

Exposé für die Dissertation

Arbeiten in der Berliner Techno-Szene

Die Vergemeinschaftungsform „Szene“ als Struktur für Erwerbsarbeit am
Beispiel der Berliner Techno-Szene

Promotionskolleg: „Die Produktivität von Kultur“

März 2010

Dipl. soz. tech. Jan-Michael Kühn

Abstract

Dieses Promotionsvorhaben, angesiedelt an der Schnittstelle zwischen Kunst-, Musik-, und Arbeitssoziologie, wird sich mit der Erforschung neuer Formen von Erwerbsarbeit am Gegenstand der Berliner Techno-Szene beschäftigen. Fern von gewerkschaftlicher Regulierung, spezieller beruflicher Ausbildung und auch häufig ohne Arbeitsverträge schafft sie vielen Szeneteilnehmenden übergangsweise und auch über eine jahrelange Dauer hinweg durch verschiedene Formen von Erwerbsarbeit eine strategische Grundsicherung, und darüber hinaus Karriereperspektiven. Herausgebildete Arbeitsidentitäten, wie der "Techno-DJ", "Booker" oder "Musikproduzent" sind dabei tief verwurzelt in symbolischer Arbeit kombiniert mit ökonomischem Kalkül, szenespezifischer Werthaltung kombiniert mit strategischem Verdienen von Geld, der Produktion von massenhaft konsumierbarer Ästhetik und Erlebnissen unter marktwirtschaftlich-pluralisierten Bedingungen.

Erstes Ziel ist zu zeigen, wie die Vergemeinschaftungsform der Szene solche „losen“ Formen von Erwerbsarbeit schafft und stabilisiert. Zweites Ziel ist die Dokumentation der Arbeitspraxis und Arbeitsbedingungen zentraler Tätigkeiten (Techno-DJ, Booker, Produzent, u. A.). Wie bewerten die betroffenen Akteure diese? Wie sieht ihr Arbeitsalltag aus? Und schließlich drittens: Die Beantwortung der Frage, wie dauerhafte Szenearbeit durchgeführt werden kann. Welche Ansätze von Professionalisierung treten bereits auf? Wie hängt die Arbeitspraxis mit allgemeinen gesellschaftlichen Institutionen zusammen?

Zur Erhebung der Daten ist eine methodische Triangulation aus Autoethnografie, Experten- / biografischen Interviews und Videoanalyse vorgesehen. In der Promotion wird argumentiert, dass die Techno-Szene als modellhafte ökonomische Struktur unter den Bedingungen stetiger Individualisierung und technologischer Demokratisierung für neue Formen von Erwerbsarbeit auch für andere Bereiche verstanden werden kann.

INHALTSVERZEICHNIS

1. Einleitung	2
1.1 Wirtschaftsfaktor Techno-Szene.....	4
1.2 Wirtschaftliche Vernetzung der Szene.....	6
1.3 Ökonomisierung und Ästhetisierung.....	7
1.4 Arbeit in der Techno-Szene.....	8
2. Fragestellung	9
3. Methode	9
4. Forschungsstand	10
4.1 Struktur von Szenen.....	10
4.2 Formen flexibilisierter Arbeitsorganisation.....	13
4.3 Arbeit in flexibilisierten Organisationsformen.....	16
5. Arbeitsprogramm und Zeitplan	17
6. Literaturverzeichnis	18

1. EINLEITUNG

Im Wandel von einer industriell geprägten Gesellschaft zur informationellen Netzwerkgesellschaft (Castells 2001), post-industriellen Dienstleistungsgesellschaft (Bell 1985) bzw. Risikogesellschaft (Beck 1986) gewinnen Formen von Arbeit, die bisher als „Informationsarbeit“, „Wissensarbeit“ oder „symbolische Arbeit“ beschrieben wurden zunehmend an Bedeutung¹. Um sie herum bildet sich eine „kreative Klasse“ (Florida 2003) an Arbeitern von wirtschaftlich zentraler Bedeutung (Caves 2002; Florida 2004). Die kulturelle Entwicklung und damit auch die Entwicklung der Arbeitsformen geschieht im Zuge diesen Wandels nicht mehr nur in den großen gesellschaftlichen Institutionen der Wirtschaft, Religion oder Wissenschaft, sondern zunehmend in den alltäglichen, außerindustriellen Praktiken der Produktion und Konsumtion anhand kommerzieller Güter (Willis 1990). Insbesondere die stetig voranschreitende Demokratisierung von Produktionsmitteln, also die zunehmende Ermächtigung des Einzelnen durch den Erwerb von Wissen zur Nutzung kommerzieller Technologien und der Ermöglichkeiten der Technologien selbst (z.B. Internet- und Computer-Technologien), sorgt für stetige Verbreitung und Entwicklung neuer flexibilisierter Arbeitsformen mit steigendem Selbstverwirklichungspotential. (Vgl. Lange 2007)

¹ Für eine Übersicht, Auswertung und Vergleich der Theorien einer „Informationsgesellschaft“ siehe Webster et al (2002) und Knoblauch (2005: 256-277).

(Musik-)„Szenen“ als post-traditionale Form von Vergemeinschaftung stellen hier Vergemeinschaftungsangebote an eine zunehmend individualisierte, säkularisierte, globalisierte und pluralisierte Gesellschaft dar (Hitzler, Honer, und Pfadenhauer 2008). In Szenen verbindet sich die Ermächtigung des Einzelnen aufgrund demokratisierter Produktionsmittel mit seinem Bedürfnis nach interessensgesteuerter und freiwilliger Vergemeinschaftung. Eine bloße freiwillige Teilnahme an Szenen reicht zur Erhaltung und Organisation derselbigen jedoch nicht aus – es bedarf einer „Organisationselite“ zentraler Akteure, die sich zumeist „hauptberuflich“, „nebenberuflich“ bzw. als Hobby mit ihr beschäftigen. Je nach spezifischem Thema einer Szene bilden sich Organisationsformen (z.B. Labels, Clubs, Promotionagenturen) und Arbeitsidentitäten (wie Musikproduzenten, Booker, DJs) heraus, die Akteure zur strategischen Erwerbsarbeit und damit dem Erhalt, der Organisation und Innovation der Szene zu nutzen wissen.

Bisher waren speziell die erwerbswirtschaftlichen Strukturen von Szenen noch nicht Gegenstand sozialwissenschaftlicher Reflexion, was mit dieser Dissertation am Beispiel der Berliner Techno-Szene geleistet werden soll. Ich frage: Wie ermöglicht „Szene“ als Struktur von Vergemeinschaftung Erwerbsarbeit am Beispiel der Techno-Szene. Weiterführend, um die Hauptfrage umfassend beantworten zu können: Welche zentralen Arbeitsidentitäten / Tätigkeiten haben sich gebildet, wie sehen ihre Arbeitsbedingungen aus? Wie bewerten die Akteure diese? Wie wird dauerhafte, strategische Arbeit ermöglicht? Um die Fragen zu beantworten, werde ich eine methodische Triangulation bestehend aus Autoethnografie, leitfadenbasierten biografischen Interviews, Experteninterviews und Videoanalyse nutzen.

Ziel dieser Arbeit ist es neue Formen von Erwerbsarbeit am Beispiel der Berliner Techno-Szene zu untersuchen. Diese als Untersuchungsgegenstand zu wählen bietet sich besonders an: Pluralistisch, spielerisch und offen gehen Akteure der Techno-Szene mit den neuen kommerziellen Technologien des Internets und der Musikproduktion/-aufführung um und implementieren diese schnell in ihre Arbeitspraxis, wenn sie daraus Nutzen für ihre Szenetätigkeit ableiten können. Sich stetig flexibilisierenden Arbeits- und Lebensbedingungen stehen sie aufgrund des hedonistischen Szene-Charakters (Spaß haben und anderen Spaß bereiten, Hitzler 2001) offen und willkommen gegenüber. Neue Entwicklungen beurteilen sie unterschiedlich, sehen sie innovationsfreudig in der Regel als Chance zum Besseren. Mehr Selbstbestimmung und flexiblere Arbeitszeiten deuten sie als Freiheitsgewinn, auch wenn sie manchmal 14 Stunden am Tag (auch am Stück ohne Pausen) und mehr für ihre Szenearbeit benötigen. Sich für oder gegen etwas entscheiden zu können, selbstständig und unabhängig zu sein, das ist ihnen besonders wichtig.

