SSOAR

Open Access Repository
www.ssoar.info

Let the music play! Studien zur Musiksoziologie

Höllinger, Franz (Ed.); Reicher, Dieter (Ed.)

Veröffentlichungsversion / Published Version
Sammelwerk / collection

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:
SSG Sozialwissenschaften, USB Köln

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:
Höllinger, F., & Reicher, D. (Hrsg.). (2007). *Let the music play! Studien zur Musiksoziologie*. Graz: Universität Graz, Sozial- und Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät, Institut für Soziologie. https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-235312

Nutzungsbedingungen:
Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.
Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:
This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.
By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

gesis Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

LET THE MUSIC PLAY!

Studien zur Musiksoziologie

Ergebnisse des Forschungspraktikum Musiksoziologie
2006/07
am Institut für Soziologie
der Karl-Franzens Universität Graz

Lehrveranstaltungsleiter:

Dr. Franz Höllinger
Dr. Dieter Reicher

Teilnehmer:

Ulrike Aldrian
Bernadette Böhm
Christina Drumbl
Jürgen Fleiss
Peter Gaube
Stefanie Greimel
Mario Hiebler
Manuel Herler
Dragana Grbic
Lukas Kirisits
Uwe Kowatz
Christina Landgraf
Maria Mileder
Thomas Prettenthaler
Katrin Pucko
Alexandra Quinz
Hermann Risslegger
Andreas Weissensteiner
Susanne Sackl
Mattias Scherz
Elisabeth Schmee
Daniel Semper
Helga Wiesenhofer
Markus Vonach

Graz, im Juni 2007

Inhaltsverzeichnis

Vorwort _____ ***4***

Jung und nicht mehr jugendfrei *– Das Phänomen Fantum am Beispiel von Tokio Hotel-Fans* _____ ***7***

„PIMP“ & „BITCH“ *– Geschlechterkonstruktion im HipHop* _____ ***46***

„Austropop“ *– Eine österreichische Musik in Gefahr?* _____ ***82***

Musikunterricht HEUTE *– Eine Analyse des Musikunterrichts in der achten Schulstufe an steirischen Schulen* _____ ***109***

Weil ich ein Mädchen bin… *- Frauen als Musikerinnen* _____ ***134***

Die Entstehung einer Jugendmusikszene am Beispiel des Bezirks Voitsberg _____ ***176***

Musik. Erlebnis. Ritual. *Erlebniskonstruktion am Beispiel der High-End Musikhörer* _____ ***195***

Vorwort

Musik stellt zweifelsohne eine zentrale menschliche Kulturtätigkeit dar. Die Menschen scheinen zu allen Zeiten und überall auf der Welt zu singen, Instrumente zu spielen oder dem Klang von Musik zu lauschen. Durch die Musik bringen wir Gefühle wie Freude, Liebe oder Trauer zum Ausdruck; sie begleitet uns in vielen Momenten unseres Alltagslebens und ist ein zentrales Element von Gemeinschaftsereignissen und Feierlichkeiten jeglicher Art. Umso bemerkenswerter ist es, dass die Soziologie, als eine Wissenschaft vom Menschen, der Musik als Forschungsgegenstand bislang sehr wenig Aufmerksamkeit gewidmet hat. Mit der Ausnahme von Max Weber, Georg Simmel und Theodor Adorno wurde die Musik von den „Klassikern“ der Soziologie als sozialrelevantes Phänomen weitgehend ignoriert; im deutschsprachigen Raum fristet die Musiksoziologie bis heute eine Randexistenz.

Dieser Umstand wurde uns sehr deutlich bewusst, als wir mit der Planung dieses Forschungspraktikum begannen und feststellen mussten, dass die Forschungsinhalte und Forschungszugänge der musiksoziologischen Literatur im Vergleich zu anderen Teilgebieten der Soziologie einen sehr geringen Kanonisierungsgrad aufweisen. Dieses Defizit muss aber aus der individuellen Forscherperspektive nicht unbedingt nur negativ sein, denn dadurch stehen auch Freiräume des Forschens und Nachdenkens offen. Einer der Gründe für die marginale Bedeutung der Musiksoziologie wurzelt unserer Meinung nach in einem generellen Problem der sozialwissenschaftlichen Forschung. Musik hat nämlich von allen menschlichen Kulturtätigkeiten am unmittelbarsten mit Emotionen, Gefühlen und Stimmungen zu tun. Im Gegensatz etwa zur Literatur ist in der Musik der „rationale“ oder „kognitive“ Anteil gering. Musik wird unmittelbarer empfunden. Weil aber die Sozialwissenschaften Emotionen und Gefühle bis heute nur in unzureichender Weise konzeptionell, empirisch und paradigmatisch integrieren konnten, wird die Musik kaum zum Forschungsgegenstand. (Es ist daher auch nicht verwunderlich, dass sich Weber gerade mit dem Aspekt der Rationalisierung von Musik beschäftigte und dass viele moderne Musiksoziologen die Musikindustrie als rationale Organisation zu ihrem Forschungsgegenstand gemacht haben). Aufgrund dieser Überlegungen trägt die soziologische Beschäftigung mit Musik auch zu einer grundsätzlichen Verbesserung des Verständnisses von Emotionen und ihrer Rolle im Gesellschaftsleben bei. Wir wollten daher dem Aspekt der Emotionalität der Musik in diesem Praktikum besondere Aufmerksamkeit schenken.

Bei der Planung und Vorbesprechung des Forschungspraktikums stellte sich heraus, dass für den Großteil der Studierenden bestimmte Strömungen und soziologische Aspekte der Jugend- und Populärmusik von besonderem Interesse sind. Die Beschäftigung mit Jugendmusik eröffnet den Zugang zu Bereichen der jugendlichen Gefühls- und Lebenswelt, die dem distanzierten soziologischen Betrachter sonst eher verschlossen sind; sie gibt Aufschluss über Wünsche, Träume, Ängste und andere emotionale Aspekte des Heranwachsens in der Gegenwartsgesellschaft. Zum anderen erschließt die

Beschäftigung mit Jugendmusik Aspekte des peer-group-Verhaltens, der Gruppenkonformität, der Distinktion von anderen Jugend(musik)szenen, wie auch des manifesten oder latenten Protests gegenüber den Normen und Spielregeln der herrschenden Erwachsenengesellschaft.
Angesichts der Vielfalt von (jugend)musikalischen Stilrichtungen und musikalischen Interessen Jugendlicher konnten in den Arbeitsgruppen des Praktikums natürlich nur einige Ausschnitte aus diesem breiten Forschungsfeld untersucht werden:
Eine der sieben Gruppen erforschte das Phänomen ***Fantum am Beispiel der deutschen Popgruppe "Tokio Hotel"***. Anhand einer online-Befragung von Mitgliedern eines Fan-Forums und einer Inhaltsanalyse von "Fanfictions" (Fan-Geschichten) wurde in dieser Arbeit versucht, charakteristische Merkmale des Fantums - den "Fetischismus" mit Fan-Objekten, das berauschende Gefühl der Masse (bei Konzerten), die gemeinschaftsbildende Funktion der Fankultur wie auch die Abgrenzung gegenüber anderen Musikszenen – zu erfassen. Die Analyse der Fanfictions verweist u.a. auch auf eine wenig „politisch korrekte" Einstellung vieler Jugendlicher zum Thema Sexualität und Frauenbild. Ähnliches zeigte sich in der Forschungsarbeit einer anderen Gruppe, die mittels einer Sequenzanalyse von amerikanischen und deutschen Videoclips und einer Schülerbefragung die Akzeptanz von ***Sexismus in der Hip-Hop-Szene*** untersuchte. Die Forschungsarbeit über ***Austropop*** untersucht den Stellenwert österreichischer und umgangssprachlicher Popmusik in einem globalen, insbesondere auf die anglo-amerikanische Kultur ausgerichteten Musikumfeld und geht der Frage nach, warum österreichische Dialektmusik in der derzeitigen Jugendgeneration viel weniger Anklang findet als noch vor wenigen Jahrzehnten. Der Beitrag ***Musikunterricht in der Schule*** vergleicht die pädagogischen Konzepte und die praktischen Erfahrungen von Musiklehrern im Musikunterricht mit der Wahrnehmung und Bewertung des Musikunterrichts durch die Schüler. Diese Studie zeigt, dass trotz gewisser Bemühungen der Lehrkräfte, die Jugendmusikkultur in den Musikunterricht einzubeziehen, nach wie vor eine große Diskrepanz zwischen der Klassiklastigkeit des Musikunterrichts und den musikalischen Interessen der Schüler besteht. Ein weiterer Beitrag befasst sich mit der Rolle von ***Frauen als Musikerinnen*** sowohl im Bereich der klassischen Musik als auch im Bereich der modernen Unterhaltungsmusik (Frauen in Bands und als DJanes). Von besonderem Interesse war hier die Frage, warum Frauen auch in den modernen Genres der Popmusik bislang als Musikerinnen stark unterrepräsentiert sind. Die Forschungsergebnisse dieser fünf Gruppen beruhen neben den bereits genannten Erhebungsmethoden auf Interviews mit Angehörigen der jeweiligen Musikszenen sowie auf einer Fragebogenuntersuchung an Schulen in Graz und in den umliegenden Bezirken.
Eine weitere Gruppe erforschte die ***Jugendmusikszene im Bezirk Voitsberg***, der sich im Vergleich zu anderen steirischen Bezirken durch eine erstaunlich große Anzahl von Bands und ein sehr dichtes Angebot an Konzertveranstaltungen auszeichnet. Mit Hilfe von teilnehmenden Beobachtungen, zahlreichen Interviews mit Bandmitgliedern, Repräsentanten von "Jugendmusikvereinen" u.dgl. und einer Analyse von Band-Homepages

wurden die Gründe und Rahmenbedingungen dieses „Musik-Booms" eruiert. Einen ganz eigenständigen Weg ging eine letzte Gruppe des Forschungspraktikums. Sie untersuchte mittels Tiefeninterviews die ***Szene der High-End-Freaks***, d.h. jener Personen, die Musik auf besonders verfeinerte Weise mit sehr teueren Musikanlagen genießen. Im Zentrum dieser Studie standen die Strategien, mit denen dieses Musikerlebnis konstruiert wird.
Abschließend möchten wir hervorheben, dass die TeilnehmerInnen des Praktikums ein außergewöhnliches Engagement zeigten und sich ihren Forschungsthemen in sehr kreativer Weise annäherten. Dementsprechend sind auch die hier präsentierten Forschungsberichte unseres Erachtens sehr gut gelungen. Die Begeisterung der Studierenden für musiksoziologische Fragen steht in auffälligem Kontrast zum geringen Interesse, das die akademische Soziologie diesem Forschungsbereich entgegenbringt. Wir hoffen, dass die Ergebnisse dieses Praktikums einen kleinen Beitrag dazu leisten, die Bedeutung der Musik im Rahmen der soziologischen Gesellschaftsanalyse zu veranschaulichen.

Graz, im Juni 2007 Dieter Reicher und Franz Höllinger

Gaube Peter, Pucko Katrin, Weissensteiner Andreas

Jung und nicht mehr jugendfrei

Das Phänomen Fantum am Beispiel von Tokio Hotel-Fans

1 Einleitung

Als wir unsere ersten Ideen für das Thema unseres Forschungspraktikums sammelten, erste Forschungspläne erstellten, Möglichkeiten sondierten, erste Recherchen im Feld (vorwiegend im Internet) starteten, um uns einen Überblick zu verschaffen, war zunächst noch angedacht, unsere Fragestellungen zum Thema Fantum anhand eines Vergleiches von verschiedenen Fangruppen festzumachen, und zwar den Tokio Hotel-Fans, Bob Dylan-Fans und Heavy Metal-Fans. Alsbald stellte sich jedoch heraus, dass das Segment der Tokio Hotel-Fans, das Phänomen Tokio Hotel so vielschichtig war, so viel Stoff hergab, dass wir unser Interesse alsbald nur noch in diese Richtung lenkten.

