Das gesamtgesellschaftliche Interesse an dieser Gruppierung scheint zu gering zu sein, um in derartige Statistiken zu investieren. Das Kauf- und Nutzungsverhalten interessiert jedoch DJ Equipment Vertriebe (Elevator, Deutschland), die auch jährliche Nutzerstudien durchführen. Neben diesen Käuferstudien kann zudem auf wissenschaftliche Arbeiten zurückgegriffen werden, welche sich mit der Identifizierung soziodemographischer Merkmale von DJs auseinandergesetzt haben (vgl. Labuhn 2006; Langholz 2006).

Allgemein kann festgestellt werden, dass das mediale und wissenschaftliche Interesse in den letzten zehn Jahren erheblich gestiegen ist, und dass die Szene generell einen Anstieg ihrer Mitgliederzahl verzeichnet - eine Entwicklung, welche unter anderem mit dem digitalen Wandel und der damit verbundenen einfachen Handhabung der Geräte, sowie den Verfall der ursprünglich hohen Einstiegskosten begründet werden kann.

⁶⁸ „One reason why subcultural capital clouds class backgrounds is that it has long defined itself as extra-curricular, as knowledge one cannot learn in school.“ (Thornton 1996: 13).

b) Sozialstatistische Kriterien

Der Großteil der DJs sind junge, männliche Erwachsene (20-29 Jahre) mit einer überdurchschnittlichen Bildung. Viele sind in der Ausbildung bzw. studieren. Das Haushaltsnettoeinkommen liegt bei unter € 1500, daran gemessen sind die durchschnittlichen Ausgaben für Tonträger relativ hoch (vgl. Arndt 2005: 55; Labuhn 2006: 14). DJs gehören zum Kreis der Intensivkäufer⁶⁹ und verbringen einen Großteil ihrer Zeit mit dem Suchen von Information über Musik. Der tägliche Musikkonsum beläuft sich auf 4,8h (vgl. Arndt 2005: 35) und ist demnach überdurchschnittlich hoch. Die Mehrheit der DJs zählt sich zur Kategorie der Hobby – bzw. semi-professionellen DJs und zur Teilszene der Club DJs (vgl. Arndt 2005: 63; Labuhn 2006: 14).

Innerhalb einer Szene herrscht meist eine sehr homogene Milieustruktur, das heißt die Szenemitglieder rekrutieren sich im Normalfall aus ein und demselben Milieu, und umgekehrt wirkt die Teilnahme an einer Szene als Ausweis für die Zugehörigkeit zu einem bestimmten Milieu. (Almer 2002: 27)

Nach Schulze (1995) sind die Mitglieder der DJ-Kultur am ehesten dem „Selbstverwirklichungsmilieu“ zuzuordnen. Zu den bestimmenden Faktoren dieses Milieus zählen:

- Ein großer Teil dieser Gruppe befindet sich noch in der Ausbildung
- Relativ niedriges soziales Niveau
- Diese Gruppierung sieht das eigene Selbst als Konstante, der die Umwelt als veränderbare Größe angepasst werden muss
- Affinität zur Kulturszene
- Sämtliche Lebensentwürfe, Stile, Ansichten und Leidenschaften sind erlaubt
- Idealfigur ist der Künstler, der permanent an sich arbeitet, sich selbst im grenzenlosen Narzissmus perfektionierend

(Schulze 1995: 312f.)

Die hier aufgelisteten Kriterien decken sich dabei größtenteils mit den zuvor identifizierten Merkmalen der Szenemitglieder (s. S.15f.).

⁶⁹ Kategorisierung des Bundesverbands der Phonographischen Wirtschaft – demnach sind Konsumenten, die mehr als 9 Tonträger pro Jahr kaufen, Intensivkäufer (vgl. Labuhn 2006: 34).

7.3 Psychologische Faktoren

Die Selektion von Medien ist geprägt durch soziodemographische Attribute und persönliche Determinationen. Aus den soziographischen Merkmalen ergeben sich Kristallisationsformen von Motiven (vgl. Bänisch 2002: 23), welche wie folgt zusammengefasst, und auf die DJ Szene umgelegt werden können:

Gewinnmotiv

Wirtschaftlichkeits- und Rentabilitätsüberlegungen von Seiten des Konsumenten, also eine finanzielle Ersparnis, stellen einen stark motivierenden Aspekt dar (vgl. Bänisch 2002: 24).

In Bezug auf den Vergleich von alten und neuen Medien ist das Gewinnmotiv bei digitalen Medien weitaus höher einzustufen. Ein digitales File kostet zwischen € 0,99 (MP3 – I-Tunes) und € 2,54 (WAV - Juno Download) oder ist gratis. Der durchschnittliche Preis einer physischen Single in einem österreichischen Plattenladen liegt bei € 8 bis € 11. Der Preisunterschied ist mit der digitalen Distribution im ersten Fall zu erklären, welche es ermöglicht, dass Platten, die über einen Online Shop angeboten werden, immer billiger sind als in einem „echten“ Plattenladen. Selbst jene, die sich weiterhin für materielle Tonträger entscheiden, können mit Hilfe des Internets einen Gewinn realisieren. Folgendes Beispiel verdeutlicht diese Tatsache:

Eine Platte (HZN 051) kostet in einem Wiener Plattenladen (realer Plattenshop mit digitaler Shoppingmöglichkeit) € 9,59, während die identische Platte auf <http://www.deejay.de/> (reiner Internet Plattenshop) um € 7,99 erhältlich ist (Stand 09.07.2012).

Durch die angeführten Beispiele kann der Grund für das Sterben des klassischen Plattenladens deutlich belegt werden. Zudem bestärkt die Möglichkeit der Vervielfältigung, die einfache Reproduzierbarkeit und die Möglichkeit beliebig viele Kopien herzustellen das Gewinnmotiv zusätzlich.

Zeitersparnismotiv

Wird bei der Mediennutzung, -auswahl und -rezeption Zeit gespart, wird das in einer zeitknappen Gesellschaft als positiv gewertet (vgl. Bänisch 2002: 24).

Musik im digitalen Zeitalter wird im Internet „gekauft“. Der Gang zum Plattenladen erübrigt sich, und somit wird augenscheinlich Zeit gespart. Betrachtet man diesen Wandel genauer, ist der Konsument durch den Wegfall des Plattenladens als Intermediär einer derart großen Menge von Musik ausgesetzt, dass es mehr Zeit erfordert, zuerst „Gutes“ von „Schlechtem“ zu trennen.

Der Kaufakt zieht sich meist über mehrere Tage hin, da die zuvor selektierten Titel zuerst im Warenkorb landen und erst nach mehrmaliger Nachselektion letztendlich gekauft werden. Vergleicht man nun die Zeit, die man durchschnittlich in einem Plattenladen verbringt, mit jener, die man fürs Online-Shopping benötigt, ist die zuvor geglaubte Zeitersparnis in Wahrheit keine mehr.

Womit digitale Downloads aber auf jeden Fall punkten, ist die Zeitersparnis in Bezug auf das Warten. Der digitale Track wird heruntergeladen und ist einsatzbereit. Bis ein neuer Track auf Platte gepresst wird, dann beim Vertrieb landet und nach einigen Tagen mit der Post ankommt, vergehen oft Monate.

Bequemlichkeitsmotiv

Je mehr Bequemlichkeiten ein Medium vermittelt, desto eher wendet man sich diesem zu (vgl. Bänsch 2002: 24).

Das Bequemlichkeitsmotiv digitaler Medien wird dabei durch ihre praktische Größe und ihr geringes Gewicht gestützt. Eine weitere Erleichterung ist die hervorgerufene Flexibilität digitaler Medien, die es ermöglicht einen Mix schnell mal im Flugzeug am Laptop vorzubereiten, ohne dafür einen Plattenspieler zu benötigen. Semi-professionelle bzw. professionelle DJs sehen einen Nachteil beim Transport von Schallplatten und stufen technologische Innovationen wie CD, Serato & Co. daher als durchaus positiv ein (vgl. Buisman 2006: 57) - eine Tatsache, die mit dem Wandel der neuen Bedürfnisse des DJs zusammenhängt. Das Komprimierungsformat MP3 ermöglicht es, eine hohe Anzahl an Musikstücken unterwegs zur Verfügung zu haben, welche in Form von Vinyl nie mitgenommen werden könnten. Ebenso ist die Auswahl an digitalen Musik Files gegenüber analog verfügbaren Trägern heute nicht vergleichbar. Während in der Zeit von 9. Juli 2012 – 15. Juli 2012, 18

Schallplattenveröffentlichungen im Bereich Drum&Bass erschienen sind (<http://www.juno.co.uk/drumandbass/this-week/>), waren es im gleichen Zeitraum 95 digitale Releases im selben Musikgenre (<http://www.junodownload.com/drumandbass/this-week/releases/2/>).

Neben diesen Vorteilen digitaler Methoden ermöglichen sie einen bequemen Einstieg in die Szene, da bestimmte zu erlernende Fähigkeiten heute von der Technik übernommen werden. Digitale Medien bieten dem DJ also eine Fülle an Bequemlichkeitsgewinn und neue Möglichkeiten gegenüber der Schallplatte.

Geltungsmotiv

Das Geltungsmotiv ist allen Menschen gleich - sie suchen nach Anerkennung, vor allem innerhalb des sozialen Gefüges in dem sie sich bewegen (vgl. Bänisch 2002: 30).

Besonders in der jungen Generation von DJs, die die Platte heute noch als Einstiegstechnik wählen, ist das Geltungsmotiv ausgeprägt. Sie erhoffen sich durch die Verwendung der Schallplatte eine höhere Anerkennung innerhalb der Szene. Ein weiterer Punkt, welcher das Geltungsmotiv bestärkt, ist das Sammeln von Schallplatten.

Dementsprechend wird eine umfangreiche Plattensammlung vor allem dann als Statussymbol begreifbar, wenn das Umfeld die damit verbundenen Kosten und Mühen zu schätzen weiß. (Arndt 2005: 42)

Je nach musikalischer Teilszene spielt die Plattensammlung eine mehr oder weniger große Bedeutung. Als exemplarische Teilszene kann hier auf die Turntablisten verwiesen werden. Ein einzigartiges Repertoire und der damit verbundene soziale Status, welcher durch den Besitz von Klassikern und Raritäten zum Ausdruck kommt, spielen hier eine wichtigere Rolle als der Klang (vgl. Arndt 2005: 46), auch wenn diese Werte in der digitalen Mediamorphose zunehmend an Bedeutung verlieren.

Das Geltungsmotiv professioneller Club DJs ist demgegenüber weniger ausgeprägt, da sich diese quasi bereits in der Szene bewiesen haben und sich nun ohne „schlechtes“ Gewissen neuen Techniken zuwenden können. Das Bequemlichkeitsmotiv steht bei dieser Gruppierung im Vordergrund, sowie der

Drang nach Veränderung. Modern und fortschrittlich zu wirken ist langjährigen DJs demnach wichtiger, als subkulturelles Kapital durch die Verwendung der Schallplatte aufzubauen.

Nachahmungsmotiv

Das Nachahmungsmotiv ist vom Geltungsmotiv kaum zu isolieren. Dies erklärt sich aus der Ambivalenz des Geltungstriebes, die sich als Streben nach Abhebung und Anpassung äußert. (Bänsch 2002: 31)

Nachahmungsmotive in der DJ Szene sind vielfältig und kaum fassbar. Setzt sich ein bestimmtes Konzept durch, wird dieses, in der Hoffnung auch einen Teil der Cashcow abzubekommen, von vielen kopiert. Wer aber wirklich etwas Besonderes in der Szene sein will, muss die neuen Technologien so zu nutzen wissen, wie kein anderer. Ziel ist es subkulturelles Kapital aufzubauen; da aber mit der Schallplatte heute kaum noch subkulturelles Kapital im klassischen Sinn aufgebaut werden kann, müsste dieses in der digitalen Mediamorphose neu definiert werden.

Emotionsmotiv

Das Emotionsmotiv wird hervorgerufen, wenn der Gebrauch eines Mediums emotional behaftet ist (vgl. Bänsch 2002: 32).

Während zu neuen binären Datensätzen kaum eine emotionale Bindung aufgebaut werden kann, ist zu jeder einzelnen Schallplatte eine eigene kleine Geschichte zu erzählen. Die Motive Dimensionen, Nostalgie und emotionale Gebundenheit finden überdurchschnittlich viel Zustimmung, da viele die Schallplatte mit ihrer Vergangenheit verbinden, und besonders das Auflegen von alten Platten Erinnerungen hervorruft (vgl. Arndt 2005: 38). Dass zu der neuen trägerlosen Musik kein Bezug aufgebaut werden kann, wird von Stefan Eder im Interview jedoch revidiert.

Das ist für mich eine Generationen-Geschichte, das ist einfach so, wie wir aufgewachsen sind, in einem noch nicht digitalisierten Umfeld. Du hast jetzt auch den Trend E-Books, ich glaub, dass sich neue Generationen wesentlich leichter tun, also was heißt neue Generationen, also das merkt man schon in unserer Generation in unseren Jahrgängen, dass der Zugang zu digitalisierten Inhalten, dass diese Hemmschwelle ein E-Book oder digitale Musik zu verwenden und trotzdem den Bezug zur Musik zu haben, da ist, also das ist für mich nur eine

Jahrgangsfrage. Wenn du mit dem aufwächst, dass du nur digitale Inhalte zur Verfügung hast, wirst du zu denen trotzdem einen Bezug haben. (Interview SE 10.07.2012: 191)

Abgesehen von der Frage nach dem emotionalen Bezug haben die neuen Inhalte, wenn man davon ausgeht, dass das Suchen von Platten im Gegensatz zum Auswählen einer Datei, mit Emotionen verbunden ist, zu einem weiteren Emotionsverlust geführt. War das Plattensuchen ein stark emotionsbedingter Akt, hat die Immaterialität von Musik zum Ende dieses Rituals geführt. Die einen werden dies als Erleichterung empfinden, für die anderen geht etwas Wichtiges verloren, nämlich das Wühlen in der Plattentasche nach genau diesem einen Track, welcher einem intuitiv in die Hand fällt. Die große Mehrheit der DJs bzw. Produzenten wünscht sich, ihre erste Veröffentlichung auf einer Schallplatte herauszubringen, wenn sie sich das Medium aussuchen könnten. Dies verdeutlicht die emotionale Gebundenheit der Szene zum Medium Vinyl abermals. Dieser Traditionalismus in Bezug auf die Erstveröffentlichung ist vor allem bei DJs festzustellen, die seit über sechs Jahre auflegen und durch Vinyl sozialisiert wurden (vgl. Labuhn 2006: 19). Auch Gerd Holoubeck, welcher heute noch Platten von seinen Produktionen pressen lässt, spielt im Interview auf die emotionale Gebundenheit an.

Für einen DJ, der mit Vinyl aufgewachsen ist, ist es natürlich das Größte, wenn man dann selber Vinyls machen kann. (Interview GH 11.07.2012: 193)

Abwechslungsmotiv

Das Bedürfnis nach Abwechslung gehört zu den wesensspezifischen Zügen eines jeden Individuums, da Objekte, reizmonotone Situationen oder Menschen nach einer bestimmten Zeit als reizlos empfunden werden (vgl. Bänsch 2002: 35).

Was hier als Abwechslungsbedürfnis bezeichnet wird, ist auch Teil der Forschungsfrage, wird aber in dieser als Drang zur Innovation bezeichnet. Da sich die DJ Szene durch ihre hohe Technikaffinität auszeichnet, ist der Drang zur Innovation bzw. Abwechslung außerordentlich ausgeprägt. Die Tatsache, dass jahrelang dieselbe Technik die Szene beherrschte, veranlasste viele dazu, die neuen Möglichkeiten auszuprobieren. Die Mehrfachkompatibilität digitaler

Medien unterstützt dabei den Drang nach Abwechslung, da eine MP3 oder WAV in mehrfacher Hinsicht verwendet werden kann. Das Musikfile kann auf CD gebrannt, auf einen Stick gespeichert oder einfach vom PC abgespielt werden. Dass die Szene Abwechslung fordert, wird deutlich, wenn man sich die neuen Technologien am DJ Markt ansieht. Insbesondere bei DJs der ersten Generation ist dieser Trend festzustellen (vgl. Labuhn 2006: 21).

Aus den hier aufgezeigten psychologischen Motiven und einer Objektbeurteilung ergibt sich eine Einstellung gegenüber einem bestimmten Medium bzw. wird ein persönliches Image vom Medium erschaffen, welches wesentlich zur Kaufentscheidung beiträgt. Der Einstellungsbegriff ist somit eine Verbindung aus kognitiven Komponenten (kategorisierende Wahrnehmung von Objekten), affektiv/ emotionalen Komponenten (Zu- oder Abneigung gegenüber Objekten) und konativen Komponenten (Verhaltensdisposition hinsichtlich der Objekte) (vgl. Bänisch 2002: 39).

Labuhn stellt einen Zusammenhang zwischen der Akzeptanz von digitalem Djing im persönlichen Kollegenkreis und der eigenen Benutzung fest. Der Status des DJs und der symbolische Wert einer Schallplatte in den genrespezifischen Szenen unterscheidet sich demnach (vgl. Labuhn 2006: 21). Berührungängste gegenüber den neuen Techniken können mittlerweile kaum noch festgestellt werden, dass bestätigt auch Arndt (2005) in seiner Untersuchung zu den Nutzungsmotiven von Vinylkäufern. Der Kauf von Schallplatten kann weder mit nostalgischer Bindung begründet werden, noch damit, dass ihr Benutzer protestieren und sich distinguieren will. Auch eine Kaufverweigerung von neuen Medien als Ausdruck von Protest konnte nicht belegt werden (vgl. Arndt 2005: 39).

Neben diesen Faktoren ist die Zuwendung zu einem Medium von bestimmten technischen Anforderungen, die der DJ an seine Instrumente stellt, verbunden, welche zudem eng in Verbindung mit den psychologischen Faktoren stehen und wie folgt zusammengefasst werden können:

- Format/ Mobilität (Bequemlichkeitsmotiv/ Gewinnmotiv)
- Auswahl/ Angebot (Bequemlichkeitsmotiv/ Gewinnmotiv)
- Mehrfachkompatibilität (Abwechslungsmotiv/ Bequemlichkeitsmotiv)
- Möglichkeit der Vervielfältigung (Gewinnmotiv/ Zeitersparnismotiv)
- Preis (Gewinnmotiv)

(vgl. Wyer 2006: 116)

7.4 Relevante Motivdimensionen für die Nutzung von Vinyl

Wie bereits dargestellt liegt der Grundnutzen beim Kauf einer Schallplatte in der Befriedigung des Verlangens nach Musik. Dieser Nutzen wird aber durch andere Tonträger, welche allesamt kostengünstiger sind, ebenfalls befriedigt. Welche Nutzungsmotive sprechen also in Zeiten der Digitalisierung noch für den Kauf einer Schallplatte, und warum soll der kritische, fordernde Konsument heute noch für ein Gut zahlen, welches sich im Internet oft gratis downloaden lässt?

Prinzipiell können fünf unterschiedliche Motiv Dimensionen festgemacht werden:

- Haptik/ Optik
- Ästhetik / Kultcharakter
- Bedienung/ Handhabung
- Lebensdauer
- Klangqualität

(vgl. Wyer 2006: 106)

Haptik/ Optik

Das haptische und optische Erlebnis gehört heute noch zu den wichtigsten Gründen, warum das Medium Schallplatte nach wie vor in der DJ-Kultur verwendet wird. Vinyl ist Musik zum Anfassen! War es mit dem Medium Schallplatte noch möglich „Musik zu sehen“ - also den Verlauf eines Musikstückes (Breaks, Rhythmuspassagen etc.) - fällt diese Orientierungsmöglichkeit mit der CD weg.

Mit Hilfe von Digital Vinyl Systemen (DVS) wurde versucht diese spezielle Handhabung, bzw. das Gefühl eine Schallplatte in der Hand zu haben nachzuahmen, jedoch ist das Arrangement auf der Time Code Platte natürlich optisch nicht mehr wahrnehmbar. Die DJ Software zeigt die Tonspur des Sound Files zwar ebenfalls an, die digitale Orientierungshilfe ist aber nur eingeschränkt mit jener der optischen Wahrnehmung des Analogens zu vergleichen. Vor allem DJs der älteren Generation, jene, die sich zum Kreis der Hobby- bzw. semi-professionellen DJs zählen, sind mit den neuen Gegebenheiten und den veränderten Ansprüchen überfordert bzw. wollen sich diesen Veränderungen nicht mehr anpassen. Haptik und Optik nehmen bei diesem Teil der Szene einen hohen Stellenwert ein - eine Gegebenheit, die aus den Untersuchungen von Arndt ebenfalls hervorgeht (vgl. Arndt 2005: 37f.). Es handelt sich demnach um ein Kriterium, welches auf der einen Seite einer relativ großen Gruppe wichtig erscheint, auf der anderen Seite ist es jedoch der Szenekern, welcher den neuen Trend vorgibt und zugleich bestimmt, in welche Richtung sich die Szene bewegt.

Ästhetik/ Kultcharakter

Die ästhetischen Qualitäten sind eng mit der Haptik bzw. Optik verbunden und haben einen hohen Wert in der Vinyl Käufer Szene (vgl. Arndt 2005: 37). Aufgrund der Tatsache, dass das Bild eines DJs kulturell und medial geprägt ist, wirkt der DJ mit Laptop noch immer befremdend. Diese kulturell geformte Tradition führt zu einer Hochstilisierung der Schallplatte als Kultobjekt, trotz der Tatsache, dass die Organisationselite das althergebrachte Medium schon lange nicht mehr verwendet. Der hohe ästhetische Wert zieht sich durch alle Generationen - ein Umstand, welcher durch die Aussage bezeugt wird, dass ein Großteil der DJs der Meinung ist, dass die Schallplatte nicht aussterben darf (vgl. Labuhn 2006: 20).

Die Verwendung der Schallplatte zum Mixen wird zudem als ästhetische Zusatzgratifikation für Eingeweihte eingestuft (vgl. Arndt 2005: 43), da sie der unverfälschbare Beweis dafür ist, dass der DJ sein Handwerk verinnerlicht hat. Labuhn (2006) konnte feststellen, dass eine Korrelation zwischen Auflegealter und der Kategorie traditionellen Handwerks besteht. Demnach sehen erfahrene

DJs Djing als ein zu bewahrendes/ zu erlernendes Handwerk. Jene Generationen, die durch die digitale DJ Technik sozialisiert wurden, können diese Tradition nicht nachvollziehen (vgl. Labuhn 2006: 21) - ein Ergebnis, welches mit den durchgeführten Interviews jedoch nicht bestätigt werden kann.

Bedienung/ Handhabung

Die Handhabung einer Schallplatte ist in enger Verbindung mit der speziellen Haptik zu sehen. Die Schallplatte zeichnet sich durch ihre einfach Bedienung aus und dem Gefühl, das Abspielen jederzeit beeinflussen zu können (vgl. Buisman 2006: 57). Musikstücke auf Vinyl können manuell angesteuert werden. Dieser funktionale Nutzen bzw. die traditionelle Bedienung der Schallplatte samt Mixen und Scratches steht dabei in keinem Vergleich zur Arbeit mit einer CD (vgl. Arndt 2005: 53). Ebenso stellt die Empfindlichkeit der CD Oberfläche, bei der Kratzer zu einer Störung beim Abspielen führen können, einen erheblichen Nachteil gegenüber der Schallplatte dar (vgl. Buisman 2006: 58). Die Schallplatte gilt daher aufgrund der hier genannten Komponenten noch immer als das verlässlichste Medium unter den DJ Instrumenten. Die Störanfälligkeit liegt beinahe bei null, da die Fehlerquelle bei dem Gebrauch einer Schallplatte schnell beseitigt werden kann (Staub kann schnell von der Nadel entfernt werden, oder die Nadel kann binnen Sekunden zu einem anderen Punkt geführt werden, falls die Oberfläche Störungen aufweist). Im Gegensatz dazu stehen die digitalen Speichermedien, deren digitale Störungen weitaus komplexer zu beheben sind, im klaren Nachteil zum analogen Träger. Vinyl kann sich nicht „aufhängen“!

Die spezielle Handhabung, die mit der Schallplatte verbunden ist, nämlich Staub entfernen, Seite umdrehen, Nadel aufsetzen, was ebenfalls als nostalgischer Wert eingestuft werden könnte, gehört aber nicht zu den zentralen Gratifikationen von Vinyl (vgl. Arndt 2005: 38).

Lebensdauer

Ein weiteres Argument, welches für die Verwendung der Schallplatte spricht, ist deren hohe Lebensdauer. Auch wenn Anhänger der digitalen DJ Szene jetzt argumentieren könnten, dass die Schallplatte eigentlich gar nicht zum DJ

Gebrauch geeignet ist, da sie ebenfalls Verschleißerscheinungen aufweist, (was bei einem digitalen File nicht der Fall sein kann) macht für Vinyl DJs genau dieses Knistern einen Mehrwert aus. Ganz gleich welche Position man hier einnimmt, unbestritten ist, dass die Schallplatte auch noch in 100 Jahren abgespielt werden kann - eine natürliche Gegebenheit, die bei den digitalen Formaten der Gegenwart eher unwahrscheinlich erscheint. Demnach bringt die Digitalisierung einen Kulturverlust bzw. eine Vergangenheitsvergessenheit von ETM mit sich, sollte sich die DJ Szene ganz von diesem Kult(ur)träger abwenden. Dass die Phase der Digitalisierung allgemein durch ein Datennachhaltigkeitsproblem charakterisiert ist, steht außer Frage. Demzufolge kann den digitalen Medien ein dauerhaftes Vergessen oder zumindest eine Präsupposition vorgeworfen werden (vgl. Jacke 2009: 91).

Die Literaturwissenschaftlerin Aleida Assmann mahnte in Anspielung auf Walter Benjamin: Mit den modernen Medien, die Artefakte ihrer Materialität berauben, verschwindet (...) weit mehr als nur eine geheimnisvolle Aura; mit ihr verschwindet Realität, Geschichte und Gedächtnis. (Aleida Assmann 2004: 58, zit. nach Jacke 2009: 82)

Konnte der DJ anhand des Covers jederzeit spezifische Fragen zum Musikstück beantworten, bietet der digitale Träger nur einen Bruchteil dieser Informationen. Und selbst diese Informationen muss der Konsument selbst hinzufügen.

Klangqualität

Die Diskussion rund um Klangqualität gehört mit Abstand zu den großen Streitpunkten im Wandel von analog zu digital. Prinzipiell herrscht das Paradigma, dass der Klang eines digitalen Files als „kalt“ und „steril“ wahrgenommen wird, während der Schallplatte Attribute wie „warm“ und „authentisch“ zugeschrieben werden (vgl. Buisman 2006: 57). Für viele ist der unverwechselbare Klang der Schallplatte demnach mit keinem digitalen Träger vergleichbar, für andere spielen die minimalen, kaum hörbaren Klangunterschiede eine untergeordnete Rolle (vgl. Arndt 2005: 46f.) - Kontroversen, die die DJ-Kultur in Befürworter und Gegner spaltet.

Zwar ist durch die CD kein Knistern wie bei der Schallplatte erkennbar, jedoch stellt die CD Frequenzen über 20.000 Herz (Hörbereich des Menschen ca. 20-

20.000Hz) nicht dar und entfernt damit Klanginformationen, die das Gehirn möglicherweise unbewusst wahrnimmt (vgl. Winckler/ Haustein-Teßmer 2008: s.p.) - eine Gegebenheit, die demnach für die Schallplatte sprechen würde.

Um einen neutralen Zugang zu dieser oftmals sehr emotional geführten Debatte zu gewährleisten, möchte ich auf eine Arbeit von Christoph Weyer (2006) „Die Schallplatte versus neue Digitaltechnik“ eingehen. Bei dieser Untersuchung handelt es sich um eine mehrstufige Analyse, welche einen Hörtest und einen Test der Ausgangssignale zum Vergleich umfasst.

7.4.1 Exkurs: Klangqualität analog vs. digital

Das Experiment stellt den Versuch dar, akustische Eigenheiten von Schallplatte und CD anhand von vier Themengebieten (Klangbild, Stimmverhalten, Bässe, Höhen) zu unterschiedlichen Klangaspekten zu ermitteln. Insgesamt unterzogen sich 25 Personen⁷⁰ dem Hörtest. Der Blindtest der Audiokomponenten sollte Aufschluss darüber geben, welchen klanglichen Stellenwert die Trägermedien einnehmen, ohne voreingenommene Einstellungen von Seiten der Teilnehmer zu reproduzieren.

In Bezug auf das Klangbild schnitt die Schallplatte im Gegensatz zu ihrem digitalen Konkurrenten deutlich besser ab. Voluminösere, wärmere Klänge und ein breiteres akustisches Panorama (L/ R) wurden der Schallplatte attestiert. Im Gegensatz dazu wird der CD ein lebendigerer Klang zugeschrieben (vgl. Weyer 2006: 124f.).

Bezüglich der Stimmen liegt die Schallplatte auf das Volumen bezogen vorne, jedoch wurde die Präsenz der Stimme beim Medium CD als besser empfunden. Was die Echtheit und den Emotionstransport angeht, liegen beide Trägermedien gleich auf (vgl. Weyer 2006: 126f.).

Bei der Frage nach den Bässen empfinden die Probanden diese bei der Schallplatte voluminöser bzw. druckvoller (vgl. Weyer 2006: 128). Die Schallplatte wird in diesem Punkt ihrem Ruf also gerecht.

Anderes verhält es sich bei der Wahrnehmung der Höhen, hier übertrifft die CD die Schallplatte in allen Punkten. Sowohl Sanftheit, als auch

⁷⁰ Frauen:12, Männer:13 / Durchschnittsalter: 32,2 – Personen, die aus dem Freundes-, Arbeits- und Bekanntenkreis des Autors stammen (vgl. Weyer 2006:123).

Differenziertheit und offeneres Klangbild der Höhen wurden bei der CD positiver beurteilt. (vgl. Wyer 2006: 129f.).

Die hier erhaltenen Ergebnisse zeigen auf, dass sich das Klangbild von Schallplatte und CD für den Musikkonsumenten unter Laborbedingungen nur marginal unterscheiden lässt. Anders verhält es sich auf einer Club-Anlage, die entsprechend den unterschiedlichen Klangbildern immer neu justiert werden muss, da sich die Trägermedien vor allem in den Höhen und Bässen unterscheiden. Reagiert der Tontechniker nicht auf den Wechsel eines Mediums kann es im Bereich der Bässe zu Rückkopplungen kommen, insbesondere wenn nach einem digitalen DJ ein Vinyl DJ auflegt, da in diesem Fall ein signalverstärkender Mechanismus in Kraft tritt.

Für den Vergleichstest zwischen den Ausgangssignalen der beiden Medien CD und Schallplatte wurden dieselben Musikstücke verwendet, die zuvor auch für den Hörtest eingesetzt wurden. Diese wurden in den Computer gespielt und mit einem Audio-Analyzer verglichen. Die Gegenüberstellung der Ausgangssignale macht somit einen objektiven Vergleich mit den zuvor subjektiv erhaltenen Informationen zum Klangbild möglich.

Was das allgemeine Klangbild betrifft, weist die LP einen größeren Frequenzbereich als die CD auf. Ebenso verfügt die Schallplatte über ein deutlich größeres Bassspektrum, welches von 20 Hz bis 300 Khz reicht. Bei der CD entsteht ein Frequenzloch zwischen 200-800 Hz, und es herrscht von 1 - 20 Khz ein fast konstanter Frequenzgang. Die Ergebnisse korrelieren somit mit jenen des Hörtests, in dem der Schallplatte mehr Druck und Volumen zugeschrieben wurden. Lediglich bezüglich der Lebendigkeit ergaben sich unterschiedliche Ergebnisse. Beim Hörtest wurde der CD mehr Lebendigkeit attestiert, was der Analysertest nicht bestätigte (vgl. Wyer 2006: 136).

Fazit der Analyse des Stimmverhaltens: Die Schallplatte weist ab 5-20 Khz starke Absenkungen im Frequenzbereich auf. Dafür punktet sie mit einem deutlich größeren Mittel- und Tiefenanteil. Der Bassanteil ist im Bereich zwischen 50-100 Hz rund 10dB höher als jener der CD (vgl. Wyer 2006:138). Die Verständlichkeit der Sprache ist somit auf der CD besser, was auf den

größeren Anteil an tiefen sowie mittleren Frequenzen der Schallplatte zurückzuführen ist. Die Audio Analyse spiegelt die subjektive Wahrnehmung der Probanden wieder. Sie bestätigt, dass in Hinsicht auf Bässe und Höhen die Schallplatte eher in den Tiefen- und Mittelbereichen punktet, die CD eher in den Höhen.

Abschließend kann festgehalten werden, dass die Trägermedien Schallplatte und CD in Bezug auf die Klangqualität unterschiedliche Stärken und Schwächen aufweisen, diese sind jedoch auf einer Clubanlage kaum hörbar, wenn diese dem verwendeten Medium korrekt angepasst wird.