Sie sind nicht nur eine ökonomisch funktionierende Spaßkultur, sie sind auch politisch aktiv und nutzen dazu die ihnen zur Verfügung stehenden Ressourcen: Zum Beispiel kämpfen sie für mehr Freiräume in Großstädten und Möglichkeiten individueller Selbstentfaltung; Gegen staatliche als auch wirtschaftliche Eingriffe, die sie als unzulässige bezüglich ihrer Privatsphäre empfinden. Sie fühlen sich bedroht von wirtschaftlicher Übermacht durch große Konzerne und Investoren, stehen häufig auch Arbeit in den flexiblen, aber im Vergleich zur Techno-Szene doch sehr rigiden Arbeitsstrukturen der kreativen Industrien kritisch gegenüber.

Da Lebensstile, Selbstvermarktung und Selbstdarstellung in flexibilisierten Arbeitszusammenhängen immer wichtiger werden (vgl. Lange 2007), bietet sich ihre Untersuchung in der Techno-Szene an. DJs, Musikproduzenten und Veranstalter werden in stark atomisierten Erlebnismärkten immer mehr zu „Selbstvermarktungsmaschinen“, die vor allem im Internet, auf Social Networks und Internet-Blogs stattfindet. Über Bekanntheit und Promotion machen sich für die Szeneöffentlichkeit relevant, um ihre Musik zu verkaufen oder an Auftritte auf Veranstaltungen zu gelangen. Desweiteren ist die Szene sehr aktiv, öffentlich und zugänglich - damit hervorragend untersuchbar.

Ein wissenschaftliches Verständnis dieser Zusammenhänge in Szenen ist ebenfalls zentral für Fragen politischer Regulierung. Ganz konkret: Die Beurteilung von Arbeits- und Lebensbedingungen in flexibilisierten Szenen, Klärung und Vermittlung von Interessenkonflikten (z.B. Freiräume in Großstädten vs. „harte“ Wirtschaft, siehe Mediaspree-Investoren vs. Megaspree-Aktivistinnen in Berlin²). Oder auch abstrakter: Fragen nachhaltigen Wirtschaftens, menschengerechter Erwerbsarbeit oder Umweltpolitik.

Die These der Dissertation lautet, dass Szenen ökonomisch funktionierende Strukturen gesellschaftlichen Wandels sind und somit ihre Arbeits- und Organisationsformen als Modellcharakter für Wandel von Erwerbsarbeit in anderen Bereichen dienen können, da sie moderne Entwicklungen zunehmender Individualisierung bei gleichzeitig starkem technologisch-demokratisierenden Wandel integrieren.

1.1 WIRTSCHAFTSFAKTOR TECHNO-SZENE

„Arm aber sexy“, betitelte Berlins Bürgermeister Klaus Wowereit einst Berlin – und meinte mit dem „sexy“ vor allem das breite kulturelle Angebot und die pluralistischen Lebensweisen, die auf die einzelnen Stadtvierteln verteilt stattfinden. Vor allem dieses breite kulturelle Angebot, das Berlin in seinen zahlreichen Kreativindustrien und Szenen hervorbringt, wird heutzutage eng mit dem Begriff der „Standortattraktivität“ assoziiert. Ge-

2 <http://www.ms-versenken.org/>, Zugriff: 08.03.2010.

biete mit einer großen Anzahl kultureller Angebote und hohem Maß an Toleranz ziehen liberal denkende und leistungsorientierte Kreative an. Die Menschen in dieser „kreativen Klasse“ (Florida 2003) werden im Zeitalter der Wissens- und Informationsarbeit als zentrale Produzenten von wirtschaftlichem Erfolg, Wachstum und Fortschritt angesehen.

Eine dieser Szenen, für die Berlin besonders bekannt ist, ist die *Techno-Szene*. Die Attraktivität ihres breiten, kulturellen Amüsement-Angebots reicht weit über die Stadtgrenzen hinaus; Für Fans elektronischer Tanzmusik auf der ganzen Welt gleicht Berlin einem Mekka des Techno. Aufgrund günstiger Wohn- und Lebensbedingungen (z.B. günstige Mieten und Lebensmittel, vielfältige Lebensstile, brachliegende Flächen für Zwischennutzungen, vgl. Hesse und Lange 2007; Lange 2007) haben selbst ausländische Techno-Akteure ihre Aktivitäten in die „Zentrale“ Berlin verlegt. Zudem nutzen viele Techno-Touristen die günstigen Hotel-, Hostel- und Feierpreise in Berlin (die sogenannten „Easyjet-Raver“, Rapp 2009), um nur kurze Wochenenden in Berlin zu verbringen. Viele kommen dabei sogar günstiger weg, als wenn sie zuhause eine Nacht ausgehen. Der Berliner „Feier-Markt“ ist groß, mit vielfältigem musikalischem als auch lebensstilistischem Angebot; die Preise günstig und viele Akteure in Berlin von den Einnahmen aus dem regelmäßigen Feierbetrieb abhängig.

Auch die schaffenden Organisationen mitsamt Szenearbeitern sind ein wichtiger Wirtschaftsfaktor: Musiklabels, Musikproduzenten, Veranstaltungsorte, DJs, Techno-Medien usw. usf. In Berlin beschäftigten sich 2008 über 31 % aller Musikunternehmen mit elektronischer Tanzmusik³. Dabei erwirtschafteten die Berliner Clubs und Veranstalter im Jahr 2005 ca. 170 Millionen Euro, mit knapp 8000 Beschäftigten⁴.

Berlin ist dafür bekannt, das besondere, exzessive Feiererlebnis als tagtägliches Programm zu bieten⁵ – bei gleichzeitiger Auswahlmöglichkeit aus verschiedensten Veranstaltungsangeboten. Die Berliner Praxis des Technofeierns entwickelte sich Anfang der 1990er im subkulturellen Milieu herum um die Protagonisten WollXDP und DJ Tanith, fand seinen medialen Höhepunkt in Großveranstaltungen wie der „Loveparade“ und ist mittlerweile zu einem weltweiten Markenzeichen avanciert.

3 Die Kategorien „Electro“, „House und Techno“ zusammengefasst. Studie über die wichtigsten Auslandsmärkte für Musikunternehmen aus Berlin, [http://www.berlin.de/projektzukunft/themen/kreativwirtschaft/musik/detailseite/datum/2008/05/28/die-wichtigsten-auslandsmaerkte-fuer-musikunternehmen-aus-berlin/?tx_ttnews\[backPid\]=200&cHash=4c0567037b](http://www.berlin.de/projektzukunft/themen/kreativwirtschaft/musik/detailseite/datum/2008/05/28/die-wichtigsten-auslandsmaerkte-fuer-musikunternehmen-aus-berlin/?tx_ttnews[backPid]=200&cHash=4c0567037b). Zugriff: 28. Januar 2009.

4 Studie zur Kraft der Berliner Club- und Veranstalter-Szene, 2008. <http://www.berlin.de/sen/wirtschaft/abisz/musikwirtschaft.html>

5 Siehe hierzu zahlreiche Selbstbeschreibungen von Akteuren in Internet-Blogs und -Foren, aber auch als Buchform, gerade aktuell: Airen 2010.