1.1 Kritische Würdigung des Phänomens Tokio Hotel

Es ist ein leichtes, bei all dem aufgebauschten Trubel um Tokio Hotel, ihrer Omnipräsenz in den Teenie-Print-Medien und auf den Kanälen der Jugendmusiksender, bei all den regelmäßig in unbarmherzige Kamerablickwinkel geratenden, hysterisch kreischenden, selbst gemalte Schilder mit schwärmerischen Liebesbekundungen oder eindeutigen obszönen Aufschriften schwingenden, vor Hotelzimmern und Konzerthallen lagernden Teenager-Fans das Phänomen Tokio Hotel vorschnell in die Riege inszenierter, konzipierter, stilisierter, für adoleszente weibliche Sehnsüchte zurechtgemachter Plastik-Boybands einzureihen.
Und doch divergiert das, was Tokio Hotel zu großen Teilen in der Wahrnehmung ihrer Fans ausmacht, entschieden und in fundamentalen Punkten vom allbekannten, zum Allgemeingut erhobenen Stereotyp einer Retorten-Boyband; also von jener Manifestation popkultureller Depravation, die mit den für eine TV-Show von schöpfender Produzentenhand gecasteten Monkees[1] seinen Gründungsmythos erfuhr und in den 80er und 90er Jahren mit durchkonzipierten und auf angenommene Teenagerwünsche und –träume zurecht und passend geschliffenen Acts wie „New Kids On The Block“ oder „Backstreet Boys“ ihren Höhepunkt fand. Denn, so suggerieren zumindest das mediale Sperrfeuer und die Drahtseilzieher des allseits kolportierten Images der Band, also Plattenfirma, Management, die Teenie-Publikation Bravo und die verantwortlichen Produzenten, Tokio Hotel sind anders, gehorchen nicht den ehernen Mechanismen und Regeln des artifiziell-synthetischen Retorten-Band-Segments, ganz im Gegenteil, Tokio Hotel sind - um dem Kreisen um das Enigma des eminenten Erfolgs der jugendlichen Truppe ein Ende zu bereiten – authentisch, eine veritable Rock-Band, eine unzertrennliche

[1] vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Monkees

Männer/Jungen-Freundschaft, die ihre Instrumente – Gitarre, Bass, Schlagzeug Gesang, also das klassische Rock-Outfit – beherrscht, unverfälschte, schweißtreibende Rock-Shows spielt, eigene Songs schreibt, ja komponiert, die unmittelbar von ihren Gedanken, Gefühlen, Lebenswelten künden – Tokio Hotel sind schlicht und einfach eine organisch gewachsene Band mit integrem Fundament, der nichts ferner liegen würde, als ihr Talent in einer der einschlägigen Casting-Burlesken aufzureiben – und die ganz zufällig Millionen an Mädchenherzen an sich bindet und in die Plattenläden treibt. Zufällig?
Es darf zumindest Zweifel angemeldet werden, denn durchdringt man das in seinem Schein so evidente Phänomen Tokio Hotel mit einem näheren, kritisch hinterfragenden Blick, so beginnt die Fassade um die Autonomie, Authentizität, Unmittelbarkeit und Integrität beträchtlich zu bröckeln.
Unhintergehbare Tatsache, das muss konzediert werden, ist zumindest, dass Tokio Hotel keine gecastete Band ist, sondern eine, deren Ursuppe wohl in irgendeiner elterlichen Garage zu finden ist und die sich ihre ersten Sporen in blutjungem Alter unter dem Banner „Devilish“ firmierend, ohne stützende und pushende Plattenfirma im Rücken auf den kleinen lokalen Bühnen von Magdeburg verdiente und gar in Eigenregie eine holprige, um nicht zu sagen, dilettantische Demo-CD voller unausgereifter Songs und Textzeilen wie „Keine Arbeit und Gewalt, so wird hier keiner von uns alt. Politiker fühlen sich ganz schlau, und trotzdem bleibt der Alltag grau“[2] einspielten. Als Bill Kaulitz, Sänger von Tokio Hotel, im Rahmen eines Auftritts in der Casting- und Talent-Show „Starsearch“ auf dem Privatsender Sat1 2003 im Hauptabendprogramm über deutsche Bildschirme flimmerte[3], wurden Peter Hofmann und sein Produzententeam um Pat Benzner, Dave Roth und David Jost[4] auf den damals trotz aller Kindlichkeit schon androgyn gestylten, mit fast mädchenhafter Stimme singenden Bill aufmerksam und nahmen nach einem Devilish Konzertbesuch die gesamte Band in Bausch und Bogen unter ihre Fittiche.[5] Die „Verkleidungen“ der Band - die ja gleichsam auch stets auf einen idealisierten wie stereotypisierten Habitus oder Charakter verweisen und zumindest partiell das Potenzial zu Identifikation erst generieren - und die optische Präsenz der Bandmitglieder wurden weiter herausgearbeitet und optimiert, ein wasserdichter Marketingplan musste ausgetüftelt werden, der Band wurde Musikunterricht erteilt, um sie schließlich mit dem Produzententeam und einigen Profimusikern in ein Tonstudio zu verfrachten und das verkaufstechnisch im deutschsprachigen Raum durch die Decke gehende Debüt „Schrei“ aufzunehmen.
Auch wenn gerade die Teenie-Medien wie die Zeitschrift „Bravo“, die ihr maßgebliches Scherflein zum Erfolg von Tokio Hotel beitrug und noch beiträgt, in dem sie die Band und ihr Produzententeam schon vor der Veröffentlichung eines einzigen Tones in überschwänglichen Artikeln protegierte, beinahe jede Ausgabe über Tokio Hotel berichtete – gleichsam aber auch bald vom

[2] vgl. http://lyrics.songtext.name/Devilish/Grauer-Altag-77364.html
[3] vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Tokio_Hotel
[4] vgl. Fuchs-Gamböck, Schatz 2006, S. 32
[5] vgl. Fuchs-Gamböck, Schatz 2006, S. 31 - 33

Phänomen Tokio Hotel zu profitieren begann, als dass die Auflage mit dem Einsetzen der von Bravo selbst herbei geschriebenen Hysterie um Tokio Hotel mit den in extensiver Zahl betriebenen Titelgeschichten um mehr als 12 Prozentpunkte in die Höhe schnellte[6], aber auch Publikationen wie die von Fuchs-Gamböck und Schatz verfasste (voreilige) Tokio Hotel-Biographie gerne das Bild einer Band lancieren, die authentisch und integer ist, die ihre Songs und Texte selber schreibt, letztere alleine auf ihrem ureigenen Erfahrungsschatz, ihren Sentiments und Lebenswelten gründet und der das Produzentengespann alleine unterstützend unter die Arme greift, so reicht ein Blick auf die Songwriting-Credits des Debütalbums von Tokio Hotel namens „Schrei", um dieses Bild umzustoßen und als bloße, wenn auch gern bemühte Chimäre zu enttarnen.
Denn diese (Musik und Text) weisen neben Bill Kaulitz und teilweise den anderen Bandmitgliedern stets auch Teile bzw. das gesamte Produzententeam als Urheber aus[7] – über den tatsächlichen Anteil der Tokio Hotel-Musiker am künstlerischen Produkt kann schließlich nur spekuliert werden; führt man sich allerdings vor Augen, dass einige Stücke auf Schrei ohne das Zutun der Bandmitglieder entstanden und wie laienhaft man noch auf der Demo-CD-Produktion agierte, wie sehr sich das klangliche und lyrische Gesamtbild der Band unter der Ägide der Produzenten veränderte bzw. weiterentwickelte, so kann man getrost davon ausgehen, dass letztlich bei Tokio Hotel der fertige Song genau in solchem Maße unmittelbarer Ausdruck der ausführenden Interpreten ist wie dies bei den üblichen Boybands der Fall ist.
Jenes Phantasma der angeblichen Authentizität von Tokio Hotel wird auch dann besonders evident, wenn man den Blick über die Texte streifen lässt und einem alsbald gewahr wird, dass Tokio Hotel in ihren symbolschwangeren, mit diffusen aber emphatischen Begriffen und Idiomen (wie beispielsweise in „Durch den Monsun", wo Phrasen wie „Ende der Zeit"; „ Hinter die Welt" fallen) hantierenden, partiell aber auch direkten und unverblümten, stets auf die Nöte, Sorgen, Erfahrungswerte und Lebenswelten der Teenager-Klientel zurechtgemachten Texten [8] Lebenserfahrung und –weisheit suggerieren, die in völlig kontradiktorischer Relation zu dem tatsächlichen, juvenilen Alter der Bandmitglieder (als die Debütsingle „Durch den Monsun" erschien, war der Sänger der Band erst 15 Jahre alt) stehen.[9] Schließlich bleibt vom hehren kreativen Akt nicht mehr als synthetische, konstruierte Mimesis von formelhaft gedachten Teenager-Erlebniskategorien.
Auch lohnt es sich, die Archive der Popgeschichte nach dem Œuvre des Produzentengespanns zu durchstöbern – denn man fördert alsbald Erstaunliches, Befremdliches und Obskures ans Tageslicht. So verdienten sich die Herren hinter Tokio Hotel vorwiegend als Komponisten, Texter und Produzenten von Künstlern wie den Lollipops – eine Mädchenband mit stets

[6] vgl. Fuchs-Gamböck, Schatz 2006, S. 40 – 46 und http://www.stern.de/unterhaltung/musik/:Tokio-Hotel-Das-Pop-Wunder-Provinz/581779.html?p=2&nv=ct_cb&eid=581141
[7] vgl. http://austriancharts.at/showitem.asp?key=23100&cat=a
[8] vgl. http://www.lyricsmania.com/lyrics/tokio_hotel_lyrics_8156/
[9] vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Tokio_Hotel

rochierenden Gesichtern, die Charthits und Schlager mit auf die Klientel von Kindern zugeschnittenen Neutextungen interpretiert, also covert[10] -, Schlagerstars wie Patrick Nuo oder Marianne Rosenberg oder infantilem Plastik-Techno wie Sqeezer ihr Lohn und Brot[11]– ein künstlerischer Hintergrund, der nicht unbedingt prädisponiert, um authentischer, origineller Rock-Musik auf die Beine zu helfen.
Auch tut man nicht unbedingt der Wahrheit einen Gefallen, wenn man in den Tenor jener apologetischen Medien einstimmt, die da Tokio Hotel so unbedingt als originell verstanden wissen wollen. Denn wenn auch der Sound von Tokio Hotel gerne als neu, aufregend, als Novität im deutschen Sprachraum inszeniert wird, so steckt hinter der Musik wie dem Styling nicht mehr als gemeiner Eklektizismus. Deutsche Texte sind spätestens seit den Megasellern Juli und Silbermond, die allesamt vor Tokio Hotel die deutschen und österreichischen Charts aufrollten, ein alter Hut, selbes gilt für den einfachen, leicht düsteren Rock der Band, der nur seit der Grunge-Welle altbekannte Laut-Leise-Dynamiken perpetuiert und das formelhafte Konzept mit seit der finnischen Rock-Band HIM salonfähig gewordenen, molltönenden Gothic-Zitaten anreichert. Auch das extravagante, halb düstere, halb puppenhafte Aussehen des Sängers Bill ist dem J-Rock bzw. der japanischen Subkultur Visual-Kei entlehnt, die sich gerade in Deutschland momentan zunehmender Beliebtheit erfreut.[12]
Jenes extraordinäre Styling des Sängers ist oftmals auch das herausstechende Odium der Tokio Hotel-Hater, eine Projektionsfläche für Angriffe von zumeist jungen Menschen, die dem Phänomen Tokio Hotel, ihrem künstlerischem Duktus, ihren Fans antagonistisch begegnen. Dies kann so weit gehen, dass Tokio Hotel-Fans in Fanforen von Hatern diffamiert und beleidigt werden, dass – wenn womöglich auch nur aus Spaß – zu Aktionen gegen Tokio Hotel und ihre Fans aufgerufen wird[13], oder dass sich Tokio Hotel-Hater im Internet als Mitglieder von Tokio Hotel ausgeben, um leichtgläubige Fans an der Nase herumzuführen.
Generell scheint das Phänomen Tokio Hotel gerade Jugendliche dergestalt zu polarisieren wie weiland die Kelly Family, es kommt nicht selten vor, dass sich Fans Verhöhnungen und Beleidigungen durch ihre Umwelt (sei es nun im Internet, in der Schule oder gar im Freundeskreis) ausgesetzt sehen und sich darob oftmals nicht getrauen, ihr Fantum beispielsweise durch das Tragen von T-Shirts nach Außen zu kehren.

[10] vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Die_Lollipops
[11] vgl. http://austriancharts.at/showperson.asp?name=Peter+Hoffmann und http://austriancharts.at/showperson.asp?name=David+Jost und http://austriancharts.at/showperson.asp?name=Dave+Roth und http://austriancharts.at/showperson.asp?name=Patrick+Benzner
[12] vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Visual_Kei
[13] vgl. http://www.tokiohotel-online.net/666.in-bremen-wird-zur-schlacht-gegen-tokio-hotel-fans-aufgerufen

2 Forschungsdesign

Im folgenden Abschnitt werden im Anschluss an eine Definition des sozialen Phänomens Fantum die zentralen Fragestellungen der Studie, die angewandten Forschungsmethoden sowie eine Beschreibung der Stichprobe der Tokio Hotel-Fans dargestellt.

2.1 Definition von Fantum

Wir definieren nun Fantum bzw. Fansein aufgrund des explorativen Charakters der Studie ganz bewusst sehr breit und in Anlehnung an das Alltagsverständnis des Begriffes, um damit der Gefahr vorzubeugen, durch allzu präzise theoretische Konstruktionsarbeit zu stark selektiven Wahrnehmungen des Phänomens verleitet zu werden und dergestalt möglicherweise relevante Aspekte schon vorab auszublenden. Demnach sind Fans im Allgemeinen und Musikfans im Besonderen als jene Personen zu bezeichnen, die sich stark für eine oder mehrere Personen oder eine Sache, in diesem Falle also für die Musik und die diese Musik produzierenden Personen, interessieren und begeistern und somit als Anhänger oder Verehrer der Band gelten[14], wobei hier allerdings von einem entsprechenden Selbstverständnis als Fan ausgegangen wird, um die Gruppe der Fans von jenen Personen abzugrenzen, deren Auseinandersetzung mit der Band sich etwa nur auf sporadisches Konsumieren der Musik beschränkt, für die die Band als solche aber ansonsten keine oder nur eine untergeordnete Rolle spielt und deshalb auch nicht motiviert genug sind, Tokio Hotel in weiterer Folge besondere Aufmerksamkeit angedeihen zu lassen.