7.5 Gerätenutzung bzw. -ausstattung

Die Darstellung der Gerätenutzung bzw. -ausstattung soll Auskunft über den medientechnischen Status Quo der DJ Szene geben. Nach Arndt (2005) nennen 90% der Befragten⁷¹ neben einem Plattenspieler auch einen CD Player ihr Eigen und nutzen neben der Schallplatte zusätzliche andere Medien zur Musikwiedergabe (vgl. Arndt 2005: 35f.) Zwar bezog sich die Studie nicht ausschließlich auf DJs, jedoch kann die Hälfte der Befragten dieser Gruppierung zugeordnet werden. Der reine Schallplattenkäufer, welcher sich lediglich einem einzigen Medium zuwendet, scheint demnach auszusterben (vgl. Arndt 2005: 36). Auch Buisman konnte in seiner Untersuchung zur Nutzung von Tonträgerformaten bei 20-29jährigen feststellen, dass die unterschiedlichen Tonträgerformate (Schallplatte/ CD/ MP3) je nach persönlichen Präferenzen komplementär verwendet werden, wobei digitale Formate generell mehr Zuspruch fanden (vgl. Buisman 2006: 67f.)

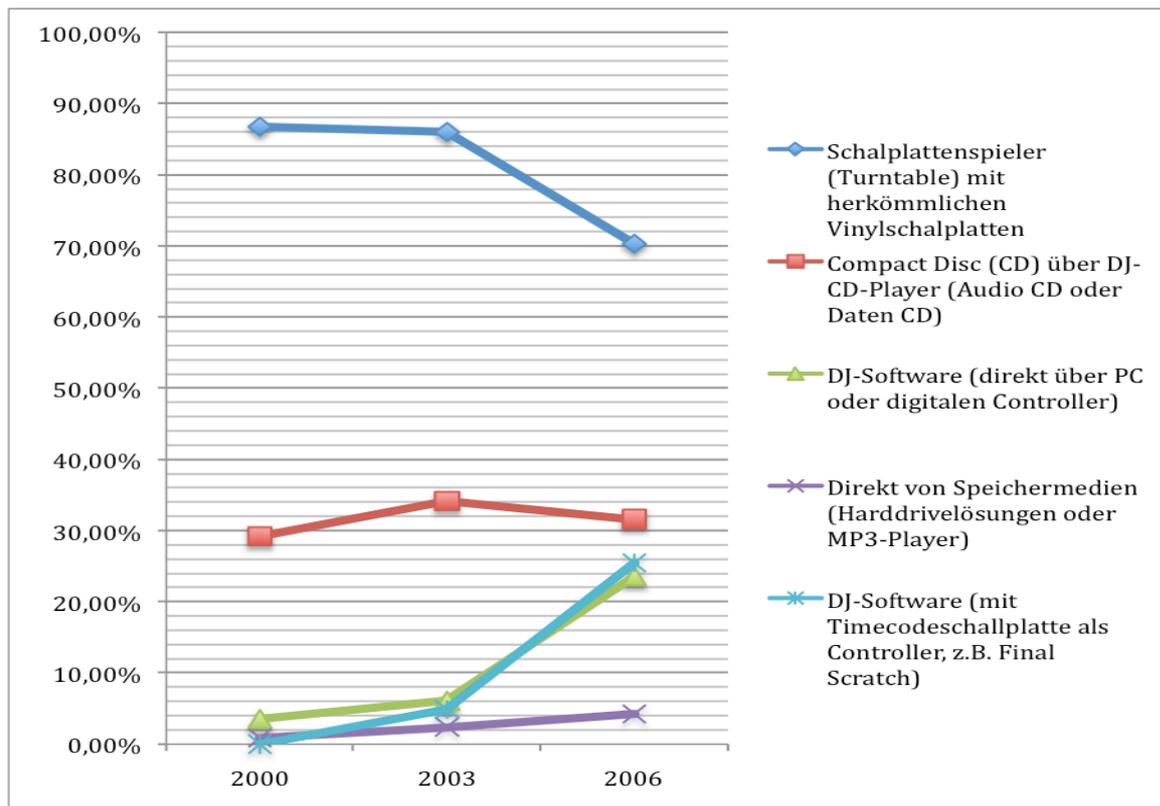
Langholz beschäftigte sich 2006 mit einer Analyse der Arbeitsweise von professionellen DJs und kam zu dem Ergebnis, dass von neun DJs acht mit digitaler Technik auflegen (vgl. Langholz 2006: 40ff.) Das Verhältnis von 2:3:3 zwischen der Arbeit mit DVS, CD Player und Controller Systemen ist dabei relativ ausgeglichen, wobei die Verwendung der CD zum damaligen Zeitpunkt am attraktivsten erschien. Die Untersuchung zeigt, dass bereits vor

⁷¹ Insgesamt wurden 217 Personen mittels Fragebogen befragt.

sechs Jahren eine hohe Diversität an verschiedenen Abspiel- und Trägermedien herrschte.

Legten 2002 noch 90% der DJs mit Vinyl auf und lediglich 10% mit CD-Playern (vgl. Langholz 2006: 48), hat sich dieses Verhältnis zehn Jahre später umgedreht. Mittlerweile gibt es keinen Club, der nicht über zwei oder mehrere CD-Player verfügt. Das klassische DJ Setup scheint im Gegensatz dazu auszusterben - ein Effekt, der sich bereits im Jahr 2006 abzeichnete, und durch die Interviewpartner in dieser Arbeit bekräftigt wird.

Weitere Ergebnisse zum Nutzungsverhalten bestätigen in dieser Untersuchung diese Annahme, die Resultate wurden von Langholz (2006) in einer Grafik bildlich dargestellt.



Quelle: Langholz 2006: 60

Abbildung 3: Übersicht über den Verlauf der bevorzugten DJ-Lösungen innerhalb der letzten sechs Jahre

Wie diese Zahlen zeigen, ist die Nutzung von Vinyl in der DJ Szene zwischen 2000 und 2006 um 16,45% zurückgegangen, während die Verwendung von DJ Software und DVS um gut 20% gestiegen ist. Die CD hat seit ihrer Einführung

nicht wirklich an Popularität verloren und hat sich ihren festen Platz in der DJ Szene gesichert. Sechs Jahre nach dieser Untersuchung haben die digitalen Lösungen mit aller Wahrscheinlichkeit bereits das Medium Schallplatte als Referenzmedium der DJ-Kultur abgelöst.

Zum Zeitpunkt der Untersuchung konnten sich 79,87% der Befragten vorstellen in Zukunft auch digitale Systeme zu verwenden – nur weniger als ein Drittel zeigte sich abgeneigt gegenüber den neuen Technologien (vgl. Langholz 2006: 61). Eine Einstellung, die wiederum bestätigt, dass keine prinzipielle Verdrossenheit gegenüber neuen Technologien besteht, sondern vielmehr eine Aufgeschlossenheit gegenüber Neuem herrscht. Dass den digitalen Systemen die Zukunft gehört, geht aus diesen Ergebnissen klar hervor.

Auch ein Artikel in der Futurezone mit dem Titel „DJ Controller lösen Plattenspieler ab“ auf (vgl. Wimmer 2011: s.p.) weist darauf hin, dass der Trend eindeutig in Richtung Controller Systeme geht. Demzufolge wählt die neue Generation an DJs nur noch ganz selten Plattenspieler zum Einstieg, beliebter sind Controller basierte Systeme. Hoher Beliebtheit bei Einsteigern erfreuen sich Geräte der Firmen Numark, Herkules oder Vestax, die über ein eingebautes Audio Interface verfügen und zwischen €200 bis €300 kosten. Laut Christian Kogler vom Musikfachgeschäft Klangfarbe⁷² werden von diesen Geräten fünf bis zehn Stück pro Woche verkauft (Christian Kogler, zit. in Wimmer 2011: s.p.). Auch Fleischmann vom Friendly House⁷³ stellt fest, dass 2011 mehr Controller verkauft wurden, als je zuvor. Die hohen Verkaufszahlen, führt sie auf die hohe finanzielle Ersparnis im Gegensatz zu anderen Systemen zurück (Bettina Fleischmann, zit. in Wimmer 2011: s.p.).

Braucht der klassische Vinyl DJ heute ein Budget von ca. € 3000 (derzeitiger (2012) Preis eines Technics 1210 MK2 liegt bei €1299⁷⁴) + ca. €200 für zwei durchschnittliche Systeme⁷⁵ + Slipmats⁷⁶ (ca. €20 + Mixer), belaufen sich die Kosten bei einer digitalen Lösung auf ca. €200 - €300 (Controller + Mixer).

⁷² Größtes Musikgeschäft in Österreich. Sitz: Wien.

⁷³ Fachgeschäft für Instrumente, DJ Equipment und Schallplatten.

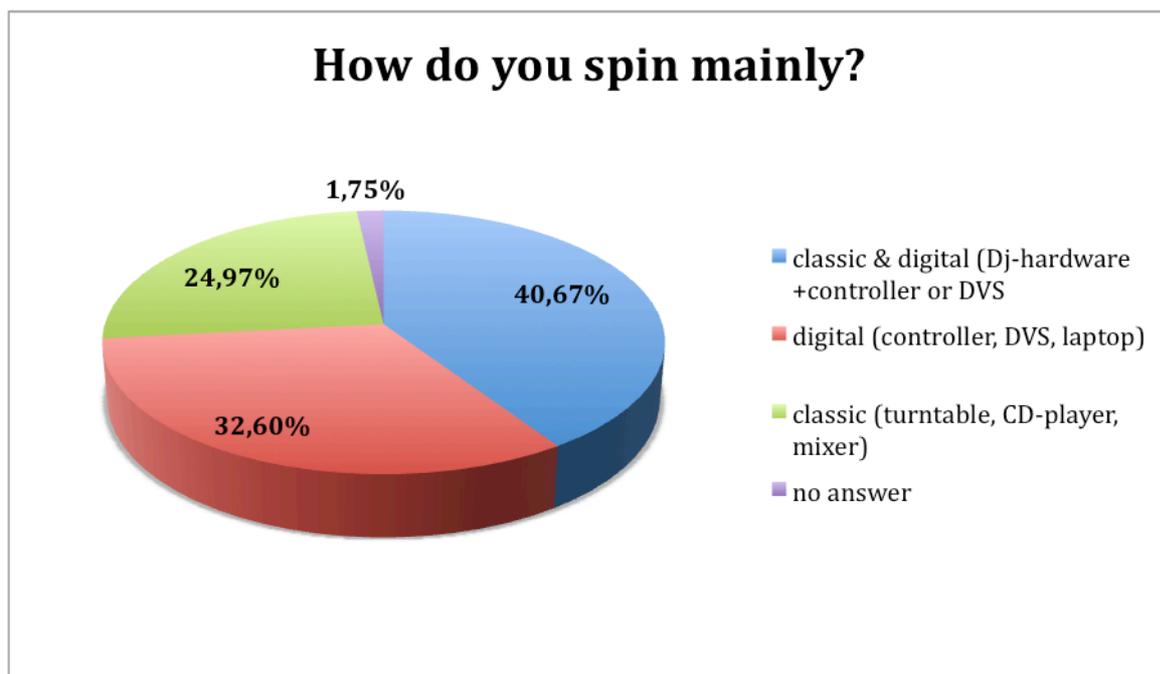
⁷⁴ Derzeitiger Preis bei friendly house. http://www.friendlyhouse.at/technics_sl-1210_mkii.html (14.11.2012).

⁷⁵ http://www.friendlyhouse.at/ortofon_concorde_q_bert.html. (14.11.2012)

7.5.1 Aktuelle Nutzerstudie: Elevator 2011

Um einen aktuellen Vergleich zu ermöglichen, möchte ich auf Zahlen der im letzten Jahr durchgeführten Nutzungsstudie des DJ Equipment Vertriebs Elevator⁷⁷ verweisen. Auf meine Nachfrage hin wurden mir vier Ergebnisse der Umfrage zugesendet. Informationen bezüglich der Anzahl der teilnehmenden DJs liegen keine vor, ebenso wenig soziodemographische Daten. Dennoch bieten die Zahlen einen kleinen Einblick in das Nutzungsverhalten von Käufern bei einem der größten DJ Vertriebe im deutschsprachigen Raum.

Die erste Frage setzte sich mit der aktuellen Gerätenutzung der Käufer auseinander. Die daraus resultierende Grafik verdeutlicht dabei sehr gut, dass mittlerweile nur noch knapp ein Viertel dem klassischen Stil treu geblieben ist, und mehr als 70% mittlerweile mit digitalen Systemen Musik machen.



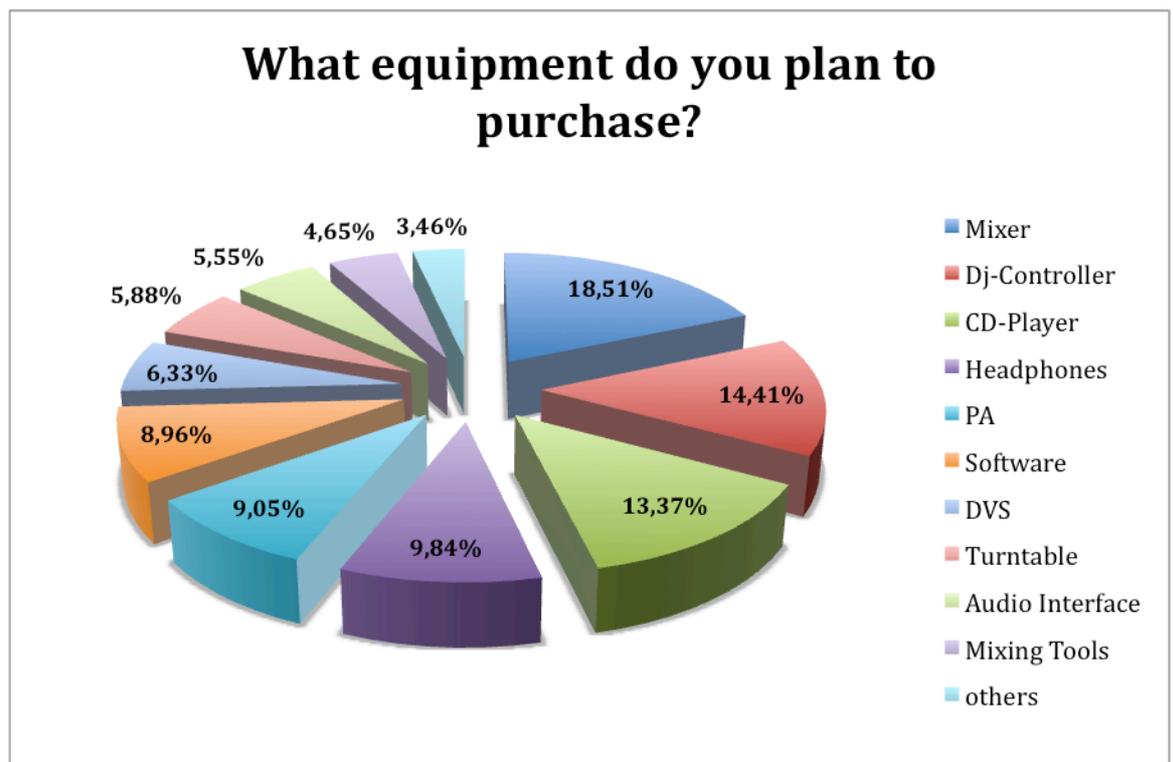
Quelle: Elevator Studie 2011

Abbildung 4: How do you spin mainly?

⁷⁶ http://www.friendlyhouse.at/technics_slipmats_tv.html. (14.11.2012)

⁷⁷ <http://www.elevator.de/>. (14.11.2012)

Dass sich der Trend in Richtung digitale Systeme weiter verschärft, verdeutlicht die nächste Grafik. Hier wird der Plattenspieler auf die letzten Plätze gereiht, wenn es um zukünftige Kaufentscheidungen geht. Prinzipiell zeigt diese Grafik aber, dass es gegenwärtig nicht DAS eine DJ System gibt, sondern eine Koexistenz verschiedener Technologien. Dass sich in der Zukunft ein bestimmtes DJ System durchsetzen wird, ist eher auszuschließen, da die Möglichkeiten zu vielfältig sind, und jeder nach seinen persönlichen Präferenzen wählt, die genau wie die Technik immer vielfältiger werden. Die Tatsache, dass DJ Software und Controller den Ton in der Zukunft angeben werden, kann aber auch auf die unterschiedlichen Motive (Abwechslungsmotiv/ Bequemlichkeitsmotiv/ Gewinnmotiv, Zeitersparnis motiv etc.), welche bei der Kaufentscheidung eine wichtige Rolle spielen, zurückgeführt werden.



Quelle: Elevator Studie 2011:

Abbildung 5: What equipment do you plan to purchase?

7.6 Fazit

Vergleicht man die Anforderungen der DJs mit den Motiven, die für die Schallplatte sprechen, wird deutlich, dass die neuen Medien den Anforderungen einer schnelllebigen Gesellschaft stärker entsprechen als die Schallplatte.

Mittlerweile gibt es kaum noch Gründe, die für den Kauf einer Schallplatte sprechen, auch wenn Werte wie die Handhabung in Verbindung mit Haptik und Optik von digitalen Medien nicht ersetzt werden können. Auch Werte wie der Exklusivcharakter einer Schallplatte verfallen zunehmend, da Aktualität bzw. das Gewinnmotiv zunehmend an Bedeutung gewinnt - ein Trend, welcher durch das Kaufverhalten der DJs bekräftigt werden kann.

8. Methode, Diskussion und Interpretation

8.1 Das Experteninterview

Das Experteninterview gehört mittlerweile zu einer weit verbreiteten Methode in den Sozialwissenschaften. Leitfadengespräche mit Experten sind kein Beweisinstrument und werden aufgrund ihrer begrenzten Reliabilität insbesondere als ergänzendes Mittel in Bezug auf Felderschließung oder zur Vertiefung vorwissenschaftlichen Wissens, sowie zur Hypothesengenerierung, gesehen (vgl. Bogner/ Menz 2002a: 17).

Das Experteninterview dient in dieser Arbeit als Ergänzung zur Literaturübersicht, da es für den behandelten Gegenstand die scheinbar beste Möglichkeit ist, praxis- und anwendungsfeldbezogene Probleme und Themenfelder sichtbar zu machen.

Die durchgeführten Interviews stellen eine Mischung aus „systematisierenden“ und „theoriegenerierenden“ Elementen dar. Auf der einen Seite wird mit den Interviews eine systematische und lückenlose Informationsgewinnung angestrebt, auf der anderen Seite soll die kommunikative Erschließung und die Rekonstruktion des subjektiven Fachwissens dargelegt werden (vgl. Bogner/ Menz 2002b: 37f.). Alle interviewten Personen verfügen über ein **technisches Wissen** (Fachwissen), welches durch die Herstellbarkeit und Verfügung über Operationen und Regelabläufe gekennzeichnet ist, sowie ein **Prozesswissen** (praktisches Erfahrungswissen), welches durch die Involviertheit des Experten in systemimmanente Prozesse in Bezug auf vergangene und aktuelle Ereignisse zum Vorschein kommt (vgl. Bogner/ Menz 2002b: 43f.).

Im Experteninterview wird die Interviewerin als „Co-Experte“ wahrgenommen, also als gleichberechtigter Partner und Kollege, der über dasselbe Basiswissen in Bezug auf den Themenkomplex verfügt und vertiefendes Wissen bzw. Informationen über das betreffende Fachgebiet zu generieren versucht (vgl. Bogner/ Menz 2002b: 50).

Während der Interviews wurde versucht das Gespräch inhaltlich zu leiten, falls die eine oder andere Frage anders gedeutet wurde als gedacht. Zudem wurde

bei dem einen oder anderen Thema nachfragt, um ein vollständiges Bild zu erhalten.

Alle Interviews wurden in Wien durchgeführt, digital aufgezeichnet, transkribiert, paraphrasiert, anhand von Überschriften zusammengefasst, thematisch verglichen, einer soziologischen Konzeptualisierung unterzogen und abschließend theoretisch generalisiert (vgl. Meuser/ Nagel 2002: 83ff.). Für die Interviews wurde jeweils derselbe Leitfaden herangezogen. Unterschiede bestehen lediglich im ersten Fragenkomplex, der dem jeweiligen Spezialgebiet des Experten angepasst wurde. Die Reihenfolge der Fragen und der genaue Wortlaut variierte je nach Interviewsituation.

8.1 Die Interviewpartner

An dieser Stelle sollen die Interviewpartner kurz vorgestellt werden, deren Aussagen ein wichtiger Bestandteil dieser Magisterarbeit sind. In Klammer neben dem Namen befindet sich das jeweils verwendete Kürzel für die Zitation.

Bei den vier befragten Experten handelte es sich um Personen, die seit über zehn Jahren DJ-, Produzenten- und Veranstalterrollen in einer vereinen, sowie Personen mit Kenntnissen zu Vertrieb bzw. Handel.

A. DJs/ Produzenten/Veranstalter

Stefan Eder alias DJ Odd (SE)

Stefan Eder aka DJ Odd ist seit 1997 als DJ in der Szene tätig und setzte sich zu Beginn seiner Karriere vorwiegend mit Techno-House und Oldschool-Electro, also 80-iger Jahre Electro – im Sinne von Kraftwerk auseinander. Später erweiterte er sein Repertoire um Jungle, Drum&Bass (D&B), New School-Breaks, Dubstep und UK-Bass Spielarten wie UK-Funky, New Beat-Garage usw. Seit 11 Jahren tritt er zudem als Veranstalter diverser Clubreihen (Audio Shadow, SBG/ Klub Sirene, W/ RAW, W etc.) in Erscheinung und nimmt den medialen Wandel seit dieser Zeit deutlich wahr. DJ Odd gehört zu den Koryphäen der österreichischen DJ Landschaft und ist mit seinen Sets immer auf dem neusten Stand.

Gerd Holoubek alias DJ Spaceant (GH)

Gerd Holoubek ist ein Urgestein der Wiener Club Kultur und fixer Bestandteil seit 25 Jahren. Neben seiner DJ Tätigkeit ist er seit 20 Jahren als Veranstalter aktiv. Musikalisch hat er sich voll und ganz dem D&B/ Jungle verschrieben und gilt als Mäzen dieses musikalischen Subgenres. Er kümmert sich rege um den Nachwuchs und bietet diesem mit seiner Veranstaltungsreihe WICKED (Veranstaltungsreihe im Flex seit 1995) eine Präsentationsplattform. Zu den wichtigsten Projekten der letzten Jahre gehört die Formation Wickedsquad (Spaceant & Duke), in der er seit 2001 auch als Produzent in Erscheinung tritt, sowie das eigene Plattenlabel Wicked Vinyl.

B. Handel/ Vertrieb

Martin Gredler (MG)

Martin Gredler ist Besitzer des 1997 eröffneten „Dynamic Record Store“. Es ist einer der ältesten und bekanntesten Plattenläden im Vertrieb von ETM in Österreich. Gredler hat sich auf „anspruchsvolle Tanzmusik“ spezialisiert (Interview MG 13.07.2012: 197). In seinem Laden findet man von D&B, Jungle, Breakbeats, Dubstep bis hin zu Tekno so ziemlich jede Spielrichtung, die heute in den Clubs angesagt ist. Das Sortiment umfasst zudem eine kleine Auswahl an DJ Equipment wie Systeme, Slipmats, Plattenkoffer usw. In den letzten Jahren erweiterte er sein Verkaufsspektrum um bedruckte T Shirts, Hoodies und Sneaker Accessoires. Für kurze Zeit war er auch als DJ tätig, gelegentlich tritt er heute noch als Veranstalter in Erscheinung.

Dierk Rosswall aka Roswell 47 (DR)

Dierk Rosswall spielt seit den 80er Jahren in Punk Bands (Extrem, Cold War) und ist seit den 90er Jahren als DJ und Veranstalter tätig. 2003 gründete er mit seinem Partner DJ Plak das Plattengeschäft „Bounce Records.“ Der Shop spezialisierte sich auf Urban Music, also sämtliche Dancefloor Musikstile, ausgenommen Techno und House. Nach neun Jahren Betrieb musste der Plattenladen seine Pforten schließen, da der Verkauf von Schallplatten ein Grundeinkommen nicht mehr sichern konnte, und die Vertriebe nicht mehr in der Lage waren zu liefern. Bounce Records bediente innerhalb der ETM ein

Nischenpublikum und stand für die Implementierung neuer Stile in der DJ- und Clubkultur. Mit dem Plattenladen Bounce ist wohl einer der wichtigsten Treffpunkte der Szenekommunikation weggefallen.

8.2 Diskussion und Interpretation

8.2.1 Szenewandel und (Szene interner) Drang zur Innovation

Von den Befragten wird festgestellt, dass die digitale Mediamorphose durch einen Wegfall des „elitären Charakters“ gekennzeichnet ist.

Durch die Digitalisierung ist der Aspekt, der in der frühen DJ Kultur wichtig war, wie: „ich habe einen Track, den sonst kein anderer hat,“ also dieses Exklusive, weggefallen. (Interview SE 10.07.2012: 190)

Heute kann jeder jede Nummer kaufen bzw. mit bestimmten Techniken (z.B.: mit dem Musik Identifikationsdienst „Shazam“ – eine App für alle Smart Phones - herausfinden, welche Nummer der DJ gerade auflegt. Das Suchen und Finden von ganz speziellen Nummern, die dann auch nur der eine DJ hat, gehört mittlerweile der Vergangenheit an.

War in der analogen Zeit nur eine bestimmte Auflage eines Tunes verfügbar, konnte man diesen nach einem Ausverkauf auch nicht mehr bekommen.

Das war halt die Sache als DJ, du bist auf der ganzen Welt in Plattengeschäften herum gestöbert um irgendetwas zu finden, was nur du hast. Das war schon auch ein riesengroßer Teil von dieser DJ-Kultur, der ist jetzt weggefallen. (Interview DR 19.07.2012: 214)

Ob man diesem Wegfall des Exklusiven nun positiv oder negativ gegenübersteht, ist je nach persönlichem Standpunkt unterschiedlich und soll an dieser Stelle auch nicht weiter beurteilt werden. Es liegt jedoch auf der Hand, dass der DJ-Kultur hier ein wichtiges kulturelles Element verloren gegangen ist, mit welchem sich ein DJ von der Masse abheben konnte.

Mit Blick auf den allgemeinen Szenewandel wird von den Befragten auf die Auflösung des klassischen DJs hin zu einem Hybrid aus einem Produzenten und einem DJ hingewiesen. Es besteht der momentane Trend, dass vermehrt internationale Acts gebucht werden, deren Tunes im Internet erfolgreich sind. Die Werte verlagern sich somit zunehmend. Bestand die Kunst des Djings in

der technisch-mechanischen Mediamorphose noch aus Selektion, Setzusammenstellung und Technik/ Skills liegt heute der Fokus immer weiter in Richtung Selbstvermarktung.

Was braucht man dazu: Du brauchst sehr viele Facebook-Followers, du brauchst ein paar YouTube Videos die Millionen Klicks haben und das ist es eigentlich, um mehr geht es eigentlich gar nicht mehr. (Interview DR 19.07.2012: 211)

Heute werden Produzenten auf die Bühne geschickt, die im Grunde nie etwas mit der DJ-Kultur zu tun gehabt haben. Produzenten, die von heute auf morgen die Rolle des DJs übernehmen sollen, obwohl es sich oft um zwei völlig unterschiedliche Charakteretypen handelt. Es handelt sich hierbei um einen soziokulturellen Wandel, der durch die Digitalisierung des Djings erst ermöglicht wurde.

Was sich jetzt entwickelt ist meiner Meinung nach irgendwie eine Umformung von Rock Musik auf irgendeine Art von elektronischer Performance, ob sich da eine Art Gegenclubkultur formieren wird, die auch wieder erfolgreich sein wird, das ist im Moment das große Fragezeichen. (Interview DR 19.07.2012: 211)

Derartige Entwicklungen zeigen auf, dass sich die Szene zunehmend von ihrer ursprünglichen Idee entfernt und kaum noch etwas mit den Anfängen zu tun hat. Und wer den digitalen Schritt nicht wagt, ist weg vom Fenster!

Ob dieser Drang zur Innovation von der Szene gewollt bzw. künstlich erzeugt wird, soll anhand der identifizierten Punkte verdeutlicht werden:

- Drang zur Innovation in Bezug auf die Implementierung neuer Technologien
- Drang zur Innovation im Bereich Entwicklung neuer Technologien
- Drang zur Innovation in Bezug auf die Implementierung neuer musikalischer Stile

Ein Drang zur Innovation in Bezug auf die Implementierung neuer Technologien wird hauptsächlich der Organisationselite zugeschrieben, sowie denjenigen, die neben der Tätigkeit als DJ auch Musik produzieren. Der Rest

der Szene sucht sich, aus den zuvor erprobten Instrumenten das für sie am besten passende Werkzeug heraus. Wenn eine bestimmte Technik überzeugt, wird kein Gedanke daran verschwendet, das erlernte Instrument zu wechseln, es sei denn, ökonomische Zwänge, z.B. dass aktuelle Musik nicht mehr auf Vinyl gepresst wird, veranlassen den DJ dazu, das Instrument/ Medium zu wechseln. Die digitale Mediamorphose erzeugt daher einen digitalen Druck/ Zwang, der auf dem DJ lastet. Ausgelöst wird dieser Zwang unter anderem aufgrund des hohen Drucks zur Innovation von Seiten der Industrie.

Die gestandenen Firmen schießen jetzt schon in atemberaubend schnellen Abständen Neuerungen heraus – (...) - es wird ja sofort reagiert, es wird sofort erweitert, weil sich die Technik so rasant weiterentwickelt. (Interview DR 19.07.2012: 210)

Wie bereits aufgezeigt, handelt es sich bei der DJ-Kultur um eine sehr kaufkräftige Szene, welche gegenwärtig einen hohen Zulauf erlebt. Innovationsexplosionen, die ständig neue Kaufanreize (Stabilität, Möglichkeiten) bieten, führen schnell dazu, dass der digitale DJ sein Equipment wechselt, da ältere Systeme den schnell wechselnden Ansprüchen aufgrund der technischen Unausgereiftheit nicht mehr entsprechen können. Der Drang zeitgemäß zu sein, stellt dabei das neue Paradigma der DJ- und Clubkultur dar, und zwingen den DJ dazu, das Equipment kontinuierlich zu modernisieren.

In musikalischer Hinsicht ist der Drang zur Innovation der Szene systemimmanent. Schon seit ihrer Entstehung brachte die DJ-Kultur immer wieder neue musikalische Spielrichtungen hervor und machte sie der breiten Öffentlichkeit zugänglich.

Innovationsdrang begleitet elektronische Musik seit dem Beginn, gerade dass elektronische Musik eben mit elektronischen Klangerzeugern arbeitet, ist schon der Hang zur Innovation seit Beginn der Kultur, also ein großer wichtiger Faktor. (Interview SE 10.07.2012: 187)

An diesem Prinzip hat sich bis heute nicht sehr viel geändert. Auf der anderen Seite kann der Drang zur Innovation auch dahingehend ausgelegt werden, dass

vom DJ nicht selten die neuesten Hits eingefordert werden, woraus sich ein Zwang zum Massengeschmack ergibt.

Dieser Trend ist unabhängig von einer Schallplatte, das ist eher das Problem der DJ-Kultur, dass es immer die neueste Musik sein muss. (Interview SE 10.07.2012: 191)

Was sich abzeichnet, dass der Großteil der Club Besucher nichts Neues hören will, sondern eher ihre I-Tunes Charts, nur in 15facher Lautstärke. (Interview DR 19.07.2012: 209)

Die Interviewpartner stellen fest, dass der musikalische Innovationsdrang auf der einen Seite der Antrieb der Szene ist und zugleich einen kulturellen Innovationszwang / Szenezwang hervorruft.

8.2.2 Formatwandel und Zukunft

Die Einführung neuer Technologien wie der CD konnte die Befragten zum damaligen Zeitpunkt nur eingeschränkt überzeugen, ihr Medium - die Schallplatte - zu wechseln. In diesem Kontext drängt sich die Frage auf, ob ein Zusammenhang zwischen Alter des DJs und der verwendeten Technik besteht. Die Befragten sind sich einig, dass eine nostalgische Bindung bei der Gruppe der Vinyl-Sozialisierten durchaus gegeben ist, die neuen Medien von diesen aber nicht prinzipiell abgelehnt werden. Ein direkter Zusammenhang zwischen Alter und verwendeter Technik, außer bei der marginalen Gruppe der Traditionalisten bzw. Vinylfetschisten besteht daher nicht. Die befragten DJs, die heute noch aktiv sind, stehen den neuen Möglichkeiten offen gegenüber und integrieren diese in Ihre DJ Sets.

Dass ein hoher Grad an Diversität in Bezug auf die Instrumente herrscht, verdeutlicht die Tatsache, dass die Befragten alle möglichen Träger- (CD/ Vinyl/ DVS) und Abspielmedien (CD-Player/ Plattenspieler) in Verwendung haben und sich auf die jeweilige Clubsituation (Set Up) einstellen. Auffällig ist, dass keiner der interviewten Personen einen Controller verwendet. Dieses Faktum lässt den Rückschluss zu, dass es sich bei den „Controllerists“ (vgl. Attias 2011: s.p.) um eine neue Generation von DJs handelt.