Bisher gibt es keinerlei Forschung, die sich mit speziell mit den wirtschaftlichen Aspekten von Szenen beschäftigt. Da aber immer mehr Menschen in Berlin aufgrund des stetigen Booms der Techno-Szene Tätigkeiten in ihr nachgehen, hauptberuflich, nebenberuflich oder auch als reines Hobby, ist es wichtig mehr über die Arbeits- und Lebensbedingungen in Erfahrung zu bringen.

1.2 WIRTSCHAFTLICHE VERNETZUNG DER SZENE

Dieser Genuss von musikalischer Ästhetik auf den Dancefloors, im Radio oder auch Internet entspringt einem komplexen wirtschaftlichen Zusammenhang (Kühn 2009): Technomusik-Produzenten schaffen stetig neue Musikstücke („Tracks“) in Homerecording-Studios mithilfe spezieller kommerzieller Hard- und Software, Techno-DJs legen sie mithilfe kommerzieller Hard- und Software (Soundanlagen, Mischpulte, Plattenspieler, digitale Auflegesysteme) in Clubs auf – viele Menschen gehen gerne in Clubs, um zu der Musik zu tanzen oder schlicht den Abend (oder auch Tag) zu verbringen. Die Stücke werden in speziellen Musikstudios gemastert und von Musiklabels veröffentlicht. Vertriebe sorgen für die Herstellung der Trägermedien (z.B. Schallplatten, CDs) und übernehmen die Logistik um die Tracks weltweit zum Erwerb verfügbar zu machen. Mittlerweile gibt es auch reine Digitalvertriebe, welche sich nur um den Verkauf und Vertrieb von Musikfiles kümmern – und dazu Agenturen, welche sich um die Presse-Kommunikation von Musiklabels und den zahlreichen digitalen Musikvertrieben kümmern. Presse- und Promotionagenturen produzieren eine medial interessante Adressierung der Tracks und Produzenten/DJs, während Clubbesitzer für die Aufführungsräume und Veranstalter für stetig neue interessante Veranstaltungsangebote (Clubabende, Afterhours, Off-Locations) von Techno sorgen. „Booker“ kümmern sich um die Vermittlung und Anpreisung der Produzenten und DJs auf Veranstaltungen, während zahlreiche Magazine (z.B. De:Bug, Groove, Raveline, etc.) und Internetseiten (Blogs, Foren) ihr Erwerbseinkommen mit der Berichterstattung über die Vorgänge in der Techno-Szene bestreiten. Erwähnt wurden hier auch noch nicht zahlreiche weiteren Arbeiten, welche nicht direkt mit der Produktion, Konsumption, Aufführung und Distribution der musikalischen Praxis Techno stehen, aber in einem engen Ermöglichungs- und Erwerbsarbeitsverhältnis stehen: Buchhalter, Sekretäre, Praktikanten, Barpersonal, Türsteher, etc.

Diese Organisationsformen und neuen Arbeitsidentitäten sind bereits globalisiert: Bekannte DJs und Produzenten fliegen an Wochenenden um die Welt, um ihre eigenen Tracks und die von anderen aufzulegen oder live zu spielen. Vor Ort finden sie alles vor,

was sie auch von Zuhause kennen: Clubs, Publikum, Bars, Toiletten, Tanzflächen, Gagen, Künstlerbetreuer, Medien, etc. Zu internationalen Musikmessen (z.B. WMC Miami, Popkomm, Berlin Music Week) kommen die Vertreter der verschiedenen Organisationen aus der ganzen Welt, Vertriebe verkaufen die Musikstücke an andere Vertriebe in anderen Ländern.

1.3 ÖKONOMISIERUNG UND ÄSTHETISIERUNG

Die Ökonomisierung von Kultur bzw. die Kulturalisierung von Ökonomie sind in der Techno-Szene integraler Bestandteil: Der Genuss der Technomusik-Ästhetik ist stets eng verbunden mit ökonomischem Kalkül (vgl. Hitzler u. a. 2008): Gleichzeitig ist die Techno-Szene vor allem eine ästhetische Vergemeinschaftung: Nur, wer sich für die Ästhetik von lauter Techno-Musik und ihrer ständigen Rituale (z.B. nachts in Clubs, bei schlechter Luft, hoher Lautstärke, etc.) begeistern kann, bewegt sich in ihr.

Produzenten verkaufen ihre Tracks an die Öffentlichkeit, DJs spielen für Gage, Veranstalter und Clubbesitzer verlangen Eintritt, Presse- und Promotionagenturen usw. werden ebenfalls bezahlt. Gleichzeitig produzieren Produzenten speziell Musik, die im Kontext der Techno-Szene aufgeführt wird: Sie reproduzieren Erwartungshaltungen, die sich in der musikalischen Praxis widerspiegeln. Dazu gehört die Verortung in Genres und die Reproduktion der Variation typischer Elemente der Genres. Für Technomusik ist das z.B. die musikalische Form des Tracks, der Trackaufbau, Kickdrums, Snaredrums, Hihats, Geschwindigkeit, Groove etc.

Gleichzeitig wird die Ökonomie aber auch mit dem Faktor „Spaß“ kulturalisiert. Anderen und sich selbst Spaß bereiten und damit auch noch Geld verdienen, das ist die Maxime der Teilnehmenden der Techno-Szene (Hitzler u. a. 2008; Hitzler 2001). Wenn sich ein Track vermutlich nicht ganz so gut verkaufen wird oder ein Veranstaltungskonzept nicht optimal funktioniert, ist es nicht weiter schlimm: Zuerst muss es den Schaffenden gefallen. Diese sind zwar durchaus bemüht genügend Geld und idealerweise noch mehr zu verdienen, aber es muss sich immer mit ihrer szenespezifischen Werthaltung gegenüber z.B. der Musik und auch der Organisation der Szene vertragen. Wenn es finanziell doch knapper wird, sucht man sich einen Nebenjob oder produziert nebenbei Tracks (als Produzent andere DJs z.B.), die nicht unbedingt den eigenen musikalischen Vorstellungen vollständig entsprechen muss, aber eine größere Menge an Tänzern und DJs anspricht, dementsprechend größeren kommerziellen Erfolg verspricht. Jemand, der seine Szenearbeit vor allem aus ökonomisch-maximierenden Kalkül vollzieht und als solcher in

der Szene „entlarvt“ wird, verliert zahlreiche (potentielle) Kooperationsmöglichkeiten mit anderen Akteuren.

1.4 ARBEIT IN DER TECHNO-SZENE

Die Institutionalisierung der Erwerbsarbeit und damit der Arbeitsidentitäten in der Techno-Szene, ist gezeichnet von einer recht „losen“, informellen Form. Arbeitsverträge sind nicht für alle Arbeitsbeziehungen üblich, es gibt in der Regel keine Ausbildung für die ausgeübten Tätigkeiten, freigewordene „Jobs“ werden nicht öffentlich inseriert, gewerkschaftliche Organisation gibt es nicht. Gleichzeitig lassen sich aber auch Momente von Professionalisierung finden: Mittlerweile gibt es privatwirtschaftliche „DJ-Schools“, an denen Studenten die Praxis des Auflegen der der Musikproduktion lernen können⁶. Vereine, die sich um die Vertretung von Interessen von Clubs, DJs und Produzenten vor der Stadt Berlin kümmern und Weiterbildungsseminare organisieren⁷. Oder auch ganze Studiengänge, die sich ganz mit elektronischer Tanzmusik und Kultivierung ihrer Lebensstilen beschäftigen⁸.