2.2 Fragestellungen

Um einem vielschichtigen Phänomen wie dem des Fantums, in unserem Falle, das Fansein bei Tokio Hotel-Anhängern, gerecht zu werden und seiner Komplexität auf die Spur zu kommen, schien es uns notwendig, unser Thema in mehrere, zunächst separat behandelte, aber schließlich gemeinsam zu betrachtende Dimensionen, die im Folgenden in konziser Form expliziert seien, auszudifferenzieren.
Zunächst galt es im Kapitel „Selbstbild der Fans“ zu eruieren, was in den Augen der Tokio Hotel-Fans einen guten Fan ausmacht und jenes selbst entworfene Bild mit unserer vorab vorgenommenen Definition von Fansein abzugleichen. Zudem wurden Präferenzen im Fansein wie das Potenzial der kritischen Reflexion der eigenen Fanrolle erhoben und die Relevanz von Fanartikeln aufgezeigt.
Den nächsten Schwerpunkt bildet „das Bild des Popstars und seine mediale Beförderung“. Im Zentrum steht hier der Vergleich des Bildes der Band in den Medien mit jenem der Fans. Weiters werden Zuschreibungen von Eigenschaften der vier Bandmitglieder bzw. der zwei populärsten Tokio Hotel-Musiker (der Sänger Bill und der Gitarrist Tom) gegenübergestellt. Durch

[14] vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Fan

welche Medien und Personen Jugendliche zu Tokio Hotel Fans werden und wie sie dann zu ihren Informationen über ihre Idole kommen, formt den zweiten Teil des Kapitels.
Im Zentrum der hernachfolgenden Dimension „Distinktion und Konflikt“ stand die Frage, inwieweit Distinktionsmechanismen der Tokio-Hotel-Fans gegenüber anderen Tokio Hotel-Fans, Fans anderer Bands und ihrer Umwelt greifen; gleichsam wurden potenzielle, aus dem Fansein erwachsende Konflikte der Tokio Hotel-Fans mit ihrer Lebenswelt nachgezeichnet.
Im Kontext von Kohäsion und Gruppenbildung wurde schließlich der Topos Masse herausgegriffen – theoretische Überlegungen von Le Bon, Freud und Canetti wurden auf ihre empirische Anwendbarkeit überprüft, es wurde nachgewiesen, dass sich typische Charakteristika der Masse auch bei Vielheiten von Tokio Hotel-Fans (beispielsweise bei Konzerten) manifestieren.
Den Abschluss bildet ein Kapitel über das Phänomen der Fanfictions, dem wir aufgrund seiner Besonderheit und Komplexität eine gesonderte Darstellung widmen.

2.3 Empirische Methoden

Aufgrund der genannten Vielfalt von Fragestellungen bedienten wir uns einer ganzen Reihe von empirischen Methoden, um dergestalt möglichst umfassende Erkenntnisse gewinnen zu können. Diese werden nachfolgend kurz vorgestellt.
Als das am besten geeignete Mittel zur Beantwortung unserer zentralen Forschungsfragen erschien uns ein Online-Fragebogen, der speziell für Tokio Hotel-Fans konzipiert und in mehreren großen, unserer Meinung nach deshalb auch relevantesten Tokio Hotel-Fanforen[15] verbreitet wurde, um auf diese Weise so viele Fans wie möglich direkt zu erreichen, was auf herkömmliche Art und Weise nur sehr schwer zu realisieren gewesen wäre. Die Stichprobe umfasst 1237 befragte Fans, was für eine Forschungsarbeit dieser Größenordnung als ausreichend groß bezeichnet werden kann.
Um die Ergebnisse des Onlinefragebogens mit den Daten einer relevanten Gruppe zumindest partiell vergleichen zu können, wurde zusätzlich ein Fragebogen zur Erhebung allgemeiner Merkmale von jugendlichen Musikfans erstellt, welcher in Schulen verteilt wurde. Die Stichprobe besteht aus 358 befragten Schülern (bis 10. Schulstufe) aus dem Raum Graz sowie aus anderen steirischen Bezirken.
Ergänzend zu den Fragebögen wurden fünf via Internet ausgewählte Tokio Hotel-Fans sowohl einzeln interviewt als auch gemeinsam in Form einer Gruppendiskussion befragt.
Den Abschluss der Untersuchung bildeten Inhaltsanalysen von Fanfictions (von Fans verfasste, fiktionale Kurzgeschichten, welche von Tokio Hotel handeln) und von mehreren Ausgaben populärer Jugendmagazine (Bravo, Xpress, Popcorn). Die Stichprobe der Fanfictions umfasst eine Auswahl von

[15] http://www.tokiohotel-fanclub.de/forum/ , http://www.mytokiohotel.net/forum/ , http://www.mytokio.de/forum/index.php , http://forum.tokiohotel-online.net/

etwa 20 derartigen Geschichten, welche auf einer entsprechenden Internetseite verfügbar sind.

3 Deskription der Stichprobe der Onlinebefragung

Im Onlinefragebogen wurden einige demographische Merkmale erhoben, die erste Einblicke in die Zusammensetzung der befragten Gruppe von Tokio Hotel – Fans erlauben und hernach als Ausgangsvariablen für tiefer gehende Datenanalysen dienen. Aufgrund der Bedeutung, die deshalb diesen Daten im Rahmen der gesamten Untersuchung zukommt, sind diese nachfolgend in den Tabellen 1 bis 4 detailliert dargestellt.

Tabelle1: Alter der Tokio Hotel-Fans

N=1237	**bis 13**	**14**	**15**	**16**	**17-18**	**19 und älter**
Anteil (in %)	17,2	23,4	23,4	14,6	11,8	9,7

Tabelle 2: Von Tokio Hotel-Fans derzeit besuchter bzw. zuletzt abgeschlossener Schultyp

	%
ohne Schulabschluss	2,6
Volksschule	2,1
Hauptschule/Lehre	14,3
Gymnasium/Realschule (Unterstufe)	56,1
BHS/Gymnasium Oberstufe	21,9
Hochschule (Univ./FH)	3,0
N=1237	*100*

Tabelle 3: Größe des Wohnortes der Tokio Hotel-Fans

	%
bis 5.000 Einwohner	33,5
5.000 bis 20.000 Einwohner	30,7
20.000 bis 100.000 Einwohner	18,3
100.000 bis 500.000 Einwohner	9,9
mehr als 500.000 Einwohner	7,7
N=1237	*100*

Tabelle 4: Herkunftsland der Tokio Hotel-Fans

	%
Deutschland	84,6
Österreich	7,4
Schweiz	5,5
Anderes	2,5
N=1237	*100*

4 Selbstbild und Selbstverständnis der Fans

Um ein soziales Phänomen möglichst umfassend zu beschreiben, richtig zu verstehen und in weiterer Folge auch befriedigend erklären zu können, ist es zunächst notwendig, auf einer basalen Ebene anzusetzen und den Blick auf die primären Merkmale, Verhaltensweisen und individuellen Wahrnehmungsmuster der handelnden Akteure zu richten. Im Zusammenhang mit den hier im Zentrum des Forschungsinteresses stehenden Fans von Tokio Hotel gilt es demzufolge, Antworten auf eine ganze Reihe von Forschungsfragen zu finden wie etwa: Durch welche Handlungen und Eigenschaften zeichnet sich der „typische“ Fan aus? Wie nimmt er sich selbst als Fan im sozialen Kontext wahr, welche Selbstzuschreibungen nimmt er vor? Inwieweit reflektiert er über sein eigenes Fansein? Gibt es Unterschiede hinsichtlich der Intensität des Fanseins? Welche Rolle spielt der Besitz von materiellen Gütern wie Fanartikeln und inwieweit kommt es zur Herausbildung von einer Art von Fetisch? Welche Erwartungen werden an andere Fans gestellt, was konstituiert ihrer eigenen Meinung nach einen „richtigen Fan“?

4.1 Merkmale des typischen Tokio-Hotel Fans

Die Daten aus den Tabellen 1-4 sowie andere, nicht in Tabellen dargestellte Antworten lassen darauf schließen, dass der typische Tokio Hotel-Fan zwischen 13 und 16 Jahren (78,6%; Mittelwert 15,8) alt ist, überwiegend ein Gymnasium oder eine Realschule besucht (56,1%), in einem Ort von der Größe bis maximal 100.000 Einwohnern (82,5%) wohnt, fast ausschließlich weiblichen Geschlechts ist (98,1%) sowie seit mindestens einem Jahr zu der Gruppe der Fans zählt (90,3%) . Die Verteilung nach Ortsgröße (Tabelle 3) stellt einen etwas überraschenden Befund dar, da der Anteil der Einwohner in Städten bis 100.000 Einwohnern in der deutschen Gesamtbevölkerung nur ca. 70% beträgt[16], Tokio Hotel Fans also überdurchschnittlich oft aus kleineren Gemeinden stammen, was sich auch mit unseren im Laufe der Studie gemachten Erfahrungen deckt. So war es erstens etwa im Großraum Graz äußerst schwer, Interviewpartner aufzufinden; zweitens ist der Anteil der Tokio Hotel Fans in der von uns hauptsächlich in Graz durchgeführten Schülerbefragung mit 6 Fans von 358 befragten Schülern verschwindend gering.

[16] vgl. https://www-genesis.destatis.de

4.2 Intensität des Fanseins

Als geeignetes Mittel der Wahl zur Klärung der Frage nach der Stärke der Ausprägung des eigenen Fanseins bieten sich die Auswertungen diverser Fragebatterien des Onlinefragebogens an, da auf diese Weise am ehesten eine valide quantifizierbare Aussage getroffen werden kann. In einem ersten Schritt wurde aus einer Reihe abgefragter Items (z.B. intensive Beschäftigung mit Songtexten, persönlicher Stellenwert der Band, Vorbildwirkung, regelmäßiger Austausch mit anderen Fans, Opferbereitschaft etc.) ein Index konstruiert, der unserer Ansicht nach die Intensität des Fanseins gut abbildet und von „extremer Fan“ bis „moderater Fan“ reicht.[17] Betrachtet man die Verteilung dieser Fanintensität, so zeigt sich – wenig überraschend – dass der Großteil der Fans als extrem oder eher extrem einzustufen ist.[18]
Diese Skala wurde daraufhin mit dem Einzelitem „Selbsteinstufung als Fan auf Skala von 1 (sehr moderat) bis 10 (sehr extrem)“ abgeglichen, um dergestalt etwaige Fehleinschätzungen der Fans hinsichtlich ihres eigenen Verhaltens zu kontrollieren. Das Resultat zeigt eindeutig, dass die eigene Zuordnung sehr deutlich mit der Spannbreite der Merkmalsausprägung Fansein übereinstimmt[19] und demnach die Feststellung getroffen werden muss, dass die Fans von Tokio Hotel in der Regel in der Lage sind, sich selbst sehr realistisch einschätzen zu können, was die Intensität ihres Fanseins betrifft. An diese Erkenntnis anknüpfend wurde ein Index[20] aus mehreren, aus eigenen Vorüberlegungen und Ergebnissen der explorativen Interviews formulierten Items konstruiert, welcher die individuelle Erwartung an andere, „richtige“ Fans messen sollte, etwa im Sinne von „großes Fanwissen besitzen“, „Tokio Hotel gegen Kritik verteidigen“, „Tokio Hotel stets an erste Stelle stellen“ und dergleichen mehr. Die Berechnung der beiden Indizes – Intensität des eigenen Fanseins und Erwartungen an andere Fans – fördert folgendes interessantes Ergebnis zutage: Es besteht ein sehr starker positiver Zusammenhang zwischen eigenem und erwartetem Fanverhalten[21], sprich: je extremer das Verhalten eines Fans, desto extremer ist auch die Erwartungshaltung an andere Fans, die sich als solche bezeichnen wollen. Man könnte nun ein wenig spekulieren, was diesen Effekt verursacht. So wäre es beispielsweise denkbar, dass hier kognitive Prozesse am Werk sind, die dafür verantwortlich zeichnen, dass man vorrangig jenes Verhalten bei anderen erwartet, welches man auch selbst bereit ist, auszuführen. Dies ließe sich wiederum in den Begriff der sozialen Rolle überführen, wobei hier jedoch zu beachten ist, dass die Rolle des Fans nicht ohne weiteres so eindeutig definiert werden kann, wie die mitunter sehr großen Unterschiede in den diesbezüglichen Aussagen der interviewten Fans und die teilweise nahezu gleichmäßig verteilten Antworten bei der Frage nach der Erwartung an „echte“ Fans belegen. Dennoch lassen sich einige wenige gängige Erwartungshaltungen nennen, so sind etwa 82,3% der Befragten der Meinung, dass man als echter Fan durchaus Tokio Hotel