Prinzipiell wird keines der Instrumente in irgendeiner Weise gegenüber einem anderen favorisiert, auch wenn die üblichen Vor- und Nachteile genannt

wurden. Trotz dieser Zuwendung zu neuen Medien hat Vinyl einen hohen subkulturellen Wert für die befragten Personen und wird heute noch von allen genutzt, wenn auch nur noch im privaten Rahmen. Die CD kommt oft erst dann zum Einsatz, wenn der Track nicht auf Vinyl erhältlich ist, bzw. wenn es sich um eine Eigenproduktion handelt. Die CD übernimmt somit auch die Funktion eines „Ausweichmediums.“

Was sich hier bei den Einzelinterviews herauskristallisierte, kann auch auf die Clubsituation in Österreich umgelegt werden. Gegenwärtig ist eine hohe Diversität der verwendeten Instrumente erkennbar. Die Stellung der Schallplatte ist je nach Teilszene, Club bzw. musikalischem Genre unterschiedlich. Auch wenn auffällt, dass in kleineren Clubs, wo hauptsächlich nationale Acts auflegen, die Schallplatte nach wie vor vermehrt im Einsatz ist.

Bei meinen Clubs sind von fünf DJs mindestens zwei dabei, die zumindest auch mit Vinyl, wenn nicht ausschließlich mit Vinyl spielen. Also es gibt keine Veranstaltung, wo ich nicht meine Plattenspieler stehen hab, abgesehen davon, dass ich selbst ja noch sehr viel mit Vinyl auflege. (Interview GH 11.07.2012: 194)

Im Vergleich dazu steht die internationalen DJ Szene, in der sich ein anderes Bild abzeichnet.

Ich glaube je größer die Geschichte wird, desto mehr ist das so, dass die Leute nicht mehr mit Vinyl auflegen. Ich kenne viele internationale Leute, die nur noch mit CD-Mappe oder Laptop kommen - also von fünf kommen vier nur noch mit digitalen Sachen und einer kommt mit einem Plattenkoffer. (Interview GH 11.07.2012: 199)

Analoge Medien nehmen in dieser Teilszene nur noch eine sehr untergeordnete Rolle ein. Generell konnte festgestellt werden, dass die Musik und nicht das Medium im Vordergrund der Diskussion stehen sollte. Auch wenn hervorgeht, dass es aufgrund der stark veränderten Anforderungen an den DJ, der älteren Generation nicht immer leicht fällt, sich den neuen Techniken anzupassen.

Du hast dieses klassische, ich gehe in einen Plattenladen, wo dir der Plattenverkäufer schon vorsortiert und vorfiltert, im digitalen Zeitalter nicht mehr. Du musst halt selber suchen, filtern und den Anspruch dich selber zu informieren über neue Musikrichtungen. Ich habe beobachtet, dass manche ältere DJs nicht bereit sind, diesen Wechsel des Anspruchs mitzumachen, also die Rolle des DJs hat sich damit auch verändert. (Interview SE 10.07.2012: 188)

Die Zukunft betreffend sind sich die Befragten einig, dass Musik im digitalen Zeitalter nicht mehr an ein Medium gebunden sein wird, sondern immer mehr Richtung immaterielles Gut mutiert. Laut Interviews wird der Begriff des (Träger-) Mediums in der DJ Szene also schon bald der Vergangenheit angehören. Dementsprechend vielfältig sind auch die Aussagen darüber, welche Medien/ Instrumente die DJ Szene der Zukunft dominieren werden. Zukunftsvorstellungen gehen auch dahin, dass der DJ seine Soundbank in einer „Cloud“ verwaltet und ganz gleich, wo er/sie sich befindet, darauf zugreifen kann. Ganz gleich in welche Richtung sich die Szene entwickelt, unumstritten ist, dass das klassische DJ Setup⁷⁸ immer weiter in den Hintergrund rückt und jeder DJ jene Hard- und Software verwendet, welche seine persönlichen Referenzen am besten decken.

Die interviewten Personen äußern sich dahingehend, dass die neue Form des Djings noch in den Kinderschuhen steckt und nur ein Bruchteil von den zur Verfügung stehenden Möglichkeiten derzeit genutzt wird. Man darf daher gespannt sein, wie sich die Szene und ihre Instrumente entwickelt.

8.2.3 Die Zukunft der Schallplatte

In Bezug auf die Frage, ob die Schallplatte noch eine Zukunft in der Clubkultur hat, antworten zwei der Befragten mit einem eindeutigen NEIN.

Die Schallplatte für die globale Clubszene ist Schnee von gestern und sie wird auch nicht wieder kommen.“ (Interview DR 19.07.2012: 215)

Das ist vorbei durch die Digitalisierung - also Produktionskosten und Distributionskosten sind bei klassischen Trägermedien einfach zu hoch. Bei digitalisierten sind Distributionskosten einfach quasi nicht mehr vorhanden.“ (Interview SE 10.07.2012: 191)

Die Zeit der Schallplatte scheint abgelaufen zu sein, auch wenn Gerd Holoubek nach wie vor seine Eigenproduktionen auf Schallplatte heraus bringt.

Wir aber haben nach wie vor mindestens gleich bleibende Auflagen, wenn nicht sogar eine höhere und das eigentlich obwohl wir gedacht

⁷⁸ Dass die Frage des klassischen DJ Setups nicht so einfach zu beantworten ist, wie hier versucht wurde, zeigen Musikrichtungen wie Psy Trance auf, wo es so etwas wie eine Vinyl Kultur nie wirklich gegeben hat, sondern seit Anbeginn auf CDs gesetzt wurde, was vermutlich auf die junge Geschichte der Stilrichtung zurückzuführen ist.

hatten, dass dies schon einbrechen wird, die letzten 2-3 Jahre. Angefangen haben wir mit 500, hier haben wir aber praktisch von jeder noch 500 Stück nachpressen lassen. (...) Im Moment haben wir so von Haus aus 1000 Stück, (...). (Interview GH 11.07.2012: 193f.)

Die Sammlergeschichte ist viel mehr geworden und unsere Auflage ist auch deshalb nicht zurückgegangen, weil es jetzt viel weniger Leute gibt, die Platten herausbringen und dafür haben wir jetzt ein viel größeres Stück vom Markt. (ebd.: 199)

Diese Aussage verdeutlicht aber nicht, dass die Schallplatte noch eine Zukunft in der Clubkultur hat, sondern eher, dass die letzten Vinyl DJs mittlerweile noch alles zusammenkaufen, was der Markt anbietet bzw. hergibt, um noch einen Funken von Aktualität zu versprühen. Aufgrund der hohen Auflage sieht Holoubek die Situation daher nicht so kritisch. Dennoch spricht er an, dass ein Großteil seiner Abnehmer nicht Teil der DJ Szene sind, sondern vielmehr zu der Gruppe der Fan-Käufer/ Sammler zählt.

Auch Martin Gredler stellt fest, dass es sein Geschäft ohne Sammler wahrscheinlich schon länger nicht mehr geben würde (vgl. Interview MG 13.07.2012: 198). Die Schallplatte behält ihren Stellenwert als Kult- bzw. Sammelobjekt demnach bei, auch wenn es in der DJ- und Clubkultur nur noch eine kleine Nische einnimmt - eine Annahme, die auch dadurch gestützt wird, dass die ökonomischen Rahmenbedingungen dagegen sprechen, und auch dass heute kaum noch Motive für die Nutzung von Vinyl vorliegen.

8.2.4 Motive für die Nutzung von Vinyl in der digitalen Mediamorphose

Wie im Kapitel 7 herausgearbeitet können fünf Motive (Haptik/ Optik, Ästhetik/ Kultcharakter, Bedienung/ Handhabung, Klangqualität, Lebensdauer) für die Nutzung von Vinyl angeführt werden. Die Interviewten wurden ebenfalls danach gefragt, welche Gründe im digitalen Zeitalter noch für die Schallplatte sprechen. Zunächst ist anzumerken, dass die Klangqualität als Motiv für die Nutzung nicht erwähnt wird - ein Umstand, welcher aufzeigt, dass die emotional geführte Debatte rund um die Klangqualität im Grunde nur eine subjektive Argumentation im Kampf um das wahre/ authentische Medium der DJ- und Clubkultur darstellt. Für drei der vier befragten Personen ist der Kultwert das einzig wahre Motiv, welches heute noch für Vinyl spricht. „Es

gibt eigentlich für einen DJ kein Motiv mehr bzw. kann es auch kein Motiv mehr geben.“ (Interview SE 10.07.2012: 186)

Zwei Personen sprechen weitere Vorteile wie Lebensdauer, Haptik und Optik und die damit einhergehende Arbeitserleichterung an. Zu den wichtigsten angeführten Punkten zählen:

- Der Plattenkoffer bietet einen besseren Überblick über das zur Verfügung stehende Plattenrepertoire.
- Die Wahrscheinlichkeit eine Platte versehentlich zweimal zu spielen ist geringer, als ein digitales File doppelt abzuspielen, da das Ordnungsprinzip in der Plattentasche leichter zu handhaben ist.
- Digitale Files bieten keine optische Orientierung - erfordern daher ein höheres Kontextwissen in Bezug auf Labels, Produzenten und Titel, da sich der DJ nicht mehr an dem optischen Erscheinungsbild (Cover, Etikett) orientieren kann.

Auch wenn die Befragten einige Vorteile der Schallplatte gegenüber digitaler Medien nennen ist das einzig wahre Motiv deren subkultureller Wert. Ein Beweggrund, welcher in der digitalen Mediamorphose in Bezug auf die Arbeit eines DJs allerdings eine sehr untergeordnete Rolle spielt. Vielmehr erhebt der DJ von heute den Anspruch, dass seine Instrumente ihm die Arbeit erleichtern sollen.

Der Hauptvorteil von der CD ist für mich, dass man den Startpunkt in 10 Sekunden gefunden hat und praktisch 3 Minuten lang, während die andere Nummer läuft, kann ich schon auf die ersten paar Takte die Nummer hinein synchronisieren (...) und muss nicht jedes Mal wieder den Anfangspunkt suchen, wie bei der Schallplatte. Bei der Schallplatte benötige ich eine halbe Minute lang bis ich wieder den Punkt gefunden habe bei dem ich eigentlich starten will, bei der CD ist das ein Knopfdruck, d.h. eine Sache von einer Sekunde, das ist der riesen Vorteil von einer CD und der Nachteil von der Platte. (Interview GH 11.07.2012: 197)

Neben dieser Arbeitserleichterung (Bequemlichkeitsmotiv/ Zeitersparnis) spielt das Gewinnmotiv eine zunehmend wichtigere Rolle, wobei in den Interviews diesbezüglich angemerkt wird, dass der moderne DJ nicht mehr bereit ist, Unsummen von Geld für sein Equipment und seine Musik zu investieren. Das gegenwärtige Paradigma lautet All-in-One-Lösungen zu einem möglichst günstigen Preis.

8.2.3 Klangästhetik: Analog vs. Digital

Die Diskussion rund um die Klangqualität gehört, wie bereits ausführlich beschrieben, zu den Hauptstreitpunkten zwischen Vinyl DJs und Digital DJs. Um neben der zuvor beschriebenen Untersuchung von Wyer (2006) auch einen szeneeinternen Zugang zu gewährleisten, wurden die Experten nach ihrer persönlichen Meinung befragt.

Die interviewten Personen sind sich einig, dass sich die Technologie in den letzten Jahren rasant entwickelt hat, um die Ansprüche der Organisationselite befriedigen zu können. Denn sie sind es, die die neuen (Szene-) Standards setzen. Rossiwall bezeichnet die Gegenwart aber nach wie vor als „digitale Steinzeit“ und glaubt an weitere Verbesserungen in punkto digitaler Formate, die letztendlich dazu führen, dass bald keine messbaren Unterschiede mehr zwischen analog und digital festgemacht werden können.

In Bezug auf die Gegenwart liegt es in der Hand des DJs, ob er mit gerippten MP3s oder mit „teuren“ WAVs seinen Mix gestaltet. Prinzipiell wird aber die Annahme geteilt, dass das Publikum nicht über die nötigen Kompetenzen verfügt, einen Unterschied auf einer Club Anlage wahrzunehmen. Des Weiteren sind die Befragten der Meinung, dass die Klangqualität von zu vielen äußeren Faktoren (Zustand des Equipments, Vinylqualität, Justierung des Soundsystems, Mastering der Produktion etc.) abhängig ist, um pauschalisierende Antworten zu geben. Zudem werden externe Faktoren, wie die technischen Fähigkeiten des DJs oder wie viele Personen sich in einem Club befinden, als Kriterien für die Klangqualität genannt.

Durch die Tatsache, dass sich die DJs immer weiter von ihren Medien, die sinnbildlich für die DJ-Kultur standen, abwenden, kann ein Verlust des analogen mit einem einhergehenden Verfall des Equipments festgestellt

werden. Mit der Folge, dass auf großen/ nationalen Events keine Plattenspieler mehr zu finden sind, wie Gerd Holoubek im Interview anmerkt.

Ich war jetzt gerade auf 2 großen Festivals, bei denen es gar keine Plattenspieler mehr gegeben hat, auf einer Bühne, die 8 Meter lang war, aber 5 Mischpulte und 20 CD Player auf der Bühne hatte, bzw. die 2 Plattenspieler links im Eck gestapelt waren ohne angekabelt gewesen zu sein und gewartet haben, dass irgendwer sie braucht. Mir dann aber der Bühnenmanager gesagt hat, wenn ich die Plattenspieler wirklich auch noch haben will, muss er auf jeden Fall den Bass abdrehen, weil sonst die Nadel hüpf. Also ich kann entweder Drum and Bass ohne Bass auflegen aber mit Schallplatten oder auf CD mit Bass. (Interview GH 11.07.2012: 198f.)

Ein derartiges Bild zeichnet sich mittlerweile auch in der Club Landschaft ab, wo die 1210er bereits ein stiefmütterliches Dasein pflegen. Daraus ergeben sich negative Folgen für die analoge Soundqualität, mit dem Ergebnis, dass eine Schallplatte mittlerweile einen minderen Sound auf einer Club Anlage abliefern, als ein digitales File. Derartige Entwicklungen verdeutlichen die Abwendung der Clubkultur vom analogen Träger Schallplatte nur allzu deutlich.

8.2.4 Die digitalen Vor- und Nachteile der Technik auf die DJ Szene

Anhand unterschiedlicher Fragen wurde die Einstellungen gegenüber der Digitalisierungswelle in der DJ Szene erfragt, um so wahrgenommene Vor- und Nachteile herauszuarbeiten.

Vorteile für den DJ/ Produzenten

Als einer der größten Vorteile der Digitalisierung wird der Wegfall der hohen Einstiegskosten erwähnt. *„DJ Kultur und Vinyl Geschichte hatte eine finanzielle Barriere, du hast einmal ein gewisses Budget gebraucht um anfangen zu können.“* (Interview DR 19.07.2012: 213) Die Digitalisierung hat dazu geführt, dass der DJ von heute auf morgen in einem Club auflegen kann, ohne in hohe Einstiegskosten zu investieren bzw. ein gewisses Kontingent an Platten anzusammeln.

Früher musste man zuerst mal einige Zeit Platten sammeln, bevor man überhaupt anfangen konnte aufzulegen, sonst hätte man kein Set zusammen gebracht. Heute kannst du dir überlegen, was du hören und

spielen willst und dann gehst du in einen MP3 Store und kaufst dir die Sachen und du hast in einem Tag die komplette Sammlung und kannst an einem Tag praktisch aus den letzten fünf Jahren die besten Stücke heraus kaufen. (Interview GH 11.07.2012: 195)

Ebenso hat die Möglichkeit des einfachen Tauschens dazu geführt, dass der digitale DJ gleich mal eben tausende von Tracks auf seiner Festplatte zur Verfügung hat. Die Sound Bibliotheken werden hin und her getauscht und die Anzahl der neuen Tracks steigt beinahe täglich. In diesem Bereich hat die Digitalisierung ebenfalls zu einer Transformation geführt. Konnte man im analogen Zeitalter eigentlich nie „zu viel“ Platten besitzen, hat sich hier das Blatt gewendet und der DJ von heute ist eher mit einem „zu viel“ an Musik konfrontiert (Stichwort: Musik-Flatrate).

ETM ist im digitalen Zeitalter daher zum Wegwerfgut verkommen und die Produktionen ähneln sich zunehmend. Schafft es eine Musikproduktion ein Hit zu werden, folgen hunderte Tracks, die mit den gleichen Sounds (Samples) arbeiten, da die verwendeten Hit Presets (Samples) natürlich auch zum Download, für weitere Produktionen, bereit stehen. Ziel ist es, sich vom weißen Rauschen des Mittelmaßes abzuheben.

Wird an die Produktionen ein gewisser Qualitätsanspruch gestellt, bringt die Digitalisierung einige Vorteile mit sich, denkt man nur an die traditionelle Produktion von Dubplates.

Das Pressen hat immer 4 Wochen gedauert und hat unheimlich viel Geld gekostet⁷⁹, dann wurden sie meistens beim Shipping zerbrochen, (...). Und so kann man am Abend noch im Studio sitzen und irgendetwas basteln, als Intro für dein Set, auf eine CD brennen, in den Club fahren und es gleich auflegen oder testen. (Interview GH 11.07.2012: 196)

Neben den positiven Effekten für den Produzenten, werden die neuen kreativen Möglichkeiten einen Track nach seinem persönlichen Geschmack zu gestalten, als positiv wahrgenommen. Ob ein derartiger Eingriff in die Track-Ästhetik als positiv oder negativ einzustufen bzw. vom Produzenten gewollt ist, sei dahingestellt.

⁷⁹ Ca. 200 bis 300 Schilling, also 20 bis 30 Euro (GH).

Nachteile für den DJ/ Produzenten

Das Hauptproblem der Produzenten im digitalen Zeitalter ist die Unmöglichkeit mit der Produktion von ETM Gewinne zu erzielen, da sind sich alle Befragten einig. Die Marge, die bei einem digitalen Download (bei einem Preis von einem Euro) für den Künstler übrig bleibt (nämlich 2-50 Cent), ist geradezu „lächerlich.“ (vgl. Interview GH 11.07.2012: 200).

Das [der Verkauf von digitalen Content] ist los gegangen ab 2 Cent von 1 Euro bis 50 Cent von 1 Euro aber dafür mit irrsinnig hohen Anfangskosten, d.h. da musst du dann fast 100 Euro zahlen um deine Nummer überhaupt in einen Store zu bekommen, also als Webspaces und Einschaltgebühren (...). Um die Anfangskosten hereinzubekommen muss man dann eine Nummer mindestens 200mal verkaufen. Wir haben uns gedacht jetzt werden das sicher 10.000 MP3's, die wir verkaufen aber in Wirklichkeit ist das minimal, also wir verkaufen so ca. 30 bis 40 MP3's im Monat. Ich habe das einmal verglichen mit den YouTube Klicks oder mit MySpace Downloads und die gehen in die zig-1000, wir haben ein paar 100.000 Downloads gehabt von Nummern auf MySpace und dann haben wir uns natürlich gedacht, so ungefähr wird es auch mit den MP3's sein. Es ist nicht so, es kauft sich nicht jeder das MP3. (Interview GH 11.07.2012: 200).

Die Dunkelziffer illegaler Downloads ist demnach relativ hoch, da heute jeder über einen YouTube Ripper⁸⁰ verfügt. Sobald eine Nummer online gestellt wird kann diese auch schon „heruntergerippt“ werden. Eine Problematik, die Gerd Holoubek jedoch nicht stört, da bei ihm das Gewinnmotiv eine untergeordnete Rolle spielt. Die Musikproduktion kann heute vielmehr als Eintritt in die DJ Szene gesehen werden und dient hauptsächlich zu Werbezwecken. Ein Umstand welcher unter anderem dadurch zum Ausdruck kommt, dass viele Produzenten ihre Tracks gratis zum Download anbieten. Dieses Vorgehen ist nicht nur auf Werbezwecke zurückzuführen, sondern auch auf die Tatsache, dass mit gestohlenen Samples gearbeitet wird. Wird ein Track nicht kommerziell vertrieben, können gegen den Produzenten auch keine rechtlichen Schritte eingeleitet werden.

Häufig wird der digitale Musikvertrieb dafür verantwortlich gemacht, dass heute keiner mehr vom Musik machen leben kann. Allerdings wird oftmals vergessen, dass wenn die Auflage nicht weit über 1000 Stück betrug, auch bei

⁸⁰ Programm mit dem der Inhalt eines YouTube Videos direkt in ein MP3 File konvertiert werden kann, jedoch in relativ schlechter Qualität.

der Produktion von Schallplatten kaum etwas für den Produzenten übrig blieb. In Bezug auf die ETM kann hier also kaum von nennenswerten Einbußen gesprochen werden.

Ein weiterer Punkt, der sich durch die Digitalisierung ergibt, ist die neue Vielfalt der Produktionen und der Wegfall der herkömmlichen Vertriebsstrukturen. Gab es bis vor wenigen Jahren noch eine vielfältige Vertriebsstruktur, hat der Übergang vom analogen zum digitalen dazu geführt, dass sich der heutige Markt stark konzentriert präsentiert.

Du hast heute wenige Shops, in denen du einfach drinnen sein musst, und der Nachteil ist, dass du um Aufmerksamkeit zu erlangen dieser Promo-Aspekt viel wichtiger geworden ist als es früher der Fall war. Wenn du früher ein gutes Label gehabt hast, dann war das schon so ein Punkt an Aufmerksamkeit, wo du automatisch schon einmal Öffentlichkeit bekommen hast. Labels sind nicht mehr so wichtig wie sie es früher waren, jeder kann sein Digital-Label gründen, jeder kommt mehr oder weniger leichter in die großen 3 Shops rein, aber dann bist halt einer von 1 Millionen Tracks die da sind (...). D.h. der Nachteil ist sicher, dass der Promo-Aspekt bei Musik wesentlich wichtiger geworden ist als früher. (Interview SE 10.07.2012: 189)

Hier wird abermals auf die zunehmende Bedeutung der Selbstvermarktung angespielt, welche essentiell für den DJ in der digitalen Mediamorphose ist.

8.2.5 Djing in der digitalen Mediamorphose

In Bezug auf den DJ in der digitalen Mediamorphose stellt sich die Frage, ob die Tätigkeit des Djings trotz technischer Hilfsmittel, wie Beat-Match-Button/Sync-Button oder Harmonieerkennung, noch immer ein Handwerk ist bzw. eine Kunst darstellt. Hier kristallisieren sich zwei Einstellungsstränge heraus:

- Jener der Vinyl Sozialisierten und Technik Begeisterten:

Djing ist sicher ein Handwerk nur die Anforderungen sind mittlerweile andere. Es ist eben genau der Aspekt, der DJ ist jetzt der Intermediär, der muss jetzt suchen, er steht jetzt direkt zwischen Publikum und Produzenten. Und genau diesen Aspekt muss ein neuer DJ wahrnehmen, also das Handwerk ist vielleicht in den Hintergrund gerückt, dafür ist ein anderer Aspekt jetzt wieder im Vordergrund. (Interview SE 10.07.2012: 190)

- Und die Gruppe der Vinyl Sozialisierten und Digitalisierung Skeptiker:

Mit Techno hat es dann geheißen es muss die Technik im Vordergrund stehen. Das hat natürlich einen gewissen Reiz, aber führt sich in letzter Zeit auch ad absurdum, weil dein Goldhamster kann jetzt bessere DJ Sets auflegen, als du es vor 10 Jahren gekonnt hast. (Interview DR 19.07.2012: 206)

Trotz der Unterschiede, wird das Beat Matchen nur als Teilbereich von vielen Fähigkeiten (Gefühl auf das Publikum einzugehen, den richtigen Track auswählen etc.) gesehen, die ein DJ mitbringen muss. Insbesondere das Gefühl auf das Publikum einzugehen und eine gute Track Auswahl, werden als unentbehrlich gesehen – eine Kunst welche, trotz digitaler Hilfsprogramme, nur schwer zu erlernen ist; eine Gabe, die man hat oder eben nicht .

Nach dieser Auffassung kann Beat Matchen als das eigentliche Handwerk gesehen werden und Djing als Gesamtkonzept fällt in den Bereich der Kunst, da es mit bestimmten künstlerischen Fähigkeiten in Verbindung gesetzt wird. Djing als Handwerk wird also nicht so viel Bedeutung zugesprochen wie angenommen. Es kann jedoch ein gewisser Kulturverlust aufgrund der digitalen Unrelevanz unterstellt werden. Die von Labuhn festgestellte Korrelation zwischen Auflegealter und der Kategorie traditionelles Handwerk, also dass erfahrene DJs Djing als ein zu bewahrendes bzw. zu erlernendes Handwerk einstufen (vgl. Labuhn 2006: 21) kann demnach nicht bestätigt werden.

Dennoch verursachen die digitalen Möglichkeiten eine Sinnkrise, speziell bei der Vinyl-Generation, die sich das Beat Matchen noch durch harte Arbeit beigebracht hat.

Es steht eigentlich jeder mit einem riesengroßen Fragezeichen da, die jetzt schon länger dabei sind und sagen, ist es wirklich noch Kunst? bzw. hat es noch irgendeine künstlerische Relevanz, was wir hier tun? (Interview DR 19.07.2012: 207)

Die DJs der alten Garde stellen ihr Tun, angesichts der digitalen Erleichterungen, somit selbst in Frage.

Als weiterer Aspekt von Djing als Kunst, wurde die intensive Auseinandersetzung mit dem Track genannt – also die Kunst genau zu Wissen, welche Dramaturgie eine Nummer hat und wann der nächste Track rein

gemischt werden kann. Laut Dierk Rossiwall ist diese Kunst verloren gegangen (vgl. Interview DR 19.07.2012: 206). Dieser Annahme wird von der Autorin aber nur eingeschränkt zugestimmt, da eine intensive Auseinandersetzung mit dem Musikstück unumgänglich ist, wenn man es manipulieren möchte. In diesem Punkt würde ich eher dazu plädieren, dass sich im Zuge der Digitalisierung eine neue Kunst der Manipulation entwickelt hat, während die Kunst zu Beginn der DJ- und Clubkultur darin bestand, sich während des Mixens der Trackstruktur anzupassen.

Djing wird trotz digitalem Wandel und den allgemeinen Diskussionen darüber von den interviewten Personen als Kunst eingestuft, auch wenn in Bezug auf das Handwerk eine Reduktion festzustellen ist und sich die notwendigen Anforderungen/ Fähigkeiten verlagern.

Aber trotzdem (...) ist es nach wie vor eine Kunst, es hat mit Musik zu tun und egal wie primitiv oder einfach es ist - Musik wird immer Kunst bleiben. (Interview DR 19.07.2012: 213)

Im Zuge dessen stellt sich ebenfalls die Frage, ob im digitalen Zeitalter noch ein szenointerner Konsens darüber herrscht, welche Fähigkeiten ein DJ mitbringen muss.

8.2.6 Set-Ästhetik

Die Ästhetik des DJ Sets ist heute geprägt und beeinflusst durch die neuen digitalen Möglichkeiten. Die technisch erweiterten Optionen werden dabei von den Befragten weitgehend als Fortschritt eingestuft sowie als kreative Weiterentwicklung.

Beim digitalen Auflegen hat man noch einmal mehr Eingriffsmöglichkeiten in die Musik, deshalb gibt es auch den Trend, dass die Trennung zwischen DJ und Live Act nicht mehr so sehr gegeben ist, dass oft der Liveact schon DJ-artige Züge annimmt, oder wenn wer auflegt einfach der Livecharakter. (Interview SE 10.07.2012: 189)

Die Digitalisierung lässt den DJ zusehends zum neuen kreativen Schöpfer/ Autor werden, welcher Tracks aus seiner Gesamtästhetik enthebt. Um das digitale Potential auszureizen, wird dem DJ eine Menge an Vorarbeit abverlangt. Tracks müssen in das Programm geladen, sortiert, eventuell

zusammengeschnitten werden usw. - Verfahrensweisen die einen unwiderruflichen Wandel der Set-Ästhetik hervorrufen.

Von den Befragten wird angemerkt, dass diese digitale Set-Ästhetik zu einem Verlust der Spontanität geführt hat. Play Lists werden bereits im Vorfeld zusammengestellt, da ein spontanes Suchen bzw. bei tausenden Tracks den Überblick zu behalten beinahe ein Ding der Unmöglichkeit darstellt. Eine kulturell-ästhetischer Wandel, welcher als Teilverlust des Kunstaspekts innerhalb der DJ Szene einzustufen ist.

Des Weiteren wird eine Abkehr vom klassischen DJ Set, wo der DJ dem Publikum eine Geschichte erzählt bzw. das Publikum auf eine Reise mitnimmt und über Stunden etwas aufbaut und wieder herunter bricht, angesprochen. Hier wird auf die „Controllerists“, also die neue DJ Generation angespielt, welche die neuen Möglichkeiten bereits voll ausschöpfen und die Tracks auf ihre Höhepunkte reduzieren. Dadurch ergibt sich eine neue Set-Ästhetik, welche rein technisch gesehen mit einer Schallplatte nicht nachvollziehbar ist.

Die Set-Ästhetik wird auch dahingehend beeinflusst, dass sich die Sets zunehmend durch Aktualität auszeichnen. Selten spielt der professionelle DJ Nummern, welche älter als ein bis zwei Wochen sind. Ein Trend der darauf zurückzuführen ist, dass die Online Shops täglich mit so vielen neuen Nummern überschwemmt werden, dass der digitale DJ praktisch jeden Tag ein neues Set spielen könnte.

In Bezug auf die digitale Set-Ästhetik stellte sich außerdem die Frage, ob es durch die digitale Verfügbarkeit nach dem 24/7 Prinzip, zu einem Verlust der Einzigartigkeit von DJ Sets kommt bzw. einer kulturellen Homogenisierung zutrifft. Einen Annahme, welche von den Befragten jedoch nicht bestätigt wird.

Früher hat jeder im selben Plattenladen eingekauft (Genre- und Lokalspezifisch). Man war auf einen Plattenladen angewiesen und mehr als 1-2 Plattenläden hat es in Wien ja sowieso nie gegeben, (...). Man hat jetzt wesentlich mehr Spektrum und Auswahl um sein Set zusammenzustellen (...). Ich würde nicht sagen, dass jeder dasselbe spielt, das war früher sicherlich mehr, als alle noch beim gleichen Plattenladen gekauft haben, sicherlich viel mehr. (Interview GH 11.07.2012: 198)

Auch wenn die Annahme, des Verlusts der Exklusivität von Sets durch die digitale Verfügbarkeit von Musik, hier negiert wird, sollte man im Hinterkopf behalten, dass der Musikvertrieb sich mittlerweile hoch konzentriert darstellt und die DJs der Moderne nicht selten auf Charts zurückgreifen. Zudem ist ein Trend dahingehen festzustellen, dass es anscheinend auch nicht mehr nötig ist sich tiefer mit der Materie auseinanderzusetzen, wenn man der Annahme zustimmt, dass das neue Clubpublikum nichts Neues will. Demzufolge wandelt sich auch die Rolle des Club DJs zunehmend in Richtung Jukebox DJ.

9. Fazit und Ausblick

In dieser Arbeit wurde die Geschichte der DJ- und Clubkultur des letzten Jahrhunderts anhand soziokultureller, sowie medientechnischer Entwicklungen vorgestellt, die ökonomischen Rahmenbedingungen des Musikmarktes dargelegt, sowie das Nutzungsverhalten von DJs nachgezeichnet. Ziel dieser Arbeit war es mit Hilfe des Mediamorphosen Ansatz die Szeneveränderung innerhalb der unterschiedlichen Phasen darzustellen.

Die zu Anfang formulierte Forschungsfrage lautete:

Zu welchen technischen, kulturellen und ästhetischen Veränderungen hat die Entwicklung neuer Träger- und Abspielmedien in der DJ Szene geführt und welche Folgen bringt der Szene interne Drang zur Innovation für das Medium Schallplatte mit sich?

Die Relevanz dieser Forschung ergibt sich aufgrund der hohen Aktualität des Themas, sowie aufgrund der Tatsache, dass die DJ Szene ein gutes Beispiel dafür ist, wie sich Szenen aufgrund von Medienentwicklung umstrukturieren und zugleich einen Wertewandel der Szenemitglieder herbeiführen. Wie im theoretischen Teil dieser Arbeit verdeutlicht und mit den durchgeführten Interviews bekräftigt werden kann, ist das Verhältnis von DJ Szene und Technik ein sehr intensives.

Die historische Entwicklung ist dabei in zeitliche Abschnitte zu unterteilen, welche sich durch technisch-kulturelle Transformationsprozesse auszeichnen. Ihren Ursprung nimmt die DJ-Kultur in der chemisch-mechanischen Phase, einer Zeit in der die technischen Mittel noch relativ eingeschränkt waren. In der technischen Mediamorphose, in der die Befragten den eigentlichen Beginn der DJ-Kultur festmachen, kommt es zu einer aktiven Auseinandersetzung, sowie Weiterentwicklung der vorhandenen Instrumente, was der Szene zu kreativem Antrieb verhilft. Die Technik wird den Szenebedürfnissen unterworfen, ihrem eigentlichen Kontext entrissen und das Bild des DJs neu

festgeschrieben. Die digitale Mediamorphose in der sich die DJ- und Clubkultur derzeit befindet läutet die bisher letzte Phase ein.

Mit ihr vollzieht sich ein weiterer Determinationswandel, der die Szene in ihren Grundfesten erschüttert. Aktanten die mit Musik arbeiten, müssen über inhaltliche (Popmusikkompetenz) und formale (Medientechnologiekompetenz) Kompetenzen verfügen (vgl. Jacke 2009: 77). Die Digitalisierung hat dabei zu einer Verlagerung dieser in Richtung formale Kompetenzen geführt.