Das Erlernen der spezifische Tätigkeiten, das Wissen von der Existenz derselbigen, ist an die jahrelange Teilnahme in der Techno-Szene gebunden (Meyer 2000). Üblicherweise landet man zuerst eher zufällig durch Freunde auf einer Techno-Party oder hat die Musik mal im Radio / auf CD / als Musikfile oder Stream im Internet gehört. Man lässt sich von der Ästhetik der Musik und Veranstaltungen verführen (Hitzler u. a. 2008), besucht die Veranstaltungen öfters und sammelt Wissen über die Szene durch Teilnahme an Veranstaltungen und Austausch auf Internetplattformen. Dieses gesammelte Wissen und die Sammlung von Kontakten zu anderen zentralen Akteuren dient als „subcultural capital“ bzw. Szenekapital (Thornton 1995).

Die Tätigkeiten der Szenearbeiter sind nicht nur durch die Anhäufung von Szenekapital gekennzeichnet, sondern auch durch symbolische Arbeit (Willis 1990). Die Produktion informationeller, ästhetisch aufgeladener unterhaltender Güter für eine allgemeine Szeneöffentlichkeit anhand kommerziell verfügbarer Hard- und Software in Form von Tracks, DJ-Sets, Veranstaltungen, Vermittlung von DJs, Pressemitteilungen, Grafiken, Flyern etc.

Szenearbeiter schätzen in der Regel ihr hohes Maß an Unabhängigkeit, Selbstbestimmung, persönlichen Freiheiten und Möglichkeiten der Kooperation mit anderen Sze-

6 z.B. <http://www.vibra.dj/>, http://www.sae.edu/de/news_overview/727/News

7 z.B. <http://www.clubcommission.de/>, <http://www.artwert.de/>.

8 <http://www.diem.dk/>

neaktivisten. Dafür nehmen sie prekäre Arbeitsverhältnisse, geringe soziale Absicherung, hohe Anforderungen an Selbstorganisation und die Notwendigkeit ständiger Kreativinnovationen überwiegend positiv in Kauf (vgl. Lange 2007). Gleichzeitig sehen viele ihre Arbeit in der Szene nicht als ewig an, sondern halten sich immer „Hintertüren“ offen, wie z.B. formale Ausbildungen an Berufsschulen oder Universitäten, sowie Nebenjobs bzw. Jobs als Freiberufler in den großen Kreativindustrien, der z.B. Werbe- oder Filmbranche.

2. FRAGESTELLUNG

Die Untersuchung von Erwerbsarbeit in der Berliner Techno-Szene findet auf drei Ebenen statt. Dies garantiert eine umfassende Betrachtung. Die Gliederung der Fragestellung lautet wie folgt:

1. Wie ermöglicht die Struktur der Szene als Vergemeinschaftungsform Erwerbsarbeit?
 1. *Wie sehen die strukturellen erwerbswirtschaftlichen Ausprägungen der Techno-Szene aus? (Organisationsformen, Arbeitsidentitäten, Netzwerk)*
2. Wie sieht die Arbeitspraxis zentraler Tätigkeiten der Techno-Szene aus? (DJs, Booker, Veranstalter, Musikproduzenten, ...)
 1. *Welche Chancen und Herausforderungen ergeben sich für die Szenearbeiter?*
 2. *Welche Arbeitsbedingungen finden sie vor? Wie bewerten sie diese?*
3. Wie ist dauerhafte Szenearbeit möglich? (Institutionen, Szenestruktur)
 1. *Welche Ansätze von Professionalisierung gibt es?*
 2. *In welchem Zusammenhang steht die Praxis der Tätigkeiten zu allgemeineren gesellschaftlichen Institutionen, wie Wohlfahrt, Fortschritt, Gesundheit, Individualisierung, etc.?*

3. METHODE

Zur Beantwortung der Forschungsfragen wird eine Methodentriangulation (Flick u. a. 1995) aus Autoethnografie, Experteninterviews, biografischen Interviews und Videoanalyse herangezogen.

Die Methode der Autoethnografie wird benutzt, da ich selbst bereits jahrelanger Teilnehmer der Szene bin: Als Partygast, Radiomoderator, DJ und Booker. Ich betrete kein neues Feld, sondern untersuche eines, in dem ich mich bereits gut zurechtfinde. Mein Feldwissen ermöglicht es mir Zusammenhänge zu erkennen und Kontakte zu In-

terviewpartnern herzustellen. Die zu vermeidenden Effekte, wie das „Übersehen“ oder das Missachten eigentlich wichtiger Aspekte durch Vorwissen versuche ich mithilfe von Interviews, Videoanalysen und wissenschaftlicher Literatur zur Techno-Szene zu mindern. Alles, was irrelevant erscheint wird in die Feldnotizen aufgenommen und anschließend in der Auswertung berücksichtigt. Experteninterviews und biografische Interviews dienen der Erhebung der Szenestruktur und Arbeitspraxis. Geplant sind leitfadensbasierte Interviews mit soziologisch durchdachten Fragen:

- Was geht hier vor?
- Was macht die Person X?
- Was bedeutet das für sie?
- Wie bewertet sie das und warum bewertet sie es so?

Durch Interviews und teilnehmende Beobachtung wird eine Nachzeichnung der Arbeitstätigkeiten mitsamt ihrer szenetypischen Vernetzung möglich. Wo es sinnvoll erscheint, wird per Videoanalyse ergänzt.

4. FORSCHUNGSSTAND

Folgend wird der theoretische Bezugsrahmen der geplanten Forschung skizziert. In der geplanten Lektürezeit (siehe Arbeitsplan) wird dieser noch erweitert und vertieft.

4.1 STRUKTUR VON SZENEN

(Teil-)Aspekte von (Musik-)Szenen, bzw. die Techno-Szene im Speziellen, waren bereits häufig Gegenstand sozial- bzw. musikwissenschaftlicher Untersuchungen⁹. Jedoch beschäftigte sich keine der Untersuchungen mit der Frage nach den Bedingungen der Möglichkeit von Erwerbsarbeit. Die empirische Tatsache, dass Menschen in Szenen arbeiten, ihre Existenzsicherung erwirtschaften, gar prosperieren und strategische Karrieren als

⁹ Für eine Ethnografie der Techno-Szene der 1990er siehe Meyer (2000), Kemper (2004) und Volkwein (2003). Für eine Ethnografie der Berliner Netlabel-Szene siehe Michels (2009). Die Praxis des DJings ist mittlerweile gut dokumentiert, ihr widmeten sich vor allem Poschardt (1995) und Pfadenhauer (2009). Ein Deutungsangebot der musikalisch-produktiven Praxis von Techno liefert Butler (2006), Jerrentrup (in Hitzler 2001), Meueler (1997) und Essl (2007). Eine Studie über die Zusammenhänge von elektronischer Musik und Körpern liefert Jansen (2005). Die Produktion von Techno-Musik in Homerecording-Studios wurde bisher ebenfalls kaum sozialwissenschaftlich untersucht, eine erste explorative Studie dazu erstellte Kühn (2009).

z.B. DJs oder Musikproduzenten verwirklichen können wurde als scheinbar offensichtlich bzw. selbstverständlich wahrgenommen. An genau diesem Punkt setzt meine Forschungsarbeit an. Sie setzt sich zum Ziel zu klären, wie die moderne Vergemeinschaftungsform der „Szene“ am Untersuchungsgegenstand der Berliner Techno-Szene als Struktur für Erwerbsarbeit funktioniert. Als theoretischen Bezugsrahmen dafür bieten sich die Szenetheorien von Ronald Hitzler und Gerhardt Schulze an.

