

„GuddeLaune“ oder Techno-Kulturrevolution im Internet?

Jugendliche Mediennutzung am Beispiel der elektronischen Musikszene

Von **Andreas Kern**

Auch bei der Musik – ob HipHop, Hardrock oder Techno – stehen die Medien im Zentrum einer Szene. Differenziert nach unterschiedlichen Untergruppen gibt es für die Szene-User je nach Musikgeschmack zahlreiche Websites für Szenetalk, Info und Kontakte, aber auch für die Planung von Aktivitäten oder den Austausch von Soundfiles. – Eine Innenansicht der elektronischen Musikszene.

„GuddeLaune“ und „Feierei Alder!“ grölte Sven Väth, einer der weltweit bekanntesten Techno DJs, bei dem Groß Event „Time Warp 2006“ ins Mikrofon der Mannheimer Maimarkthalle. Vokaleinlagen gehören heute längst nicht mehr zum Aufgabenbereich eines DJs, insbesondere bei elektronischer Musik sind sie alles andere als die Regel. Doch je nach Berauschtigungsgrad des DJs und dem daran gekoppelten Mitteilungsbedarf, lassen sich solche Ausrutscher gelegentlich nicht vermeiden. Ganz dem hedonistischen Motiv folgend wird der humane Sittenwächter Großhirn außer Gefecht gesetzt; was danach bleibt, sind nur schemenhafte Erinnerungen an eine „fette Party“. Kein Problem – oder im Falle unseres Star DJs eben doch – , denn mit der Nüchternheit müssen Erinnerungen im interaktiven Zeitalter nicht mehr verloren gehen. Kaum war die „GuddeLaune“ aus der Mannheimer Maimarkthalle geweht, fegte sie wie eine Orkan durch das Internet und nicht eine Woche später konnte sich Sven seinen Laberflash als Sound Panel oder fertig gemixtes MP3 File im Netz downloaden. Und das tat nicht nur er. Keinen Monat nach der „Feierei Alder“ wusste sich zwischen Paris und Moskau jeder, der nur einen Funken elektronisches Musikverständnis besitzt, mit des Meisters Partymotto als vermeintlicher Szenekenner auszuweisen.

Der nächtliche Verbaldurchfall des Herrn Väth samt Folgen ist DAS Beispiel zur Verdeutlichung der Wichtigkeit des Internets für die elektronische Musikszene und den Einfluss, der bei entsprechender Nutzung damit ausgeübt werden kann. Als eine der noch jüngeren musikalischen Strömungen dankt die elektronische Szene ihre heutige Verbreitung maßgeblich der progressiven Entwicklung des Internets seit Mitte der 90er Jahre. Waren ihre Distributionswege in der ersten Hochphase bis Mitte der 90er Jahre noch rein auf das klassische Printmedium und Radio beschränkt, nimmt jenseits der Jahrtausendwende das Internet die unangefochtene Vormachtstellung als wichtigste Informations- und Kommunikationsschnittstelle ein. Vor 12 Jahren hatte noch das kostenlose Fanzines Hochkonjunktur, heute ist das rein durch Anzeigen finanzierte Magazinformat nur noch für wenige Verleger umsetzbar, geschweige denn ein erträgliches Geschäft. Investiert wird in die interaktive Zukunft, und hier vorzugsweise in das Web 2.0.

Die unter Web 2.0 zusammengefassten Seiten wie [Myspace](#), [Facebook](#), [LastFM](#) [Flickr](#), [Youtube](#) oder [Myvideo](#) setzen die interaktive Einbindung des Users für ihren Traffic voraus. Der Content wird nicht mehr vom Anbieter sondern vom User bestimmt. Das garantiert dem Anbieter eine hohe Userbindung und liefert auf kommerzieller Ebene bestechende Verkaufsargumente, denen ein Printmedium nichts entgegen zu stellen hat. Das 1999 gegründete [Technoforum](#), meist genutztes deutschsprachiges Onlineforum für elektronische Musik, zählt monatlich 500.000 bis 800.000 Besucher. Für herkömmliche Websites vor Web 2.0 ein unglaublicher Traffic. Doch verglichen mit eben diesem, verblässen auch solche Zahlen. Auf [Youtube](#) werden täglich über 50 Millionen Videos angeschaut und etwa 65.000 neu hochgeladen. [Myspace](#) meldet täglich bis zu 230.000 neue Mitglieder und ca. 180 Millionen in ihrer Gesamtheit; Zahlen die jedem Redaktionsleiter eines Printmediums ganz und gar keine „GuddeLaune“ bereiten.