Laut interviewten Personen, scheint es gerade so, als würde sich die Technologie über die Szene stülpen. *„Die Technologie beeinflusst finde ich jetzt gerade die letzten Jahre definitiv die ganze Musik, sie übernimmt das Ganze. (Interview DR 19.07.2012: 202) Dieser Transformationsprozess, ausgelöst durch die Digitalisierung, hat zu einer Verdrängung der Schallplatte innerhalb der DJ-Kultur geführt und so zu einer unweigerlichen Auflösung der von Thornton (1995) gewählten Bezeichnung der „Disc Cultures.“*

Des Weiteren ist, aufgrund der Charakteristika digitaler Musik, eine Verlagerung von Sammeln und Wissen zu Ansammeln und Nichtwissen festzustellen (vgl. Jacke 2009: 110). Songs werden angesammelt, ohne sich mit diesen bewusst auseinander zusetzen geschweige denn diese zu reflektieren. Die digitale Technik fordert dem DJ somit neue Kompetenzen ab. Der Aktant in der digitalen Mediamorphose muss lernen dezidiert auszuwählen, anzuwenden und sein Handeln zu reflektieren, um die Vorteile optimal ausnutzen zu können.

In einer Szene, die eine hohe technische Affinität und einen gewissen Drang zur Innovation aufweist, hat sich das Kaufverhalten mittlerweile dem digitalen Zeitalter angepasst, welches dem analogen Medium Schallplatte keinen Platz (mehr?) gewährt. Dieses Konsumverhalten hat zu einem Zusammenbruch der klassischen Vertriebsstrukturen geführt und ist ebenso dafür verantwortlich, dass ETM auf Schallplatte ein Auslaufmodell darstellt. Diese Annahme kann durch das Sterben der Plattenladen-Szene und durch die Motive der

Szenemitglieder beim Mediumsentscheid bekräftigt werden. Die DJ Szene verdeutlicht die Vergänglichkeit von Gegenwart demnach nur allzu deutlich.

Zwar ist das Paradigma immer noch bestimmend, dass etablierte Medien auch in direkter Konkurrenz weiter dominieren können, doch nach der (verzögerten) Annahme müssen die alten Medien um ihr Überleben kämpfen und darauf hoffen, dass genügend Traditionalisten/ Vinylfetschisten übrig bleiben, die dem Medium treu bleiben. Auf die Koevolution und Koexistenz von Kommunikationstechnologien, aus der sich Hybridformen aus Altem und Neuem ergeben, sowie Innovationen in alten Technologien in der Auseinandersetzung mit Neuem, folgt eine Hegemonie der neuen Medien (Funktionale Austauschbarkeit).

Die Gruppe (Traditionalisten/ Vinylfetschisten) nimmt in Kauf, nicht mehr Teil der Organisationselite bzw. des Szenekerns zu sein. Die Digitalisierung führt somit zu einem Innovationszwang für den DJ, welcher zugleich eine Veränderung des Konsumverhaltens mit sich bringt. Würde der Großteil der DJ Szene heute noch zum Medium Schallplatte tendieren, würde nach wie vor so etwas wie eine ETM-Schallplatten-Szene existieren und der 1210er würde vermutlich auch noch immer produziert werden. Ein derartig loyales Verhältnis zu seinem Medium hat der DJ jedoch nicht und so kann der Szene interne Drang zur Innovation, ausgelöst durch externe Faktoren, als Hauptgrund für das Ende der Schallplatte in der DJ-Kultur angeführt werden.

Zwar ist gegenwärtig noch eine kleine Vinyl Szene in der DJ-Kultur zu finden, doch spätestens die nächste Generation wird kaum noch einen Gedanken an derartig unrentable Instrumente verschwenden, insbesondere wenn man sich vor Augen führt, dass die digitale Technik doch um ein vielfaches einfacher, Zeit sparender, bequemer, abwechslungsreicher und kostengünstiger ist. Demgegenüber stehen veraltete Werte wie Klangästhetik, Optik/ Haptik, Handhabung etc. – Werte, die die neue Generation aber nie kennen gelernt hat und daher für sie auch wertlos erscheinen.

Auch wenn die Geschichte der DJ-Kultur aufzeigt, dass Szene Medien umstrukturieren können, entwickelt sich die Medientechnik seit der digitalen Mediamorphose derart rasant, dass die Szene gegenwärtig mehr reagiert als

wirkt, mit der Folge einer zunehmenden Mediatisierung. Diese fortschreitende Mediatisierung bedeutet jedoch nicht, dass Orte wie der Club durch diese zerstört werden. Es vollzieht sich viel mehr eine Umstrukturierung bzw. Revolutionierung dieser Treffpunkte.

Mit dieser Arbeit wurde der Rollenwandel des DJs dargestellt, dessen Existenzgrundlage die Musik darstellt - DJ-Musik, die immer an ein Medium gekoppelt ist. Medien nehmen die Funktion des technischen Trägers der Aussage ein. Der DJ verhält sich somit dependent zu der Medienentwicklung und kann nur sehr marginal dagegen wirken. Die neue Medienästhetik ist durch „*Gehorsam für Befehle – und zwar Maschinenbefehle im Sinne der Computersprache*“ (vgl. Bolz 1990: 35) gekennzeichnet. Mit diesem Wandel geht ein Verfall des Handwerks einher, wie auch Pete Tong feststellt: „*The thing about technology – (...) - if you stop using old technology and move immediately to the new, your Djing dips.*“ (Pete Tong, zit. nach Evans 2006: s.p.)

Die Reaktion bzw. Kritik der Szene erfolgt dabei auf mehreren Ebenen:

- **Mikropolitisch** = Kritik des Medienangebots (Abnahme der Plattenveröffentlichungen, bei gleichzeitiger Zunahme des digitalen Contents)
- **Mesopolitisch** = Kritik an einzelnen Phänomenen (Verlust des traditionellen Handwerks, Klangästhetik)
- **Makropolitisch** = Kritik an der Szene (Ästhetischer Szenewandel/ Rollenwandel des DJs)

Abschließend möchte ich auf die Ausgangsthese zurückkommen und diese mit den Ergebnissen der Literaturrecherche und der Interviews reflektieren:

- Die DJ-Kultur kann lediglich in der technischen Mediamorphose als bestimmender Faktor in Bezug auf technische Entwicklungen gesehen werden. In ihrem Wesen unterliegt sie jedoch der Medienentwicklung.

- Der Formatwandel, welcher zu Veränderungen auf der Micro-, Meso und Makroebene führt kann, in Bezug auf das Kunstschaffen, als Seismograph für gesamtgesellschaftliche Entwicklung herangezogen werden.
- Ein Verschwinden der Kunst aus der Kunst aufgrund der digitalen Technologien ist nicht festzustellen, jedoch ein Kulturverlust bzw. eine Verlagerung der Kompetenzen in Bezug auf das Handwerk des DJs.
- Schallplatte und Plattenspieler sind ein Auslaufmodell in der digitalen Mediamorphose, da sie den gestiegenen Ansprüchen kaum noch gerecht werden. Zudem haben die ökonomischen Sachzwänge dazu geführt, dass die Reliquien der ersten DJ Epoche mittlerweile durch neue Träger- und Abspielmedien ersetzt wurden.

Der Tod der Schallplatte aufgrund ihrer Wesensmerkmale wurde nicht zum ersten Mal ausgerufen. Vielmehr handelt es sich um eine immer wiederkehrende Debatte, die nach der Einführung von technischen Neuheiten immer wieder neu entfacht wird. Doch bis heute feierte die Schallplatte, trotz ständig aufkommender Speichermedien ein weiteres Revival. Vinyl ist Kult und die Schallplatte wird vermutlich nie aussterben, jedoch scheint sie für die DJs in der Club-Kultur ausgedient zu haben.

Bleibt die Frage offen, welche authentischen Wesenszüge der DJ- und Clubkultur von damals heute noch übrig geblieben sind. Folgt man der Auffassung von Thornton sind der DJ und die Schallplatte die authentischen Ausdrucksmittel von Clubkultur. DJ-Musik wird dann als authentisch wahrgenommen, wenn es sich „wahr“ anhört, „Vertrauenswürdigkeit“ vermittelt und „echt“ rüber kommt (vgl. Thornton 1995: 26) - Kriterien die von Teilen der Szenemitglieder gegenwärtig zunehmend in Frage gestellt werden. Die DJ- und Clubkultur in der digitalen Mediamorphose ist demnach für die ältere Generation nur mehr sehr eingeschränkt authentisch, da digitale Musik und die damit verbundenen Techniken für sie viel mehr eine Unnatur bzw.

Unwahrheit widerspiegeln, als Authentizität zu vermitteln. Der Authentizitätsanspruch unterliegt somit einem ständigen Wandel, welcher durch den technisch-kulturellen Transformationsprozess und den Diskurs darüber geprägt ist. Diese Feststellung spiegelt die aktuelle Diskussion wieder, DJ- und Club Kultur neu zu definieren – da sie sich immer weiter von ihrem Ursprung entfernt und virtuelle Werte wie „Clicks“, „Views“ und „Like-Button“ zunehmend an Bedeutung gewinnen.

9.1 Ausblick

Die DJ- und Clubkultur ist seit ihrer Entstehung im ständigen Wandel und steht daher keinesfalls still. Die digitalen Medien tragen dazu bei, dass sich die Szene kontinuierlich neu definieren muss. Die Szene bietet daher genügend Anhaltspunkte um diese von den unterschiedlichsten Blickwinkeln zu betrachten.

Neben den in dieser Arbeit vorgestellten Versuchen einen möglichen Status quo innerhalb DJ- und Clubkultur herauszuarbeiten, wären folgende Forschungsansätze interessant, um die Thematik weiter auszubauen:

1. Befragung bzw. Gruppendiskussion mit der jungen/ neuen DJ Generation und der alten/ Vinyl sozialisierten DJ Generation in Bezug auf die Nutzungsmotive und die Ansprüche an ihre Medien.
2. Welche Unterschiede gibt es in den verschiedenen Musikrichtungen? Welche Medien dominieren welche Teilszene bzw. welches Musikgenre?
3. Wie verhält sich die Situation in Länder, in denen keine derart lange Tradition der DJ-Kultur vorzufinden ist, wie z.B. in China (Internationaler Vergleich)? Kann hier ein Unterschied festgestellt werden? Hat die Schallplatte hier überhaupt einen traditionellen/ authentischen Anspruch?

10. Quellenverzeichnis

ADAMEK-SCHYMA, Bernd/ HEUR, van Bas (2006): DJ-Kultur und elektronische Musik – unterwegs mit Laptop und 12-Inch. In: Nationalatlas Bundesrepublik Deutschland, Band 12, S.108 – S.111

ADAMS, Mike/ GREB, Gordon (2012): Charles Herrold. America`s first broadcaster. URL: <http://www.charlesherrold.org/> (14.11.2012)

ADASSO, Henry (2011): Hip-Hop Timeline: 1925 – Present. The History of Hip-Hop Music. URL: <http://rap.about.com/od/hiphop101/a/hiphoptimeline.htm> (14.11.2012)

ALMER, Wolfgang (2002): Strukturen und Strategien der Musikwirtschaft im Umgang mit veränderten gesellschaftlichen Rahmenbedingungen. Linz: Diplomarbeit

ARNDT, Robert (2005): Analog ist besser? Eine empirische Untersuchung der Konsumenten von Vinyl-Schallplatten unter besonderer Berücksichtigung ihrer Nutzungsmotive. Hannover: Bachelor Arbeit.

ATTIAS, Bernardo Alexander (2011): Meditations on the Death of Vinyl. URL: <http://dj.dancecult.net/index.php/journal/article/view/96/138> (14.11.2012)

BÄNSCH, Axel (2002⁹): Käuferverhalten. München/ Wien: Oldenburg Verlag

BÀRÀNY, Balázs (2004): Informationsverlust durch die Digitalisierung. Wien: Diplomarbeit

BENJAMIN, Walter (1936): Das Kunstwerk im Zeitalter seiner digitalen Reproduktion. In: Illuminationen: Ausgewählte Schriften 1. Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag, S. 136 – S. 169

BERGHAUS, Margot (1999): Interaktive Medien – Interdisziplinär vernetzt. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag

BLAUKOPF, Kurt (1977): Massenmedium Schallplatte. Die Stellung des Tonträgers in der Kulturosoziologie und Kulturstatistik. Wiesbaden: Breitkopf & Härtel

BLAUKOPF, Kurt (1996²): Musik im Wandel der Gesellschaft. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft

BÖCK, Christina (2009): Dzihan & Kamien: Wir kochen frisch. In: Die Presse – Schaufenster, 17.04.2009

BOGNER, Alexander/ MENZ, Wolfgang (2002a): Expertenwissen und Forschungspraxis: die modernisierungstheoretische und die methodische

Debatte um die Experten. Zur Einführung in ein unübersichtliches Problemfeld. In: BOGNER, Alexander/ LITTIG, Beate/ MENZ, Wolfgang (Hrsg.): Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendungen. Opladen: Leske & Budrich Verlag, S.7 – S.29

BOGNER, Alexander/ MENZ, Wolfgang (2002b): Das theoriegenerierende Experteninterview – Erkenntnisinteresse, Wissensformen, Interaktionen. In: BOGNER, Alexander/ LITTIG, Beate/ MENZ, Wolfgang (Hrsg.): Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendungen. Opladen: Leske & Budrich Verlag, S. 33 – S.70

BOHNENKAMP, Björn/ SCHNEIDER, Imela (2005): Medienkulturwissenschaft. In: LIEBRAND, Claudia/ SCHNEIDER, Irmela et al (Hrsg.): Einführung in die Medienkulturwissenschaft. Münster: LIT Verlag

BÖHNKE, Alexander/ SCHRÖTER, Jens (2004): Analog/Digital – Opposition oder Kontinuum? Zur Theorie und Geschichte einer Unterscheidung. Bielefeld: Transkript Verlag

BOLZ, Norbert (1990): Theorie der neuen Medien. München: Raben Verlag

BREWSTER, Bill (1998): Interview with Terry Noel. In: DJ History, 30.10.1998. URL: <http://www.djhistory.com/interviews/terry-noel> (14.11.2012)

BREWSTER, Bill/ BROUGHTON, Frank (2006²): Last night a DJ saved my life. The history of the disc jockey. London: Headline

BREWSTER, Bill/ BROUGHTON, Frank (2010): The Record Players. DJ Revolutionaries. New York: Black Cat

BÜCHELE, Christian (1999): Geschichte der Tonträger. Von der Erfindung der Schallplatte zu den digitalen Medien. Tutzing: HS Verlag

BUISMAN, Tomke (2006): Schallplatte vs. CD und MP3. Eine qualitative Studie zur Nutzung von Tonträgerformaten bei 20-29jährigen. Hamburg: Diplomarbeit

BUNDESVERBAND MUSIKINDUSTRIE (2011): Studie zur Digitalen Content-Nutzung (DCN-Studie). URL: <http://www.musikindustrie.de/studien> (14.11.2012)

CASCONE, Kim (2000): The Aesthetics of Failure: "Post-Digital" Tendencies in Contemporary Computer Music. In: Computer Music Journal, Volume 24/ Issue 4, December 2000, S.12 – S.18

DELGADO GOMEZ, Sofia (2007): Konvergenz der Medien unter besonderer Berücksichtigung neuer Sendeformate im Fernsehen. Hannover: Dissertation

DU GAY, Paul/ HALL, Stuart/ JANES, Linda/ MACKEY, Hugh/ NEGUS, Keith (1997): Doing Cultural Studies. The Story of the Sony Walkman. In: Culture, Media und Identities. London/ Thousand Oaks/ New Dehli: SAGE

EHLERS, Ekkehard/ GOTTSTEIN, Björn (2009): In der Nische zählt jede einzelne Platte. In: Spex, Nr. 318, 24.01.2009

ERNST, Nico (2009): Trotz DJ-Spielen: Technics-Plattenspieler 1210 läuft aus. In: Golem, IT-News für Profis. URL: <http://www.golem.de/0911/71543-2.html> (14.11.2012)

EVANS, Jonny (2006): Pete Tong: Apple`s Gone Wrong. In: Wired Magazin, 01.04.2006. URL: <http://www.wired.com/science/discoveries/news/2006/01/69925?currentPage=all> (14.11.2012)

FAULSTICH, Werner/ RÜCKERT, Corinna (1993): Mediengeschichte in tabellarischen Überblick von den Anfängen bis heute, Teil 2. In: Bardowick: Wissenschaftlicher Verlag.

FAULSTICH, Werner (2004⁵): Grundwissen Medien. München: Fink Verlag

FAßLER, Manfred/ HALBACH, Wulf (1998): Geschichte der Medien. München: Fink Verlag

FIDLER, Roger (1997): Mediamorphosis: Understanding New Media. Thousand Oaks: Pine Forge Press [Sage Publications Company]

FINASKE, Daniel (2011): DJ Controller - Das Ende des Clubstandards? In: Elevator, DJ Blog, 17.01.2011. URL: http://www.elevator-dj-blog.de/artikel/dj_controller_-_das_ende_des_clubstandards/ (14.11.2012)

FOKUS online/avs/afp (2007): Illegale Downloads - Musikindustrie stellt 25 000 Strafanzeigen, 13.06.2007. URL: http://www.focus.de/digital/internet/illegale-downloads_aid_63184.html (14.11.2012)

FRAHM, Christian (2007): Die Zukunft der Tonträgerindustrie. Boizenburg: Werner Hülsbusch Verlag

FRANCK, Georg (1998): Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf. München/ Wien: C. Hanser Verlag

FRIEDRICHSEN, Mike (2008): Musik im Spannungsfeld von Wirtschaftsgut und kulturellem Angebot. In: WEINACHT, Stefan/ SCHERER, Helmut (Hrsg.): Wissenschaftliche Perspektiven auf Musik und Medien. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S.19 – S.37

FRÖHLICH, Friedrich (2007): Physische vs. Non - Physische Tonträger und die Auswirkungen auf den Musikstandort Österreich. Wien: Master-These

GANGNUS, Oliver (2008): Veränderung der Wertschöpfung in der Musikindustrie durch Digitalisierung. Frankfurt a. M.: Seminararbeit

GfdS – Gesellschaft für deutsche Sprache (2012): Wort des Jahres 1977. URL: <http://www.gfds.de/aktionen/wort-des-jahres/> (14.11.2012)

GLÄSER, Martin (2011²): Medienmanagement. München: Vahlen Verlag

GOODWIN, Andrew (1998): Sample and Hold. Popmusik im Zeitalter ihrer digitalen Reproduktion. In: KEMPER, Peter/ LANGHOFF, Thomas/ SONNENSCHNEIDER, Ulrich (Hrsg.): „but I like it“ – Jugendkultur und Popmusik. Stuttgart: Reclam Verlag, S.105 – S. 116

GREENBURG, Zack O'Malley (2012): Skrillex: The \$ 15 Million DJ. In: Forbes magazin, 08.02.2012. URL: <http://www.forbes.com/sites/zackomalleygreenburg/2012/08/02/skrillex-the-15-million-dj/> (12.11.2012)

GROSSMANN, Rolf (2003) Spiegelbild, Spiegel, leerer Spiegel. Zur Mediensituation der Clicks & Cuts. In: KLEINER, Marcus/ SZEPANSKI, Achim (Hrsg.): Soundcultures. Über elektronische und digitale Musik. Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag, S.52 – S.68

GROSSMANN, Rolf (2005): Wissen und kulturelle Praxis – Audioarchive im Wandel. In: GENDOLLA, Peter/ SCHÄFER, Jörgen (Hrsg.): Wissensprozesse in der Netzwerkgesellschaft. Bielefeld: Transcript Verlag, S.239 – S.255

GROSSMANN, Rolf (2008): Die Geburt des Pop aus dem Geist der phonographischen Reproduktion. In: BIELEFELD, Christian/ DAHMEN, Udo/ GROSSMANN, Rolf (Hrsg.): Pop Musicology. Perspektiven der Popmusikwissenschaft. Bielefeld: Transkript Verlag, S.119 – S.134

HAAS, Hannes/ JARREN, Otfried (2002): Mediensysteme im Wandel. Struktur, Organisation und Funktion der Massenmedien. Wien: Braumüller Verlag

HABERLER, Veronika (2012): Mode(n) als Zeitindikator. Die Kreation von textilen Modeprodukten. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

HANSEN, Mike (2010): The Turntable is Dead, Long Live the Record Player. In: CEC @ 25. URL: http://cec.sonus.ca/econtact/12_3/hansen_turntable.html (14.11.2012)

HARAUER, Robert (2000): Vienna Electronica. Die Szenen der Neuen Elektronischen Musik. In: Mediacult News, 93/ 2000, S.1 – S.4

HARAUER, Robert (2003): Mediamorphosen – Die Theorie des technologieinduzierten Wandels von Kunst und Kulturschaffen. In: *Mediacult News*, 98/ 2003, S.1 – S.4

HARTMANN, Frank (2003): Instant awareness. Eine medientheoretische Exploration mit Mc Luhan. In: KLEINER, Marcus/ SZEPANSKI, Achim (Hrsg.): *Soundcultures. Über elektronische und digitale Musik*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag, S.34 – S.51

HAUNSS, Sebastian (2004): *Identität in Bewegung. Prozesse Kollektiver Identität bei den Autonomen und in der Schwulenbewegung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

HEIDENREICH, Stefan (2004): *Flip Flop. Digitale Datenströme und die Kultur des 21. Jahrhunderts*. München/Wien: Carl Hanser Verlag

HELMHOLZ, Andy (2011): *Konsequenzen der Digitalisierung als Paradigmenwechsel in der Musikindustrie. Eine mikroökonomische Analyse von betriebswirtschaftlichen, strategischen und technologischen Faktoren vor und nach der Digitalisierung*. Studienarbeit. Norderstedt: GRIN Verlag

HEPP, Andreas (2004²): *Cultural studies und Medienanalyse*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

HICKETHIER, Knut (2010²): *Einführung in die Medienwissenschaft*. Stuttgart: Metzler Verlag

HI-FI Lexikon (2012): *Anti-Skating-Mechanismus*. URL: <http://www.fairaudio.de/hifi-lexikon-begriffe/anti-skating.html> (14.11.2012)

HITZLER, Ronald/ BUCHER, Thomas/ NIEDERBACHER, Arne (2005): *Leben in Szenen. Formen jugendlicher Vergemeinschaftung heute*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

HITZLER, Roland (2012): *Forschungsfeld „Szenen“ - Konzept einer explorativ-interpretativen (Jugend-) Kultur - Forschung*. URL: <http://www.hitzler-soziologie.de/szeneforschung.htm> (12.11.2012)

HOETZL, Holger (1998): *Die neuen Swinger*. In: *Fokus Magazin*, Nr. 39, 21.09.1998. URL: http://www.focus.de/kultur/leben/trend-die-neuen-swinger_aid_173956.html

HÖBEL, Wolfgang (1995): *Auf Adornos Basslinie*. In: *Der Spiegel*, 35/1995, S.196 – S.198

HOLTER, Tom/ TERKESSIDIS, Mark (1998): *Mainstream der Minderheiten*. In: KEMPER, Peter/ LANGHOFF, Thomas/ SONNENSCHNEIN, Ulrich (Hrsg.): *„But I like it“ – Jugendkultur und Popmusik*. Stuttgart: Reclam Verlag, S.314 – S.332

HUQ, Rupa (2000): Die Neubewertung der Subkulturen. Zur Geschichte eines Begriffs von den siebziger Jahren bis heute. In: Springerin, Hefte für Gegenwartskunst, Nr. 03/00, Subkanäle – Archäologien. URL: http://www.springerin.at/dyn/heft_text.php?textid=95&lang=de (Stand: 14.11.2012)

HÜGEL, Hans-Otto (2003): Handbuch Populäre Kultur. Stuttgart: Metzler Verlag

IFPI – AT (2011): IFPI Musikmarktbericht 2011. URL: <http://www.ifpi.at/?section=news&id=167> (14.11.2012)

IFPI – DE (2012): DCN-Studie - Studie zur Digitalen Content-Nutzung. Zentrale Ergebnisse. URL: <http://www.musikindustrie.de/studien/> (14.11.2012)

ILSCHNER, Frank (2003): Irgendwann nach dem Urknall hat es Click gemacht. Das Universum von Mille Plateaux im Kontext der elektronischen Musik. In: KLEINER, Marcus/ SZEPANSKI, Achim (Hrsg.): Soundcultures. Über elektronische und digitale Musik. Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag, S.18 – S.33

IMORT, Peter (2009): Interkulturelle Unterschiede in der Entwicklung und Bedeutung von Musikmedien. In: SCHRAMM, Hollger (Hrsg.): Handbuch Musik und Medien. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, S.555 – S.573

JACKE, Christoph (2009): Einführung in Populäre Musik und Medien. In: JACKE, Christoph/ ZIEROLD, Martin (Hrsg.): Populäre Kultur und Medien. Band 1. Münster: LIT Verlag

JELINEK, Niklas (2002): Sampling Culture. DJ-Kultur als Fallbeispiel für den kulturellen Eklektizismus des ausklingenden 20. Jahrhunderts. Wien: Diplomarbeit

JI-HUN, Kim (2009): Interview mit DJ Shadow: Vom Turntableism zum Mobileism. In: DE:BUG, Nr.122, 18.06.2008. URL: <http://de-bug.de/mag/5645.html> (14.11.2012)

KAMIEN, Mario/ DZIHAN, Vlado (2012): Couch Records. Music is the best. URL: <http://www.couchrecords.com/about> (14.11.2012)

KAPNER, Gerhardt (1987): Studien zur Kunstsoziologie. Versuch eines sozialhistorischen Systems der Entwicklung europäischer Kunst. Wien/ Köln/ Graz: Böhlau Verlag

KIEFER, Marie-Luise (2001) Medienökonomie. München: Oldenburg Verlag

KITTLER, Friedrich (1986): Grammophon, Film, Typewriter. Berlin: Brinkmann & Bose

- KLEIN, Gabriel (2004): Electronic Vibration. Pop Kultur Theorie. Wiesbaden: VS Verlag
- KLOOCK, Daniela/ SPAHR, Angela (2007³): Medientheorien. Eine Einführung. München: W. Fink Verlag
- KNAUR, Droemer (1966): Knaurs Weltgeschichte der Schallplatte. Zürich: Droemersch Verlagsanstalt
- KRAJEWSKI, Bernhard (1963): Absatzrisiko in der Schallplattenindustrie. Sauerland: Inaugural-Dissertation
- KULLE, Jürgen (1998): Ökonomie der Musikindustrie. Eine Analyse der körperlichen und unkörperlichen Musikverwertung mit Hilfe von Tonträgern und Netzen. Frankfurt am Main: Hohenheimer Verlag für volkswirtschaftliche Schriften.
- LABUHN, Henning (2006): Der DJ und die digitale Revolution. Eine soziologische Forschungsarbeit auf Grundlage des DJ SURVEY 2006. Berlin: Forschungsarbeit
- LAMONT, Tom (2012): Record Store Day - Ein Tag im ältesten Plattenladen der Welt. In: Die Zeit online, Nr. 17, 17.04.2012. URL: <http://www.zeit.de/2012/17/Wales-Cardiff-Plattenladen>
- LANGHOLZ, Lars (2006): Technische Ausstattungen des Disc Jockeys im Wandel des digitalen Zeitalters. München: Bachelorarbeit
- LITTIG, Beate/ MENZ, Wolfgang (Hrsg.): Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendungen (2002). Opladen: Leske & Budrich Verlag, S.71 – S.93
- MAILER, Norman (1957): The White Negro. In: Dissident Magazin. URL: <http://www.dissentmagazine.org/online.php?id=26> (14.11.2012)
- MALBON, Ben (1999): Clubbing: Dancing, Ecstasy and Vitality. In: Popular Music (2002). Cambridge: University Press. S.375 - S.388.
- MARCHART, Oliver (2008): Cultural Studies. Konstanz: UKW Verlag
- MC LUHAN, Marshall (1995): Die Gutenberg Galaxie. Das Ende des Buchzeitalters. Bonn/ Paris: Addison - Wesley Verlag
- MEDIALEXIKON (2012): Uses-and-Gratification-Ansatz (Nutzen und Belohnungsansatz). In: MediaLine, Burda News Group. URL: <http://www.medialine.de/deutsch/wissen/medialexikon.php?snr=5706> (14.11.2012)

MEUSER, Michael/ Nagel, Ulrike (2002): ExpertInneninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion. In: BOGNER, Alexander/ LITTIG, Beate/ MENZ, Wolfgang (Hrsg.): Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendungen. Opladen: Leske & Budrich Verlag, S. 71 – S.94

MUSIKDÜNGER (2009): Hiobsbotschaft: Die Produktion des Kultplattenspieler Technics aka MK wird eingestellt. URL: <http://musikduenger.wordpress.com/2009/12/01/hiobsbotschaft-die-produktion-des-kultplattenspielers-technics-mk-wird-eingestellt/>

MÜHLENHÖVER, Georg (1999): Phänomen Disco: Geschichte der Clubkultur und der Populärmusik. Köln: Dohr Verlag

MROZEK, Bodo (2010): Popgeschichte. Version: 1.0. In: Docupedia-Zeitgeschichte, Ausgabe 06.05.2010, S.1 – S.13. URL: <https://docupedia.de/zg/Popgeschichte?oldid=84650>

MÜLLER-BACHMANN, Eckart (2002): Jugendkulturen Revisited. Musik- und stilbezogene Vergemeinschaftungsformen (Post-) Adoleszenter im Modernisierungskontext. Münster: LIT Verlag

MÜNCH, Thomas/ SCHUEGRAF, Martina (2009): Medienkonvergente und intermediale Perspektiven auf Musik. In: SCHRAMM, Holger (Hrsg.): Handbuch Musik und Medien. Konstanz: UVK, S.575 – S.604

NAUBER, Stephanie (2009): Audio Poverty. In: Eine Konferenz über Musik und Armut, 22.01.09. URL: <http://blog.myoon.com/2009/01/22/audio-poverty/>
RADIOHOF (2003): Radio. Hall of Fame. Martin Block URL: <http://www.radiohof.org/discjockey/martinblock.html>

NIESWANDT, Hans. 2006. Disko Ramallah und andere merkwürdige Orte zum Plattenauflegen. Köln: Kiepenheuer&Witsch Verlag

RAETZ, Johannes (2009): Populäre Livemusik in Deutschland. Aktuelle Studien zur Ökonomie des Konzerts. Frankfurt: Magisterarbeit. PDF: www2.hu-berlin.de/fpm/wip/raetz_01.pdf

REICHARD, Robert (1962): Die Schallplatte als kulturelles und ökonomisches Phänomen. Zürich: Polygraphischer Verlag

REINDL, Markus (2011): Das digitale DJ Dilemma. In: Backlab – For the collective good. URL: http://issuu.com/hannalog/docs/backlab_forthecollectivegood?mode=embed&layout=http%3A%2F%2Fskin.issuu.com%2Fv%2Fflight%2Flayout.xml&showFlipBtn=true

REYNOLDS, Simon (1998). Energy Flash. A journey through Rave Music and Dance Culture. London: Picador.