Für Ronald Hitzler (Hitzler 2001; Hitzler u. a. 2008; Hitzler und Pfadenhauer 2009) sind Szenen eine Form post-traditionaler Vergemeinschaftung. Sie stellen eine lockere Form sozialer Vernetzung dar, welche in den „kalten“ Zeiten von Säkularisierung, Pluralisierung, Individualisierung und Globalisierung „Wärme“ spenden. Menschen suchen ein Miteinander, das ihnen ein Höchstmaß individueller Freiheit bei gleichzeitigem Zusammensein mit Gleichgesinnten verspricht. In Szenen wird man nicht hineingeboren, man sucht sie sich anhand der eigenen Interessen aus und fühlt sich eine Zeit lang in ihnen wohl. Dabei kann man gleichzeitig Mitglied in mehreren Szenen sein, wobei man nie wirklich weiß, wo man steht: Am Rande oder sogar im Zentrum, Szenen haben keine klare Abgrenzung. Szenen haben immer ein bestimmtes Thema, wie Sport oder Musik, um die sich ein Lifestyle „mit eigenen Sprachgewohnheiten, Umgangsformen Treffpunkten bzw. Lokalitäten, Zeitbudgetierungen, Ritualen, Festen bzw. Events...“ gruppiert. (2008: 64) Mitglieder von Szenen definieren sich nach Hitzler über gemeinsame Ideen und ästhetische Standards. Über diese ästhetischen Standards (z.B. Techno-Musik, der Besuch von Techno-Veranstaltungen) werden Mitglieder zur Teilnahme an Szenen verführt¹⁰. Mitglieder verweilen in der Regel ein paar Jahre in Szenen und verlassen sie dann aus Langeweile oder Veränderung von Lebensumständen wieder. Neben kurzen bzw. mittelfristigen Mitgliedschaften gibt es auch lange Karrieren der Szene-Macher¹¹, wie DJs, Produzenten, Event-Veranstalter, etc. Diese schaffen, innovieren und reproduzieren das Szeneleben. Dabei kombinieren sie eine szenespezifische Werthaltung mit unternehmerischem Kalkül: Selbst Spaß haben, anderen Spaß bereiten und dabei Geld verdienen bzw. zumindest genug Geld einnehmen, um ihre Existenz zu sichern¹². Die Vielzahl der Szenen kann als

¹⁰ Vgl. hierzu auch Gabriele Klein (2004) über Popkulturen als ästhetische Kulturen, die über alle Gesellschaftsschichten hinweg konsumiert werden. Allerdings ist Klein nur begrenzt anwendbar auf Szenen, da sie von großen Kulturindustrien redet, während die Techno-Szene eher als eine atomistische Ansammlung vieler kleiner selbstunternehmerischer Akteure und Konsumenten, wie DJs, Clubs und Independent-Labels verstanden werden muss. Und eben keine oligarchische Vernetzung großer Major-Labels ist, die einer großen Konsumentenseite gegenüber steht.

¹¹ Siehe auch Diaz-Bone (2002) über Szene-Macher als „Künstler-Unternehmer“.

¹² Mit „Netlabels“, dem kostenfreien legalen Download von Musik im Internet, entwickeln sich derzeit auch nicht erwerbsarbeitliche aber versetzte Formen der Publikation von Techno-Musik, siehe Michels (2009). Nicht ganz unproblematisch, insbesondere für Aktivisten, welche von ihrer Musik in Zukunft leben möchten. Siehe dazu einen Artikel bei Heise Online: „Wallowy verdient Geld mit Creative Commons, und und die Musiker, die mit ihm zusammenarbeiten, verdienen“.

Unterhaltungsangebot an eine juvenile¹³ Zielgruppe verstanden werden, das heißt: Szenen machen sich untereinander Konkurrenz um Mitglieder. In der Regel wählen Menschen „launisch“ aus den Sinnangeboten verschiedener Szenen, woraus individuelle Mixturen verschiedener Werthaltungen sowie musikalischer, sportlicher und anderer thematischer Aspekte entsteht.

Mit dieser Theorie von Szenen gewährt Hitzler interessante Einblicke in das grundsätzliche Funktionieren von Szenen. Leider erfährt man wenig über ihre wirtschaftlichen Zusammenhänge und die Bedingtheit dieser in der Szenestruktur. Die bloße Nennung der Szene-Macher und ihrer basalen Rolle für die Existenz von Szenen reicht nicht, um die erwerbsarbeitswirtschaftlichen Zusammenhänge erklären zu können. Es fehlt die Erklärung der speziellen Organisationsformen und Arbeitsidentitäten. (z.B. Labels, Clubs, selbstunternehmerische Veranstalter / DJs / Musikproduzenten). Wie sind diese möglich?

Eine weitere zentrale Theorie zur Struktur von Szenen liefert Gerhardt Schulze in seiner Kultursoziologie der Erlebnisgesellschaft (2005). Aufbauend auf der zentralen These, dass sich anhand der Ästhetisierung des Alltagslebens ein basaler gesellschaftlicher Wandel erleben lässt, skizziert er eine Theorie der Szene. Nach Schulze, wurde Erlebnisorientierung zur unmittelbarsten Form der Suche nach Glück („Erlebnisrationalität“), löst alte gesellschaftliche Probleme und schafft neue. Eine „Explosion“ individueller Handlungsoptionen geht einher mit neuen Sinnkrisen, deren Bewältigung es neuer gesellschaftlicher Ordnungen bedarf: Szenen. Es entwickeln sich Erlebnismarkt-Ordnungen, bestehend aus Erlebnisangeboten und Erlebniskonsumenten, bei denen selbst der Nichtkonsum bestimmter Angebote eine Form von Kollektivität produziert – Publika. Publika sind Personenkollektive, die sich durch den gleichzeitigen Konsum von Erlebnisangeboten von anderen Publika unterscheiden. Publika sind durch Anschaulichkeit, Kontaktintensität, Homogenität, bestimmter publikumsspezifischer Merkmale (wie z.B. bestimmte Kleidung, bestimmte Gewohnheiten) und stets freiwilliger Vernetzung gekennzeichnet. Auf der Häufung ähnlicher Publikumserfahrungen basiert Schulze's Begriff von

nen mit. Und er sagt: "Sobald ich als Musiker mit Creative Commons erfolgreich bin, muss ich mich davon trennen.", aus <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/30/30585/1.html>, Zugriff: 08.03.2010.

13 „Juvenil“ heißt hier nicht, dass Partizipierende sich im üblichen jugendlichen Alter befinden müssen, sondern dass sie sich an den Idealen von Jugendkultur auch im fortgeschrittenen Alter orientieren. Zum Beispiel Mode, Schönheit, Fitness, Attraktivität. Siehe hierzu vor allem kritisch Hohlert & Terkessidiris (1996) („Pop als ästhetische Selbstdefinition der Kontrollgesellschaft“), oder konkret zur Techno-Szene Annette Weber (ebd.) zur scheinbaren Offenheit der Techno-Szene in den 1990ern, die mit Fitness-Selbstzwängen und „Girlie-Ikonografie“ konterkariert wurde. Und aktuell Gunnar Otte (2007) zur Praxis der Kultivierung von Körperkapital in Clubs und Diskotheken.

Szene. Szenen sind Netzwerke von Publika, die aus drei Arten der Ähnlichkeit entstehen: Stammpublikum und Lokalitäten, die sich auswechseln, und typischen Erlebnisangeboten. Er nennt noch zahlreiche weitere Prinzipien von nachfragerischer Erlebnisrationalität („Korrespondenzprinzip, Autosuggestion, etc.“) Die Erlebnisanfrage ist gekennzeichnet durch Schematisierung und Profilierung, dem Aufbau von Erlebnisimages.

Während Hitzler zumindest die Relevanz ökonomischen Handels mit spezifischer Werterhaltung der Szene-Macher als zentrales kombiniertes Handlungsmotiv darstellte, fehlt bei Schulze der ökonomische Bezug zur Szene völlig. Er gibt zwar hervorragende Einblicke in zentrale kultursoziologische Aspekte, spart aber die Logiken der ökonomischen Selbsttragungskraft solcher Szenen aus. Bspw. wird die Berliner Techno-Szene nicht staatlich subventioniert, was sie zur Untersuchung besonders interessant macht. Im Gegensatz dazu steht die Theater-Szene, die von staatlicher Subventionierung abhängig ist. Wie ist das möglich? Bei Schulze werden empirisch auffindbare szenetypische Organisationsformen und Arbeitsidentitäten nur beispielhaft und zudem recht unspezifisch genannt (z.B. „Kneipen, Theater, Musiker, etc.“), auf ihre Relevanz für die Reproduktion von Szenen selbst allerdings nicht untersucht.