[17] Cronbachs-Alpha der Skala: 0,82
[18] Mittelwert der Skala = 19,9. Spannbreite: 15 (sehr extrem) bis 30 (sehr moderat)
[19] Pearson-Korrelationskoeffizient: 0,658
[20] Cronbachs-Alpha: 0,79
[21] Pearson-Korrelationskoeffizient: 0,61

kritisieren darf. Ebenso ist der Großteil der Ansicht, dass man alles über die Band wissen (75,7%) und auch die Konzerte besuchen sollte (74,4%). Keine klar erkennbare Einigkeit besteht nun allerdings dabei, ob man überhaupt Fanartikel besitzen, Tokio Hotel immer an die erste Stelle stellen oder diese gegenüber Kritikern verteidigen müsse, denn hier sind jeweils sowohl die Rate der Zustimmung als auch jene der Ablehnung in etwa gleich hoch.
Manch interessante Resultate liefert die Auswertung einzelner Items aus der Fragebatterie „eigenes Fanverhalten“, so antworteten z.B. 86,9% aller befragten Fans, dass sie sich gut vorstellen könnten, mit einem der Bandmitglieder eine persönliche Beziehung einzugehen, was durchaus dem Klischee entspricht, dass sich jugendliche, weibliche Fans durch eine besonders ausgeprägte Sehnsucht nach persönlichem Kontakt zu ihren Stars auszeichnen.
Es stellt sich nun die Frage, wo die Ursachen darin liegen mögen, dass manche Personen ein stärkeres, andere ein schwächeres Fanverhalten respektive Fansein zeigen. Eine Berechnung mittels Regressionsanalyse erbringt den Nachweis, dass als einzige relevante demographische Einflussgröße das Alter des Fans zu nennen ist[22], alle anderen weisen keinen nennenswerten bzw. keinen statistisch signifikanten Zusammenhang auf - einzig die Ortsgröße übt noch einen messbaren, wenn auch nur schwachen Einfluss aus. Somit lässt sich sagen, dass mit zunehmendem Alter sowie mit zunehmender Ortsgröße die Intensität des Fanseins tendenziell abnimmt, was auf mehrere Arten, psychologisch wie soziologisch, interpretiert werden kann. Etwa ließe sich der Effekt des Alters dadurch erklären, dass sich mit wachsender Reife eine etwas kritischere Denkweise durchzusetzen vermag, die einerseits durch einen größeren Erfahrungsschatz, andererseits durch bessere Affektkontrolle generiert wird. Denkbar wäre auch, dass sich im Laufe der Zeit die individuellen Prioritäten verschieben und zunehmend darauf geachtet wird, wie mit den eigenen zur Verfügung stehenden zeitlichen und finanziellen Ressourcen zu verfahren ist und Entscheidungen deshalb rationaler als in jüngeren Jahren getroffen werden. Soziologisch könnte man argumentieren, dass mit steigendem Alter der Einfluss der unmittelbaren Umgebung, in diesem Fall Mitschüler und Freunde, abnimmt (sei es durch Schulwechsel oder genereller stärkerer individueller Unabhängigkeit), welcher für die Genese und Kontinuität des Fanseins nicht unterschätzt werden darf, wie sich insbesondere auch in den qualitativen Interviews herausgestellt hat.

[22] Unabhängige Variablen: Alter, Einkommen, Bildung, Ortsgröße; Abhängige Variable: Fanintensitätsindex; R^2=0,14; beta (Alter)=0,35; beta (Ortsg.)=0,11; beta (Bildung)=0,07

4.3 Besitz von Fanartikeln - Fetischbildung

Tabelle 5: Besitz von Fanartikeln (in % aller Befragten)

	Tokio Hotel	Pop	Rock	Hip Hop	Metal/ Punk
CDs	96,8	90,7	83,8	90,2	91,9
DVDs	88,3	25	45,9	32,8	42,3
Poster	90,4	62	75,7	75,4	54,1
Sammelmappe	74,1	13,9	18,9	14,8	7,2
T-Shirts/Kleidung	59,0	6,5	10,8	21,3	25,2
Autogramme	52,2	18,5	18,9	23	16,2
Pins/Aufnäher	33,8	7,4	8,1	19,7	27
Sonstiges	38,8	17,6	8,1	14,5	17,1
N	*1237*	*108*	*37*	*61*	*111*

Quellen: Daten der Tokio Hotel–Fans aus Onlinebefragung. Daten der anderen Fans aus Schulfragebogen.

Der Besitz von Fanartikeln zählt offenbar zu einem der Hauptmerkmale eines Tokio Hotel-Fans, da der überwältigende Anteil zumindest eine oder mehrere CDs, DVDs, Poster sowie eine Sammelmappe (gefüllt mit Zeitungsartikeln, Fotos etc) und immerhin der Großteil der Befragten noch weitere Artikel wie T-Shirts oder Autogramme sein eigen nennt. Dieser Befund wird auf der einen Seite gestützt durch die Aussagen der interviewten TH-Fans, welche allesamt angaben, mehrere Fanartikel zu besitzen, sowie auf der anderen Seite zumindest tendenziell durch einen Vergleich mit den Daten von Fans anderer Musikgenres in derselben relevanten Altersgruppe, die im Zuge des Schülerfragebogens erhoben wurden (siehe Tabelle 5). Hier ist allerdings zu beachten, dass die Fans der anderen Musikgenres (Pop, Rock etc.) aus der allgemeinen Schulbefragung stammen, in der der Anteil der intensiven Fans viel geringer sein dürfte als in der Stichprobe der Tokio Hotel–Fans, die über mehrere Fanforen ermittelt wurde[23]. Trotz der begrenzten Vergleichbarkeit der Gruppen ist davon auszugehen, dass das Angebot von Fanartikeln für Tokio Hotel–Fans nicht bloß generell größer ist, sondern sich auch aufgrund der starken medialen Präsenz der Band (insbesondere in Jugendzeitschriften wie der Bravo) wesentlich mehr Gelegenheiten zum Sammeln bieten, was möglicherweise den höheren Anteil von Sammelmappen bei Tokio Hotel-Fans erklärt. Dass sich ein Fan von Tokio Hotel nicht sehr anstrengen muss, um auf sammelbares Material zu stoßen, beweisen auch diverse diesbezügliche Aussagen der interviewten Fans:

[23] So ist zu vermuten, dass ein Gutteil der befragten Schüler nicht willens gewesen wäre, aus eigenem Antrieb heraus online einen Fragebogen auszufüllen.

> „[…] da braucht man ja nur in die Trafik zu gehen und ein Heftl aufschlagen, da steht dann schon was da.“[24]

Ganz offensichtlich drückt sich Fansein bei Tokio Hotel-Fans also nicht nur durch eindeutiges Fanverhalten und großes Fanwissen, sondern auch besonders stark durch den Besitz von Fanartikeln und eine gewisse Sammelleidenschaft aus, weswegen hier zweifellos von einem hohen Grad der Fetischisierung gesprochen werden kann. Es zeigt sich zudem ein deutlicher Zusammenhang zwischen Alter, Fanintensität und Anzahl der Fanartikel, so nimmt mit zunehmendem Alter sowie mit weniger stark ausgeprägtem Fanverhalten die Anzahl der Fanartikel tendenziell ab.[25]

4.4 Individuelle Prioritäten

Eine Auswertung der Fragebatterie „Was ist dir an Tokio Hotel besonders wichtig?“ mittels Faktorenanalyse[26] ergab drei Faktoren bzw. Dimensionen: a) Musikorientierung (Musik, Texte und Konzerte) b) Starorientierung (Aussehen, Charakter und Lebenseinstellung der Bandmitglieder, authentisches Auftreten der Band sowie Umgang der Band mit den Fans) und Erfolgsorientierung (Erfolg und häufige mediale Präsenz der Band sowie hohe Anzahl von anderen Fans), welche allerdings nicht voneinander unabhängig sind, sondern ganz im Gegenteil stark untereinander zusammenhängen[27]. Erwartungsgemäß ist für nahezu alle Fans die Musik und auch die Persönlichkeit der Stars sehr wichtig. Überraschend ist vielmehr das Ergebnis, dass doch sehr viele Fans angeben, dass auch der Erfolg von Tokio Hotel sowie deren Medienpräsenz und die Anzahl anderer Fans für sie eine wichtige Rolle spielen. Aus der Verknüpfung des zweiten und dritten Faktors (Starorientierung und Erfolgsorientierung) lassen sich drei Fantypen ableiten: 40,7% aller Befragten sind somit als primär starorientiert einzustufen; für 43,6% sind sowohl der Star als auch dessen Erfolg sehr wichtig; für 3,2% stehen die Erfolgsfaktoren im Vordergrund und 12,5% sind nicht eindeutig zuzuordnen[28].

[24] Fan Nr. 3
[25] Zählindex; multiple Regression: R^2=0,1; beta (Alter)=-0,1; beta (Fanintensität)=-0,49
[26] MSA: 0,77; schiefwinkelige Rotation
[27] Starorientierung-Musikorientierung: r=0,32; Starorientierung-Erfolgsorientierung: r=0,39; Musikorientierung-Erfolgsorientierung: r=0,09
[28] Typenbildung mittels if-Befehl

Tabelle 6: Prioritäten der Tokio Hotel-Fans (Anteil der Befragten, denen der entsprechende Aspekt sehr wichtig oder eher wichtig ist)

	%
Musikorientierung	
Musik	99
Texte	97,7
Konzerte	95,7
Starorientierung	
Umgang mit Fans	96,6
Charakter	93,5
Authentizität	91,8
Lebenseinstellung	83,2
Aussehen	63,7
Erfolgsorientierung	
Häufige Medienpräsenz	60,3
Erfolg der Band	44,1
Band hat viele Fans	37,2
N=1237	

Ebenfalls von großer Bedeutung für die meisten der Befragten ist der Umstand, dass Tokio Hotel keine gecastete Band ist (86,5%), was zwar eine interessante Erkenntnis an sich darstellt, aber in keinem Zusammenhang zu den anderen individuellen Prioritäten steht und darob auch nicht Eingang in die angeführte Typologie gefunden hat.[29]
Zusammenfassend kann also gesagt werden, dass dem „typischen" Tokio Hotel – Fan sowohl die privat-persönlichen Elemente der Band und damit das über den Bereich der Musik hinausgehende als auch die weniger nahe liegenden, von der Band selbst weniger direkt beeinflussbaren Aspekte wie starke Medienpräsenz und die große Anzahl anderer Fans gleichermaßen wichtig sind.

4.5 Kritische Haltung gegenüber dem eigenen Fansein

Eine der spannenderen Fragen in unserer Untersuchung ist jene, ob, und wenn ja, wie das eigene Fansein von den Fans kritisch reflektiert wird, da man als Außenstehender leicht versucht ist, angesichts von Fotos hysterischer Fanhorden diesen die Fähigkeit dazu gänzlich abzusprechen. So zeugt etwa die Frage, ob man sich vorstellen könnte, irgendwann nicht mehr Fan von Tokio Hotel zu sein, von einer reflektierten Einstellung zum eigenen Fansein – immerhin 16,1% aller Befragten stimmten hier voll oder eher zu[30], ebenso ein von uns interviewter Fan:

[29] Zudem muss die Frage offen bleiben, ob die Anzahl der Fans wirklich kleiner oder die Fangruppe grundlegend anders strukturiert wäre, wenn die Band gecastet worden wäre.
[30] Tendenziell eher jene mit weniger stark ausgeprägtem Fanverhalten: beta(Fanintensität)=-0,45; das Alter spielt hier interessanterweise keine Rolle

> „Ja, wenn ich alt genug bin. Wo ich mir sage, lassen wir es, es ist nur Geldverschwendung. Und wenn die Musik scheiße wird und die total eingebildet werden, dann würde ich mir überlegen, hallo…[…] Wenn sie zum Beispiel Drogen nehmen würden, dann würde ich auch kein Fan mehr sein […]wenn sie sagen würden, dass die Fans nicht das wichtigste sind, was sie haben. Weil ohne Fans sind sie einfach nix. Ich würde dann sofort aufhören, wenn sie irgendwas gegen die Fans sagen."[31]

Aussagen wie diese haben unter anderem im Zuge der Fragebogenkonstruktion dazu geführt, diesen Punkt genauer abzufragen und zu überprüfen, wie die Masse der Fans mit der Meinung dieses einzelnen Fans übereinstimmt. Die allermeisten der Befragten (73,1%) gaben beispielsweise an, dass auch sie keine Fans mehr wären, wenn Tokio Hotel schlecht über ihre Fans reden oder diese vernachlässigen würden; 45,7%, also fast die Hälfte der Befragten, sind zudem ebenso der Meinung, dass der Drogenkonsum eines oder mehrerer Bandmitglieder ihr Abwenden von der Band zur Folge hätte, was auf eine relativ „brave", soll heißen gut angepasste Fangemeinde schließen lässt. Offensichtlich stellen Tokio Hotel-Fans also zum Teil ganz bestimmte Erwartungen an ihre Stars, die durch Nicht-Erfüllen auch stark sanktioniert werden (können), in diesem Falle durch völlige Aufgabe des Fanseins.
Allerdings konstituiert sich eine kritische, reflektierte Haltung zum Fansein nicht bloß durch die antizipierte Möglichkeit einer Beendigung des eigenen Fanseins, sondern zusätzlich durch eine Reihe anderer Aspekte, die aufgrund tiefer gehender Analysen des Datenmaterials zutage gefördert wurden, so z.B. die Einsicht, dass manche Kritiker der Band Recht haben könnten; es einem manchmal peinlich ist, Fan zu sein; die Meinung, dass ohne Unterstützung der Medien Tokio Hotel nicht solchen Erfolg hätten und das Eingeständnis, dass man sich für manch andere Fans schämt (siehe Tabelle 7).[32] Der Anteil der Fans, der bei all diesen Fragen zumindest eher zustimmt, beträgt beachtliche 22,3%, was darauf hinweist, dass die Gruppe der kritisch-reflektierten Fans doch einen relevanten Teil der Fangruppe ausmacht, wenn auch hier ein Zusammenhang zwischen dem Alter und der Intensität des eigenen Fanverhaltens besteht: ältere und weniger extreme Fans tendieren demnach noch am ehesten zu einer kritisch-reflektierten Sichtweise.[33]

[31] Fan Nr. 4
[32] Cronbachs-Alpha: 0,7; gemeinsamer Faktor gemäß Faktoranalyse
[33] R^2=0,3; beta (Alter)=-0,14; beta(Fanintensität)=-0,43

Tabelle 7: Kritische Einstellungen von Tokio Hotel-Fans (in % Zustimmung)

	%
Ich glaube, irgendwann nicht mehr Fan von TH zu sein.	16,1
Für manche Fans von Tokio Hotel muss ich mich schämen.	74,1
Manchmal ist es mir peinlich, ein Tokio Hotel-Fan zu sein.	24,3
Hin und wieder denke ich mir, dass die Kritiker teilweise Recht haben.	21,3
Ohne die Unterstützung der Medien hätten es Tokio Hotel niemals so weit gebracht.	53,5
N=1237	

5 Bild der Stars und Umgang der Fans mit dem Bild der Stars in den Medien

Im folgenden Kapitel gilt es zu klären, in wie weit das in den Medien gezeichnete Bild von Tokio Hotel mit jenem ihrer Fans korrespondiert. Es werden Unterschiede und Gemeinsamkeiten durch die Analyse des Online-Fragebogens, der Jugendzeitschriften, der qualitativen Interviews und der Fanfictions dargestellt. Zudem wird der Frage nachgegangen, wie sich die Tokio Hotel-Fans über ihre Lieblinge informieren und welche Informationsquellen sie am häufigsten heranziehen. Abschließend werden die Einflussfaktoren, die dazu beitragen, Tokio Hotel Fan zu werden, untersucht und mit den Informationsquellen in Beziehung gesetzt.