RICHTER, Christoph (2007): Was machen die Medien aus oder mit der Musik? Symposium zum 60. Geburtstag von Bernd Enders. PDF: www.musik.uni-osnabrueck.de/veranstaltungen/BEITRAEGE/Richter_GrenzenUndAngeboteDerMedien.pdf

ROVITO, Markus (2010): Tiefschwarz Interview. The death of Vinyl and big Labels. URL: <http://www.djtechtools.com/2010/04/14/tiefschwarz-interview-the-death-of-vinyl-and-big-labels/> (14.11.2012)

ROHLEDER, Jörg (2003): DJ-Kultur. Die an der Nadel hängen. URL: http://www.focus.de/panorama/boulevard/dj-kultur-die-an-der-nadel-haengen_aid_196684.html (14.11.2012)

John (2008): Memoiren einer DJ-Legende. München: Wilhelm Heyne Verlag

POSCHARDT, Ulf (2001): DJ Culture. Diskjockeys und Popkultur. Hamburg: Rowohlt

PIONEER (2012): Produkte. URL: <http://www.pioneer.eu/at/products/44/106/462/CDJ-2000/index.html> (14.11.2012)

PILZ, Michale (2009): Als die Welt noch eine Scheibe war. Die Produktion des Plattenspielers Technics SL-1200 wird eingestellt. Ein Nachruf. In: Die Welt Online, 01.12.09. URL: http://www.welt.de/welt_print/kultur/article5387258/Als-die-Welt-noch-eine-Scheibe-war.html (14.11.2012)

PRINCIPE, Rob (2012): The History of Turntablism. URL: <http://www.digitalscratch.com/ds/features.html> (14.11.2012)

PROSS, Harry (1970): Publizistik: Thesen zu einem Grundcolloquium. Neuwied: Luchterhand

SCHATTER, Hans-Reinhard (1973): Tonband + Schallplatte. München: BLV Verlagsgesellschaft

SCHLÄBITZ, Norbert (2004): Mit System ins Durcheinander. Musikkommunikation und (Jugend) Sozialisation zwischen „Hard-Net“ und „Soft-Net.“ Osnabrück: Epos Verlag

SCHMIDT, Siegfried/ ZURSTIEGE, Guido (2000): Orientierung Kommunikationswissenschaft. Was sie kann, was sie will. Reinbek: Rowohlt

SCHMIDT, Siegfried (2008): Medienkulturwissenschaft. In: NÜNNING, Ansgar/ NÜNNING, Vera (Hrsg.): Konzepte der Kulturwissenschaften. Theoretische Grundlagen – Ansätze - Perspektiven. Stuttgart/ Weimar: J.B. Metzler, S.351 – S.369

SCHMOLKE, Michael (1990): Kommunikationsgeschichte. In: HAAS, Hannes/ JARREN, Otfried (Hrsg.): Mediensysteme. Struktur und Organisation der Massenmedien in den deutschsprachigen Demokratien. Wien: Braumüller Verlag, S.98 – S.114

SCHNEIDER, Albrecht (2009): Konservierung von Musik durch Erfindung der technischen Schallaufzeichnung. In: SCHRAMM, Holger (Hrsg.): Handbuch Musik und Medien. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, S.31 – S.46

SCHRAMM, Holger [1973] (2009): Musik im Radio. In: SCHRAMM, Holger (Hrsg.): Handbuch Musik und Medien. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, S.89 – S.116

SCHULTE, Christian (2005): Walter Benjamins Medientheorie. Konstanz: UVK Verlag

SCHULZ, Oliver Lerone (2004): Marshall McLuhan – Medien als Infrastrukturen und Archetypen. In: LAGAAY, Alice/ Lauer, David (Hrsg.): Medientheorien. Eine philosophische Einführung. Frankfurt a.M./ New York: Campus Verlag, S.31 – S.68

SCHULZE, Gerhard (1995): Die Erlebnis-Gesellschaft. Frankfurt a.M./ New York: Campus Verlag

SIEVERS, Florian (2007): Die Beatport-Story: 30 Terabyte Tanzmusik. Firmengründer Eloy Lopez im Interview. In: DE:BUG, Nr. 115, 21.09.2007

SMUDITS, Alfred (1990): Kunst und Kommunikationstechnologien im Wandel. Mediamorphosen des Kulturschaffens. Wien: Habilitationsschrift

SPERLICH, Regina (2005): Populärmusik in der digitalen Mediamorphose : Transformationen von Rockmusik und elektronischer Musik in Österreich. Wien: Dissertation

STAMENKOVSKI, Alexandra (2009): Die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Musikindustrie. Wien: Diplomarbeit

STANSBURY, Mark (2011): WDIA History. URL: <http://www.mywdia.com/pages/history/about/> (14.11.2012)

STOLZOFF, Norman (2000): Wake the Town & Tell the People: Dancehall Culture in Jamaica. In: Journal of Popular Music Studies, Nr. 14. Duke: University Press

SUN, One (2007): Entstehung und Entwicklung der Sound Systems. URL: <http://www.dread-vs-comb.de/> (14.11.2012)

SZARKA, Manfred (1997): 50 Jahre American Bandstand. Wie alles begann. URL: <http://www.textprofi.purespace.de/Bandstand1.htm> (14.11.2012)

THE ELECTRONIC ENCYCLOPEDIA OF CHICAGO (2005): Disc Jockey L. Cooper, 1954. URL: <http://encyclopedia.chicagohistory.org/pages/11379.html> (14.11.2012)

THOMANN (2012): Online Ratgeber DJ-CD-Player, Klassenunterschiede. URL: http://www.thomann.de/de/onlineexpert_73_1.html (14.11.2012)

THORNTON, Sarah (1995): Club Cultures: Music. Media and Subcultural Capital. GB: Polity Press

THORNTON, Sarah (1997): General Introduction. In: GELDER, Ken/ THORNTON, Sarah (Hrsg.): The Subcultures Reader. London: Routledge, S.1 – S.11

TRAKTOR (2012): Grandmaster Flash. The icon of turntablism uses Traktor Scratch.URL: <http://www.native-instruments.com/index.php?id=grandmasterflash&L=1>. (14.11.2012)

URBAN DICTIONARY (2012): Happy Shopper. URL: <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=happy%20shopper>

WAECHTER, Natalia (2012): Jugend und Jugendkulturen. In: KNAPP, Gerald/ LAUERMAN, (Hrsg.): Jugend, Gesellschaft und soziale Arbeit. Lebenslagen und soziale Ungleichheit von Jugendlichen in Österreich. Klagenfurt/ Ljubljana/ Wien: Hermagoras. S.308-326

WALTON, Charles (2007): Al Benson - the Godfather of Black Radio in Chicago. URL: <http://www.jazzinchicago.org/educates/journal/articles/al-benson-godfather-black-radio-chicago> (14.11.2012)

WARNER, William (2001): Die Sprache der neuen Medien. URL: http://andreknoerig.de/portfolio/03/bin/resources/review_warner_DE.html (14.11.2012)

WEBER, Stefan (2010²): Theorien der Medien. Von der Kulturkritik bis zum Konstruktivismus. Konstanz : UVK Verlagsgesellschaft

WEINBERGER, David (2008): Das Ende der Schublade. Die Macht der neuen digitalen Ordnung. München: Carl Hanser Verlag

WEINZIERL, Rupert (2000): Fight the Power! Eine Geheimgeschichte der Popkultur und die Formierung neuer Substreams. Wien: Passagen Verlag

WEINZIERL, Rupert (2001): Subkultureller Protest in Zeiten des Pop-Entrepreneurs. In: Sinnhaft, Nr. 11, S.16 – S.21. URL: <http://eipcp.net/transversal/1001/1151430169/1151430197> (14.11.2012)

WEISS, Julian (2003): Das Internet und die klassischen Medien. Konvergenz – Konkurrenz oder Komplementierung? Eine medienpolitische Betrachtung. Frankfurt a. M.: Peter Lang Verlag

WEISS, Benjamin (2009): Technics SL 1200 / 1210 MK2 R.I.P. Panasonic stellt den legendären DJ-Plattenspieler doch (noch) nicht ein. In: DE:BUG, 28.11.2009. URL: <http://de-bug.de/musiktechnik/archives/3659.html> (14.11.2012)

WENDLANDT, Florian (2008): Digital Djing. Medienwandel und DJ-Culture. Lüneburg: Magisterarbeit

WICKE, Peter (2009): Der Tonträger als Medium der Musik. In: SCHRAMM, Hollger (Hrsg.): Hanbuch Musik und Medien. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, S.49-87

WILKINSON, Gerry (2009): Doug "Jocko" Henderson at Union Hall. Philadelphia. 1984. The Blues Music Association's Awards Presentation. URL: <http://www.broadcastpioneers.com/jocko1.html>

WILLIAMS, Patrick (2011): Subcultural Theory. Traditions and Concepts. Cambridge: Polity Press

WIMMER, Barbara (2005): DJ-Kultur in auditiven und neuen Medien. Wien: Diplomarbeit

WIMMER, Barbara (2011): Steuere mein Live-Set per Smartphone. In: Future Zone, 18.08.11. URL: <http://futurezone.at/digitallife/4272-steuere-mein-live-set-per-smartphone.php> (14.11.2012)

WINKLER, Hartmut (2008): Basiswissen Medien. Frankfurt a. M.: Fischer Verlag

WINKLER, Hartmut/ BERGERMANN, Ulrike (2003): Singende Maschinen und resonierende Körper. Zur Wechselbeziehung von Progression und Regression in der Popmusik. In: ARNDT, Jürgen/ KEIL, Werner (Hrsg.): >Alte< Musik und >neue< Medien. Hildesheim: Georg Olms Verlag.

WINCKLER, Lars/ HAUSTEIN-TEßMER, Oliver (2008): Wie MP3 die Qualität der Musik zerstört hat. In: Welt Online, 28.02.2008. URL: <http://www.welt.de/wirtschaft/webwelt/article1721723/Wie-MP3-die-Qualitaet-der-Musik-zerstoert-hat.html>

WONNEBERG, Frank (2007): Vinyl Lexikon. Fachbegriffe, Sammlerlatein, Praxistipps. Berlin: Schwarzkopf & Schwarzkopf Verlag

WONNEBERG, Frank (2008): Labelkunde Vinyl. Berlin: Schwarzkopf & Schwarzkopf Verlag

WÜSTNER, Georg-Ken (2009): Djing – Musik als Kommunikation. Wien: Magisterarbeit

WYER, Christoph (2006): Die Schallplatte versus neue Digitaltechnik. Die Zukunft der Schallplatte. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller

ZEHNDER, Raphael (2010): Der elektronische Raum - Rasend schnell durchs Netz. In: Die Wochenzeitung 2010/20, 20.05.2010

11. Anhang

11.1 Interviewleitfaden

1. Gruppe: DJs/ Produzenten/ Veranstalter

Spaceant (DJ/Produzent/Veranstalter seit 1996)

DJ Odd (DJ/Produzent/Veranstalter seit 1997)

2. Gruppe: Vertrieb/ Handel

Dierk Rossiwall (ehem. Bounce, Wien)

Martin Gredler (Dynamics, Wien)

Spezifische Fragen Gruppe 1:

- Wie lange bist du bereits in der Szene tätig und welchem Sinne?
- Welche Trägermedien dominieren derzeit die Clubkultur? Können hierbei Genreunterschiede festgestellt werden?
- Können Unterschiede zwischen den Generationen und dem verwendeten Trägermedium festgestellt werden?
- Mit welchem Equipment hast du vor 10 bzw. 5 Jahren aufgelegt und was verwendest du heute?
- Verwendest du heute noch Vinyl?

Spezifische Fragen Gruppe 2:

- Spezifische Fragen zur Tätigkeit: Name Plattenladen, Genre, Beginn – Entwicklung bzw. Ende;
- Welche Folgen hatten die Einführung der CD und die Verbreitung neuer, oft kostenloser, digitaler Formate für den Plattenladen?
- Welchen Veränderungen bringt die Digitalisierung für den Schallplatten Vertrieb und Verkauf mit sich?
- Wie würdest du das Kaufverhalten der Schallplattenkäufer in den letzten fünf Jahren beschreiben?
- Ist ein Plattenladen der sich auf Clubmusik spezialisiert hat heute noch überlebensfähig?

A) DJ Kultur allgemein und Technik

- Was bedeutet für dich DJ-Kultur?
- Welche Kriterien machen einen guten DJ aus?
- In welchem Verhältnis stehen DJ-Kultur und Technik zueinander? Bist du der Meinung dass die Kultur die Technik prägt oder die Technik die Kultur?
- Welche Ansprüche stellt der DJ von heute an das verwendete Medium bzw. an die Technik?

B) Format Wandel:

- Herrscht deiner Meinung nach, ein Szene interner Drang zur Innovation?
- Ist die Digitalisierung Fluch oder Segen für die DJ Szene?

- Wie stehst du zu der immer wieder auflodernden Debatte der geringen Klangqualität von digitalen Formaten?
- Welche Trägermedien dominieren die DJ- und Clubkultur der Gegenwart und warum?
- Wie wird die DJ- und Clubkultur in Hinblick auf ihre Medien in Zukunft aussehen?

C) Soziokulturelle Veränderungen:

- Welche Vor- bzw. Nachteile ergeben sich durch den digitalen Wandel für die DJ Szene?
- Würdest du den kulturellen Wandel der sich durch die Digitalisierung ergibt als positiv oder negativ einstufen?
- Was unterscheidet den DJ von heute zu dem vor fünfzig - bzw. zehn Jahren?
- Führt Digital Djing zum Ende des traditionellen DJs a la Francis Grasso oder Terry Noel?
- Besteht ein Zusammenhang zwischen Alter und verwendeter Technik?

D) Ästhetische Aspekte:

- Herrscht ein szenointerner Konsens darüber, welche Fähigkeiten ein DJ heute haben sollte?
- Geht durch den Formatwandel die Kunst des Djing verloren bzw. kann trotz Formatwandel noch davon gesprochen werden, dass Djing nach wie vor ein Handwerk ist?
- Was macht für dich ein gutes DJ Set aus und hat sich deiner Ansicht nach etwas daran geändert aufgrund der Digitalisierung?
- Geht die Einzigartigkeit von DJ-Mixes verloren aufgrund der totalen Verfügbarkeit von ETM (Elektronischer Tanzmusik)?

E) Das Ende von Vinyl:

- Siehst du eine Zukunft für die Schallplatte in der DJ Szene?
- Welche Motive sprechen heute noch für die Nutzung in der DJ-Kultur?
- Kann bereits von einem Ende von Vinyl als klassisches Trägermedium in der Clubkultur gesprochen werden? Wenn ja, warum?

11.2 Transkripte - Experteninterviews

1. Interview mit Stefan Eder (SE) am 10.07.2012

F: Wie lange bist du in der DJ Szene tätig und in welchen Bereichen?

SE: Seit 1997 - angefangen habe ich mit Techno-House und Oldschool-Electro, also 80iger Jahre Electro – im Sinne von Kraftwerk. Dann Jungle, Drum&Bass, dann war kurze Zeit New School Breaks, danach Dubstep und jetzt dieses ganze UK-Bass, UK-Funky, New Beat-Garage Ding.

F: Und als Veranstalter?

SE: Als Veranstalter bin ich seit 11 Jahren aktiv.

F: Mit welchem Equipment hast du angefangen aufzulegen, welche Technik hast du vor 5 Jahren benutzt und welche Technik verwendest du heute?

SE: Angefangen habe ich mit dem klassischen Setup, bestehend aus zwei Plattenspielern und Mischpult, das habe ich auch noch vor fünf Jahren gehabt und seit einem Jahr lege ich digital auf, zwar noch immer mit dem Setup zwei Plattenspielern und Mischpult, aber für zuhause Traktor, also vom Laptop aus WAVs und für den Club CD-Spieler.

F: Verwendest Du heute noch Vinyl?

SE: Beim Auflegen im Club nein, zuhause ja.

F: Welche Träger und Abspielmedien dominieren die Veranstaltungen die du organisierst und wo du auflegst?

SE: Es kommt darauf an, welche Leute man bucht. Wenn man internationale Acts bucht, sind es meistens CDs und Serato bzw. ab und zu Traktor [DVS] .

F: Was bedeutet für dich DJ Kultur?

SE: Was für mich DJ Kultur bedeutet? Sich ständig mit Musik auseinander zu setzen, sich ständig neue Musik zu suchen, mit Musik auch zu arbeiten - ich weiß jetzt leider nicht mehr, wer das gesagt hat- aber aus zwei Stücken ein neues Stück kreieren bzw. den Abend auch mit Musik zu gestalten. Also elektronische Musik im Sinne von verdichteter Emotion, die eine Botschaft vermittelt eben ohne Worte und man kann mit Musik eine Stimmung in einem Club beeinflussen - hier auch mit dem Publikum zu arbeiten, die Stimmung von einem Publikum aufzunehmen, das bedeutet für mich DJ Kultur.

F: In welchem Verhältnis stehen DJ-Kultur und Technik zueinander? Bist du der Meinung, dass die Kultur die Technik prägt oder umgekehrt?

SE: Beides, also auf der einen Seite gibt es natürlich den Punkt, dass sich DJs Technik aneignen, dass mit den gegebenen Möglichkeiten versucht wird auch etwas Neues zu machen oder etwas aus dem Kontext rauszureißen. Was aber die Digitalisierung betrifft, diese wurde nicht von DJs vorangetrieben sondern da reagieren DJs auf einen Trend bzw. genauer gesagt auf einen Prozess.

F: Welche Ansprüche stellt der DJ von heute an das verwendete Medium bzw. an die verwendete Technik?

SE: Ich glaube, dass es weniger um das Medium geht, sondern um den Inhalt. Nachdem das Medium in den Hintergrund rückt, also es kommt auch natürlich immer auf die Perspektive an. Du hast auf der einen Seite, ich nenne es jetzt einmal die traditionelle Perspektive, wo immer noch das Setup aus zwei Plattenspielern und Mischpult mit Vinyl extrem wichtig ist, wo das Medium im Vordergrund steht. Aber eigentlich sollte es bei elektronischer Musik nicht um das Trägermedium, sondern rein um die Musik gehen.

F: Also du glaubst, dass die Ansprüche noch immer die gleichen sind?

SE: Es ist individueller geworden, jeder stellt sich sein eigenes Setup so zusammen, wie es den eigenen Bedürfnissen entspricht. Man hat jetzt mehr Auswahlmöglichkeiten, man kann immer noch nur mit Vinyl auflegen, man kann mit CDs spielen, man kann digital mit Time Code Platten auflegen und über dem Laptop seine MP3s und WAVs steuern, man kann nur mit dem Laptop auflegen, also es ist individueller geworden und die Auswahlmöglichkeiten sind definitiv mehr. Und von dem her, was jetzt den Anspruch betrifft, kann man das nicht generell sagen, jeder wird dies auf seine Art bzw. nach seinen eigenen Präferenzen machen.

F: Herrscht deiner Meinung nach ein Szene interner Drang zur Innovation?

SE: Dieser Drang zur Innovation war von Anfang an in der DJ-Kultur verankert, auch das Thema Science-Fiction war in den frühen Techno-Platten unglaublich präsent. Dieses Thema, dieser Innovationsdrang begleitet elektronische Musik seit ihrer Entstehung, was auch dadurch zum Ausdruck kommt dass elektronische Musik mit elektronischen Klangerzeugern arbeitet. Der Hang zur Innovation seit Beginn der Kultur ist also ein großer wichtiger Faktor.

F: Wie stehst du zu der immer wieder auflodernden Debatte der geringen Klangqualität von digitalen Formaten?

SE: Dass MP3s komprimiert werden, stimmt natürlich, aber in einem Club hat man nie Studiomonitore, und die meisten PAs in einem Club haben auch nicht die Qualität, dass man wirklich den Unterschied zwischen 380 MP3s und WAVs hören würde. Also ich bin mir sicher, dass die meisten den Unterschied nicht merken, ob jetzt eine Platte, eine WAV oder eine MP3, also eine gute Qualität von MP3 abgespielt wird. Vor allem auch, weil bei vielen Plattenspielern die Nadeln nicht das gesamte Klangspektrum wiedergeben kann, wie es eigentlich technisch möglich wäre. Also dass man es in einem Studio theoretisch hören kann glaube ich schon, aber nicht in einem Club.

F: Wie wird sich die DJ und Clubkultur im Hinblick auf ihre Medien in Zukunft entwickeln?

SE: Ich glaube, dass sich früher oder später ein Standard durchsetzen wird. Es ist jetzt einfach gerade ein vielfältiger Zugang, man kann mit einem Controller kommen, oder mit CDs, eh wie ich es vorher schon gesagt habe, aber ich glaube, dass sich ein Standard durchsetzen wird, es ist noch nicht absehbar

welcher Standard, ob das jetzt Traktor, Serato oder nur mehr ein Laptop ist oder nur CDs oder ob in Mischpulten, wie es schon bei Rane der Fall ist, eine Soundcard eingebaut ist, ich bin mir aber sicher, dass sich irgendein Standard früher oder später durchsetzen wird.

F: Besteht ein Zusammenhang zwischen Alter und verwendeter Technik?

SE: Zwischen Alter und verwendeter Technik? Also im Sinne von: was früher war und was jetzt ist?

F: Nein, Alter der DJs meine ich eigentlich!

SE: Da bin ich überzeugt davon. Wenn du in einer DJ-Kultur aufgewachsen bist wo das klassische Setup zwei Plattenspieler und ein Mischpult waren – also eine Art von Handwerk, dann fällt es sicher Leuten bzw. älteren DJs sicherlich schwer sich umzustellen, weil ja auch die Anforderungen, wenn man digital auflegt, andere sind. Also du hast dieses klassische ich gehe in einen Plattenladen, wo der Plattenladen der Intermediär ist, wo dir der Plattenverkäufer schon vorsortiert und vorfiltert nicht - also diese Filterfunktion fällt weg im Digitalen. Du hast im Prinzip jederzeit alle Tracks zur Verfügung. Du musst halt selber suchen, filtern und den Anspruch, dich selber zu informieren, über neue Musikrichtungen, also alles was vorher der Plattenladen für Dich gemacht hat, musst du jetzt selber machen. Ich habe beobachtet, dass manche älteren DJs nicht bereit sind, diesen Wechsel des Anspruchs mitzumachen, also die Rolle des DJs hat sich damit auch verändert.

F: Mit welcher Technik steigt die neue DJ Generation heute ein?

SE: Das ist eine Preisfrage! Also ich glaube am günstigsten ist es im Moment, wenn man sich einen Controller kauft, sehr teuer ist sicherlich ein CD-Spieler - also mit Sicherheit sind CD-Spieler die teuerste Möglichkeit und Controller gibt es schon relativ günstig, also vor allem, wenn man sich einen Second Hand Gerät kauft ist es relativ günstig. D.h. die meisten, die einsteigen, werden sich einen Controller kaufen, in dem schon das Mischpult integriert ist, und die ganzen Abspielfunktionen schon in dem Controller integriert sind.

F: Welche Vor- bzw. Nachteile ergeben sich durch den digitalen Wandel für die DJ Szene?

SE: Ein Vorteil ist sicher, dass man die Tracks selber verändern kann, also wenn du z.B. mit dem Arrangement von einem Track nicht einverstanden bist oder du das gerne anders machen möchtest, ist es nun kein Problem mehr den Track zu ändern, was vorher nicht möglich war, weil die Musik am Trägermedium gebunden war und dadurch, dass das wegfällt, kannst du selber den Track neu gestalten, du kannst es auch mit anderen leichter tauschen, also du kannst deine Bibliothek mit wem anderen tauschen, der dir dann wiederum seine gibt, d.h. der Austausch ist jetzt sicherlich leichter als vorher. Du hast auch neue Gestaltungsmöglichkeiten deiner Sets, einfach dadurch, dass man Loops setzen kann, dass man mit Effekten arbeiten kann - wie es zwar schon bei manchen DJ Mischpulten der Fall ist - aber beim digitalen Auflegen hat man noch einmal mehr Eingriffsmöglichkeiten in die Musik, deshalb gibt es auch den Trend, dass die Trennung zwischen DJ und Live Act nicht mehr so sehr gegeben ist, dass oft der Live Act schon DJ-artige Züge annimmt, oder

wenn wer auflegt, einfach den Live Charakter mit Effekten zu bearbeiten und Loops reinspielen, also du hast mehr Gestaltungsmöglichkeiten als du es vorher gehabt hat.

F: Und die Nachteile?

SE: Die Nachteile beim digitalen Auflegen ist die Vielfalt. Vielfalt, also das ist jetzt schwer zu sagen, aber du hast halt vorher viele Plattenläden gehabt und eine vielfältige Vertriebsstruktur und beim Übergang zwischen dem alten und dem neuen Medium sind zuerst mal die ganzen Vertriebe weggebrochen und jetzt fängt es sich wieder an zu konzentrieren. Also du hast einfach wenige Shops, in denen du einfach drinnen sein musst, und der Nachteil ist auch, dass um Aufmerksamkeit zu erlangen dieser Promo-Aspekt viel wichtiger geworden ist, als es früher der Fall war. Wenn du früher ein gutes Label gehabt hast, dann war das schon so ein Punkt an Aufmerksamkeit, wo du automatisch schon einmal Öffentlichkeit bekommen hast. Labels sind nicht mehr so wichtig wie sie es früher waren, jeder kann sein Digital-Label gründen, jeder kommt mehr oder weniger leichter in die großen drei Shops rein, aber dann bist du halt einer von 1 Millionen Tracks. D.h. der Nachteil ist sicher, dass der Promo-Aspekt bei Musik wesentlich wichtiger geworden ist als früher.

F: Würdest du sagen, dass dieser soziokulturelle Wandel durch die Digitalisierung positiv oder negativ ist?

SE: Allgemein? Positiv.

F: Führt digital Djing zum Ende des traditionellen DJs, wie Francis Grasso oder John Peel?

SE: Ich würde nicht sagen, dass es zu ihrem Ende führt, was einen DJ wie John Peel ausgezeichnet hat, war dies, dass er ständig auf der Suche nach neuer Musik war. Das ist genau das, was von einem neuen DJ gefordert wird, ständig auf der Suche nach neuer Musik zu sein, sich nicht auf die Vorauswahl von einem Plattenladen zu verlassen, sondern ständig sich selbst auf die Musiksuche zu begeben. Also das was einen John Peel ausgemacht hat, ständig neue Musik zu präsentieren, den Filter den er wahrgenommen hat, das ist eigentlich das, was jetzt alle DJs machen müssen.

F: Herrscht deiner Meinung nach ein Szene interner Konsens darüber, welche Fähigkeiten ein DJ heute haben muss?

SE: Nein, leider nicht. Es gibt den Punkt, dass ein Teil der DJ-Kultur oder innerhalb der Szene ein Teil sagt, es ist wichtig, dass man ohne technische Hilfsmittel zwar Tracks oder Platten synchronisieren kann. Für jüngere oder neue DJs ist genau dieser Aspekt, dass man Tracks synchronisieren kann, nicht mehr so wichtig, weil es relativ einfach geht, über bestimmte Musikprogramme bei denen es Autosync-Buttons gibt. Das ist klar, das ist ein ziemlicher Bruch. Oder wo man ganze Play Lists schon vorbereiten kann, aber der Nachteil dabei ist, dass gerade diejenigen, die sich schon vorher Play Lists fertig herrichten und dann einfach nur mehr auf Play drücken, nicht mehr so auf das Publikum reagieren können, wie jemand, der aus einem Pool Platten auswählt, und dann wirklich in dem Augenblick arrangiert, und aufs Publikum eingeht. Wobei auch dieser Aspekt für mich jetzt nicht so zentral ist, ob jetzt ein DJ syncen

kann oder nicht, es sollte immer die Musik im Vordergrund stehen, also die Selektion.

F: Bist du der Meinung, dass ein DJ Fähigkeiten wie Beat-Matching beherrschen muss, trotz technischer Möglichkeiten wie den Auto-Sync-Button?

SE: Er muss es nicht mehr beherrschen, also jetzt ganz plakativ gesagt – wenn ein DJ, der perfekt syncen kann, mir eine schlechte Selection oder eine schlechte Plattenauswahl vorspielt, werde ich den bevorzugen, der nicht syncen kann, aber dafür eine gute Plattenauswahl hat.

F: Also geht durch die Digitalisierung die Kunst des Djing verloren bzw. kann trotz Formatwandel doch noch davon gesprochen werden, dass Djing nach wie vor ein Handwerk ist?

SE: Djing ist sicher ein Handwerk, nur die Anforderungen sind mittlerweile andere. Es ist eben genau der Aspekt, der DJ ist jetzt der Intermedia, er muss jetzt suchen, er steht jetzt direkt zwischen Publikum und Produzenten. Und genau diesen Aspekt muss ein neuer DJ wahrnehmen, also das Handwerk ist jetzt vielleicht im Hintergrund, dafür ist jetzt ein anderer Aspekt im Vordergrund.

F: Was macht für dich ein gutes DJ Set aus und hat sich deiner Ansicht nach etwas durch die Digitalisierung verändert?

SE: Durch die Digitalisierung ist der Aspekt, der in der frühen DJ-Kultur wichtig war, wie - ich habe einen Track den sonst kein anderer hat - also dieses Exklusive, weggefallen. Durch die Digitalisierung ist jeder Track jederzeit und immer verfügbar. Was aber auch ein positiver Aspekt ist: früher war Musik ein Privatgut, nun ist Musik zu einem öffentlichen Gut geworden.

F: Geht durch diese neuen Möglichkeiten die Einzigartigkeit von DJ-Mixes aufgrund der totalen Verfügbarkeit von elektronischer Tanzmusik verloren?

SE: Die Einzigartigkeit nicht, du hast zwar alles zur Verfügung, aber trotzdem ist es wichtig, wie ich auf ein Publikum reagiere, also welche Stimmung erzeuge ich, wie reagiere ich auf die Stimmung, die bereits da ist, welche Platten wähle ich aus, wie ordne ich die Platten an, welcher Musikfluss, also Musikfluss ist jetzt ein bisschen unglücklich formuliert, aber mir geht es hauptsächlich darum, wie arbeitet man mit Stimmungen und welche Auswahl trifft man, um eine Stimmung zu verstärken oder abzuschwächen.

F: Siehst du eine Zukunft für die Schallplatte in der DJ Szene?

SE: Nein. Das ist vorbei. Also die Produktionskosten und die Distributionskosten sind bei klassischen Trägermedien einfach zu hoch, bei digitalisierter Information sind Distributionskosten quasi nicht mehr vorhanden.

F: Welche Motive sprechen heute noch für die Verwendung der Schallplatte in der DJ-Kultur? Gibt es da überhaupt noch Motive?

SE: Eigentlich gibt es für einen DJ keine Motive mehr bzw. kann es auch kein Motiv mehr geben, denn eine Platte ist nur mehr ein Sammlerstück, und gerade das finde ich auch positiv, dass dieses Exklusive in der DJ-Kultur draußen ist, dass nicht nur eine bestimmte Elite, wenn man jetzt so sagen will, zu einer bestimmten Musik einen Zugang hat, sondern dass jeder den gleichen Zugang hat und das finde ich auch positiv. Von da her hat die Schallplatte in der DJ-Kultur nicht mehr die Bedeutung oder gar keine Bedeutung mehr. Für mich ist die Schallplatte ein reines Sammlerobjekt, wenn ich wirklich etwas bewusst sammeln möchte, ist die Schallplatte sicherlich ein perfektes Medium, aber in der DJ-Kultur ist es Vergangenheit.

F: Tritt durch das Ende der Schallplatte in der DJ- und Clubkultur eine Vergangenheitsvergessenheit von ETM ein?

SE: Es geht um die Musik, und auch alte Musik kann man jederzeit wieder spielen. Es ist ja so, dass man in der DJ-Kultur den Innovationsdrang schon immer gehabt hat, immer nur das Neueste, die neuesten Produktionen, das hat sich ja nicht wirklich geändert, du musst ja immer noch die neuesten Produktionen spielen. Und das war unabhängig, dieser Trend war unabhängig von einer Schallplatte, also es war ein Kritikpunkt, wenn ein DJ alte Musik gespielt hat, wieso hat er/sie nicht die neueste Musik auf Schallplatte oder eben jetzt digital. Und diese Erinnerungsfunktion ist für mich jetzt vom Medium unabhängig, das ist eher das Problem der DJ Kultur, dass es immer die neueste Musik sein muss.

F: Kann zu digitalen Musik Files die gleiche persönliche Verbindung aufgebaut werden, wie bei einer Schallplatte?

SE: Das ist für mich eine Generationen-Geschichte, das ist einfach so, wie wir aufgewachsen sind, in einem noch nicht digitalisierten Umfeld. Du hast jetzt auch den Trend hin zu E-Books, ich glaub, dass sich neue Generationen wesentlich leichter tun, also was heißt neue Generationen, das merkt man schon in unserer Generation in unseren Jahrgängen, dass der Zugang zu digitalisierten Inhalten, dass diese Hemmschwelle ein E-Book oder digitale Musik zu verwenden und trotzdem den Bezug zur Musik zu haben, da ist, also das ist für mich nur eine Jahrgangsfrage. Wenn du mit dem aufwächst, dass du nur digitale Inhalte zur Verfügung hast, wirst du zu denen trotzdem einen Bezug haben.

F: Kann bereits von einem Ende von Vinyl als klassisches Trägermedium in der Clubkultur gesprochen werden?

SE: Ja, definitiv.

F: Seit wann?

SE: Seit sich die Shops, wie I-Tunes und Beatport durchgesetzt haben. Also man merkt es daran, dass der Anteil der verkauften digitalen Musik kontinuierlich wächst. Es ist zwar immer noch nicht vorrangig, also ich glaube die digitale Musik hat die Schallplatte noch nicht überholt, hier bin ich mir jetzt nicht sicher, es ist wahrscheinlich noch relativ ausgewogen, aber es wird

einfach kontinuierlich weiter wachsen, und die Schallplatte wird ein reines Sammlermedium bleiben.

F: Auch bei den DJs?

SE: Ja.

2. Interview mit Gerd Holoubek (DJ Spaceant) am 11.07.2012

F: Wie lange bist du in der DJ Szene tätig und in welchen Bereichen?

GH: Jetzt haben wir 17 Jahre Wicked plus fünf Jahre, d.h. seit ca. 22 Jahren. In welchen Bereichen, was meinst du mit Bereichen?

F: Als Veranstalter, als DJ?

GH: Als Veranstalter 20 Jahre und vielleicht nochmal drei bis vier Jahre als DJ.

F: Mit welchem Equipment hast du angefangen aufzulegen und was verwendest du heute?

GH: Angefangen habe ich mit Schallplatten, da hat es ja noch nichts anderes gegeben, außer Schellacks vielleicht noch. Jetzt verwende ich Schallplatten und CDs.

F: Ab welchem Zeitpunkt hast du die CD in deine DJ Sets hinzugefügt?

GH: Das haben wir damals eigentlich gleich hinzugefügt, als die CDs raus gekommen sind, das war nämlich das Allertollste.

F: Also Anfang der 90iger Jahre?