4.2 FORMEN FLEXIBILISierter ARBEITSORGANISATION

Nachdem ich zwei Definitionsangebote für die „Szene“ kurz skizzierte, sollte klar sein, warum es sich bei der geplanten Untersuchung um keine handelt, die sich mit den „Creative Industries“ bzw. der „Culture Industry“ beschäftigt. Es geht um eine eigene Form sozialer Ordnung, nämlich *Szenen*. Da auch in ihnen, z.B. der Techno-Szene, vor allem kreative Arbeit geleistet wird, z.B. Musikproduktion (Kühn 2009), DJing (Pfadenhauer 2009) oder die Organisation von Events (Hitzler und Pfadenhauer 2009), neigen manche zur der schnellen Ansicht, dass es da im kreative Arbeit geht und es sich damit automatisch um eine kreative Industrie handelt. Zwar lassen sich einige Aspekte übertragen (z.B. manche Folgen für Arbeiter aufgrund flexibilisierter Arbeitsorganisation, z.B. Reaktionen auf ein steigendes Maß an struktureller Unsicherheit), aber die Formen sozialer Ordnung sind zu verschieden, um ihre Eigenschaften aufeinander übertragbar machen zu können. Nach dem Büro für Kulturwirtschaftsförderung in Köln wird unter Kreativwirtschaft folgendes verstanden:

Unter Kultur- und Kreativwirtschaft werden diejenigen Kultur- und Kreativunternehmen erfasst, welche überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen/kreativen

Gütern und Dienstleistungen befassen. (Bundesrat, 2009)¹⁴

Damit lässt sich auf sie am ehesten das Strukturkonzept organisationaler Felder (DiMaggio und Powell 1983) anwenden. DiMaggio und Powell zufolge bestehen organisationale Felder aus einer Anzahl von Organisationen von Produzenten, Konsumenten, Zulieferern, regulatorischen Instanzen und anderen Organisationen, die ähnliche Produkte und Dienstleistungen herstellen. Vergleicht man diese Definition mit den beiden Definitionsangeboten von Schulze und Hitzler, so werden die Übertragungsprobleme deutlich.

Trotzdem gibt es Case Studies über kreative Industrien, die bei der Betrachtung von Szenen und ihrer Einordnung hilfreich sind. Als Ausgangspunkt können Untersuchungen über den Wandel von Arbeitsorganisation in anderen Bereichen dienen, die z.B. für spezifische Branchen und Industrien erstellt wurden.

Arnold Windeler untersuchte zusammen mit Jörg Sydow die Organisation der TV-Content-Produktion in interorganisationalen Projektnetzwerken (2004). Projektnetzwerke stellen eine neue Form von Arbeits- und Organisationsordnung dar, die sich aus einem besonders flexiblen und widersprüchlichen Sozialsystem ergeben:

... die Produktion und Verwertung dieser besonderen Dienstleistungen ist ausgesprochen unsicher und risikoreich, müssen in ihr doch widersprüchliche Anforderungen, wie die einer gleichzeitigen Individualisierung und Standardisierung der Produkte, und komplexe Formen der Kundenintegration unter der Bedingung schlecht prognostizierbarer Resultate realisiert werden.“ (ebd., S. 55)

TV-Produzenten und Fernsehsender sind hier Dienstleister für immaterielle massenkulturelle Produkte, die für eine Maximierung von Öffentlichkeit geschaffen werden^{15,16}. Diese große Öffentlichkeit dient der Finanzierung und Profiterwirtschaftung durch Werbeeinnahmen. Wo früher „in-house“ TV-Sender selbst große Produktionen schufen, wurde im Zuge des Wandels vom „producer broadcasting“ zum „publisher broadcasting“ die Organisation von TV-Produktionen in Produktionsnetzwerken über Organisationsgrenzen hinweg langsam eingeführt. (Hierarchische) Projektnetzwerke als Organisationsform

14 http://www.bundesrat.de/cln_109/DE/gremien-konf/fachministerkonf/wmk/Sitzungen/09-12-14-15-WMK/09-12-14-15-leitfaden-9.templateId=raw.property=publicationFile.pdf/09-12-14-15-leitfaden-9.pdf, 12.03.2010

15 Vgl. Storper und Christopherson (1987). Sie untersuchten die Filmindustrie in Kalifornien und kamen zu dem Ergebnis, dass sich Produktion von Filmen von „in-house“-Produktionen großer Studios hin zu vielen kleinen spezialisierten Firmen wandelte („vertically desintegrated“). Allerdings sagen sie wenig über die neue Form der Organisation, da diese nun schlicht auf einem Markt vieler kleiner Firmen stattfinden soll. Windeler gibt hier mit dem Konzept hierarchischer Projektnetzwerke bessere Antworten.

16 Vgl. auch Reimer (2009) zur produktiven Netzwerkpraxis in der Modebranche, sowie (Christopherson und Clark 2007; Hadjimichalis und Hudson 2006; Reimer, Pinch, und Sunley 2008; Gibson und Kong 2005)

zwischen Markt und Hierarchie stellen somit eine neue Koordinationsordnung dar, mit ebenfalls eigenen neuen Arbeitsidentitäten: Projektkoordinatoren, Projekt-Managern etc.

Schaut man sich nun die Praxis in der Techno-Szene an, so lässt sich eine ähnlich Form von Vernetzung finden – allerdings mit wesentlich kleineren und machtloseren Akteuren. Weder Markt, noch Hierarchie dominieren: Eine Mischung aus längerfristigen freiwilligen Kooperationen (z.B. Resident-DJs bei einem Veranstalter, Musikproduzenten, die mehrere Lieder für ein Label machen, oder Veranstalter, die öfters mit einem Clubbesitzer zusammenarbeiten), die allerdings nicht als machtlos verstanden werden können: Komplexe Dynamiken aus Wettbewerbsdruck, Popularität, Szeneethik und Öffentlichkeitsmaximierung setzen die Akteure in unterschiedlich machtvolle Positionen, die sie auszuspielen wissen.

Windeler zufolge haben Projektnetzwerke besondere strukturelle Eigenschaften: Bei der Content-Produktion stehen die zentrale Akteure Fernsehsender und Produzenten im Koordinationszentrum. Interorganisationale Arbeit ermöglicht gemeinsame Erfahrungen und Anschluss an weitere Projekte, Personen und personale Beziehungen über Organisationsgrenzen hinweg haben eine besondere Relevanz. Desweiteren nutzen die Akteure der Produktion etablierte Praktiken und Institutionen als Substitute für fehlende eigenen Regulationen: z.B. informelle Branchenstandards und gesetzliche Regulationen.

Obwohl einige Aspekte von Windeler's Analyse auch auf (Techno-)Szenen übertragen werden können, so gibt es bedeutsame Unterschiede, die eine gesonderte Analyse erforderlich machen.