5.1 Inszenierung der vier Bandmitglieder in den Medien

Auch wenn Tokio Hotel stets zunächst als Band und nicht als musikalischer Ergänzung zu einem alles umstrahlenden Star wahrgenommen werden, so ist es doch unübersehbar, dass im Zentrum der Gunst der Fans die beiden Kaulitz-Brüder Bill und Tom stehen – wovon auch folgende Aussage eines interviewten Fans Beleg gibt:

> „Bill und Tom sind die Stars der Band, Gustav und Georg nur Staffage.“[34]

Allerdings hegen die Fans auch unterschiedliche Meinungen über ihre Stars, welche unter anderem auch in einer Focusgruppe mit mehreren Fans erläutert wurden. Ein Mädchen meint:

> „Wenn da Tom und der Bill nicht so aufgefallen wären, wären sie sicher nicht so berühmt geworden.“[35]

Ein anderer Teenie wirft aber ein:

[34] Popcorn, Nr. 12, 1.12.2006, S.7
[35] Fan Nr. 6

> „Wenn einer von der Band aussteigen würde, dann wären sie sicher nicht mehr so erfolgreich.[…] Naja, Bassist, Gitarrist und Schlagzeuger kann man immer neu besetzen, aber wenn der Bill aufhört, dann sind alle im Arsch“[36]

Anhand einer Häufigkeitsauszählung der Zuschreibung der Charaktereigenschaft „ruhig bis Showman“ kam für die vier Bandmitglieder im Online-Fragebogen folgendes Ergebnis zustande.
Nahezu alle befragten Tokio Hotel-Fans (97%) stufen Tom (eher) als Showman ein, dicht gefolgt von Bill (85%). Beide stehen auch in der Öffentlichkeit immer im Vordergrund. Georg und Gustav werden hingegen von der Mehrheit der Fans als ruhig betrachtet. So auch die Jungendzeitschrift Bravo:

> „Gustav ist der Stillste der Band. Er redet von allen am wenigsten - aber er hat viel zu sagen.“[37]

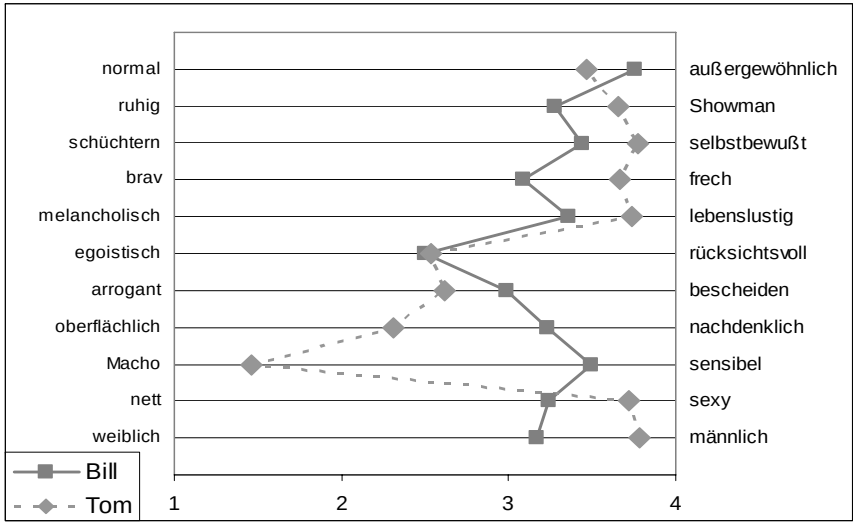
Dieses Bild der vier Stars korrespondiert mit jenem der Fans, wobei Gustav dennoch im Buch „*Tokio Hotel. So laut du kannst!“* als Bandclown, der immer alle zum Lachen bringt und selten schlecht drauf ist, dargestellt wird. Trotzdem repräsentiert er sich zurückhaltend und bescheiden, denn er will sich nicht durch Äußerlichkeiten in den Vordergrund drängen.[38] Zum Bandmitglied Georg meinen Fuchs-Gamböck und Schatz, dass er gern im Hintergrund bleibt und mit seiner Rolle in der Band sehr zufrieden ist. Auch wird Georg als nachdenklicher und ernster Mensch beschrieben, er gilt als der ruhende Pol der Band.[39]

5.2 Zuschreibung diverser Eigenschaften von Bill und Tom

Zur Veranschaulichung der Zuschreibung von unterschiedlichen Eigenschaften der zwei Frontmänner Bill und Tom wird im Folgenden ein Polaritätenprofil gezeigt. Anhand jenes Profils lässt sich visualisieren, auf welchem Pol die Fans ihre Lieblinge eher sehen.

[36] Fan Nr. 6
[37] Bravo, Nr. 3, 10. 1. 2007, S. 21
[38] vgl. Fuchs-Gamböck, Schatz 2006, S. 117f.
[39] vgl. Fuchs-Gamböck, Schatz 2006, S. 124f.

Abbildung 1: Von Tokio Hotel-Fans zugeschriebene Eigenschaften der Bandmitglieder Bill (N=859) und Tom (N= 388)



Bill wird als sehr „außergewöhnlich“ und „selbstbewusst“ von seinen Fans erlebt. Auch die Jugendzeitschrift Popcorn schreibt über Bill:

> „Er hat Charisma, setzt eigene Akzente und sorgt immer wieder für Überraschungen – Bill ist eine einmalige, unverwechselbare Persönlichkeit.“[40]

Dies wird auch von den Tokio Hotel-Fans in den qualitativen Interviews bestätigt:

> „Aber man sieht ja auch auf den Fotos von früher, dass der Bill immer seinen eigenen Style gehabt hat.“[41]

Wenn es um die „Außergewöhnlichkeit“ von Tom geht, dann wird auch häufig zugestimmt, dennoch nicht so oft wie bei seinem Zwillingsbruder. Diese Ansicht spiegelt sich auch immer wieder in Fanfictions wider:

> „Und sie sollen sehr ungewöhnlich aussehen“[42]

Fuchs-Gamböck und Schatz meinen dazu:

> „Tom hat seinen eigenen Look und einen eigenen Stil entwickelt – was ihm durch die vielen Freiheiten ermöglicht wurde, die er bis jetzt hat. Aber nicht nur das. Er hat dadurch auch ein gesundes

[40] Popcorn, Nr. 12, 1.12.2006, S. 7.
[41] Fan Nr. 5
[42] Fanfiction 5: heimliche Liebe

> Selbstbewusstsein aufgebaut, das ihn für Girls attraktiv wirken lässt, denn er scheint immer genau zu wissen, was er will“[43]

Bei der Kategorie „Showman“ schneidet Tom ein wenig besser ab als Bill, dieser gilt als ein bisschen ruhiger. Auch gilt Tom frecher als Bill. So sagt Tom in einem *Bravo* Interview:

> „Ich finde es cool, dass die älteren Schüler sich darüber aufregen, dass jetzt auch andere Weiber auf mich scharf sind.“[44]

Zudem meinen die Fans, dass die Zwillingsbrüder sehr lebenslustig sind, wobei Bill näher auf der Seite der Eigenschaft „Melancholie“ liegt als Tom. Obwohl beide eher als bescheiden gelten, schreibt man Tom eher die Eigenschaft „Arroganz“ zu. Die Jugendzeitschrift Popcorn meint dazu:

> „Mit seiner natürlichen Art beeindruckt er selbst kritische Beobachter. Bill ist jede Sekunde authentisch – er spielt keine Rolle, er lebt sie aus dem Bauch heraus!“[45]

Wohingegen in den Fanfictions oft genau das Gegenteil beschrieben wird, demnach wäre Bill mit seiner Rolle als Star völlig überfordert:

> „Es ist nur ein aufgesetzter Bill, der mich tagtäglich von Magazinen, Fernsehbildschirmen und Postern anlächelt, nicht das, was ich eigentlich bin, was ich fühle und will. Eine Seele die um Hilfe schreit. [...] es fällt mir so schwer, mit meinem aufgezwungenem Image fertig zu werden.“[46]

> „Er verkaufte seine Seele für einen Traum.“[47]

Zudem wird Bill die Eigenschaft „nachdenklich“ und „sensibel“ zugeschrieben. Hier sind sich die Bill-Fans und die Jungendzeitschrift *Popcorn* einig, wenn jene Teenie-Postille schreibt:

> „[…] er ist cool und zeigt dennoch Emotionen. Durch sein exzentrisches Styling wirkt er geheimnisvoll, aber nicht unnahbar.“[48]

Bei der Eigenschaft „oberflächlich“ liegt Tom weit vor Bill. Diese Zuschreibungen finden sich auch häufig in den Fanfictions wieder:

> „Tom ging jeden Samstag auf irgendeine Party um sich zu besaufen und mit irgendwelchen Mädels, die er dort traf zu vögeln, um sie am nächsten morgen dann wieder zu vergessen.“[49]

[43] Fuchs-Gamböck, Schatz 2006, S. 109
[44] Fuchs-Gamböck, Schatz 2006, S. 109
[45] Popcorn, Nr. 12, 1.12.2006, S. 7
[46] Fanfiction 3: Anima
[47] Fanfiction 4: Paris-Stadt der Liebe, Stadt der Unendlichkeit
[48] Popcorn, Nr. 12, 1.12.2006, S. 7

So sehen ihn die Fans auch als „machomäßig“, im Gegensatz zu Bill. Auch diese Zuschreibung ähnelt jenen in den Fanfictions:

> „Ich liebte es, Tom wegen seines Macho-Verhaltens aufzuziehen.“[50]

Weiters meint Bill über Tom in einem Bravo-Interview:

> „Das Einzige, was ich nicht so an ihm mag, ist sein Macho-Gehabe.“[51]

Auch in den Interviews wird Tom oft als Mädchenheld dargestellt:

> „Er tut halt so voll auf Macho, aber wenn er so alleine ist, in einer ruhigen Minute, dann ist er irgendwie so romantisch.“[52]

Neben den genannten Charaktereigenschaften werden sowohl Bill als auch Tom als „sexy“ betrachtet. Dazu schreibt Popcorn:

> „Bills Sexappeal ist keusch und sehr clean und er hat den Charme einer Barbiepuppe.“[53]

Auf der Skala „männlich - weiblich“ befinden sich Bill und Tom eher auf der Seite „männlich“, wobei Bill im Vergleich zu Tom als etwas weiblicher gilt. Eines der interviewten Mädchen meint dazu:

> „Ich habe nicht gewusst, ob der Bill ein Mädchen oder ein Bub ist.“[54]

Es findet sich hier ein weitgehender Konsens zwischen den Befragten Tokio Hotel-Fans und der Darstellung des Starbildes von Bill und Tom in diversen Jugendzeitschriften. Dennoch werden die Jugendzeitschriften auch kritisch von den Tokio Hotel-Fans hinterfragt, wenn ihre Lieblingsband einmal nicht so gut wegkommt:

> „Ich denke schon, dass die Hefte ein bisschen dazu dichten, damit es interessanter wird.“[55]

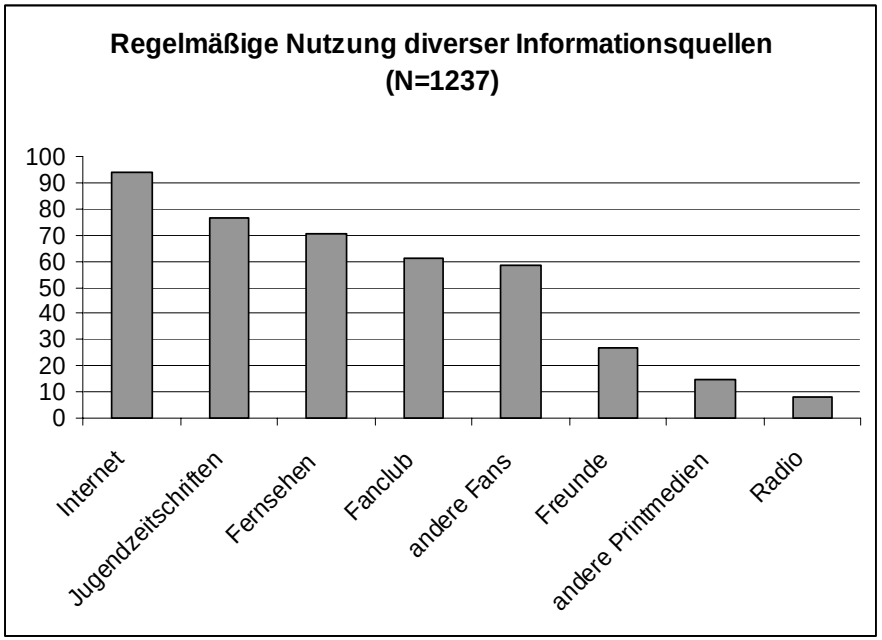
5.3 Informationsquellen der Fans über Tokio Hotel