GH: Ja, also früher, da habe ich gerade maturiert, nein da habe ich noch nicht einmal maturiert, das war in der Oberstufe, da ist irgendein Schulkollege mit feuchten Augen gekommen und hat gesagt: „Es gibt es neues Medium, da kann man mit einer Planierwalze drüber fahren, und es hält alles aus, für ewig.“ Und dann haben wir angefangen alles, was wir bereits auf Vinyl gehabt haben, nochmal auf CD zu kaufen, damals hat man noch CD Alben gekauft. Da war ich noch so ein Independent Chelsea DJ, und es gab nur vier DJs, da hat man hauptsächlich mit Langspielplatten aufgelegt. Ja ich habe sicher eine riesen Phase, ca. zwei bis Jahre, in meinen DJ Plattensammlungen, in denen ich auf CDs umgestiegen bin und genau das ist das Loch, wovon ich heute genau nichts mehr habe, weil alle CDs, die ich mir damals gekauft habe kaputt sind, aber alle Platten, die ich mir davor oder danach gekauft habe, sind noch da und die kann man mehr oder weniger noch abspielen. Also das war wirklich ein totaler Reinfall, aber damals war es einfach das Tollste, und jeder hat es machen müssen, obwohl es damals noch gar keine CD-Player gegeben hat, womit man auflegen hätte können, merke ich gerade. Wie haben wir damals eigentlich mit CDs aufgelegt? Wahrscheinlich gar nicht, ich weiß es nicht mehr. Jedenfalls habe ich eine Zeit lang CDs gekauft, und das war im Nachhinein gesehen ein Fehler, also die haben sich überhaupt nicht gehalten, die sind alle kaputt, und die Platten habe ich aber noch immer, alle schön im Regal und im Koffer, und die CDs sind alle weg.

F: Warum bringst du deine Tracks trotz Krise noch auf Vinyl heraus?

GH: Weil es noch eine Nachfrage gibt. Also wenn es keiner mehr kaufen würde, würden wir es nicht mehr auf Vinyl herausbringen. Also für einen DJ, der mit Vinyl aufgewachsen ist, ist es natürlich das Größte, wenn man dann selber Vinyls machen kann. Und daher war es klar, dass wir Platten pressen. Wir haben jetzt schon 10 Platten herausgebracht und wenn es nicht irgendwer

kaufen würde bzw. der Verkauf abnehmen würde, dann würde ich sicher keine Platten mehr pressen lassen. Wir haben aber nach wie vor die gleichbleibende Auflagen, wenn nicht sogar eine höhere, und das obwohl wir eigentlich gedacht hatten, dass dies in den letzten zwei bis drei Jahren einbrechen wird.

F: Wie hoch ist die Auflage bei euren Schallplatten Pressungen?

GH: Um die 1200. Angefangen haben wir mit 500, hier haben wir aber praktisch von jeder noch 500 Stück nachpressen lassen. Und jetzt sind wir auf 1000 oder 1200, die überschießen, aber immer ein bisschen mit der Auflage, d.h. wenn du 1000 bestellst, bekommst du 1100. Im Moment haben wir so von Haus aus 1000 Stück, also die vorletzte Platte haben wir 1200 Mal und die letzten beiden Platten wieder 1000 Mal pressen lassen.

F: Wo lässt du deine Platten pressen?

GH: Seit Anfang an in der Tschechei, in Prag.

F: Welche Träger - und Abspielmedien dominieren die Veranstaltungen, die du organisierst, bzw. wo du auflegst, kann man da eine Tendenz feststellen?

GH: Das wirst du eh selber wissen, es gibt Flecken in Österreich, wo kein Mensch mehr mit Vinyl auflegt, und dann gibt es Flecken in Österreich, wo du gesteinigt wirst, wenn du mit einer CD-Mappe kommst, und dazwischen gibt es alles. Es gibt viele Veranstaltungen, bei denen DJs nur noch mit Laptop spielen. Bei meinen Clubs sind von fünf DJs immer mindestens zwei dabei, die zumindest auch mit Vinyl, wenn nicht ausschließlich mit Vinyl spielen. Also es gibt keine Veranstaltung, wo ich nicht meine Plattenspieler stehen hab, abgesehen davon, dass ich selbst ja noch sehr viel mit Vinyl auflege.

F: Hast du bei deinen Veranstaltungen im Flex (Wien) eine fixes Set Up?

GH: Ja.

F: Das besteht aus?

GH: Das besteht aus zwei CD-Playern und zwei Plattenspielern.

F: Welche DJ-CD-Player?

GH: Entweder die CDJ 2000er oder die CDJ 1000er.

F: Und zwei 1210er?

GH: Ja, die normalen Technics.

F: Was bedeutet für dich DJ-Kultur?

GH: Gar nichts. DJ-Kultur ist Teil der Partygeschichte und der DJ ist halt derjenige, der die Musik zusammenstellt, aber eine großartige Kultur - da kann ich dir nichts dazu sagen.

F: In welchem Verhältnis stehen DJ Kultur und Technik zueinander? Bist du der Meinung, dass die Kultur die Technik prägt oder die Technik die Kultur?

GH: Mit Technik meinst du jetzt die Plattenspieler und CD-Player, also die Geräte?

F: Ja genau.

GH: Wie sehr die Technik die Kultur prägt? Es ist zur Zeit einfacher anzufangen, weil früher musste man zuerst mal einige Zeit Platten sammeln, bevor man überhaupt anfangen konnte aufzulegen, sonst hätte man kein Set zusammen gebracht, also keine Stunde. Und heute kannst du dir überlegen, was du hören und spielen willst, und dann „gehst“ du in einen MP3 Store und kaufst dir die Sachen runter, und du hast in einem Tag die komplette Sammlung und kannst an einem Tag praktisch aus den letzten fünf Jahren die besten Stücke heraus kaufen, die du eventuell in deinem Plattenladen gar nicht gesehen hättest. Es ist halt jetzt wesentlich einfacher.

F: Welche Ansprüche stellt der DJ von heute an sein verwendetes Medium, hat sich da etwas verändert durch die Digitalisierung?

GH: Was anscheinend sehr wichtig für den digitalen DJ ist, ist dass sie das Musikstück auch optisch sehen können. Die meisten Programme zeigen irgendwelche Kurven und Ausschläge an, die das Mixen dementsprechend erleichtern, weil man zusätzlich neben dem Akustischen auch etwas Optisches sieht, und daher das Beat Matchen erleichtert wird, und du nur mehr die Nummern auswählen musst und sagen musst, wo die nächste anfangen soll.

F: Herrscht deiner Meinung nach ein Szene interner Drang zur Innovation?

GH: Nein. Also ich glaube, dass sich DJs aus dem, was es im Angebot gibt, und mit dem sie am besten arbeiten, für sich herausuchen, und bei dem bleiben sie dann auch relativ lange. Es gibt viele Leute, die noch immer mit Serato [DVS] auflegen, es gibt viele Leute, die schon neue Sachen verwenden, aber ich glaube, wenn der DJ mit Serato gut auflegt, wird er sich nicht ständig irgendwelche Updates holen.

F: Wie stehst du der immer wieder auflodernden Debatte der geringen Klangqualität von digitalen Formaten?

GH: Da kommt es auf das digitale Format an. Wenn man mit einem WAV File auflegt, glaube ich nicht, dass man es im Club wirklich großartig hört, ob das jetzt von einer Platte oder vom Computer gespielt wird. Ich glaube, das liegt tatsächlich an so viele Faktoren, es liegt daran, wie die Anlage eingestellt ist, was man für eine Anlage dort stehen hat, wie viele Leute dort sind, ob der DJ übersteuert, da gibt es so viele Faktoren, die eine Nummer gut oder schlecht klingen lässt. Wenn man eine gute WAV Datei hat, wo man nicht nur mit einem halben MB Tracks auflegt, dann ist das glaube ich komplett egal.

F: Also du verwendest Schallplatten nicht deswegen, weil die Klangqualität so warm und besonders ist?

GH: Nein. Ich verwende Schallplatten, wenn ich den Track auf Schallplatte habe, d.h. dann nehme ich ihn auch auf Schallplatte mit, wenn ich den Track nicht auf Platte habe, aber ihn auflegen will, dann nehme ich ihn auf einer CD mit. Bei uns hat das mit den CDs angefangen, weil wir irrsinnig viele eigene Nummern in kurzer Zeit produziert haben, und wir hatten damals überhaupt keinen Absatz mit den Platten hatten, d.h. die einzige Möglichkeit für uns die eigenen Nummern aufzulegen war somit, dass man sie sich brennt oder dass man sich ein Dubplate pressen lässt. Das pressen von Dubplates hat aber immer vier Wochen gedauert und unheimlich viel Geld gekostet, dann wurden sie meistens beim Shipping zerbrochen, also zweimal sind sie uns dabei zerbrochen.

Und so kann man am Abend noch im Studio sitzen und irgendetwas basteln, als Intro für dein Set, auf eine CD brennen, in den Club fahren und es gleich auflegen oder testen, wie die Idee, die man gerade im Kopf hat, funktioniert. Dafür ist der CD-Player super. Daher kam uns die Überlegung, ob wir uns einen CDJ 1000 kaufen - das war damals das Beste am Markt, oder ob wir um das Geld weitere Dubplates pressen lassen. Dann war es schnell klar – also früher hat man den eigenen CD-Player kaufen und mitnehmen müssen, da es diese in den Clubs noch nicht gab – und dann war es – wie gesagt – schnell klar, dass wir uns für unsere eigenen Sachen einen CD-Player kaufen und diesen mitnehmen.

F: Wie viel haben die Dubplates damals gekostet?

GH: So 200 bis 300 Schilling, also 20 bis 30 Euro, schätz ich einmal.

F: Glaubst du, dass ein Zusammenhang zwischen verwendeter Technik und dem Alter der DJs besteht?

GH: Nein, ich kenne sehr viele alte DJs, die nur noch mit Laptop auflegen, bestes Beispiel war letzte Woche Speedfreak, also NEIN.

F: Welche Vor- und Nachteile ergeben sich durch den digitalen Wandel für die DJ Szene, was würdest du sagen?

GH: Für die DJ Szene oder für den DJ?

F: Für die DJ Szene?

GH: Für die DJ Szene gar keine. Wie gesagt, heute können neue DJs wesentlich schneller in den Markt eindringen, das ist auf der einen Seite sicher gut für die Szene. Auf der anderen Seite wird der Veranstalter nicht irgendeinen Anfänger, der noch nie auf einem Flyer gestanden hat, als DJ nehmen, nur weil er auf Soundcloud einen guten Mix hinein gestellt hat, also es ist ziemlich gleich. Es gibt jetzt sicher mehr DJs und mehr neue Generationen und dies schneller als früher. Diese haben es aber auch wieder schwerer am Markt, da pro Quartal meist nur ein bis zwei Newcomer eingeladen werden.

F: Welche Vor- und Nachteile ergeben sich für den DJ?

GH: Zwischen Digital und Vinyl? Also ich kann jetzt nur von mir reden. Der Vorteil von Vinyl ist sicher, wenn du kein vorbereitetes Set hast, wie ich das eigentlich nie habe, und du sozusagen eine Frist hast, weil man, während die eine Platte läuft, die nächste raussuchen muss, dann ist es mit dem Plattenkoffer wesentlich leichter, weil man sich gleich die nächsten drei bis vier Platten zusammensuchen kann, und die, die man schon gespielt hat, reihe ich nach hinten, dadurch komme ich nicht in Verlegenheit – das ist auch gleichzeitig der Nachteil an einer CD für mich – dass ich eine Nummer zweimal spiele, weil ich, wenn ich eine Stunden auflege, auch oft nicht mehr weiß, welchen Nummer ich schon gespielt habe und welche nicht. Beim Plattenkoffer kann mir das nicht passieren, da ich die Platte weggestellt habe, wenn ich sie gespielt habe. Und bei einer CD ist es halt nicht so, da habe ich 15 Tracks auf einer CD und nach einer Stunde und diversen Einflüssen weiß ich dann nicht mehr, welche Nummer habe ich von der CD schon gespielt habe und welche nicht. Das ist der erste Nachteil, der zweite Nachteil ist, dass ich eigentlich jemand bin, der hauptsächlich und aufgrund des optischen Erscheinungsbildes einer Platte und des Covers weiß, was auf der Platte drauf ist, aber eigentlich nie weiß wie die Nummer eigentlich heißt, oder das Label oder der Produzent. Und das habe ich bei einer CD nicht, da muss ich wissen, wie der Titel und der Typ heißt und muss so die Nummer suchen und so suche dann auch oft relativ lange die Nummer, weil die Lesbarkeit im Dunkeln auch nicht so gut ist, also das, was ich auf die CD schreibe, selbst nicht mehr lesen kann. Der Hauptvorteil der CD ist für mich, dass man den Startpunkt in 10 Sekunden gefunden hat und praktisch 3 Minuten lang, während die andere Nummer läuft und ich schon auf die ersten paar Takte die Nummer am Kopfhörer hinein synchronisieren kann und nicht jedes Mal wieder den Anfangspunkt suchen muss, wie es bei der Schallplatte der Fall ist. Bei der Schallplatte benötige ich eine halbe Minute bis ich wieder den Punkt gefunden habe, bei dem ich eigentlich starten will, bei der CD ist das ein Knopfdruck, d.h. eine Sache von einer Sekunde, das ist der riesen Vorteil von einer CD und der Nachteil der Platte.

F: Herrscht ein Szene interner Konsens darüber, welche Fähigkeiten heute ein DJ haben muss?

GH: Ja sicher. Sicher muss ein DJ mixen können - der DJ muss halbwegs wissen, ob sein Set in das Publikum hinein passt, oder nicht und in der Lage sein, sich dem anzupassen. Das ist sicher nach wie vor der Fall.

F: Bist du der Meinung, dass der moderne DJ noch Fähigkeiten wie Beatmatchen erlernen muss, obwohl es eigentlich technische Möglichkeiten wie den Autosync-Button gibt?

GH: Naja mit dem Autosync-Button muss man ja eigentlich auch Beatmatchen. Da macht man es halt mit anderen „Schmähs“, aber Beatmatchen muss man, man kann nicht zwei Platten galoppierend zwei Minuten lang nebeneinander laufen lassen, das kann kein DJ. Ob er das jetzt mit Schallplatten selbst mit der Hand synchronisiert oder ob ihm das sein Laptop abnimmt, ist für die Gäste unten, außer für die Nachwuchs DJs, die einem auf die Finger schauen

und etwas lernen wollen, kein Unterschied. Also für die Leute, die unten tanzen, die sehen und merken das nicht.

F: Und für dich persönlich?

GH: Also mir persönlich ist das auch ziemlich egal. Wenn das ein cooles Set ist und der DJ abrockt und er super Nummern hat, die sonst keiner hat, wenn er sich so leichter tut, also für mich ist es wichtiger was raus kommt aus den Boxen.

F: Also geht durch die Digitalisierung die Kunst des Djings eigentlich nicht verloren?

GH: Nein, die Kunst des Djings ist ja nicht nur das Beatmatching. Das ist sicher nicht das einzige was einen DJ ausmacht.

F: Also ist Djing nach wie vor ein Handwerk?

GH: Naja, ich würde das eigentlich umdrehen, also dass das Beatmatchen eigentlich das Handwerk ist, was man mit Üben lernen kann. Also jeder, der irgendwie im Takt klatschen kann und eine Garage hat, wo er üben kann, kann nach einer Woche harten, üblen Trainings Beatmatchen. Das ist eigentlich das Handwerk. Der DJ an sich ist halt mehr als das Beatmatchen, man muss ein Gefühl dafür haben, was den Leuten unten auf der Tanzfläche gefällt und das kann nicht jeder, und das ist das, was man nicht lernen kann, das ist ein Gefühl, das jemand hat oder nicht.

F: Geht die Einzigartigkeit von DJ-Mixes, aufgrund der totalen Verfügbarkeit von elektronischer Tanzmusik, verloren? Das Dubplate Business gibt es ja heute nicht mehr wirklich.

GH: Ja, aber früher hat jeder im selben Plattenladen eingekauft, jetzt lokal- und szenemäßig, d.h. das in Wirklichkeit oft jeder die gleichen 15 Platten, die der Martin [Dynamics] in den letzten 3 Wochen rein bekommen hat, aufgelegt hat, und das dies eigentlich damals mehr der Fall war, dass eigentlich jeder dasselbe aufgelegt hat als jetzt, weil man ja jetzt nicht nur auf einen Plattenladen angewiesen ist. Und mehr als ein bis zwei Plattenläden hat es ja in Wien nie gegeben, wo man als elektronischer DJ seine Platten kaufen hat können. Dass man jetzt wesentlich mehr Spektrum und Auswahl hat um sein Set zusammenzustellen und um seinen Koffer zu füllen ist klar, und es ist jetzt eher nicht mehr so, dass jeder dasselbe spielt, das war früher sicherlich mehr, als alle noch beim gleichen Plattenladen gekauft haben, sicherlich viel mehr.

F: Siehst du eine Zukunft für die Schallplatte in der DJ Szene?

GH: Bestimmt. Ich kann nur von meiner „pseudo“ Drum&Bass DJ Szene sprechen, da wird es sicher immer Leute mit Schallplatten geben, weil es für viele Leute ein wichtiger Ausdruck ist, dass er DJ ist, also eine wichtige Präsentation von ihm ist. Aber ich war jetzt gerade auf 2 großen Festivals, bei denen es entweder gar keine Plattenspieler mehr gegeben hat auf einer Bühne, die 8 Meter lang war, aber dafür fünf Mischpulte und 20 CD Player auf der Bühne gegeben hat bzw. die zwei Plattenspieler gestapelt links im Eck gestanden sind ohne angekabelt zu sein, und gewartet haben, dass irgendwer sie braucht. Mir dann aber der Bühnenmanager gesagt hat, wenn ich die

Plattenspieler wirklich auch noch haben will, muss er auf jeden Fall den Bass abdrehen, weil sonst die Nadel hüpfte. Also ich kann entweder Drum&Bass ohne Bass auflegen, aber mit Schallplatten oder auf CD mit Bass, also so gesehen?!?

F: Also kann eigentlich vom Ende von Vinyl als klassisches Trägermedium in der Clubkultur gesprochen werden?

GH: Also ich glaube, je größer die Geschichte wird, desto mehr ist das so, dass die Leute nicht mehr mit Vinyl auflegen. Weil früher war es zumindest noch so, dass die Leute mit Serato zumindest eine Vinyl gebraucht haben, und so getan haben, als würden sie verschiedene Platten auflegen. Mittlerweile kann man sich das Ganze auch mit CDs kaufen. Ich kenne viele internationale Leute, die nur noch mit CD-Mappe oder Laptop kommen, hier kommen sicher von den internationalen Artists vier von fünf nur noch mit digitalen Sachen und einer kommt mit einem Plattenkoffer. Dafür ist die Sammlergeschichte viel mehr geworden und unsere Auflage ist auch deshalb nicht zurückgegangen, weil es jetzt viel weniger Leute gibt, die Platten heraus bringen und dafür haben wir jetzt ein viel größeres Stück vom Markt, als es noch 10 mal so viele Produzenten gegeben hat. Damals hat es sich aufgeteilt und jeder DJ kaufte sich nur eine bestimmte Anzahl von Platten und jetzt kaufen sich viel mehr Prozent der DJs jede Platte.

F: Also stehen euch heute mehr Käufer zur Verfügung?

GH: Ja, weil es früher 100 neue Platten in der Woche gab, und jetzt sind es nur noch ca. 10 neue Platten in der Woche. Wenn du eine von den 10 Neuen bist, verkauft man halt mehr, als wenn man eine von 100 Neuen in der Woche ist. Und das, glaube ich, hilft uns darüber hinweg, dass viele Leute keine Platten mehr kaufen, deshalb ist unsere Auflage noch gleich. Und das auch viele Leute es noch sammeln, also es gibt wirklich viele Leute, die sich total darüber freuen, wenn man das Cover signiert, und ich bin mir sicher, dass da nicht jeder davon einen Plattenspieler daheim hat, sich aber trotzdem die Platte kauft.

F: Somit ist der Kultwert einer Schallplatte relativ hoch?

GH: Ja, das glaube ich schon. Also zumindest bei den Lokalen und Produzenten, also in der lokalen Szene ist das sicher so. Das eben diejenigen, die den DJ wirklich kennen, diejenigen sind, die die Platte haben wollen, weil sie ihren Enkeln einmal erzählen möchten, dass sie den DJ von dem sie eine Platte besitzen, gekannt haben.

F: Was wirft mehr Gewinn ab, die verkauften MP3s oder die Plattenverkäufe?

GH: Mit den MP3's haben wir erst Ende letzten Jahres oder eigentlich Anfang dieses Jahres angefangen, einfach deshalb, weil wir sehr lange nach einem geeigneten Partner gesucht haben, und das eigentlich aus unserer Sicht total lächerlich und witzlos war, wie die Marge von dem einen Euro, den der Kunde zahlt also wie viel dann an uns abfällt, das war so absurd wenig.

F: Wie viel Prozent sind das, wenn ich fragen darf?

Das [der Verkauf von digitalen Content] ist los gegangen ab 2 Cent von 1 Euro bis 50 Cent von 1 Euro aber dafür mit irrsinnig hohen Anfangskosten, d.h. da musst du dann fast 100 Euro zahlen um deine Nummer überhaupt in einen Store zu bekommen, also als Webspace und Einschaltgebühren und was weiß ich alles. Um die Anfangskosten hereinzubekommen muss man dann eine Nummer mindestens 200mal verkaufen. Wir haben uns gedacht jetzt werden das sicher 10.000 MP3s, die wir verkaufen aber in Wirklichkeit ist das minimal, also wir verkaufen so ca. 30 bis 40 MP3s im Monat. Ich habe das einmal verglichen mit den YouTube Klicks oder mit MySpace Downloads und die gehen in die zig-1000, wir haben ein paar 100.000 Downloads gehabt von Nummern auf MySpace und dann haben wir uns natürlich gedacht, so ungefähr wird es auch mit den MP3s sein. Es ist nicht so, es kauft sich nicht jeder das MP3.

F: Also ist die Anzahl illegale Downloads relativ hoch?

GH: Naja nein, aber es gibt jede von unseren Nummern auf YouTube, ohne dass wir diese selbst hinauf gestellt haben, und jeder hat einen YouTube Ripper und kann das von YouTube hinunter rippen.

F: Und wie stehst Du dazu, dass sich die Leute das gratis downloaden?

GH: Das kann man eh nicht ändern, das ist einfach das digitale Medium, dass halt jeder mehr oder weniger sich alles holen kann, ohne was dafür zu zahlen. Aber das passt schon, wir machen das ja nicht um reich zu werden und um großartige 100.000 Stück zu verkaufen, das ist ja eh nicht der Plan, dafür haben wir viel zu wenig Samples gecleared bzw. gar nicht, dann würden wir eh nur einen Stress bekommen, wenn wir damit wirklich viel Geld machen würden, und so machen wir kein Geld damit, und bekommen auch keinen Stress.

F: Wo vertreibt ihr eure Platten?

GH: Bei Tool Box [<http://www.toolboxrecords.com/>], der nimmt uns ungefähr ein Drittel von der ganzen Auflage am Anfang gleich ab, direkt vom Presswerk und zahlt für das Drittel fast die ganzen Auflagekosten, d.h. was wir für 1000 Stück bezahlen, zahlt uns der für 300 Stück und d.h. wir haben dann 700 Stück umsonst, müssen dann halt noch die Grafik und das Mastering und den MC zahlen, aber zumindest sind die Druckkosten die wir haben abgedeckt. Sonst ist es dann eher zäh, das dauert dann immer eine Zeit lang bis wir den Rest verkauft haben, weil in Wien selber gibt es nur noch einen Plattenladen [Dynamics], der sie uns noch abnimmt, und der verkauft so ca. pro Platte höchstens 60 bis 70 Stück im Laufe von Jahren, und den Rest verkaufen wir dann selber auf Partys oder schenken wir her.

F: Also wirft die Musik Produktion eigentlich nichts ab?

GH: Nein, Platten produzieren in der Auflage, in der wir es machen, ergibt keinen Gewinn und es war auch nie geplant, dass es jemals Gewinn abwerfen könnte, das geht sich mit 1000 Stück nicht aus, damit einen Gewinn zu machen.

F: Verschärft sich die Situation der Produzenten durch die digitalen Downloads?

GH: Mit jedem Künstler mit dem ich spreche, der bei unseren Partys ist, der auch MP3s verkauft, also keiner war von seinen MP3-Sales begeistert. Wir haben uns schon gedacht, wir verkaufen „nur“ 40, das ist ja ein Witz. Aber im letzten halben Jahr bin ich dahinter gekommen, jeder Einzelne, den ich frage, auch international, sagt, er verkauft auch nicht mehr. In dem Moment, wo es einer als MP3 kauft, stellt es ein anderer ins Netz und 100.000 laden es runter. Bestes Beispiel, wir haben einen MP3 Store in Spanien gehabt, da haben wir 100 Downloads gehabt, und wir waren total happy, bis wir dahinter gekommen sind, dass man in Spanien gratis downloaded, und nur dort haben wir 100 gehabt und überall anders hatten wir nur 3.

3. Interview mit Martin Gredler am 13.07.2012

F: Seit wann gibt es deinen Plattenladen und welche Musik vertreibst du?

MG: Das Dynamic Records gibt es seit 1997 und ich bin quasi auf anspruchsvolle Tanzmusik spezialisiert.

F: Welche Altersgruppe kauft bei dir die meisten Platten?

MG: Meine Kunden sind eigentlich zwischen 18 und 30 Jahren alt.

F: Wie hoch ist der weibliche Käuferanteil?

MG: 10 bis 20 Prozent.

F: Welche Folge hatte die Implementierung von CD-Playern Anfang 2000 für deinen Laden?

MG: Anfangs eigentlich gar keine.

F: Wie hat sich Laptop Djing auf den Schallplattenvertrieb und auf die gepressten Auflagen ausgewirkt?

MG: Naja, zu den gepressten Auflagen kann ich ehrlich gesagt relativ wenig sagen, weil ich damit eigentlich nichts zu tun habe. Und sonst, naja, es war halt so, dass sie natürlich zurückgegangen sind, keine Frage. Teilweise stärker, teilweise schwächer, dies kam dann auf die Musik an. Wobei ich sagen muss, über einen langen Zeitraum hinweg, ich meine 1997, als ich aufgesperrt habe, wussten die Leute eigentlich gar nicht mehr, dass es überhaupt noch Platten gibt, jetzt wissen sie es wenigstens.

F: Wie würdest du das Kaufverhalten der Schallplattenkäufer in den letzten fünf Jahren beschreiben?

MG: In den letzten fünf Jahren? Ich muss ehrlich sagen, ich habe immer von den Sammlern gelebt. Jetzt legen einfach weniger auf damit, viele kaufen sich halt trotzdem Schallplatten um etwas in der Hand zu haben bzw. weil sie es einfach cool finden.

F: Also lebst du in den letzten Jahren eher von den Sammlern als von den DJs?

MG: Meistens ist dies ein und dieselbe Person, aber sagen wir mal so, ohne Sammler gäbe es das Geschäft schon länger nicht mehr!

F: Ist ein Plattenladen, der sich auf Vinyl mit Clubmusik spezialisiert hat, heute überhaupt noch überlebensfähig.

MG: Naja, wenn jemand ausschließlich Vinyl verkauft, meiner Meinung nach nicht.

F: Was bedeutet für dich DJ Kultur?

MG: DJ Kultur bedeutet für mich einfach, dass man den Leuten die Musik näher bringt, die man gut findet, das ist jetzt reduziert auf das Wesentliche.

F: In welchem Verhältnis stehen DJ Kultur und Technik zueinander, bist du eher der Meinung, dass die Kultur die Technik prägt oder umgekehrt?

MG: Früher war es definitiv so, dass die Kultur die Technik geprägt hat. Aber ich glaube, das hat sich leider, oder ja wie man es nimmt, verändert.

F: Gibt es einen Zusammenhang zwischen dem Alter und der verwendeten Technik bzw. dem Medium?

MG: Nein, das würde ich so nicht sagen.

F: Herrscht deiner Meinung nach ein Szene interner Drang zu Innovation in Bezug auf neue Techniken und Trägermedien?

MG: Naja, nicht direkt - die Leute wollen generell nichts Neues.

F: Gibt es deiner Meinung nach einen qualitativ hörbaren Unterschied in Bezug auf den Klang von Vinyl und digitalen Trägern?

MG: Dazu kann ich wenig sagen, muss ich ehrlich eingestehen, weil ich mich mit digitaler Musik eigentlich überhaupt nicht auseinandersetze, und wenn ich auf Parties bin, sind einfach meine Ohren einfach schon zu schlecht.

F: Welche Trägermedien dominieren die DJ- und Clubkultur der Gegenwart?

MG: Medien kann man ja so zum Teil gar nicht mehr sagen. MP3 würde ich sagen, aber es ist so vielschichtig, das kann man nicht so vereinfacht sagen, viele legen mit CDs auf, viele mit MP3s und auch viele mit Platten, natürlich ist das sehr szenespezifisch.

F: Glaubst du, dass sich in der Zukunft ein bestimmtes Trägermedium durchsetzen wird bzw. ein bestimmtes System?

MG: Ich persönlich glaube an die Vielfalt.

F: Du glaubst also nicht an einen neuen Club Standard?

MG: Die Schallplatte ist halt einfach ein Medium, das kann man nicht kopieren, das ist einfach meiner Meinung nach ein Vorteil.

F: Wie würdest du den kulturellen Wandel, der sich durch die Digitalisierung ergibt, beschreiben positiv oder negativ?

MG: Sowohl als auch, ich meine, die einen sparen Geld, weil sie sich keine Musik mehr kaufen müssen, die anderen können nicht mehr davon leben und müssen deshalb mehr für ihre Auftritte verlangen. Also der Musik tut es definitiv nicht gut, dessen bin ich mir sicher.

F: Was unterscheidet den DJ von heute von dem vor 50 Jahren, wo die Person des DJs für die Implementierung neuer musikalischer Stile verantwortlich war, wie z.B. John Peel?

MG: Also John Peel war ein legendärer Radio Moderator, ich glaube, also ich weiß nicht, ob es solche Leute in dieser Form überhaupt noch richtig gibt, weil es einfach alles gibt. Es ist einfach eine andere Zeit, das Medienzeitalter, Internet. Ich meine, es hört sich jetzt traurig an, aber vielleicht wurde so etwas von riesen Firmen oder Plattformen, wie Beatport übernommen? Aber ich

weiß es nicht, das kann man jetzt auch widerlegen, das ist jetzt ein spontaner Einfall von mir.

F: Herrscht ein Szeneninterner Konsens darüber, welche technischen Fähigkeiten ein DJ heute mitbringen muss?

MG: Nein, nicht einmal mehr das.

F: Geht durch den Formatwandel die Kunst des Djings verloren, bzw. ist Djing nach wie vor ein Handwerk, welches man erlernen muss?

MG: Es geht definitiv Kultur verloren, meiner Meinung nach.

F: Was macht für dich ein gutes DJ Set aus und was hat sich daran geändert, aufgrund der Digitalisierung?

MG: Früher, also das ist jetzt alles ein subjektives Empfinden, da ich natürlich mit 20 Jahren öfter fortgegangen bin als jetzt, aber früher war es definitiv so, dass die Sets definitiv spontaner waren, die DJs sind sicherlich mehr auf das Publikum eingegangen als heutzutage. Heutzutage ist es einfach so, dass vorgefertigte Sets - halt nicht von allen, aber von vielen - einfach runtergespielt werden. Andererseits sag ich jetzt ehrlich, das Publikum verdient es nicht anders.

F: Geht dadurch die Einzigartigkeit von DJ-Mixes verloren eben aufgrund der totalen Verfügbarkeit von elektronischer Tanzmusik?

MG: Ja, sicher sogar.

F: Siehst du eine Zukunft für die Schallplatte in der DJ Szene?

MG: Das ist eine schwierige Frage, das ist einfach eine Geldfrage, ich kann das nicht beantworten, ich weiß es nicht, echt. Ich persönlich glaube immer daran, dass es Leute gibt, die mit Platten auflegen, und die es sich auch irgendwie leisten wollen.

F: Welche Motive sprechen heute noch für die Nutzung von Schallplatten?

MG: Kulturell einmal definitiv. Abstürzen kann ein Plattenspieler auch nicht. Eine Schallplatte hält auch länger als eine CD.

F: Kann heute schon vom Ende von Vinyl in der Club Kultur gesprochen werden?

MG: Ich persönlich glaube das eigentlich nicht. Es wird nicht verschwinden.

F: Glaubst du, dass es einen Unterschied zwischen Hobby DJs, professionellen DJs und semi-professionellen DJs und dem verwendeten Trägermedium gibt?

MG: Ja, das denke ich schon.

F: Wie hoch ist die Prozentzahl der professionellen DJs, die heute noch mit Platten auflegen?

MG: Ich denke ziemlich niedrig, aber ich setze mich damit eigentlich gar nicht auseinander muss ich sagen.

F: Gibt es noch irgendetwas zu sagen, was dir wichtig ist?

MG: Meine grundsätzliche Meinung über digitale Musik ist einfach, dass jetzt das Einkommen der Künstler bestimmt noch weniger gesichert ist als früher. Und als ich begonnen habe mich für Musik zu interessieren, bzw. damit zu arbeiten, hat sich quasi ein Wirtschaftszweig nur aus dem Grund entwickelt, weil die Majors einfach nur der kommerziellen Musik irgendwie zum Marktdurchbruch verhelfen wollten und nicht an Innovationen interessiert waren. Damals hießen die Majors halt Sony, Universal, Edel, etc. Und heute haben wir das Ganze in noch konzentrierterer Form, namens Beatport und das sollte den Leuten irgendwann meiner Meinung nach zu denken geben.