Die Techno-Szene besteht nicht aus einigen großen, machtvollen organisierten Akteuren, sondern aus vielen kleinen, relativ machtlosen Organisationsformen wie Labels, Veranstaltern, Clubs, Selbstunternemern, etc. Ihr Arbeit besteht auch nicht aus großen aufwendigen Produktionen, sondern vielen kleinen kreativ-standardisierten Dienstleistungen in Form von Musikkonserven, DJ-Sets, und Erlebnisangeboten an kleine, vor allem regionale Zielgruppen. Manche Akteuren betreiben sogar mehrere dieser Organisationsformen gleichzeitig, wie verschiedene Labels, verschiedener Künstler-Pseudonyme und arbeiten als DJs und Musikproduzenten gleichzeitig (Diaz-Bone 2002)). Akteure in der Techno-Szene zeichnen sich desweiteren über eine wertspezifische Haltung zum Thema ihrer Szene aus: Die Ökonomie ist weitestgehend über Spaß kulturalisiert, viele Veranstaltungen finden statt, wo vorneweg klar ist: Das lohnt sich gar nicht. Zum Beispiel wird nach wie vor Musik auf Vinyl vertrieben, obwohl Musiklabels schon lange nicht mehr vom Verkauf ihrer Musik leben können. Pressung auf Vinyl stellt nur einen zusätzlichen Kostenfaktor dar, der die eigene Kasse schmälert. Trotzdem haben viele eine

„emotionale“ Verbindung zum Medium Vinyl, sodass auch nach wie vor im großen Maße auf Vinyl gepresst wird, obwohl sich die Verkaufszahlen nicht mehr tragen.

4.3 ARBEIT IN FLEXIBILISIERTEN ORGANISATIONSFORMEN

Über Arbeitsbedingungen in Szenen gibt es leider keine Forschung, sodass abermals auf Forschung aus den kreativen Industrien zurückgegriffen werden muss. Obwohl man den Eindruck hat, dass gerade in den letzten Jahren seit Florida (Florida 2009, 2004, 2003) über die Arbeits- und Lebensbedingungen in den „Creative Industries“ viel geforscht und geschrieben wurde, argumentiert Reimer (2009), dass es wenig detaillierte Berücksichtigung der Arbeitsbedingungen und Erfahrungen der kreativen Arbeiter gibt. Die Beschreibungen der Bedingungen verbleiben sehr allgemein, die subjektiven Lebenswelten („experiences“) sogar größtenteils außen vor.

Problematisch ist auch hier wieder die Übertragung von Ergebnissen aus der Erforschung organisationaler Felder auf das Arbeitsleben in Szenen. Bei all dem besonderes Fokus auf kreative Großindustrien wie Werbung, Mode oder TV-Produktion bleiben Szenen außen vor. Szenen sind ein Forschungsfeld, dem sich nur langsam geöffnet wird, durch z.B. Bastian Lange. Aber auch er beschäftigt sich nicht konkret mit der Techno-Szene, sodass meine Forschungsarbeit diese Lücke schließen wird.

Lange untersuchte kreative Szenearbeiter in Berlin auf ihre Arbeits- und Lebensbedingungen, und kam zu folgendem Ergebnis:

Im Licht der sozioökonomischen Strukturkrise verweist das Schlagwort eines »neuen Unternehmertums« zum einen auf individualisierte Existenzstrategien oder Ausgrenzung aus sozialen Arbeitskontexten ... Zum anderen hebt es aber auch das gekonnte Ausbalancieren zwischen staatlichen Transferzahlungen, kurzfristigen Jobs sowie Selbstständigkeitsstrukturen hervor, die von immer mehr jungen Akteuren aus dem Bereich der Kulturproduktion praktiziert werden (müssen) ... In Berlin spitzte sich diese Strukturformation in Begriffen wie »neues Prekariat« und »urbane Penner« im Jahr 2006 zu: Hochqualifiziert und zugleich geringe Einkommen mit hohen Bindungen an studentische oder subkulturelle Milieus kennzeichnen das stilistische role-model des neuen »Berliner Selbstunternehmers«. ... Hinter dieser Selbstertüchtigungssemantik zeichnet sich ein neuer Modus der Wissensökonomie ab, der radikal auf kurzfristigen Kreativinnovationen, definitiven Arbeitsflexibilitäten und immensen Anforderungen der Selbstorganisation basiert, sich aber zugleich auf minimalen sozialen Sicherungssystemen sowie dünner Kapitaldeckung entfaltet ... (Hesse und Lange 2007: 66)

Ebenfalls relevant ist eine Studie über den Wandel von Arbeitsbedingungen in der britischen Fernsehbranche (Dex u. a. 2000). Untersucht wurde, wie sich zunehmende Unsicherheit durch regulative und wettbewerbliche Änderungen auf die Strategien der Arbeiter auswirkt¹⁷. Das Ergebnis zeigt, dass betroffene Arbeiter auf steigende strukturel-

¹⁷ Siehe auch Deuze' Studie zur Arbeit in der Videospiele-Industrie (2007).

le Unsicherheit ihre Einkommensquellen diversifizieren, sich mehr informieren, informelle Netzwerke bilden oder gar überlegen, die Branche ganz zu verlassen¹⁸. Auch in der Techno-Szene sind die Akteure häufig mit hoher Unsicherheit konfrontiert (z.B. genügend Musikverkäufe, ausreichend Einnahmen durch Bookings, kommen genug Gäste zur Veranstaltung?), woraus sich eine Diversifizierung zum Ergreifen mehrerer Arbeitstätigkeiten zeigen lässt. Veranstalter machen Promotion auch für andere, oder suchen sich nebenbei einen Callcenter-Job. Produzenten produzieren andere DJs, weil sie dafür von den DJs bezahlt werden. Musiklabels eröffnen Booking-Agenturen, um die gesunkenen Einnahmen durch Musikverkäufe aufzufangen, etc¹⁹.

Lange hat sich jedoch nicht konkret mit der Techno-Szene beschäftigt, sondern auch allgemein mit Arbeitern der kreativen Industrien, sodass durch meine Forschung wichtiges Wissen über die subjektive Arbeits- und Lebenswelten von Szenearbeitern generiert wird.

5. ARBEITSPROGRAMM UND ZEITPLAN

Tätigkeit	Beginn	Dauer
<ul style="list-style-type: none"> Literaturrecherche und -lektüre zur Arbeitssoziologie, Kreativwirtschaft, Musiksoziologie und Techno-Szene Anfertigung einer Literaturübersicht Beginn theoretischer Kapitel 	Oktober 2010	3. Mon.
<ul style="list-style-type: none"> Lektüre von Literatur zu benutzen Methoden und wissenschaftlichem Arbeiten Beginn des methodischen Kapitel 	Januar 2011	2. Mon.
<ul style="list-style-type: none"> Ausarbeitung der Leitfrageninterviews Sichtung und Akquise von Interviewpartnern Vorbereitung der Datenerhebung 	März 2011	1. Mon.
<ul style="list-style-type: none"> Durchführung der Datenerhebung 	April 2011	4. Mon.
<ul style="list-style-type: none"> Transkription und Auswertung 	Juni 2011	6. Mon.
<ul style="list-style-type: none"> Erstellung der ersten Dissertationsfassung Einholen von Feedback zur 1. Fassung 	Februar 2012	6. Mon.
<ul style="list-style-type: none"> Redigation und finale Niederschrift 	August 2012	2. Mon.
Abgabe	Oktober 2012	

¹⁸ Zur Erforschung der Rolle von Unsicherheit für Künstler, siehe auch Menger (1999).

¹⁹ Vgl. auch multiple Künstlerexistenzen bei (Diaz-Bone 2002)

6. LITERATURVERZEICHNIS

Airen. 2010. *Strobo*. 2. Aufl. SuKuLTuR.

Beck, Ulrich. 1986. *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*. 1. Aufl. Suhrkamp Verlag.

Bell, Daniel. 1985. *Die nachindustrielle Gesellschaft*. Campus Fachbuch.

Boschma, Ron A., und Michael Fritsch. 2007. "Creative Class and Regional Growth – Empirical Evidence from Eight European Countries." *SSRN eLibrary*. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1023869

Butler, Mark. 2006. *Unlocking the Groove: Rhythm, Meter, and Musical Design in Electronic Dance Music*. Pap/Cdr. Combined Academic Publ.