Hier steht die Frage im Zentrum, wo sich Tokio Hotel-Fans ihre Neuigkeiten über ihre Idole herholen.
Diejenigen Fans, welche sich regelmäßig über ihre Stars informieren, machen dies zu 93,8% über das Internet. Dies wird auch an den vielen Internetforen über Tokio Hotel ersichtlich, welche sehr oft besucht werden. Zudem werden

[49] Fanfiction 2: Wo die Liebe hinfällt...
[50] Fanfiction 5: Heimliche Liebe
[51] Fuchs-Gamböck, Schatz 2006,S. 98
[52] Fan Nr. 4
[53] Popcorn, Nr. 12, 1.12.2006, S. 7
[54] Fan Nr. 1
[55] Fan Nr. 1

auch Jugendzeitschriften sehr häufig mit 76,2% von den Teenagern als Nachrichtendienst herangezogen. Danach folgt das Fernsehen mit knapp 70,4%. 61,4% der Fans, die sich regelmäßig über ihre Lieblinge informieren, tun dies über Fanclubs und fast 60% über andere Fans, wobei hier eine Wahrscheinlichkeit besteht, dass diese Quellen oft über das Internet genutzt werden. *„Ich bin in einem Fanclub im Internet“*[56], so ein interviewter Fan.
Im Gegensatz dazu spielen das Radio und Tages-, Wochen-, und Monatszeitschriften eine eher geringe Rolle für die Fans bei der Suche nach Neuigkeiten über ihre Idole. Auch durch Freunde informiert man sich eher weniger über Tokio Hotel, dieses Item liegt mit 26% an drittletzter Stelle.

Abbildung 2: Häufigkeit der Verwendung von bestimmten Informationsquellen in % (Anteil der Befragten, die sich regelmäßig über Tokio Hotel informieren)



5.4 Der Weg zum Tokio Hotel Fan

Wodurch werden Jugendliche eigentlich zu Tokio Hotel-Fans? Was beeinflusst sie, begeisterte Anhänger dieser Band zu werden?
Hier liegen an erster Stelle die Jugendzeitschriften, dicht gefolgt von einem Konzertbesuch. Dass dieser viel bewirken kann, zeigt auch ein kurzer Ausschnitt aus einem Interview:

[56] Fan Nr. 1

„Dann war ein Konzert in Wien [...]. Und sie haben mir erzählt, dass es voll geil war. Und dann habe ich gesagt, ja passt, beim nächsten Konzert bin ich dabei, und dann war auch ich Fan.“[57]

Gleich darauf folgt der Einfluss durch das Fernsehen und das Internet. Eine geringere Einflussrolle spielen Freunde, Tageszeitungen-, Wochen-, und Monatszeitungen sowie das Radio. Das Schlusslicht bilden hier Mitschüler und die Familie, welche am wenigsten zur Fanwerdung beitragen.[58] Gibt es nun einen Zusammenhang zwischen den genannten Einflussfaktoren und den verwendeten Informationsquellen? Diese Frage wurde mit Hilfe einer Faktorenanalyse und Regression geklärt. Hierbei wurde ersichtlich, dass jene Personen, bei denen diverse Medien zur Fanwerdung beigetragen haben, auch weiterhin ihre Informationen über ihre Stars durch diese einholen.[59] Das gleiche gilt für den Einfluss der Freunde, Familie, Mitschüler und anderer Fans. Jene Jugendliche, die durch diese Personengruppen zum Tokio Hotel-Fan geworden sind, informieren sich auch weiterhin über diese.[60]

6 Distinktion und Konflikt

Da intentionale soziale Distinktion bzw. Abgrenzung von Anderen insbesondere in jugendlichen Subkulturen eine große Rolle spielt, ist es aus soziologischer Perspektive lohnenswert, sich dieser Frage gesondert zu widmen. Die Jugendmusikszenen haben eine ähnliche Funktion wie peer groups und leisten „(…) eine Sozialisation in eigener Regie und erleichtern eine jugendspezifische Identitätsbildung“[61], dienen also stets auch der Abgrenzung zu anderen Personengruppen - in der Regel zu jener der Erwachsenen, aber eben auch zu Gleichaltrigen.
Im Folgenden wird deshalb der Frage nachgegangen, ob und wenn ja, wie, soziale Distinktion von den Fans von Tokio Hotel selbst gegenüber anderen Fangruppen sowie anderen Tokio Hotel-Fans vorgenommen wird und wenn ja, mit welchen Formen sozialer Abgrenzung diese bereits selbst konfrontiert wurden sowie wie mit diesen umgegangen wird.

6.1 Konflikte mit Umwelt

Bereits im Vorfeld dieser Studie wurde uns bewusst, dass Tokio Hotel aufgrund mehrerer Faktoren – z.B. starke mediale Präsenz und originelles, provokantes Aussehen der Bandmitglieder – eine starke Polarisierung unter den Jugendlichen hervorruft, was nicht nur die Band selbst, sondern auch die Fans zu spüren bekommen, die sich auf vielfältige Art und Weise Angriffen ausgesetzt sehen, etwa durch Satiresendungen im TV, durch Spottvideos im Internet (z.B. auf youtube.com) und ähnliches. Daraus folgerten wir, dass die

[57] Fan Nr. 1
[58] Anteil der Befragten: jene die „sehr viel“ durch diese Medien bzw. Personen beeinflusst wurden.
[59] Regression: Beta=0,53 (Faktor: Einfluß durch Medien)
[60] Regression: Beta=0,37 (Faktor: Einfluß durch bekannte Personen)
[61] Schäfers 1994, S. 191

Fans auch in ihrem Alltag häufig Angriffen ausgesetzt sein müssten, was sich durch Auswertung des Fragebogens auch mit großer Deutlichkeit zeigen lässt. So geben 80% der Befragten an, bereits zumindest einmal von jemandem aufgrund ihres Fanseins verspottet, belächelt oder auf andere Weise angegriffen worden zu sein. Derartige Erfahrungen führen in weiterer Folge mitunter zu einem Vermeidungsverhalten. So spricht etwa ein interviewter Fan davon, dass er in der Schule seine Bandshirts deshalb nicht trägt,

„[…] weils da ein paar Leute gibt, die einen dann so extrem verarschen, wenn man nur allein das Wort Tokio Hotel oder nur TH sagt, das reicht dann schon, da haben dann die schon einen Tag Gesprächsstoff. Die verarschen mich dann voll… ich bin der einzige Fan in meiner Klasse.“[62]

Tabelle 8: Häufigkeit von Erfahrungen mit verbalen Angriffen seitens verschiedener Personengruppen (in %. Anteil der befragten Fans mit mindestens einer entsprechenden Erfahrung)

N=992	**oft**	**machmal**	**selten**	**nie**
Freunde	14,5	31,1	33	21,4
Mitschüler	41,6	37,6	11,6	9,2
Bekannte	16,1	35,1	30,1	18,6
Fremde in Öffentlichkeit	16,4	19	20,1	44,6
Fremde im Internet	22,5	24,4	22,2	30,9
Eltern	11	20	26,7	42,3
sonstige Verwandte	16,9	30,8	26,9	25,3

Wie die Daten in Tabelle 8 verdeutlichen, ist die Schule der Ort, wo Fans am häufigsten Opfer von verbalen Angriffen werden – 79,2% der verspotteten Fans werden in der Schule zumindest manchmal aufgrund ihres Fanseins angegriffen, insbesondere jüngere, „ärmere“ (d.h. jene mit vergleichsweise wenig Taschengeld) und extremere Fans sind davon betroffen[63]. Der Befund, dass tendenziell eher Fans mit weniger monatlichem Taschengeld bevorzugtes Opfer des Spotts sind, mag möglicherweise damit zusammenhängen, dass in Klassenverbänden generell jene mit weniger finanziellen Mitteln bevorzugt Ziel von Anfeindungen werden. Bezüglich der Erkenntnis, dass zudem auch eher jene Fans zur Zielscheibe werden, die ein starkes Fanverhalten zeigen bzw. hohe Werte auf der Intensitätsskala aufweisen, bleibt anzumerken, dass diese offenbar durch deutlicher und häufiger gezeigtes Fansein grundsätzlich mehr Angriffsfläche bieten als die eher moderateren Fans. Diese Annahme wird gestützt durch den statistisch nachweisbaren stark positiven Zusammenhang des Fanseins mit der Antwort auf die Frage, wie häufig die Fans generell – nicht nur in der Schule - auf derartige Attacken mit Gegenangriffen reagiert haben[64], genauer: je stärker ausgeprägt das individuelle Fansein, desto eher werden Angriffe scharf

[62] Fan Nr. 3
[63] R^2=0,15; beta(Alter)=0,21; beta(Fanintensität)=0,13; beta(Taschengeld)=0,15
[64] R^2=0,21; beta(Fanintensität)=0,36

gekontert, was möglicherweise wiederum weitere Angriffe provoziert und zumindest partiell den oben dargestellten Zusammenhang erklärt. Grundsätzlich scheinen Tokio Hotel-Fans dazu zu neigen, Angriffe auf sie als Fans oder auf die Band nicht völlig kommentarlos hinzunehmen. So geben 85,7% an, sich zumindest manchmal mit vernünftigem Argumentieren zur Wehr zu setzen und immerhin noch 55,8% schimpfen direkt zurück[65]; 88,6% ignorieren oftmals schlicht derlei Angriffe und nur ein sehr geringer Prozentsatz setzt sich aus Angst vor weiteren Attacken gar nicht zur Wehr.

6.2 Abgrenzung zu anderen Tokio Hotel-Fangruppen

Die oben angeführten Ergebnisse verdeutlichen zwar den Eindruck, dass Tokio Hotel-Fans beliebte Opfer von Schmähungen vonseiten der sogenannten „Hater“ darstellen und diese gleichsam stigmatisiert durch ihre Gruppenzugehörigkeit sind, wie auch die interviewten Fans nicht müde wurden, zu betonen - doch das darf allerdings nicht darüber hinwegtäuschen, dass auch diese selbst Abgrenzungen zu anderen, fremden wie eigenen, Fangruppen vornehmen. Die Datenlage ist hier zwar etwas knapper, weil dieser Thematik im Fragebogen weniger ausführlich behandelt wurde, aber es lassen sich dennoch einige Feststellungen treffen. So geben z.B. beachtliche 74,1% der Befragten an, dass sie sich für manche Fans von Tokio Hotel schämen müssten, ein Befund, der übereinstimmt mit den Erkenntnissen der qualitativen Interviews, in denen etwa die meisten angaben, dass das Fansein bei manchen einerseits abscheuliche Ausmaße annehme, da es z.B. Fans gäbe, die sich Bills Kopf tätowieren ließen; andererseits distanzieren sich auch die meisten Interviewten von der Fangruppe der Groupies[66]:

> „Den Groupies gehts ja eh nur um das eine, und dann gibts die Fans, die bewundern sie einfach nur […] Ja, die Groupies. Die sind ja echt... was die so für Plakate schreiben, das ist echt der Horror.“[67]

Die Sicht auf das verpönte Groupiedasein relativiert sich zuweilen allerdings doch:

> “Wenn es drauf ankäme, wär ich schon ein Groupie.“[68]

Nicht nur Groupies, sondern auch andere Gruppen von Tokio Hotel-Fans sind nicht allzu beliebt, so antwortete ein Fan auf die Frage, was ihn bei anderen Fans so störe:

[65] Dazu ein passendes Bonmot eines interviewten Fans: „Ja, die schreien immer ‚Tokio Bordell’ und dann schreie ich immer, ‚Ja, da gehst Du oft hin!’. Also, ich kann mich gut rechtfertigen“. Fan Nr. 1
[66] Unter Groupie wird in der Regel ein weiblicher Fan verstanden, dessen Interesse am Star primär sexueller Natur ist. vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Groupie
[67] Fan Nr. 3
[68] Fan Nr. 3

> „Es gibt nämlich so viele Leute, die behaupten, der Bill, der war erst wieder auf Besuch bei mir, und ich bin jetzt wieder zusammen mit ihm. Wenn sie wenigstens glaubwürdig lügen würden…“[69]

6.3 Abgrenzung zu fremden Fangruppen

Auch zu fremden Fangruppen werden Abgrenzungen vorgenommen, allen voran zu der Gruppe der US5-Fans, welche wohl durch die ähnlich gelagerte Zielgruppe und die künstlich medial verstärkte Konkurrenz mit Tokio Hotel, etwa durch Gegenüberstellungen in der Bravo, zu den bevorzugten „Opfern“ zählt.[70] Es ist zwar quantitativ nicht feststellbar, wie viele der befragten Fans, die bei der Antwort auf die Frage, ob sie die Fans mancher anderer Bands nicht leiden könnten, mit trifft voll zu oder eher zu gestimmt haben (34,6%), dabei an US5 dachten, aber die Ergebnisse der qualitativen Interviews lassen zumindest vermuten, dass dies des Öfteren der Fall ist.