F: Wie siehst du die Entwicklung, dass die heute immer öfter im Internet und nach Charts einkaufen – Beatport übernimmt ja eigentlich die Funktion von eurem Plattenladen?

MG: Naja, das ist mir ziemlich egal, aber der Punkt daran ist, das Publikum bzw. die Kunden sind einfach gestrickt, sag ich jetzt einmal salopp. Das Problem ist nur, dass die Künstler da so mitspielen, die sich eigentlich selbst in den Schwanz beißen, weil sie einfach nichts daran verdienen. Ich habe mit einem Künstler gesprochen, der hat gesagt, ich kenne sogar jemanden, der hat von Beatport 100 Euro bekommen.

4. Interview mit Dierk Rossiwall (DJ Rosswell 47) am 19.07.2012

F: Was bedeutet für dich DJ-Kultur?

DR: Two Turntables and a Mic, bringen wir es auf den Punkt, oder? Hier kann man jetzt großartige Philosophien daran setzen, im Endeffekt hat es angefangen, eine klassische Geschichte, mit dem Medium, das zu der Zeit vorhanden war, die Schallplatte als ein Entertainer dazu. Ein DJ, der die ganze Nacht aufgelegt hat, zusätzlich ein Mikrofon gehabt hat, und man hat mit diesen Mitteln eine Party rocken müssen. Und das sind eigentlich die Tools, wie das Ganze angefangen hat, und das ist für mich der Ausgangspunkt, und die Geschichte mit vielleicht ein paar Adaptionen um die es eigentlich noch immer geht oder um die es gehen sollte. Aber jetzt gerade teilt es sich sehr, jetzt wird schon jeder DJ als Live Act angekündigt, weil man eh nicht mehr weiß, womit er da oben herumfuchtelt, also da braucht man jetzt nicht nostalgisch werden, aber die Kultur hat genau damit angefangen. Zwei Plattenspieler, ein Mikrofon dazu und ein Haufen Gespür für gute Musik, gute „Schmähs“, also am Anfang ist es nicht einmal um das Mischen gegangen, da hat es ja noch keine Plattenspieler gegeben mit Geschwindigkeitsveränderungen oder so. Es gab einfach einen Entertainer, der mit minimalsten Mitteln und guter Musik und gutem Auftreten eine Crowd eine Nacht lang unterhält.

F: In welchem Verhältnis stehen DJ-Kultur und Technik zueinander? Bist du der Meinung, dass die Kultur die Technik prägt oder eben umgekehrt?

DR: Also ab Techno hat es dann geheißen, es muss die Technik im Vordergrund stehen. Das hat natürlich einen gewissen Reiz, aber diese Entwicklung führt sich in letzter Zeit auch ad absurdum, weil dein Goldhamster kann jetzt bessere DJ Sets auflegen, als du es vor 10 Jahren gekonnt hast. Das ist eine Frage, von welchem philosophischen Standpunkt her du kommst?! Für die DJ-Kultur, wenn man es jetzt wieder so nimmt, ist für mich eigentlich die Technik wieder relativ wenig relevant.

F: Glaubst du dass die Medien von den DJs geprägt worden sind oder die Kultur eher von der Technik?

DR: Das ist schwierig zu beantworten, weil im Endeffekt auch Techno nichts anderes war. Ich habe mich auch mit diesen ganzen Drum-Maschinen auseinandergesetzt, weil der Roland 808 hat eine Zeitlang auch keinen interessiert, nach den ganz frühen Anfangsjahren, wo auch ein Phil Collins bei „In the Air Tonight“ damit gearbeitet hat, das waren auch alles Flohmarktstücke, deshalb haben sich die ganzen frühen Detroiter ihr ganzes Zeug am Flohmarkt zusammengekauft, weil das ja alles Ghettokids waren, die kein Geld gehabt haben. Also im Endeffekt war das dann auch nicht mehr „State of the Art“ sondern auch ein neues Gefühl und deshalb hat es vielleicht auch neu geklungen. Aber die Sounds waren ja trotzdem schon Mitte der 80iger Jahre da, und ein 808 war zu diesem Zeitpunkt bereits ein Auslaufmodell, hat aber dann trotzdem eine ganze Musikindustrie revolutioniert. Deshalb ist das schwer zu beantworten. Die Technologie beeinflusst, so finde ich, gerade die letzten Jahre definitiv die ganze Musik, weil sie das Ganze übernimmt, weil, wie gesagt, du heutzutage überhaupt

nichts mehr können musst und trotzdem ein brauchbares DJ Set abliefern kannst. Deswegen bestimmt derzeit sicher die Technologie zu einem Großteil die Inhalte. Ich meine, ich möchte jetzt auch nicht die Mission vorwegnehmen, weil so Leute wie ein DJ Q Bert sicher mit der Technologie das bestimmen, was damit möglich ist. Aber weil es immer wieder heißt man kann jetzt mit dieser Technik, unglaublich vielfältige Möglichkeiten so viele kreative Dinge machen - aber man kann auch mit dem Internet so viele unglaublich kreative Dinge machen, aber 99,9 % verwenden es nur für irgendwelchen „Nonsens-Sondermüll“. Und das gleich geschieht gerade in der DJ-Kultur, du kannst 99 % einmal in den Müll schmeißen, natürlich für das 1 % wird es sich immer lohnen es rauszusuchen.

F: Welche Ansprüche stellt der DJ von heute an das verwendete Medium bzw. an die Technik, hat sich hier etwas verändert?

DR: Ja, definitiv. Wenn man sich so anschaut, wenn auch schon einer wie Deadmou5 sagt, es geht um überhaupt nichts mehr, was das betrifft, d.h. dass die Technik jetzt nur mehr dazu da ist, dass du oben stehen und eine Stunde lang herumhampeln kannst, dann stellt der moderne DJ natürlich einen riesen Anspruch daran. Weil das einfach funktionieren muss, weil sie ja selber kaum mehr irgendetwas tun, die meisten, weil es auch egal ist, weil es auch nicht funktioniert, weil die Kids es auch momentan nicht mehr wollen. Ich will jetzt nicht kulturpessimistisch klingen, aber es ist halt einfach ein Faktum, und es ist auch ein riesengroßes Thema, gerade auch im internationalen DJ Bereich, wo wirklich viele Leute, die schon länger, also ein bis zwei Jahre unterwegs sind, teilweise eine wahre Sinnkrise haben, weil sie sich fragen, ob es jetzt noch Kunst, was wir machen, oder ob es nur noch schummeln ist. Ich will jetzt keine Namen nennen, aber ich weiß das definitiv, weil ich auch aus meinen Erfahrungen aus den letzten Monaten Schlüsse ziehen kann. Also es steht eigentlich jeder, der jetzt schon länger dabei ist, mit einem riesengroßen Fragezeichen da, und fragt sich, ob es noch irgendeine künstlerische Relevanz hat, was wir hier tun.

F: Also besteht ein Zusammenhang zwischen dem Alter der DJs und der verwendeten Technik?

DR: Meiner Meinung nach ja. Wobei ich das jetzt nicht so sehen will, dass man sich jetzt stur, weil man alt ist, nicht weiterentwickeln will. Ich bin natürlich stark durch das lange auflegen mit Platten und den Plattenladen geprägt und da bekommt man natürlich ein eigenes Gefühl für die Art von Technologie, die man verwendet, aber das ist ja nicht in Stein gemeißelt. Man hat natürlich die Erfahrung, dass Leute, die schon lange auflegen, natürlich auch wenn sie jetzt komplett digital oder mit CD-Playern oder mit Traktor oder mit Appleton oder was auch immer auflegen, also die Generation 40 natürlich die ewige Liebe zu Vinyl haben, weil sie alle damit aufgewachsen sind. Weil es einfach das Medium war, auf dem das ganze präsent war, da hat es ja keine Alternative gegeben, da gab es noch nicht einmal einen Gedanken daran, was noch irgendwie möglich sein könnte. Das war einfach so, damit hat man natürlich einen ganz anderen Zugang, als jetzt, wo man sich eigentlich unter zig verschiedenen Geschichten aussuchen kann, wie man eigentlich auftreten will. Also ich finde schon, dass hier ein anderer Zugang ist. Nur können

natürlich auch die älteren DJs, die rational denken und sich nicht in irgendeine Nische hineinbegeben, die können sagen, was die Stärken von Vinyl waren, weil sie ja die ganzen Sachen mitbekommen haben, und die können dann auch viel leichter abwägen, was gut ist und was nicht.

F: Ist ein Trend zu erkennen, welche Instrumente die neue DJ Generation zum Einstieg wählt?

DR: Naja, das ist jetzt genau wieder die Frage, ob man das jetzt noch zum Großteil als auflegen bezeichnen kann. Auch jetzt wieder nicht kulturpessimistisch gesehen, aber momentan ist halt die Tendenz, dass es wieder heißt Skrillex Live, ja was ist live, er steht mit seinem Laptop oben, dann wird man gefragt: „Spielt der eh live?“ Was will man dann sagen: „Ja, er legt eigentlich irgendwie auf.“ Dann kommt der nächste und sagt: „Ich bin so froh, dass er doch live gespielt hat.“ Ja er hat ein Appleton Live Set gespielt, also ja. Es ist momentan ein großes generelles Fragezeichen da, wie man das Ganze eigentlich verkaufen soll. Generell hat es sich durchgesetzt, dass man eigentlich sagt, der und der Live Act. Weil eigentlich eh keiner mehr weiß, mit was er wirklich spielen wird, man bekommt zwar einen Rider und alles, aber es ist einfach oft nur noch so, dass man das Equipment hinstellt, welches eigentlich nur als Backup dasteht, wenn ihnen grad einmal wieder ihr Laptop abstürzt. Also das wissen wir bei einigen Leuten wirklich nicht, bis sie dann dastehen, und wir sehen, mit was sie überhaupt spielen, auflegen, live spielen, also was auch immer.

F: Herrscht ein Szene interner Drang zur Innovation in Bezug auf neue Techniken und Trägermedien?

DR: Das war dann – wie bereits gesagt - mit der Technogeschichte schon natürlich Szene immanent, weil wie es eigentlich generell noch um Musik gegangen ist, natürlich jeder versucht hat sich von dem was bisher war abzuheben.

F: Mit der Technik?

DR: Natürlich auch mit der Technik, weil man dann darauf geachtet hat, dass es diese Baseline und diesen Sound schon gegeben hat und versucht hat sich noch einmal abzuheben von dem Ganzen. D.h. du hast dich natürlich mit der Technik auseinandersetzen müssen, um zu sehen, dass du noch einmal anders klingst als das was bisher da war. Das war im Zeitalter vor den Baukastensteinen – heute geht es nur mehr darum, wenn einmal ein Hit da ist, dann soll alles andere genau so klingen, weil es in dem Moment jeder so hören will. Mir kommt es schon so vor - klar es passieren ständig Änderungen, Erweiterungen, etc – aber trotzdem so große Sprünge, dass man jetzt irgendwie sagen kann, in welchen Musikstil auch immer – dass du jetzt mit jedem neuen Tune, wie es eine Zeitlang im Drum&Bass war, dass es fast schon ein Ehrenkodex war, dass man keinen Sound zweimal verwendet, das ist sicherlich vorbei. Das war ganz sicher mit einer extrem intensiven Auseinandersetzung mit der Technik verbunden. Das gibt es jetzt sicher auch, das ist mir schon klar, aber man hört bei sehr vielen – zumindest bei den angesagten Tracks – nicht viel davon.

F: Gibt es für dich einen qualitativen, hörbaren Unterschied in Bezug auf den Klang von Vinyl und digitalen Trägern in einem Club?

DR: Meiner Meinung nach ja. Die Frage wird aber immer gleichgültiger, weil es natürlich auch dazu gehört, wie sehr das Equipment vom Club gepflegt wird, und die Technics werden in einem Club kaum mehr verwendet und haben eher schon das Stiefkind Dasein, was halt vom Mittelpunkt des Abends auch im Setup immer mehr an den Rand gerückt ist, und ich nicht nur einmal von jemanden gehört habe. Eigentlich würde ich schon gerne ab und zu wieder mit Platten auflegen, aber die meisten Clubs haben entweder keine Technics mehr oder diese sind in einem so schlechten Zustand, dass das digitale wieder besser klingt. Klar, ich finde schon, man hat bis vor ein paar Jahren einen extremen Unterschied gehört, auch weil viele DJs mit gerippten MP3s in sehr schlechter Qualität auflegt haben, das hört man auf einer großen Anlage, da braucht man kein HiFi-Freak oder genauer Kenner sein. Aber natürlich schläft auch die digitale Technologie nicht. Ich finde für mich zwar noch immer, vorausgesetzt das Equipment ist gut gepflegt, und die Tunes sind gut produziert, und auch die Platten gut gepresst, dass der analoge Klang generell noch immer die Nase vorne hat.

F: Wird heute noch ein Anspruch an die Klangqualität gestellt, wenn mittlerweile sogar schon 160iger MP3s gespielt werden?

DR: Nein. Es wird zwar schon noch ein gewisser Anspruch gestellt, dass es massiv klingen muss aber es sind für mich noch immer die digitalen Steinzeitjahre, es hat sich für mich noch immer nicht irgendetwas durchgesetzt, wo man sagen kann, das hat jetzt den analogen Klang komplett verbessert. Aber die Entwicklung wird sich nicht zurückschrauben lassen. Das ist für mich definitiv gegessen. Jeder, der es gewohnt ist, mit einem analogen Sound zuhause oder in einem Club aufzulegen ist natürlich sofort aufgefallen, dass der Klang viel schärfer und viel steriler klingt, das ist aber klar, es ist ja auch ein ganz anderes Medium und ein ganz anderer Zugang, da brauchen wir nicht in technische Details gehen. Das ist abgelöst worden, jetzt geht es maximal darum, das vielleicht zu verbessern oder sich die Frage zu stellen, bringt es überhaupt noch was, wem interessiert es eigentlich, wer geht wegen der Musik noch in die Clubs, wer geht in die Clubs um irgendetwas Neues zu hören, außer um genau seine I-Tunes-Playlist noch einmal in 15-facher Lautstärke zu hören.

F: Dominiert gegenwärtig ein Trägermedium oder eine Technik die Clubkultur?

DR: Nein, ich glaube auch, dass diese Zeit vorbei ist. Ich glaube auch nicht mehr, dass sich irgendein gewisses Trägermedium durchsetzt, ich glaub das Wort alleine wird in ein paar Jahren schon nicht mehr vorhanden sein, weil Musik jetzt sowieso abgekoppelt ist von irgendeinem Medium. Seitdem Musik einfach überall im Internet herumschwirrt, geht es jetzt nur mehr darum, kann man dem Ganzen jetzt ein grünes oder lila Mascherl umbinden. Die Frage wird sich nicht mehr stellen, es geht nur noch darum, was ist gerade aktuell und wie kann man es noch verbessern oder noch handlicher in die Clubs integrieren. Also ich persönlich würde mich nicht darauf festlegen, ob es jetzt mit MP3 ist, also die Frage ist jetzt auch schon ein paar Jahre alt, ja mit MP3s nicht, aber

mit FLACs [Free Lossless Audio Codec] könnte ich mich schon anfreunden. Ich weiß nicht, ob sich die Frage jetzt überhaupt noch stellt, sie wird sich meiner Meinung nach sehr schnell gar nicht mehr stellen. Also die Frage nach einem Trägermedium ist meiner Meinung nach jetzt schon obsolet für die Zukunft.

F: Wird sich in der Zukunft ein neues klassisches DJ Setup einstellen oder glaubst du dass die Vielfalt das Ganze dominieren wird?

DR: Das wird sich rasant ändern, das sieht man ja jetzt schon. Gerade auch die gestandenen Firmen schießen jetzt schon in atemberaubend schnellen Abständen Neuerungen heraus – siehe DJ 800, DJ 1000, DJ 2000, die Pioneer Mixer, jetzt der Nexus, es wird ja sofort reagiert, es wird sofort erweitert, weil sich die Technik so rasant weiterentwickelt.

F: Vor allem für den digitalen DJ, da gibt es mittlerweile schon Komplettsysteme, wie den Numark Mixer indem alles in einem Gerät vereint ist?

DR: Ja absolut, ich frage mich eigentlich warum überhaupt noch der analoge Moment da ist, warum du da noch Knöpfe und Hebel hast, warum es nicht längst nur noch einen Touchscreen gibt. Ich weiß nicht, ob an so etwas schon gearbeitet wird, aber ich setze mich damit auch nicht wirklich auseinander.

F: Emulator heißt das System, das gibt es schon. Glaubst du dass die Szene in eine derartige Richtung gehen könnte?

DR: Ja definitiv, da ja jeder schon ein I-Phone oder ein I-Pad oder so etwas besitzt, ist es für mich unlogisch, dass eigentlich soundmäßig noch immer in einem Club das Ganze mit Knöpfen und herumdrehen funktioniert.

F: Bist du der Meinung, dass sich das überhaupt ganz aufhören wird?

DR: Dass es eine Technik ist, die noch irgendwie aussieht wie es einmal ausgesehen hat, mit Hebeln und Knöpfen, und wo sich etwas dreht, ja ich glaube, das ist definitiv vorbei.

F: Würdest du diesen kulturellen Wandel, der sich durch die Digitalisierung vollzieht, als positiv oder negativ einstufen?

DR: Das ist sowieso extrem schwierig, da kommen wir dazu wie - früher war alles besser. Hier versuche ich ein bisschen kritischer zu sein, obwohl ich schon irgendwie merke, wie gesagt dein Goldhamster kann inzwischen auch ein DJ Set abliefern, welches wahrscheinlich den ganzen Club abrocken wird. Da ist dann die Problematik schon da, dass eigentlich als normaler Partygeher, der nur zum Spaß dort ist, für den macht es wirklich keinen Unterschied, ob dein Goldhamster oben steht oder der Skrillex. Überspitzt gesagt ist das inzwischen völlig egal. Die sogenannte DJ Kunst, dieses Erlernen, dass man jede Nummer bis ins kleinste Detail auswendig kennt, und du damit auch weißt, wie du mit dem Tune umgehst, und mit welchen Tricks du arbeitest, das hat sich völlig radikal gewandelt.

F: Ist das traditionelle Djing aufgrund der Digitalisierung also verloren gegangen?

DR: Absolut, ja. Weil du jetzt nicht mehr als DJ gebucht wirst, der was drauf hat, sondern du wirst jetzt international gebucht, weil du Tunes hast, die irgendwo gehypt werden. Was braucht man dazu: Du brauchst sehr viele Facebook-Followers, du brauchst ein paar YouTube Videos die Millionen Klicks haben, und das ist es eigentlich, um mehr geht es eigentlich gar nicht mehr. Ich möchte jetzt keine Namen nennen, aber wir haben selbst schon Acts gebucht, die momentan internationale Top Leute sind, die selbst sagen, dass sie nicht auflegen können, weil sie es nie gelernt haben, weil sie nur im Kammerl gesessen sind und Tracks produziert haben. Nachdem du halt trotzdem mit Musikverkauf kein Geld mehr verdienen kannst, egal wie groß es jetzt ist, muss man halt in der Weltgeschichte herum fahren und seinen Moment mitnehmen um Geld zu verdienen und das geht nur mit Auftritten. Da gibt es Leute, die schon sehr bekannt sind, ich spreche jetzt von der neuen Generation, die einfach sagen, sie haben bis vor einem Jahr nichts damit zu tun gehabt, waren noch nie selbst in einem Club, werden aber jetzt als DJs oder Live Acts oder wie auch immer herumgereicht und haben innerhalb kürzester Zeit lernen müssen, wie man vor einem Publikum ein DJ Set oder Live Act oder wie auch immer sie es jetzt bezeichnen, machen muss.

F: Die Grenzen zwischen Produzent und DJ verschwimmen also zunehmend?

DR: Die verschwimmen, ja. Als DJ bekommst du keine Bookings mehr, vor allem international nicht, man bekommt die Leute zurzeit auch nur in die Clubs, weil gerade ein Tune angesagt ist, also das Ganze ist für mich die Verlängerung von dem was Techno eigentlich kaputt machen wollte, dass so etwas wie Rock'n'Roll, diese Bühnensituation, man geht zu jemandem hin, weil er eine gute Nummer hat, oder eine gute Performance, oder wie auch immer, dieses Anonymität, die eigentlich die Clubkultur mit Techno herbeizaubern wollte, ist grandiosest gescheitert. Aber das was sich jetzt entwickelt, ist meiner Meinung nach irgendwie eine Umformierung von Rock Musik auf irgendeine Art von elektronischer Performance, ob sich da eine Art Gegenclubkultur formieren wird, die auch wieder erfolgreich sein wird, das ist im Moment das große Fragezeichen.

F: Herrscht ein Szene interner Konsens darüber, welche Fähigkeiten ein DJ heute haben muss?

DR: Nein, weil es egal ist. Ich habe auch hier von Leuten, also ich will jetzt wieder keinen Namen nennen, weil dies meistens interne Gespräche sind, also von einem extrem guten DJ, der sämtliche Skills drauf hat, die man nur haben kann, habe ich schon vor ein paar Jahren erfahren, dass er seine Technik, also seine DJ Skills zurück genommen hat, weil es die Leute nicht mehr interessiert. D.h. es hat sich dahingehend verschoben, dass man einfach die Musik hören will, die man halt gerade hören will um jetzt gerade abzugehen oder so. Also die Bereitschaft in einen Club zu gehen, sich mit etwas Neuem zu konfrontieren, auch hier wieder Ausgangsbasis vom Techno und dann natürlich viel verstärkter Jungle und Drum&Bass usw., das ist sicherlich weg.

F: Geht durch den Formatwandel die Kunst des Djings verloren bzw. ist Djing nach wie vor ein Handwerk, welches man erlernen muss?

DR: Nein man muss es eben nicht mehr lernen, man kann auftreten, ohne dass man irgendetwas kann. Natürlich je mehr du dich mit deiner Technologie auseinandersetzt, desto mehr kannst du machen, eh klar. Das soll jetzt keine Hasstirade gegen das digitale auflegen, live spielen oder was auch immer sein. Aber du kannst mit wirklich marginalsten Möglichkeiten momentan ordentliches Geld verdienen. Deswegen ist ja inzwischen jeder nicht nur ein DJ, sondern auch jeder ein Produzent und jeder ein Labelbetreiber und so weiter. Es ist nicht notwendig, es hilft natürlich, gerade auch für jemanden selbst, da man sich die Ziele schon hoch genug stecken sollte, dass es spannend bleibt. Wenn du aber im glücklichen Moment einen richtigen Tune heraus bringst, der auf einmal abgeht, reicht es aus – wie gesagt aus eigener Erfahrung, was ich von Acts schon alles mitbekommen habe – reicht es aus, dass man innerhalb kürzester Zeit irgendetwas zusammen stoppelt und dann auf die großen Bühnen dieser Welt geschickt wird.

F: Bist du der Meinung, dass man Szene interne Skills wie Beatmatchen überhaupt noch lernen muss, obwohl es einen Autosync-Button gibt?

DR: Genau das ist die Sache, das braucht man alles nicht mehr, man kann im Endeffekt schon alles machen. Deswegen haben sich die Performances dahingegen abgeändert, dass eigentlich der DJ oder Live Performer der Pausenc clown schlechthin geworden ist. Heute geht es darum, dass man eine Stunde herumhampelt und quasi seine eigenen Hymnen spielt, weil es auch nicht mehr wichtig ist. Es ist eigentlich auch idiotisch, was bringt es eigentlich, man hat diesen Sync-Button, den eh schon jeder verwendet, oder auch die Tunes, selbst wenn sie mit CDs gekommen sind, waren die Tunes hier auf die gleichen Geschwindigkeit vorgefertigt. Du hast diese Möglichkeiten, es ist nicht mehr notwendig, also diese DJ-Kultur, wie sie vor 30 Jahren angefangen hat, ist heute einfach nicht mehr notwendig. Du kannst natürlich stur an dem festhalten, und ich bin halt ein Fan davon, aber mir ist es völlig klar, dass es eine zeitentrückte Geschichte ist. Das ist ein schönes Festhalten an etwas, das sich aufgebaut hat, und eigentlich meiner Meinung nach als DJ- Kultur damit Hand in Hand gehen sollte, aber es ist nicht mehr relevant.

F: Das Handwerk ist somit völlig weggefallen?

DR: Es hat sich völlig verlagert, wie gesagt, es ist prinzipiell nicht nötig, du kannst mit marginalen Geschichten dennoch ein Maximum an Effekt erhaschen, aber das wäre trotzdem nicht gegangen, weil du kannst kein Techno Set auflegen, wenn du nicht fähig bist, zwei Platten ineinander zu vermischen, dann gibt es halt den berühmten „DJ Train Wreck“, dann stolpert alles durcheinander, und dann kann keiner mehr dazu tanzen. Das braucht man jetzt alles nicht mehr, wie gesagt, da geht man jetzt einfach auf den Sync-Button. Also es verlagert sich total, trotzdem möchte ich das niemandem absprechen, natürlich kann man mit diesen ganzen Geschichten extrem super Dinge machen, das ist schon klar, nur es ist prinzipiell per se nicht mehr notwendig. Basics zu lernen, ist heute eigentlich nicht mehr nötig.

F: Ist es deiner Meinung nach trotzdem noch eine Kunst oder nicht?

DR: Ja, das finde ich schon, auch wenn ich einige Dinge hier sehr süffisant sage, aber du musst trotzdem zumindest bisschen eine Ahnung haben und sei es nur, damit du das Programm starten kannst und überhaupt einmal zwei Tunes hast und in der Lage bist, die miteinander zu vermischen. Ja absolut, auch wenn es eigentlich schon fast der neue Punkrock geworden ist, also jeder kann schon Musik machen. Das sollte einmal als Demokratisierung der Musik gegolten haben, jetzt ist es inzwischen schon fast eine Diktatur von Mittelmäßigkeit bis wirklich abstrusesten, ganz üblen Auswürfen. Mit dieser sogenannten DJ-Kultur und Vinyl Geschichte hast du zumindest auch eine finanzielle Barriere gehabt, du hast einmal ein gewisses Budget gebraucht, dass du irgendwas rausbringen hast können, dass auch irgendwer gespielt hat. Das fällt jetzt alles weg, man kann jetzt in Null Komma nichts Tunes rausbringen und alle damit quälen und zuspammen und wahrscheinlich findest du sogar immer wieder jemanden, der es dann wirklich auch spielen wird. D.h. das Auswahlverfahren ist noch viel extremer geworden, weil es ja jetzt keine Barrieren mehr gibt. Aber trotzdem, das will ich absolut nicht absprechen, natürlich ist es nach wie vor eine Kunst, es hat mit Musik zu tun und egal wie primitiv oder einfach es ist, Musik wird immer Kunst bleiben. Und dies abzusprechen, da begeben wir uns schon in Untiefen der 30iger Jahre, die hier absolut nichts zu suchen haben.

F: Was macht für dich ein gutes DJ Set aus und hat sich hier durch Digitalisierung etwas verändert?

DR: Ja absolut. Das hat auch generell mit der 24/7 Erhältlichkeit von Musik über alle Jahrzehnte hinweg zu tun. D.h. du hast auch als Produzent, oder was auch immer, nur mehr minimalste Möglichkeiten deinen Empfänger zu überzeugen, dass du super bist, weil das ist das berühmte Reinklicken, d.h. wenn du in drei Sekunden nicht irgendetwas hörst, was dich anspricht, klickt jeder sofort wieder weg. Seit dieser Sache wird auch Musik ganz anders produziert, gerade Dancemusik dieses berühmte mittenlastige Herumgekreische, wo alles voll auf die Glocke produziert wird, weil egal, wo du dann in diesen Preview hineinklickst, wenn es volle Kanne abgeht, hast du viel mehr Chancen, dass dies super gefunden wird. Wenn du es mit einem Track, den du über 6-9 Minuten aufbaust versuchst, wie es in den frühen klassischen Technotracks gewesen ist, hast du heutzutage wesentlich weniger Auftrag, dass sich irgendjemand die Zeit nimmt und schaut, was damit passiert. Also das hat sich schon sehr geändert.

F: Und das spiegelt sich dann auch in den Sets wieder?

DR: Absolut, klar. Wir reden ja jetzt sehr oberflächlich, weil natürlich gibt es in jedem Bereich wieder Nischen, wo es wieder heißt, alles was ich jetzt sage kann man widerlegen mit irgendwelchen Nischennamen oder auch teilweise großen Namen, dann heißt es sicher wieder: aber der Jeff Mills macht dies und der Carl Cox macht das, aber die sind ja schon seit Ewigkeiten dabei und haben sich ihre eigene Crowd aufgebaut. Aber es hat sich natürlich geändert, gerade bei den neuen, angesagten DJs und Sets, hier geht es von A-Z voll auf die Glocke. Da gibt es sehr wenige, die dieses sogenannte Geschichtenerzählen und das Publikum auf eine Reise mitnehmen und über Stunden etwas aufbauen

und wieder runterbrechen und wieder raufholen verinnerlicht haben. Zudem macht es das wenigste Publikum heute mit, weil die wollen eine Stunde lang eines auf die Glocke bekommen um später sagen zu können, das hat richtig angeschoben.

F: Ist die Einzigartigkeit von DJ-Mixes aufgrund der totalen Verfügbarkeit von Musik verloren gegangen?

DR: Natürlich, weil da ist schon ein gewisser elitärer Gedanke dabei gewesen, gewisse Tunes hast du einfach nur bekommen, wenn du ein Teil der Elite warst. Ich spreche hier nicht nur von Promos, sondern auch von dem ganzen Dubplate Business, wobei es auch amüsant ist, dass jetzt noch immer MP3s als Dubplate herum geschickt werden. Der Name Dub ist noch immer hängen geblieben, obwohl dies gar nichts mehr damit zu tun hat. Ja das finde ich interessant, dass teilweise noch die Namen übernommen worden sind, obwohl sie total entkoppelt sind von der Basis. Wie soll ich es sagen, die Verfügbarkeit hat sich insoweit geändert, weil du hörst jetzt ein Set und googelst oder suchst es dir im Internet zusammen, um welche Tracks es sich handelt.

F: Hierfür gibt es aber auch schon Apps (Shazam) die dir innerhalb von Sekunden anzeigt, welcher Tune gerade läuft.

DR: Ja genau, das hatte ich jetzt ganz vergessen. Und das ist genau die Sache, bevor Musik immer und überall erhältlich war und du nicht gewusst hast, welcher Tune das ist oder du einfach keinen Zugang mehr gehabt hast, dann warst du weg vom Fenster. Das war einerseits sicherlich teilweise irgendwie unfair, aber andererseits war auch der Anreiz für Produzenten, DJs, etc. um sein Ding auch wieder zu verbessern, um wieder eine Stufe weiter zu kommen, um auch wieder Nummern zu bekommen, die sonst niemand hat.

F: Würdest du sagen, dass die analogen Zeit eigentlich spannender war?

DR: Ja, das finde ich schon. Es gab ja nur eine limitierte Verfügbarkeit an Platten - viele Platten gab es nur in geringen Auflagen, einige wurden sogar bewusst gering gehalten, wenn diese weg war, war sie weg. Das war Pech, diesen Tune hast du einfach nicht gehabt, du bist zu spät gewesen, du hast ihn nicht mitbekommen. Das war halt die Sache als DJ, du hast auf der ganzen Welt in Plattengeschäften herumgestöbert um irgendetwas zu finden, was nur du hast. Das war schon auch ein riesengroßer Teil dieser DJ-Kultur, welcher jetzt weggefallen ist. Natürlich hast du deine Exklusive-Mixes und viele passen auch darauf auf, dass es nicht so weiter geht, aber irgendwo gibt es immer ein Loch womit es weitergeht. Ich weiß von vielen, denen schon „das blanke Kotzen kommt“, wenn der DJ vor Ihnen einen Zusammenschnitt von ihrem neuesten Tune bringt – wo von einer schlechten MP3 ein ein Minuten Exzerpt heraus geschnitten wird. Weil – wie gesagt – mixen muss du ja nicht mehr, du nimmst dir davon – und wenn es nur 30 Sekunden sind – bastelt es dir in das Appleton oder Traktor Programm hinein und du hast schon wieder den neuesten, heißen Tune. Also es ist halt schon sehr viel tarnen und täuschen.

F: Siehst du noch eine Zukunft für Vinyl in der DJ-Kultur?

DR: Nein, das ist vorbei.

F: Sprechen noch irgendwelche Motive für die Nutzung?

DR: Nein. Wir können jetzt noch immer von der Klangästhetik reden und hin und her, Faktum ist es ist tot. Das hat auch mit dem ganzen herumreisen zu tun und mit der Tatsache, dass der DJ davon lebt vier Tage in der Woche unterwegs zu sein. Allein schon deswegen, dass du mit deinen Plattenkoffer permanent in ein Flugzeug einchecken musst und diesen vielleicht zwei Mal die Woche nicht zu bekommst, jetzt übertrieben gesprochen, spricht gegen die Schallplatte.

F: Also kann bereits vom Ende von Vinyl als klassisches Trägermedium in der Clubkultur gesprochen werden?