Klare Männerdomäne

Betrachtet man die szenegebundene Nutzung der interaktiven Schnittstellen, zeichnen sich unterschiedliche Perspektiven ab: Die der Szeneaktivisten (Veranstalter, Produzenten und DJs), die der Rezipienten (Tänzer und Musikkäufer) und letztlich die der kommerziellen Werbeindustrie. Vom idealistischen Untergrund verabscheut wie eine Zecke, von ökonomisch denkenden Akteuren mit offenen Armen in Empfang genommen, wirft sich die Werbung wie in allen florierenden Szenen auch hier auf die Heerscharen potenzieller Käufer.

Unterschiedliche Perspektiven sind allerdings keinesfalls gleichzusetzen mit der Nutzung unterschiedlicher Internetseiten; die Schnittstellen sind zwar die gleichen, doch ist die der Nutzung zugrunde liegende Motivation eine andere.

Foren, meist anhand ihres Namens stilistisch unmissverständlich zuordenbar ([Technoforum](#), [Houseboard](#), [Drumbass](#) etc.), sind das Vorgängermodell des Web 2.0. In einer Szene eingebettet bieten sie Raum für interaktiven Austausch, der von privater Kontaktpflege bis zur themenbezogenen Fachdiskussionen alles beinhalten kann. Hier treffen sich alle: Neugierige, pubertierende Teens, hilfsbereite Informanten, profilineurotische Labertaschen, kontaktfreudige Szenekenner, vor Wissen überquellende Szenenerts, Veranstalter, seltener auch DJs und Produzenten.

Für Veranstalter haben klassische Foren wie das [Technoforum](#) oder [Houseboard](#), vor allem aber reine Partyportale wie [Dancefloorstars](#) oder der auf Köln begrenzte Nightlifeguide [Morgengrau](#) große Bedeutung. Hier können sie kostenfrei und in aller Ausgiebigkeit ihre nächste Veranstaltung bewerben. Die Partygänger fällen daraufhin ihre Entscheidung für die Nacht, ohne dabei auch nur einen Spritzer der anderenorts omnipräsenten Werbeflut abzubekommen.

Dank geschlechtlich problemlos zuordbarer Pseudonyme ist die partizipative Schiefelage in Foren unübersehbar. Mehr noch als bei den nächtlichen Partys stehen *Raving Baby*, *Party Princes* und *Glückssternchen* einer deutlichen Überzahl an männlichen Usern gegenüber. Drastischer als erwartet drückt dies die Nutzerstatistik des [Technoforums](#) aus: Von 19.000 registrierten Nutzern sind ca. 95 männlich und 5% weiblich. Ähnlich verschieden fiel in den frühen Jahren der interaktiven Plattformen auch deren anfängliche Nutzung aus. Diskutierte *Hardtrancer* mit *DJ Godfather* und *Schranzmaster* in mitunter irrationaler Fachkompetenz über alles, was die letzte oder kommende Party bzw.