7 Tokio Hotel-Fans als Masse

Ein Tokio Hotel-Konzert, das ist der Ort, wo sehnlichste und dringlichste Teenager-Mädchen-Wünsche in einem rauschenden und Wellen schlagenden Meer an Euphorie und Glückshormonen in Erfüllung gehen, wo ausgesperrt vor den Toren oder verzweifelt eingekeilt in nach vorne drängende Scharen von exaltiert über hysterisch bis ekstatisch zappelnden, den Kräften von Masse und Kraft hilflos ausgesetzten, mäandernden Töchtern halb besorgte halb ums eigene Überleben ringende Eltern um das leibliche und seelische Wohl ihre Sprösslinge bangen, wo rollende Dezibel-Lawinen aus den geblähten Thoraxen und krakeelenden Laryngen von scheinbar um ihr Leben kreischenden Mädchen gar imposanteste Verstärker-Türme übertönen und zum resignierenden Schweigen bringen; und schließlich ist es auch der Ort, wo, so zumindest unsere Annahme, sich die Charakteristika des Phänomens einer manifesten Masse, also einer territorial anwesenden Vielheit von Menschen, besonders evident manifestieren.

7.1 Theorie der Masse

Le Bon, einer der wichtigsten Theoretiker des Phänomens Masse, differenziert in seinem Hauptwerk „Die Psychologie der Massen“ zwischen Massen in gewöhnlichem Wortsinne und der psychologischen Masse, einer Masse, die eigenen Gesetzen gehorcht und der man spezifische Attribute zusprechen kann.[71] Das Individuum wird in jener psychologischen Masse vereinheitlicht, zu einem einen Organismus gleichen Konstrukt hypostasiert, das neue Eigenschaften hervorbringt; Ideen und Anschauungen generiert, die dergestalt

[69] Fan Nr. 4. Diese häufig im Internet anzutreffenden sogenannten „Faker“ scheinen durchaus ein Problem darzustellen, wie auch in den einschlägigen Fanforen nachzulesen ist.
[70] US5 ist eine aktuelle Boyband im klassischen Sinne in der Tradition von Take That, Backstreet Boys und dergleichen. vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/US5
[71] vgl. Le Bon 1989, S 10 bis 13

beim Individuum an sich nicht zu finden sind.[72] Jene neuen, alleine der psychologischen Masse zuzuschreibenden Eigenschaften sind bei Le Bon primär negativ konnotiert; sie sind im Unterbewusstsein verortet und meinen vor allem das Gefühle der Omnipotenz in der Masse, die Suggestibilität der Masse und die rapide geistige Übertragung von Ideen – die wiederum zu augenblicklicher Verwirklichung innerhalb der Monaden in der Masse drängen – also innerhalb jener Masse, die bei Le Bon explizit die Gestalt und Qualität von Hypnose annimmt – das heißt, die Ich-Haftigkeit, das Bewusstsein einer Person wird durch Vermassung des Individuums ausgelöscht, der Wille des einzelnen ist entmachtet, das Individuum ist auf seinen bloßen Triebhaushalt reduziert, was einerseits die singulären Entitäten der Masse egalisiert; sie gleichsam aber auch ihrer intellektuellen Fähigkeit beraubt, ihrer Logik, ihres kritischen Geists und Urteils entraten lässt und sie empfänglich für überschwängliche Emotionen und simplifizierende, plastische und besonders virulente, spektakuläre aber auch irrige Vorstellungen macht, die in der Masse in veritablen kollektiven Halluzinationen kulminieren können und denen das Potenzial immanent ist, jedwedes Hindernis in tumultuoser Art und Weise aus dem Weg zu räumen.[73] In ihrem Überschwang und ihrer Erregbarkeit wird die Masse anfällig für Suggestionen, sie kennt keine Zweifel, keine Reflexion; Relativierungen sind ihr fremd. Ideen können von den Massen nur dann inkorporiert und reproduziert werden, wenn sich diese plastisch und bildhaft in ihrem Geiste zu manifestieren vermögen und von schlichter Gestalt sind; mögliche Widersprüche in diesen Bildern werden nicht wahrgenommen.[74]
Grundlage für Freuds Überlegung, der in seinen Theorien zur Masse an Le Bon anknüpft und als wichtigstes Bindemittel der Masse die Libido identifiziert, ist zunächst der Prozess der Identifikation, der schon in frühesten Kindestagen einsetzt – wenn sich der Knabe den Vater oder das Mädchen die Mutter zum eigenen Ideal macht. Einhergehend mit jener idealistischen Identifizierung vollzieht das Kind zudem eine sexuelle Objektsetzung, die im Laufe der Entwicklung mehr und mehr mit der idealen Identifikation koinzidiert - was schließlich darin mündet, dass die Idealfigur als Hemmnis für die Zuneigung zum sexuellen Objekt perzipiert und ihr schließlich mit Feindseligkeit begegnet wird; im Kinde wächst der Wunsch, das Ideal bei dem sexuellen Objekt zu ersetzen; man strebt danach, das eigene Ich so zu konzipieren wie das Ich des Vorbilds – Identifikation findet also dadurch statt, dass man etwas sein und etwas haben möchte. Gleichsam kann es aber auch vorkommen, dass die Objektwahl zur Identifizierung regrediert; man identifiziert sich durch Introjektion des Objekts ins Ich mit der geliebten Person. [75] In der Verliebtheit tendiert der Mensch dazu, das Objekt zu idealisieren, zu überhöhen, es wird so behandelt, wie das eigene Ich – man lässt seinen Narzissmus auf das Objekt überströmen, projiziert in das Objekt jene Vervollkommnung, die einem für das eigene Ich versagt blieb. Diese Überhöhung kann soweit gehen, dass das Objekt in der Devotion und Hingabe des Subjekts die Position des Ich-

[72] vgl. Le Bon 1989, S 13
[73] vgl. Le Bon 1989, S. 14 bis 18
[74] vgl. Le Bon 1989, S. 39
[75] vgl. Freud 1989, S. 45 bis 47

Ideals einnimmt, dass sich ein Zustand ähnlich der Hypnose einstellt – ein Zustand, der für Freud mit der Bildung einer Masse identisch ist.[76]

> „Eine solche (…) Masse ist eine Anzahl von Individuen, die ein und dasselbe Objekt an die Stelle ihres Ichideals gesetzt und sich infolgedessen in ihrem Ich miteinander identifiziert haben.“[77]

Das heißt, die Masse wird nicht nur in ihrer Libido für den Führer aneinandergeschweißt, sondern vor allem auch durch die Identifikation mit dem Anderen in der Masse, in welchem man sich selbst in der Liebe zum Führer wieder erkennt.
Ähnlich wie Le Bon schreibt Elias Canetti der Masse neben ihrem unbändigen Drang, stetig zu wachsen, stetig neue Teile in sich aufzunehmen, um nicht der Zerfall bewirkenden Stagnation zum Opfer zu fallen, egalisierende Wirkkräfte zu; in der, wie Canetti sich ausdrückt, „Entladung“ wird die Varietät der Einzelnen, die die Masse konstituieren, aufgehoben, soziale Distanzen werden in den Massen zumindest temporär aufgeweicht und überwunden.[78] Die Masse bei Canetti will allerdings nicht nur wachsen, sie strebt nicht nur nach Gleichheit in den eigenen Reihen, sie will stets auch an Dichte zulegen, Abstände zwischen ihren Monaden reduzieren und in eine spezifische Richtung, der die Masse kollektiv zustrebt und die das Empfinden der Egalität intensiviert, genordet werden. So lange die Masse einem unerreichten Ziel entgegendrängt, vermag sie fortzubestehen.[79]
Canetti differenziert in „Masse und Macht“ unter anderem zwischen der stockenden Masse, eine dicht gedrängte Masse, die sich in einem Stadium des Harrens, der Passivität und Geduld verfestigt, durch den Zustrom von Menschen und Körpern an Dichte der Leiber zulegt und vor ihrer Entladung in einen Zustand der Stockung gerät – wie beispielsweise das Auditorium im Theater, das in einer vorhaltenden, sich zunehmend stauenden gemeinsamen Erwartung dem Grande Finale entgegenfiebert -, und der rhythmischen oder zuckenden Masse, einer Masse, deren Zulauf an Leibern dereinst versiegt und die im Moment der Stagnation danach trachten muss, eine Zunahme vorzutäuschen, und zwar durch körperliche Einbringung und Synchronität des erregten Gebarens – sei es durch kollektives Stampfen, Rudern der Arme oder auch Tanzen. Schlussendlich materialisieren sich die singulären Bewegungen zu einem Gleichheit und Dichte generierenden, einzigen koordinierten Korpus, der rhythmischen Masse.[80]
Im Folgenden gilt es nun, jene theoretischen Überlegungen von Le Bon, Freud und Canetti in der Empirie, im Feld der Tokio Hotel-Fans und ihrem Verhalten bei Konzerten zu erproben.

[76] vgl. Freud 1989, S. 51 bis 53
[77] Freud 1989, S. 55
[78] vgl. Canetti 2003, S. 16 bis 18
[79] vgl. Canetti 2003, S. 30 bis 31
[80] vgl. Canetti 2003, S. 33 bis 39

7.2 Tokio Hotel-Fans als Subjekte der Massen – empirische Anwendung der theoretischen Konzepte

Basierend auf theoretischen Überlegungen der oben dargestellten Autoren wurden zwei Item-Batterien konstruiert, die zugeschnitten auf das Phänomen eines Tokio Hotel-Konzerts zumindest partiell die theoretischen Überlegungen von Le Bon, Freud und Canetti widerspiegeln sollten; gerade die Abhandlungen rund um Führerfiguren konnten allerdings nicht sinnig und stimmig ins Konzept integriert werden (ein singuläres popkulturelles Phänomen mit einer historisch so stigmatisierten, Entsetzen stiftenden Erscheinung wie der einer (faschistischen) Führerpersönlichkeit in einem Atemzug zu nennen, erschien uns einigermaßen überzogen und pietätlos) und wurden daher vernachlässigt; selbiges gilt auch für das aggressive Potenzial von Massen – Randale, Ausschreitungen oder ernsthafte Verletzungen bei Tokio Hotel-Konzerten sind uns nicht bekannt.
Aus den Itembatterien konnte mit Hilfe der Faktorenanalyse ein Faktor herauskristallisiert werden, dessen Items die Charakteristika der Masse nach Freud, Le Bon und Canetti transportieren:

Faktor Masse bei Konzerten:
- Bei Konzerten von Tokio Hotel gehe ich immer voll aus mir heraus (z.B. mitkreischen, mitsingen etc.). – *Triebhaftigkeit und Überschwang in der Masse nach Le Bon. Eigenschaften der rhythmischen Masse nach Canetti*
- Bei Konzerten von Tokio Hotel fühle ich mich den anderen anwesenden Fans besonders verbunden. – *Abbau von (sozialen) Distanzen in der Masse nach Canetti*
- Alles, was die Band auf der Bühne macht, finde ich gut. – *Mangelnder kritischer Geist in der Masse nach Le Bon*
- Bei Konzerten von Tokio Hotel lasse ich mich von anderen Fans mitreißen, auch wenn ich es gar nicht will. – *Suggestibilität der Masse, rapide Übertragung von Ideen in der Masse und Unbewusstheit in der Masse nach Le Bon.*
- Was ist dir bei einem Tokio Hotel-Konzert wichtig: Gute Stimmung bei den Fans. -*Erregbarkeit, Überschwang in der Masse nach Le Bon. Identifikation mit dem Anderen in der Masse nach Freud (der Andere wie Ich sind aufgrund unseres Überschwangs (wg. Tokio Hotel) identisch).*
- Was ist dir bei einem Tokio Hotel-Konzert wichtig: Einmal so richtig aus mir herauszugehen und zu feiern. – *Überschwang, Triebhaftigkeit in der Masse nach Le Bon. Eigenschaften der rhythmischen Masse nach Canetti.*
- Was ist dir bei einem Tokio Hotel-Konzert wichtig: Andere Fans kennenlernen. – *Abbau von Distanzen bei Konzerten nach Canetti. Identifikation und Abgleichung mit Gleichgesinnten.*

Generell kann zunächst konstatiert werden, dass die imposanten Zuschauerzahlen bei Tokio Hotel-Konzerten nicht von ungefähr her rühren, 88,9 % der in unserem Online-Fragebogen befragten Fans gaben an, zumindest schon einmal ein Tokio Hotel-Konzert besucht zu haben.
Auch scheinen nicht wenige Charakteristika der Masse mit den Verhaltensweisen, Eindrücken und Empfindungen von Fans bei Konzerten zu

korrespondieren – die Häufigkeitsauszählungen bei den einzelnen Fragen sprechen zum Teil eine recht eindeutige Sprache, wie die Daten in Tabelle 9 zeigen.