Castells, Manuel. 2001. *Das Informationszeitalter Wirtschaft. Gesellschaft. Kultur. Bd. 1: Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft*. 1. Aufl. Leske + Budrich Verlag.

Caves, Richard E. 2002. *Creative Industries: Contracts Between Art and Commerce*. New edition. Harvard University Press.

Deuze, Mark, Chase Bowen Martin, und Christian Allen. 2007. "The Professional Identity of Gameworkers." *Convergence* 13:335-353. <http://con.sagepub.com/cgi/content/abstract/13/4/335>

Diaz-Bone, Rainer. 2002. *Kulturwelt, Diskurs und Lebensstil. Eine diskurstheoretische Erweiterung der bourdieuschen Disktinktionstheorie*. 1. Aufl. VS Verlag für Sozialwissenschaften.

DiMaggio, Paul, und Walter Powell. 1983. "The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields." *American Sociological Review* 48:160, 147. <http://dx.doi.org/10.2307/2095101>

Essl, Karlheinz. 2007. "Wandlungen der elektroakustischen Musik." in: *Zwischen Experiment und Kommerz. Zur Ästhetik elektronischer Musik*, hrsg. von Thomas Dézsy,

Stefan Jena und Dieter Torkewitz 2:37-84. <http://www.essl.at/bibliogr/wandlungen-elak.html>.

Flick, Uwe, Ernst von Kardorff, Heiner Keupp, Lutz von Rosenstiel, und Stephan Wolff. 1995. *Handbuch Qualitative Sozialforschung: Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen*. 2. Aufl. BeltzPVU.

Florida, Richard. 2004. *Cities and the Creative Class*. New edition. Taylor & Francis Ltd.

Florida, Richard. 2007. *The Flight of the Creative Class: The New Global Competition for Talent*. Reprint. Harper Paperbacks.

Florida, Richard. 2003. *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Reprint. Basic Books.

Florida, Richard. 2009. *Who's Your City?: How the Creative Economy is Making Where to Live the Most Important Decision of Your Life*. Reprint. Basic Books.

Gibson, Chris, und Lily Kong. 2005. "Cultural economy: a critical review." *Progress in Human Geography* 29:541-561.

<http://phg.sagepub.com/cgi/content/abstract/29/5/541>

Hadjimichalis, Costis, und Ray Hudson. 2006. "Networks, Regional Development and Democratic Control." *International Journal of Urban and Regional Research* 30:858-872. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-2427.2006.00687.x>

Hesse, und Lange. 2007. "Kreative Industrien. Magma und Mantra der Berliner Stadtentwicklung." *Kommune* 2:64-69.

Hitzler, Ronald. 2001. *Techno-Soziologie : Erkundungen einer Jugendkultur*. Opladen: Leske Budrich.

Hitzler, Ronald, Anne Honer, und Michaela Pfadenhauer. 2008. *Posttraditionale Gemeinschaften: Theoretische und ethnografische Erkundungen*. 1. Aufl. Vs Verlag.

Hitzler, Ronald, und Michaela Pfadenhauer. 2009. "„Vergesst die Party nicht!“. " *Theatralisierung der Gesellschaft*. http://dx.doi.org/10.1007/978-3-531-91442-8_16 .

- Holert, Tom, und Mark Terkessidis. 1996. *Mainstream der Minderheiten: Pop in der Kontrollgesellschaft*. Id-Verlag.
- Jansen, Meike. 2005. *Gendertronics. Der Körper in der elektronischen Musik*. 1. Aufl. Suhrkamp.
- Kemper, Christian. 2004. *mapping techno. Jugendliche Mentalitäten der 90er*. 1. Aufl. Lang, Peter Frankfurt.
- Klein, Gabriele. 2004. *Electronic Vibration: Pop Kultur Theorie*. 1. Aufl. Vs Verlag.
- Knoblauch, Hubert. 2005. *Wissenssoziologie*. 1. Aufl. Utb.
- Kühn, Jan Michael. 2009. *Wie entsteht Neues bei der Produktion elektronischer Tanzmusik im Homerecording-Studio?* Technische Universität Berlin: Diplomarbeit.
- Lange, Bastian. 2007. *Die Räume der Kreativszenen: Culturepreneurs und ihre Orte in Berlin*. 1. Aufl. Transcript.
- Leyshon, Andrew. 2009. "The Software Slump?." *Environment and Planning A* 41:1309 – 1331. <http://www.envplan.com/abstract.cgi?id=a40352>
- Menger, Pierre-Michel. 1999. "Artistic Labor Markets and Careers." *Annual Review of Sociology* 25:541-574. <http://www.jstor.org/stable/223516> (Zugegriffen März 11, 2010).
- Meueler, Christof. 1997. "Auf Montage im Technoland." *Uni Giessen*. <http://www.uni-giessen.de/fb03/vinci/labore/music/meueler.htm>.
- Meyer, Erik. 2000. *Die Techno-Szene. Ein jugendkulturelles Phänomen aus sozialwissenschaftlicher Perspektive*. 1. Aufl. Leske + Budrich Verlag.
- Michels, Antina. 2009. *Netlabels: Soziale Netze On- und Offline*. Netaudio Berlin <http://www.netaudioberlin.de/publications/>.
- Otte, Gunnar. 2007. "Körperkapital und Partnersuche in Clubs und Diskotheken. Eine ungleichheitstheoretische Perspektive."

- Pfadenhauer, Michaela. 2008. *Organisieren: Eine Fallstudie zum Erhandeln von Events*. 1. Aufl. Vs Verlag.
- Pfadenhauer, Michaela. 2009. "The Lord of the Loops. Observations at the Club Culture DJ-Desk." <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/viewArticle/1338>
- Poschardt, Ulf. 1995. *DJ-Culture*. Rowohlt Verlag.
- Rapp, Tobias. 2009. *Lost and Sound: Berlin, Techno und der Easyjetset*. 1. Aufl. Suhrkamp Verlag.
- Reimer, Suzanne. 2009. "Geographies of production III: knowledge, cultural economies and work (revisited)." *Progress in Human Geography* 33:677-684. <http://phg.sagepub.com/cgi/content/abstract/33/5/677> .
- Reimer, Suzanne, Steven Pinch, und Peter Sunley. 2008. "Design spaces: Agglomeration and creativity in British design agencies." *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography* 90:151-172. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-0467.2008.00284.x> .
- Schulze, Gerhard. 2005. *Die Erlebnisgesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart*. 1. Aufl. Campus Verlag.
- Steinbicker, Jochen. 2001. *Zur Theorie der Informationsgesellschaft: Ein Vergleich der Ansätze von Peter Drucker, Daniel Bell und Manuel Castells*. 1. Aufl. Leske + Budrich Verlag.
- Storper, Michael, und Susan Christopherson. 1987. "Flexible Specialization and Regional Industrial Agglomerations: The Case of the U.S. Motion Picture Industry." *Annals of the Association of American Geographers* 77:104-117. <http://www.jstor.org/stable/2569205> .
- Thornton, Sarah. 1995. *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*. Blackwell Publishers.
- Volkwein, Barbara. 2003. *What's Techno?*, Osnabrück: epOs-Music <http://www.epos.uni-osnabrueck.de/music/templates/buch.php?id=31&page=/music/books/v/volb03/pages/>.

Webster, Frank. 2002. *Theories of the Information Society*. 2. Aufl. Routledge Chapman & Hall.

Willems, Herbert. 2009. *Theatralisierungen der Gesellschaft 1*. VS Verlag.

Willis, Paul. 1990. *Common culture: Symbolic work at play in the everyday cultures of the young*. Westview Press.

Windeler, Arnold. 2004. "Organisation der TV-Produktion in Projektnetzwerken: Zur Bedeutung von Produkt- und Industriespezifika." in: *Organisation der Content-Produktion*, hrsg. von J. Sydow und A. Windeler.