Veröffentlichung betrifft, äußerten sich die Girls zu Beziehungsfragen oder teilten ihre Vorfreude auf das nächste Wiedersehen, indem sie sich virtuell umarmten oder „tausend Bussis“ über die Glasfaser zuwarfen. Doch mit steigendem Alter der Nutzer sind auch die Themen in den Foren erwachsener geworden. Das bestätigt der auffällig hohe Altersdurchschnitt im [Technoforum](#), in dem die 25jährigen inzwischen die größte Gruppe darstellen. Ein weitere Beleg dafür, dass das Web 2.0 bereits klassische Foren und Websites zum Auslaufmodell gemacht hat. In der elektronischen Musikszene noch deutlicher als anderenorts, ist das Novum der selbstbestimmten Gestaltung des Inhalts zum maßgeblichen Attribut für jüngere Generationen geworden.

Myspace – DIE Schnittstelle

Für Produzenten wie Rezipienten haben so genannte Filesharing Sites wie [Megaupload](#) und [Yousendit](#) immense Bedeutung erlangt. Sie erlauben einen kostenlosen Austausch von Dateien bis zu 250 Megabyte. Während der Rezipient hier den neuesten Live Mitschnitte der letzten Party an Freunde weiterreicht, freuen sich Produzenten über die direkte Austauschmöglichkeit von neuen Audiospuren oder ganzen Tracks. Einfacher und schneller sind musikalische Kooperationen und Produktionsprozesse nie gewesen. Die jedoch mit Abstand wichtigste Schnittstelle ist [Myspace](#). Hier trifft sich jeder, vom jungen, auf Muttis Bügelbrett mixenden Wohnzimmer-DJ bis zum professionellen Szeneaktivisten. Schätzt sich der Nachwuchs glücklich, sein Idol als Freund unter seinen Kontakten zu haben, freut sich eben dieser über seinen stetig wachsenden Bekanntheitsgrad. Aufgrund der einfachen Handhabung ist [Myspace](#) sehr oft Mittelpunkt eines sich verschiedener Seiten bedienenden Netzwerks: Über [Youtube](#) können Videos, über [Flickr](#) Bilder und über [LastFM](#) die neuesten Tracks implementiert und kommentiert werden. Dieser vernetzende Ansatz hat bereits einen derartigen Sog entwickelt, dass die klassische Website immer mehr an Einfluss verliert und nicht wenige Künstler und Labels ihre eigenen Portale inzwischen gelöscht oder direkt mit ihrer [Myspace](#) Seite verlinkt haben.

Diese unerschöpflichen Möglichkeiten der weltweiten Selbstdarstellung und die Selbstverständlichkeit, mit der jüngere Generationen inzwischen in den virtuellen Alltag hineinwachsen, haben einen Boom an virtueller Entfaltung und Partizipation ausgelöst. Das heißt, genau das, was die 68er Generation so laut gefordert hatte, geschieht heute online. Eine Kulturrevolution im Internet? Was in den 90er Jahren noch in Foren eingebettet getan wurde, macht die junge Generation heute auf eigenen Plattformen, auf dem eigenen Blog, in der eigenen Onlineradiosendung: Mikroszenen, in denen Meinungen verbreitet werden können, die keiner zensierenden Hand unterliegen. Mit einem feinen Unterschied: 1968 war das Mitteilungsbedürfnis politisch motiviert, heute lautet das Schlagwort Hedonismus. Oder um in Svens Worten zu bleiben: *“Feierei Alder!”*

Andreas Kern ist Projektmitarbeiter bei *Routes & Roots* im *JFC Medienzentrum Köln*

Quellen:

Kern, Andreas, 2005: Techno, House, Drum&Bass - Jugendsubkulturen in der elektronischen Musikszene und ihre Drogenkonsumpräferenzen

Gudde Laune Links (von Nutzern selbstinitiativ erstellt):

<http://www.vehler.de/sven-gudelaune.mp3>

<http://www.theshrine.de/>

Links:

www.myspace.com

www.youtube.com

www.flickr.com

www.lastfm.de

Foren:

www.technoforum.de

www.nuskoolbreaks.net

www.houseboard.de

www.drumbass.de

www.tranceforum.de

Szene- & Nightlifeguides:

www.subculture.de

www.partyisan.de

www.morgengrau.net

www.techno.de

www.party.de