DR: Für die DJ-Kultur definitiv. Das kann man ev. noch im lokalen Sektor machen oder mit Schwerpunktthemen, weil es ja trotzdem noch immer auch in der Zeit in der Musik permanent verfügbar ist, ordentliche Lücken gibt, dass gewisse Sachen nicht auf YouTube oder sonstigen Seiten bisher gelandet sind, also man kann hier schon noch gewisse Themenpunkte, aber das wird halt im Rahmen einer „Opa erzählt vom Krieg“ Thematik laufen. Mein persönlicher Zugang sagt dann halt schon auch schade, aber das ist für mich schon noch die Sache, die ich spannend finde. Aber da muss man wirklich nüchtern und realistisch genug sein, die Schallplatte für die globale Clubszene ist Schnee von gestern, und sie wird auch nicht wieder kommen.

F: Abschließend möchte ich noch über deinen Plattenladen sprechen, wie lange hast du diesen gehabt und welche Musik hast du vertrieben?

DR: 9 Jahre waren es, glaub ich. Wir haben es eigentlich Urban Musik genannt, das waren sämtliche Dancefloor Musikstile abgesehen von Techno und House. Obwohl es uns etliche Leute übel genommen haben, machten wir das nicht, weil „wir dies Musik hassten“, sondern weil zu dieser Zeit in Wien eigentlich jeder Techno und House verkauft hat. Darum haben wir uns darauf forciert, dass zu verkaufen, was der Rest nicht verkauft. Dementsprechend haben wir dann sehr viel Drum&Bass und Hip-Hop, auch die kommerzielle Variante davon, weil zu unserer Anfangszeit haben die Kommerz DJs auch in dieser Szene sehr wohl noch Großteils mit Vinyl aufgelegt, verkauft, d.h. das war zu dieser Zeit noch ein paar Jahre lang Gesprächsthema und daher auch Umsatz. Und natürlich kamen dann auch diese ganzen neuen Sachen, die aus England gekommen sind, die damals noch keiner ernst genommen hat, siehe Crime und dann eben auch Dubstep, wobei die frühen Dubstep Platten, die jetzt ein Vermögen wert sind, bei uns verhungert sind, weil diese damals noch keiner verstanden hat. Aber das war auch dieses Getrieben- sein, dieses Interesse an - was kommt als nächstes, was ist die nächste Erneuerung.

F: D.h. die Funktion des Plattenladen war es, nach neuen Trends Ausschau zu halten?

DR: Naja in Wien war das immer schwierig, weil in Wien waren die Leute schon immer so, dass sie zuerst sehen was passiert und sich erst dann drauf gesetzt haben. Es gab immer schon wenige Leute in Wien, die die Szene kreativ mitgestaltet haben. Aber eine gewisse Vermittlerrolle war schon auch gegeben. Wir haben aber immer wieder von ausländischen Gästen profitiert, die haben uns die Hütte teilweise wirklich leer gekauft, da diese es sehr

schätzten in welchen Nischen wir uns breit gemacht haben. Andererseits haben wir auch von wirklich neugierigen Lokals und Lokals die Ahnung gehabt haben gelebt. Es waren meistens sehr wissbegierige Leute, die zu uns gekommen sind und gesagt haben: „Ich kenne mich da überhaupt nicht aus, aber ihr seid es die, die das haben und ich möchte mich da hineintigern.“ Dann haben wir uns hingestellt und haben unser Wissen und unsere Erfahrung weitergegeben. Das hat dann schon auch zu etwas geführt, wie etwa die Bounce Partyserie welche dadurch entstanden, dass wir gesehen haben, dass es wissbegierige Leute gibt, die auch was drauf haben und für die wollten wir auch die passende Partyumgebung schaffen. Wir haben versucht diesen ganzen Styles, ob es jetzt diese ganzen Ghettogeschichten waren, die ich vorher schon gemacht habe mit „Electropolitation“ oder diese ganzen Crime, Dubstep Sachen, die zu dieser Zeit keiner gemacht hat, eine Plattform zu bieten. Es ist ja nur der halbe Spaß, sich einen Haufen Platten zu kaufen und diese dann nicht spielen zu können, weil dich keiner bucht. Daher haben wir diesen Part auch übernommen, die Leute die uns positiv aufgefallen sind haben wir dann gleich zu den Partys eingeladen.

F: D.h. das Plattengeschäft war dann auch ein Platz der Kommunikation, welcher zunehmend an Bedeutung verliert!

DR: Ja das war ja auch der Hauptpunkt dabei. Ein gutes Plattengeschäft soll ja nicht ein „Supermarkt“ sein, worin du den Durchschnitt von allem bekommst sondern eine „Feinkostabteilung“, in der du dich bewusst limitierst und auch in die Tiefe gehst, und dann vielleicht auch den allgemeinen Supermarktkäufer vergraulst, weil du nur die exquisiten Sachen hast. Ohne uns jetzt als super „Delikatessladen“ hinzustellen, aber du musst dich dann schon entscheiden, ob du in die Breite oder in die Tiefe gehst.

F: Glaubst du dass es für den digitalen DJ ein Problem ist mit einer derartigen Fülle von Musik konfrontiert zu sein? Das Plattengeschäft mit seiner Selektionsfunktion gehört ja immer mehr der Vergangenheit an!

DR: Naja gut es gibt jetzt andere soziale Treffpunkte, wie diese „gefackten“ Charts, obwohl das hat es eh immer schon gegeben. Also auch früher hat es so etwas gegeben, wie dass diverseste R'n'B DJs zu uns in den Laden gekommen sind und die Top 20 einfach durchgekauft haben. Was sich aber geändert hat ist, dass der Schallplattenladen jetzt nicht mehr der sozialer Treffpunkt ist, wo du Face2Face deine Wortgefechte oder deine glühenden Liebesbekunden für den und den Produzenten oder deine abgrundtiefe Verachtung gegenüber diesen Produzenten bekundest, sondern du sitzt jetzt da und surfst und postest auf diversesten Boards herum oder machst dir das über Facebook aus oder wie auch immer. Natürlich fehlt der persönliche Kontakt und ein persönliches Gespräch läuft doch anders ab als übers Netz. Dies will ich aber jetzt auch nicht kulturell bewerten, das ist einfach eine andere Kommunikationsform.

F: Das ist eigentlich eine gesellschaftliche Entwicklung in allen Bereichen!

DR: Ja, es ist einfach eine andere Art von Kommunikation in der sich auch eine eigene Art von Kommunikation, eine andere Gesprächskultur oder Unkultur, wie auch immer entwickelt hat. Das möchte ich aber wie gesagt auch nicht bewerten, dass dies besser oder schlechter ist. Ich finde es spannender,

wenn ich etwas persönlich mit jemand ausmachen kann, vielleicht weil ich halt noch so aufgewachsen bin. Es ist halt einfacher digital zu befelegeln, weil diverse „Rülpserieien“, die man sich teilweise halt online liefert, die es aufgrund von „Watschengefahr“ Face-to-Face nicht geben würde. Das ist halt schon eine andere Sache, also die Kommunikationskultur ist eine andere und dementsprechend fehlt den Kids jetzt definitiv kein Plattengeschäft, die wissen nicht wie es war, daher fehlt es ihnen auch nicht. Aber gibt es hier immer einen generellen Schichtwechsel dazu, dass es noch immer eine Clubmusik oder DJ Musik ist, ja schön und gut, aber es ist jetzt zum Großteil einfach eine andere Geschichte geworden.

F: Wie alt war die Altersgruppe die bei Dir eingekauft hat?

DR: Die ist mit der Zeit immer älter geworden, also diejenigen die bis zum Schluss an der Schallplatte festgehalten haben, die waren schon so um die 30 Jahre oder darüber. Währenddessen am Anfang schon noch sehr viele Kids gekommen sind, also wirkliche Kids, sodass man sagt es kamen die 10 und 12 jährigen herein, das war schon Anfang der 2000 Jahre vorbei. Dann ist es trotzdem noch so gewesen, dass die von 16, 17, 18-jährigen aufwärts kamen, die Teens sind dann aber über die Jahre als Erster weggebrochen, also Großteils. Übrig geblieben sind diejenigen, die sich schon länger mit der Schallplatte auseinander gesetzt haben oder sich damit eine Beziehung aufgebaut haben.

F: Wie viele deiner Käufer waren weiblich?

DR: Sagen wir lieber Promille oder?!. Naja dieses ganze Schallplatten Ding war eigentlich schon seit den 90iger Jahren zu einem extrem hohen Prozentsatz eigentlich sehr männlich dominiert.

F: Von 10 Käufern waren wie viele Frauen?

DR: Ein Viertel bis eine Halbe. Ich muss es jetzt schätzen, aber der Anteil an Frauen ist wirklich sehr niedrig. Wobei dies auch sehr interessant war, weil sobald man über die Grenze gesehen hat z.B. Slowakei oder Tschechien sind wesentlich mehr Frauen eigentlich auch beim Plattenkaufen und Djing involviert gewesen als in Österreich.

F: Hat sich die Implementierung von CD-Playern in der DJ Szene auf die Verkaufszahlen ausgewirkt?

DR: Ja, absolut!

F: Das war eigentlich der erste Einschnitt, oder?

DR: Genau, d.h. der hat sich dann schon entwickelt gehabt, als wir angefangen hatten. Aber das Geschäft war eigentlich von Anfang an als Nischengeschäft gedacht. Das sich dies aber generell so schnell durchsetzt, das haben leider die allerwenigsten voraus gesehen. Dadurch, dass am Anfang auch die ganze Auflösungsgeschichte sehr schlecht war, haben das eigentlich sehr wenige Leute in der ganzen Szene, also nicht nur die Majors sondern auch die Clubs, also zu der Zeit war es schon Diskussionsthema jeder hat gesehen, dass sich hier etwas bewegt aber niemand hätte gedacht, dass sich jemand hinstellt und ein 128iger MP3 auf einer „Flex“ Anlage spielt. Da haben wir dann alle blöd

geschaut, als diese Sachen dann wirklich anfangen. Und das war dann die riesengroße Entrüstung, weil wir uns alle dachten so etwas kann man doch nicht wirklich öffentlich spielen. Und was uns alle miteinander und da mein ich jetzt nicht nur das Bounce, sondern die ganze Generation an Clubgehern, Clubbetreibern, Produzenten, DJs, etc. verblüfft hat war dass das Publikum sich dies, also zu einem riesengroßen Teil eigentlich gefallen hat lassen. Und ab diesem Zeitpunkt waren dann natürlich die Türen und Tore offen und damit war einfach der Weg vorgegeben, das ist klar.

F: Heute wird oft gesagt, dass die Leute es nicht anders verdient haben, weil sie keinen Anspruch mehr an Musik stellen?

DR: Ja natürlich sagt man das ein bisschen entnervt, weil man eine Qualität aufbaut und natürlich auch dann diese halten möchte, also ich habe viele Nummern nicht gespielt - auch wenn es eine super Nummer war, weil die Platte schlecht gepresst oder schlecht gemastert war, deswegen sind viele Nummern wieder rausgefallen weil sie einfach klanglich nicht gepasst haben. Dann war plötzlich alles eine Zeitlang egal, aber dies hat sich mittlerweile schon wieder gebessert. Man kann sich jetzt schon viel besser Files herunterladen, weil nach wie vor der größte Teil gar nicht verkauft wird, aber ich immer wieder höre im I-Tunes Shop usw. wurde bereits der erste milliardste Track verkauft, wobei ich hier auch immer wieder gesagt habe, was ist dabei jetzt so toll. Digital hätte sich eigentlich der Markt, dadurch dass ganz Asien, ganz Südamerika, also riesen Märkte hinzu gekommen, der Umsatz ums zig-fache steigern sollen, ist aber nicht passiert. Also dementsprechend dies als Erfolg hinzustellen, ist halt wieder einmal der klassische Monty Python Effekt – ganz nach dem Motto: „Euch steht das Wasser bis zum Hals – Nein wir sinken nicht.“ Und so werden die Verkaufszahlen von Musik wiedergegeben. Musik als Verkaufsware ist ein Modell von gestern, absolut.

F: Als Produzent kann man heute somit nicht mehr davon leben?

DR: Ich rede jetzt nicht mal mehr von verkauften MP3s, auch das ist meiner Meinung nach schon ein Modell von gestern. Aktuelles Thema ist natürlich die ganze Streaming Sache und jetzt sind wir natürlich mit Spotify vor einem halben, dreiviertel Jahr oder was gelandet und wenn man sich anschaut, ich habe mir das wirklich auch durchgerechnet, du brauchst ja zig-hunderttausend Streams das man überhaupt irgendwie auf ein Art von Grundgehalt bzw. Mindestgehalt kommt, also auf ein paar 100 Euro kommt. Das kann es ja nicht sein, wenn ich einen Tune habe, der Millionen mal im Monat gestreamt wurde, dann kann es ja nicht sein, dass ich mit ein paar 100 Euro abgespeist werde. Also wir reden hier wirklich von Summen, die dermaßen lächerlich sind, dass verkaufte Musik generell kein Thema ist. Das sieht man ja bei den ganzen DJ Gagen, die nur mehr explodieren, die gigantische Größenordnungen angenommen haben, weil es natürlich der Hauptverdienst ist, nicht nur vom Artist, sondern auch von der Agentur, vom Manager, von allen. Es geht darum Merchandise zu verkaufen und um diese sogenannte Live Performance. Der Tonträger ist ein auslaufendes Modell, das ist eine reine Fetischgeschichte. CDs kaufen auch nur noch Leute, die mit CDs umgehen gelernt haben und die Schallplatte ist des was als Kultobjekt übrig bleibt, so wie es

Briefmarkensammler und Teddybärensammler gibt, gehört meine Generation den Vinylsammler an, das sind unsere Teddybären.

F: Wie hat sich die Digitalisierung auf die Vertriebsstrukturen und auf die Auflagenzahlen von elektronischer Tanzmusik ausgewirkt?

DR: Es hat nur eine Richtung gegeben von Auflagenzahlen und die ist „Dagobert-Duck-mäßig“ gegangen, nur halt nicht nach oben sondern nach unten. Wir haben dies selbst in unserer Zeit im Geschäft mitbekommen von 2002-2010, zuerst ist einmal die ganze US-Infrastruktur krachen gegangen, dann England und dann das ganze Festland Europa, d.h. das hat sich pulverisiert. Das hat man wirklich mitbekommen, wie die Schallplatte einfach verschwunden ist von der Bildfläche der elektronischen Tanzmusik. Es hat dann jeder verzweifelt, zuerst die Onlineshops und die Vertriebe natürlich auch, haben sich total zurückschrauben müssen, also diejenigen die überlebt und umgestellt haben. Diese sind dann meistens nur mehr als limitiertes Unternehmen, also mit viel weniger Mitarbeiter oder nur mehr aus einem Wohnzimmer heraus geführt worden. Also das hat sich wirklich radikalst umgedreht, wenn man sich ansieht, dass ein Vertrieb wie „Winson“, der weltweit der größte Vertrieb war und zwei bis drei ganze Flughafen Hanger besessen hat, wo die Ware gestapelt war - der hat aber alles gehabt von klassischer Musik bis DVDs - spätestens als dieser dann mit Bomben und Granaten krachen gegangen ist, war einfach klar, es geht definitiv gar nichts mehr. Weil wenn der Größte zusammenbricht, ist es nur mehr eine Frage der Zeit bis der letzte Dominostein umfällt. Was natürlich wieder neue Möglichkeiten hervorgerufen hat für diverse Nischengeschichte. Du kannst natürlich dann als findiger Kleinstunternehmer natürlich deinen Weg finden, aber das hat im großen Bild keine Relevanz.

F: Die großen Vertriebe gehören somit der Vergangenheit an?

DR: Was sich in den letzten zwei Jahren ergeben hat, weiß ich gar nicht mehr, aber das ganze Vinylbusiness ist Großteils nur mehr eine Liebhabergeschichte von Labels und Kleinvertrieben. Aber die ganzen großen Player, auch im Indie Bereich und da meine ich jetzt auch den Dancefloor Bereich, die sind alle baden gegangen. Hier ist fast nichts mehr übrig geblieben. Das war ja am Schluss für uns im Geschäft schon schwierig, weil wir ja gewusst haben es gibt die und die Tonträger aber wir hatten dann schon Probleme damit wir diese irgendwie bekommen können, weil wir keine Vertriebe mehr gefunden haben die das noch „stocken“ hätten können. Wir haben die Labels dann einfach direkt angeschrieben und dort direkt bestellt, also es wurden dann Kleinstpakete herum geschickt und natürlich haben sich damit auch die Preise erhöht.

F: Ein Plattenladen, der sich heute nur mehr auf Vinyl spezialisiert hat, ist heute somit nicht mehr überlebensfähig?

DR: Nein, also wenn dann glaube ich als Antiquariat, ich wünsche natürlich allen Geschäften, wie „Teuchler“ usw. noch einmal so eine lange Überlebenszeit wie bisher, jedoch sind hier andere Ansätze dabei, darum ist auch der Name Antiquariat drinnen und da geht es mehr ums jagen und sammeln. Aber im Dancefloor Bereich, also rein auf Vinyl spezialisierte

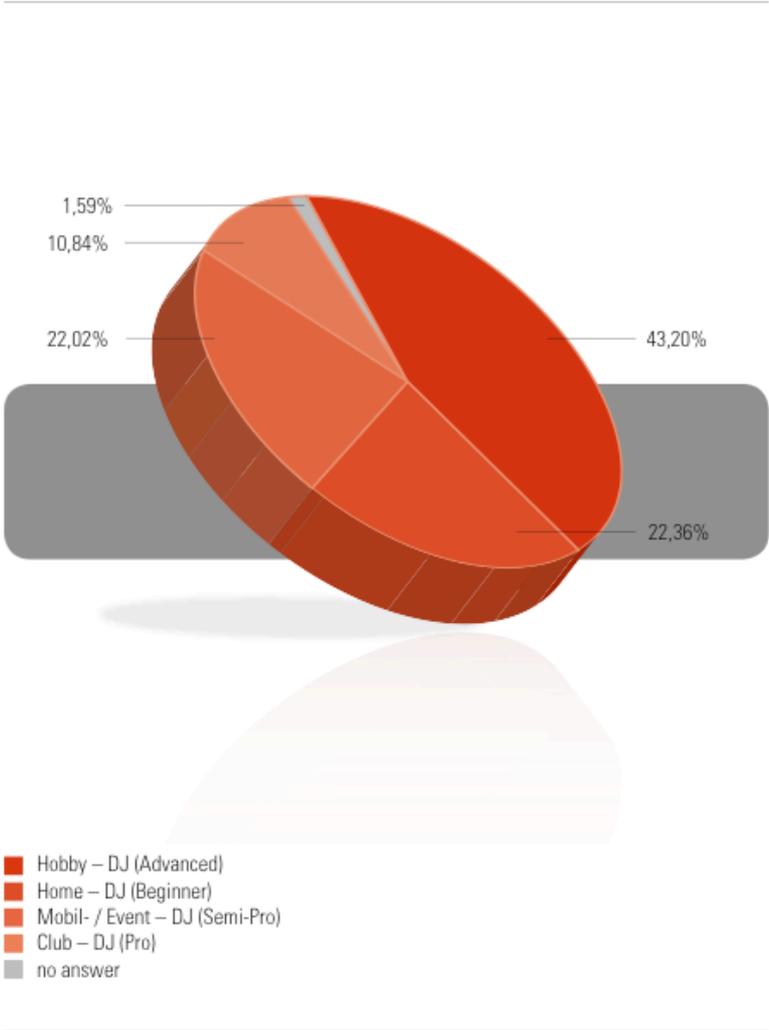
Geschäfte, brauchen entweder einen sehr reichen Papa oder einen Lottogewinn, den du im Laufe der Jahre verpulvern willst. Das ist absolut nicht mehr tragbar und das hat sich auch gezeigt, es gibt ja kaum mehr irgendwo Geschäfte die so noch überleben können, außer solche Mischprodukte, also die noch zusätzlich mit Kleidung oder so ihre Miete verdienen. Oder du hast leichte Strukturen und kannst irgendwo in einem Komplex hinein kommen, also in eine Bürogemeinschaft oder Galerie, also wenn du deine Unkosten Richtung Null reduzieren kannst, und selbst bereit bist ein spartanisches Leben zu führen dann kann man es ev. noch schaffen so über die Runden zu kommen. Aber als DJ Vinyl Shop, nicht.

F: Der 2. Frühling der Schallplatte, welcher von den Medien ausgerufen wird betrifft die DJ Szene somit nicht wirklich?

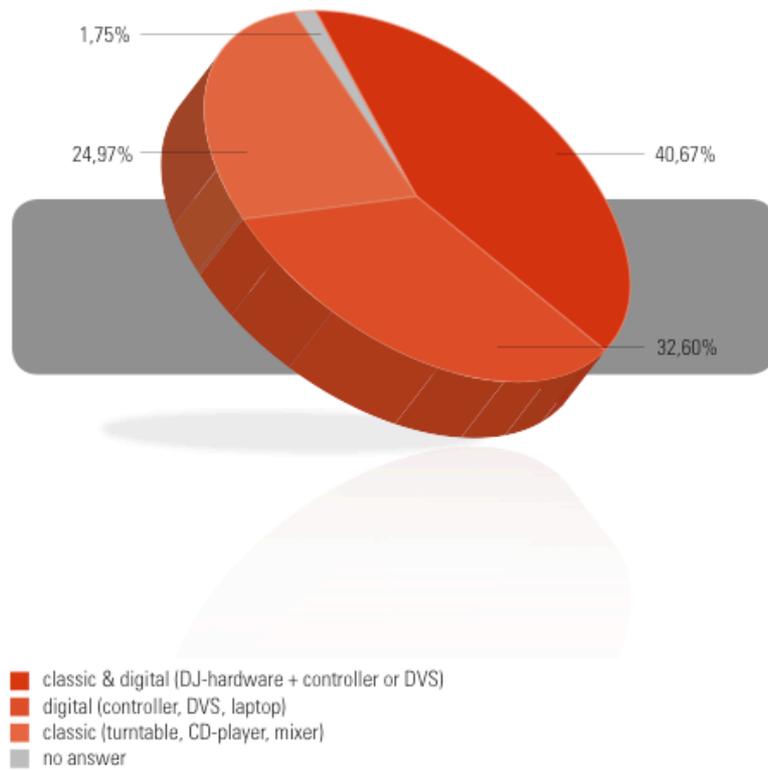
DR: Nein überhaupt nicht. Das ist in dem Sinn auch ein totaler Bullshit, weil es ja trotzdem alles so eine Auflagenlimitierung ist. Ich habe dann ja auch wieder gesehen, als gesagt wurde Jubel, Jubel in Deutschland ist das Ganze wieder um 10 % angestiegen. Das was da war hätte dann geheißen, dass jeder zweite Deutsche sich eine Schallplatte im Jahr 2010 gekauft hat, also wenn das zum Jubilieren anregt und man glaubt dass damit ein Revival ausgelöst wird, also Entschuldigung da lache ich einfach nur. Ob die Zahlen jetzt stimmen, weiß ich nicht mehr, aber ich habe es mir angesehen und es war einfach lächerlich. Ich denke mir daher liebe Leute das ist kein Revival, also vom gesamten Tonträgermarkt. Also ein Freund, der Wolfgang Stummer und ich haben in einem klassischen Facebook-Posting darüber diskutiert, also ich dies voller süffisant gepostet habe und er darauf geschrieben hat, also wenn ich jetzt bei meinem Lieblings-Onlineshop in Deutschland nicht wie gehabt jede 2. Woche 50 bis 60 Euro ausgabe, schrumpft der Wachstum wieder von 10 % auf 5 %. Darauf ich nur, „Wolfi du hast es erfasst“. Wir reden jetzt süffisant aber natürlich geht es in diese Größenordnung, das Revival ist einfach nur da, weil die Platte schon irgendwie weg war und jetzt kommt in dieser Kunstform wieder. Einfach weil es auch medial recht gut vermarktbar ist weil es skurril genug ist, wie mit so einem Recordshop-Day, wo du halt dann deine spezielle Auflagen bekommst, aber das ist Großteils trotzdem alles Popmusik von Soul und Funk rauf bis zu Black Metal. Das geht am Dancefloor relativ spurlos vorüber, hier geht es um Sonderauflagen und spezielle Farben, spezielle Verpackungen, etc. es geht um das Produkt und damit ist es ein Sammelprodukt.

11.3 Auszug Elevator Nutzerstudie (2011)

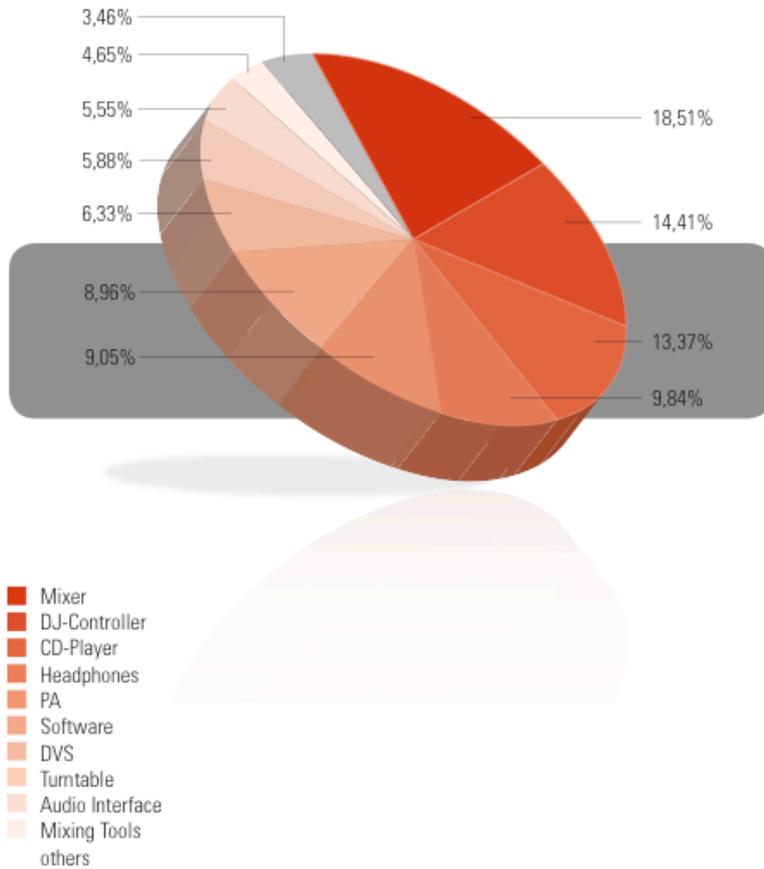
What kind of a DJ are you?



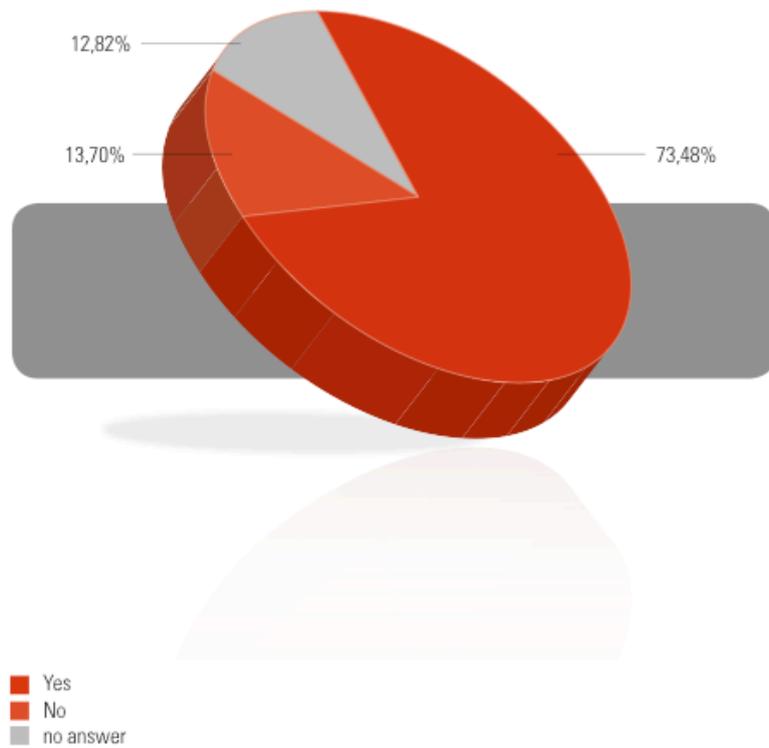
How do you spin mainly?



What equipment do you plan to purchase?



Any plans to purchase new equipment within the next 12 months?



Abstrakt

Hat die Schallplatte noch eine Zukunft in der elektronischen Clubmusik der Gegenwart? Diese Frage stellt sich, wenn man sich die Entwicklungen der letzten Jahre im Bereich der DJ-Kultur genauer betrachtet. Technische Entwicklungen haben eine neue Welt für die Wiedergabe von Musik eröffnet, und scheinbar zugleich eine Legende, die Schallplatte, zu Grabe getragen. Der Verkauf von Platten in der elektronischen Clubmusik hat vor allem in den letzten Jahren einen erheblichen Einbruch erfahren. Eine Entwicklung, welche durch die Abnahme in der Auflagenzahl der Plattenveröffentlichungen, sowie im Wegfallen von Plattenläden, am österreichischen Markt, zum Ausdruck kommt. Eine Abkehr von Vinyl in Richtung komprimierter Dateiformate ist festzustellen. Neue Technologien erobern die Welt der DJ Kommune, mit negativen Folgen für die Herstellung von Vinyl, jedoch neuen Möglichkeiten für die DJs. Die klassische DJ-Kultur, welche sich über Plattenspieler und Schallplatte definierte, wurde mit der Einführung von CDs erstmals aufgebrochen. Die Musikauswahl erhöhte sich, während zeitgleich die Kosten und das Gewicht sanken. Mit der Entwicklung weiterer DJ Tools wurden die klassischen Instrumente zunehmend obsolet.

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit der Entwicklung des popkulturellen Phänomens der DJ- und Clubkultur seit ihrer Entstehung und versucht den Prozess der Transformation auf soziokultureller, medientechnischer sowie institutioneller Ebene transparent zu machen.

Mit Hilfe der historischen Darstellung der DJ- und Clubkultur konnte gezeigt werden, dass die Gegenwart zu einer Auflösung der klassischen Strukturen geführt hat. Die Digitalisierung hat einen ästhetischen Wandel der Szene mit sich gebracht und zu einem gewissen Kulturverlust in Bezug auf das klassische Handwerk des DJs geführt. Dieser Wandel hängt zum einen mit dem Szene internen Drang zur Innovation zusammen, sowie den Innovationsexplosionen am digitalen Markt.

In welche Richtung sich die DJ Szene bewegen könnte kann mit dieser Arbeit nicht beantwortet werden, jedoch ist ein Trend dahingehend festzustellen, dass der klassische Club DJ aussterben wird und das die verwendeten Instrumente eine hohe Diversität aufweisen werden.

Abstract

Does the vinyl record still have a future in electronic music? This question arises from the evolution of DJ culture over the last several years. Technical developments have opened up a new world for the representation of music, but these developments appear to have taken the legendary vinyl record to its grave. The sale of records for and within the electronic club music scene has plunged dramatically within the last few years, a process which has resulted in a decline of vinyl record releases as well as a decrease in the number of record stores in the Austrian marketplace. At the same time, there has been a noticeable shift from vinyl records to compressed digital file formats. New technologies are conquering the world of the DJ community with negative consequences in the production of vinyl records, but with new possibilities for DJs. The classic DJ culture which had defined itself through turntables and vinyl records was first shaken up with the introduction of the CD at the beginning of the 80's. The selection of music consequently increased, while at the same time costs and weight decreased. With the development of additional DJ tools, the classic instruments became increasingly obsolete.

This thesis investigates the development of the pop culture phenomenon, which is the DJ and club culture, starting from its inception and attempts to make the process of transformation transparent on a socio-cultural, media-related, and institutional level.

Using a historical description of the DJ and club culture, it has been shown that contemporary technology has led to the dissolution of classic structures. Digitalization has brought about a change in aesthetics within the scene and has led to a certain level of cultural loss in regards to the classic, crafted skills of the DJ. This change is related to a drive towards innovation that is inherent within the scene, and at the same time it stems from an explosion of innovation in the digital marketplace.

This thesis cannot answer the question regarding which direction the DJ scene will be headed towards, but it is clear that the classic club DJ is a dying breed and that the instruments currently in use display a high degree of diversity.

Lebenslauf

Persönliche Daten

Name: Elisabeth Morth

Geburtsdatum: 26.10.1981

Geburtsort: Mödling, Niederösterreich

Ausbildung

2002 - 2003 Lehramtsstudium: Geschichte/ Englisch (Salzburg)

2003 - 2006 Bachelorstudium Kommunikationswissenschaft (Salzburg)

2007 - 2011 Magisterstudium der Publizistik und
Kommunikationswissenschaften (Wien)

Beruflicher Werdegang

2005 – 2007

Organisation und Durchführung einer Workshopreihe für Jugendliche im
Auftrag des AMS (Salzburg)

Sommer 2012

Seit Juni Praktikum in der Musikagentur Miooow (Wien)

Kenntnisse

PC-Kenntnisse: Microsoft Office, Grundkenntnisse Photoshop

Sprachen: Deutsch - Muttersprache
Englisch - Fließend
Französisch - Gut