Tabelle 9: Verhalten bei Konzerten (in % aller befragten Fans mit Konzerterfahrung)

Frage	Zustimmung (trifft voll zu/trifft eher zu)
Bei Konzerten von Tokio Hotel gehe ich immer voll aus mir heraus (z.B. mitkreischen, mitsingen etc.)	92,1%
Bei Konzerten von Tokio Hotel fühle ich mich den anderen anwesenden Fans besonders verbunden	80,1%
Bei Konzerten von Tokio Hotel lasse ich mich von anderen Fans mitreißen, auch wenn ich es gar nicht will	60,9%
Alles, was die Band auf der Bühne macht, finde ich gut.	91,7%
N=1098	

Ähnlich hohe bzw. teilweise höhere Zustimmung erfahren auch alle anderen Items des Faktors Masse bei Konzerten, was den Schluss nahe legt, dass die Erklärungskonzepte der Masse, die ja im Falle von Freud und Le Bon nunmehr schon die Last ihres mehr als 100jährigen Bestehens zu tragen haben, auch für popkulturelle Manifestationen wie es eben die Konzerte von Teenie-Bands wie Tokio Hotel darstellen zumindest partielle Gültigkeit haben und in den Verhaltensweisen der vermassten Konzertbesucher Entsprechung finden.
Als besonders gewichtig und erstaunlich erscheint die auf den ersten Blick nun gar nicht so ehrfurchtsgebietende Zustimmung von 60,9 % auf die Frage, ob sich denn der jeweilige Fan bei Konzerten von den anderen mitreißen lasse, auch wenn er es gar nicht wolle. Schließlich impliziert die Zustimmung zu jenem Item auch das Eingeständnis, dass man in der Dichte der Menge, dem Überschwang der Gefühle, der Euphorie und dem Toben der anderen Fans die Hegemonie über seinen eigenen Willen verloren geben musste, sich gleich einer Ohnmacht dem Rausche in der Masse hingab.
Bestätigung für dieses Phänomen fanden wir auch in einem unserer qualitativen Interviews, in dem ein Fan, der über sein erstes Konzerterlebnis berichtete, konzedierte:

> „Ich hab mir fest vorgenommen, ich schrei nicht, weil ich bin nicht der Typ, der schreit, ich schrei nicht. Die Bühne war 2 Meter hoch und da war ein schwarzer Vorhang und da hat man durchgesehen backstage, und da sind sie (Tokio Hotel) vorbeigegangen und da hab ich schon das erste Mal geschrien und da hab ich mir gesagt, nein, ich schrei nicht. Ich hab mich aber oft erwischt, wie ich losgeschrien hab. […] Und dann, als das Konzert losgegangen ist, ist der Toml rausgekommen und ich hab geschrien, ich hab gedacht, das kann jetzt nicht wahr sein. […] Ich hab gedacht, ich schrei nicht, das bin ich nicht,

> und dann haben aber alle geschrien und dann hab ich auch geschrien. Man laßt sich von der Atmosphäre einfach mitreißen, man findet da keinen, der nicht mitkreischt. Manchmal hab ich so einen Drang zum Kreischen gehabt, das hab ich dann rausgelassen, dann ist der Drang wiedergekommen, hab ich wieder geschrien. […]“[81]

Gerade im inbrünstigen Gekreische scheint sich die Suggestibilität und die überbordende Emotionalität der Masse besonders evident zu manifestieren, ein in einem qualitativen Interview befragter Fan sprach sogar von „anstecken“, um der Virulenz jenes bei Tokio Hotel-Konzerten so typischen Fan-Gebarens Worte zu verleihen:

> „[…] Wenn drüben aber einer kreischt, kreischt man automatisch mit. Weil die vielleicht etwas sehen, was wir nicht sehen. Man lässt sich schon irgendwie anstecken.“[82]

Ein anderer Tokio Hotel-Fan tat in einem der geführten Interviews auch kund, sich beim Konzert mit den anderen Fans auf besondere Weise verbunden zu fühlen, was durchaus als Indikator gewertet werden darf, dass gerade in Massen Distanzen abgebaut werden und das Gefühl einer homogenen wenn nicht gar organischen Einheit vorherrscht:

> „[…] Da wird man einfach mit der Band und den anderen Fans eine Einheit, man lernt ja auch vor dem Konzert Leute kennen, mit denen man ins Reden kommt. So die Frage der Fragen, "wer taugt dir?“ […]“[83]

Ein anderer befragter Fan bejahte ebenso die Frage, ob es denn so etwas wie ein unsichtbares Band gäbe, das die Tokio Hotel-Fans untereinander, gerade bei Konzerten, also in der manifesten Masse, verbinden würde, relativierte allerdings jene Aussage, in dem er sich im selben Atemzug von anderen Fans abgrenzte, die ihm peinlich schienen:

> „Man ist da schon in einer Gemeinschaft drinnen, weil wir halt alle die gleiche Musik hören und wegen dem gleichen Grund da sind. Aber es gibt immer Unterschiede. Es gibt Mädels, wo ich mir denke, oh mein Gott, mit so etwas stehe ich jetzt da. Und dann gibt es wieder Mädels, die komplett gleich sind wie ich. Also wenn du mit ihnen redest, hast du sofort ein Thema, also du kommst sofort ins Gespräch, du fühlst dich, als würdest die schon ewig kennen. Also, es ist unterschiedlich.“[84]

Jene Distinktionsmechanismen, die also selbst in der aufgeheizten Stimmung eines Konzertes noch Wirkung zeigen, indizieren recht deutlich, dass das Individuum in der Masse nicht per se – wie Le Bon diagnostizierte – zu einem ohnmächtigen, bewusstseinslosen, gleichsam wie unter Hypnose stehenden

[81] Fan Nr. 3
[82] Fan Nr. 4
[83] Fan Nr. 3
[84] Fan Nr. 3

Subjekt degeneriert, sondern sehr wohl noch differenziert und reflektiert zu überlegen vermag.
Dies bestätigen auch die Zahlen unseres Online-Fragebogens. Auf die Frage, wie wichtig ihnen die musikalische Leistung der Bandmitglieder sei, antworteten 92,2% der Befragten Fans, dies sei ihnen sehr wichtig bzw. eher wichtig; und auf die Frage, wie wichtig ihnen die Songauswahl und Soundqualität bei einem Tokio Hotel-Konzert sei, meinten immerhin 90,9 % diese sei ihnen sehr respektive eher wichtig. Es scheint so, dass der Fan bei all den Wirkmechanismen der Masse, die bei einem Konzertbesuch förmlich Besitz von ihm ergreifen (sei es die Suggestibilität der Masse, der Überschwang, die Triebhaftigkeit, das Herauskehren des Unbewussten, der Abbau von Distanzen, die Identifikation mit dem homologen Anderen bzw. der Band auf der Bühne oder die rapide Übertragung von Verhaltensweisen (wie Kreischen) innerhalb der Massen), so scheint er doch nicht so sehr von der kollektiven Hypnose, dem Unbewussten gebannt, als dass er sich selbst nicht befähigt sieht, seinen Fokus auf musikalische Qualitäten – seien sie nun in der Klangqualität, der Zusammenstellung der Lieder oder der individuellen Leistung an den Instrumenten verortet – zu legen. Gleichsam kann die Validität dieser Aussagen in gleich mehrerlei Hinsicht zumindest partiell in Frage gestellt werden; einerseits, weil gerade die Qualität des dargebotenen Materials schon alleine deshalb als sekundär zu gelten vermag, da ja die Songs nicht selten im ohrenbetäubenden Gekreische der Fans unterzugehen drohen; andererseits ist anzunehmen, dass gerade bei diesen Fragen die Mechanismen der sozialen Erwünschtheit bzw. kognitiven Dissonanz ganz besonders signifikant zum Tragen kommen: Denn gerade wenn man sich das Bild von Tokio Hotel vergegenwärtigt, das Bild einer Band, die authentische, echte, handgemachte und vor allem gute Musik fernab des Casting-Band-Einheitsbreis zelebriert, die ihre Instrumente geradezu virtuos beherrscht, so scheint es für den Selbstwert der Fans, der sich ja maßgeblich durch die Identifikation mit einem wertigen musikalischen Produkt konstituiert, kontraproduktiv, sich oder dem Sozialforscher einzugestehen, die Qualität der musikalischen Darbietung sei im Augenblick des Konzertes womöglich nicht von jener Relevanz, welche man dem kollektiven Zelebrieren des emotionalen Überschwangs in der auf den Einzelnen einwirkenden Virulenz der Attribute der Masse, zumindest unbewusst, für den Augenblick zugestehen muss. Auch scheint es mit um den kritischen Gestus der Fans nicht all zu wohl bestellt zu sein, wenn doch immerhin 91,5 % der befragten Fans der Aussage „Alles, was die Band auf der Bühne macht, finde ich gut“ eher bzw. sehr zustimmen.
In einer Regressionsanalyse[85], in der der Faktor Masse bei Konzerten als unabhängige Variable angenommen wurde, stellten sich vor allem die Items „Alter“[86], „Gerade mit anderen Tokio Hotel-Fans verstehe ich mich sehr gut“[87]

[85] R^2: 0,47; Abhängige Variable: Faktor Masse; Unabhängige Variablen: Faktor Identifikation mit künstlerischem Duktus, Alter, Relevanz von Konzerten, Relevanz von Erfolg v. TH, Relevanz von Anzahl von Fans, Schamgefühle gegenüber anderen TH-Fans, Vorbildwirkung von TH, Gerade mit TH-Fans verstehe ich mich besonders gut.
[86] Beta: 0,15
[87] Beta: 0,32

und der Faktor „Identifikation mit dem künstlerischen Duktus“[88] als maßgebliche Einflussgrößen heraus.
Dass gerade jüngere Fans durch ihre angenommene stärkere Begeisterungsfähigkeit eher den Mechanismen der Masse gehorchen, scheint ebenso sinnig wie das Resultat, dass Befragte, die in der latenten, also nicht anwesenden Masse eine besondere Verbundenheit zu den anderen verspüren, sich auch in der manifesten Masse der Tokio Hotel-Fans besonders aufgehoben und verstanden fühlen.
Auch dass gerade Fans, die sich in besonderem Maße mit dem künstlerischen Duktus[89] der Band (also der Musik, den Texten, den transportierten Stimmungen, Emotionen und Wahrnehmungen) identifizieren, einen typischen Habitus mit den im Faktor Masse abgefragten Charakteristika kultiviert haben, ist wenig überraschend, bedenkt man die Feststellung von Freud, dass in der Masse die besonders intensive Identifikation mit einem Objekt charakteristisch ist, eine Identifikation, die allen Entitäten der Masse gemein ist und sie darob zusätzlich aneinanderschweißt. Allerdings darf wohl mit Fug und Recht angezweifelt werden, dass jene Identifikation mit dem künstlerischen Gestus so weit geht, dass Tokio Hotel als Surrogat für das aufgegebene, eigene Ich-Ideal herhalten muss; auch deshalb, weil die Frage, ob Tokio Hotel denn Vorbildwirkung für die Befragten hätte, in unserem Regressions-Modell eher einen schwachen Zusammenhang[90] zum Faktor Masse ausweist.

8 Tokio Hotel Fanfictions

Es nicht so, dass das Phänomen der Fanfictions eines ist, das man originär den besonders Kreativen der Tokio Hotel-Anhängerschaft zuschreiben kann – vielmehr kursieren Fanfictions, also aus der Feder von Fans von Schöpfungen aus so unterschiedlichen Segmenten wie der Trivialliteratur, Film und Fernsehen, dem Pop-Geschäft, Mangas und Animes (japanische Comics und Zeichentrickserien und -filme), und der Welt der Computerspiele stammende Erzählungen, Kurzgeschichten oder gar Romane, die die Figuren, Konstellationen und Figurationen, die Lebenswelten, Mikro- und Makrokosmen - welchen die Autoren in einem Fanverhältnis zugetan sind - in ihrer ursprünglich angedachten Gestalt aufgreifen und weiterspinnen, fortentwickeln und in neue Kontexte setzen[91], schon seit den 1930er und verstärkt seit den 1960er mit den ersten Star Trek-Fanzines in eingeweihten Zirkeln[92]; allerdings nehmen die Tokio Hotel-Fanfictions zumindest im Felde jener deutschsprachigen Geschichten, die sich popmusikalischer Erscheinungen annehmen, hinsichtlich quantitativer Maßstäbe eine Sonderstellung ein – auf einer der größten (deutschsprachigen) Fanfiction-Seiten im Internet (über

[88] Beta: 0,24
[89] Faktor besteht aus folgenden Items: Ich beschäftige mich intensiv mit den Songtexten; Wenn ich manche Tokio Hotel-Lieder höre, bin ich automatisch gut drauf; Die Musik von Tokio Hotel tröstet mich, wenn es mir nicht so gut geht; Ich habe oft das Gefühl, dass mir die Texte von Tokio Hotel aus dem Herzen sprechen.
[90] Beta: 0,09
[91] http://de.wikipedia.org/wiki/Fan-Fiction
[92] http://de.wikipedia.org/wiki/Fan-Fiction

welches heutzutage Fanfictions primär Verbreitung finden) sind alleine 2194 Tokio Hotel Fanfictions in Relation zu 184 US 5-Fanfictions ausgewiesen. [93]
Für unsere Analyse von Tokio Hotel-Fanfictions fiel unsere Auswahl allerdings auf eine andere Internet-Seite, die zwar weitaus weniger Geschichten als obige dem geneigten Fan anträgt, dafür allerdings den Fokus ausschließlich auf Tokio Hotel-Fanfictions legt, nur bereits abgeschlossene Geschichten publiziert und über ein relativ detailliertes und aussagekräftige Klassifikationsschema der Fanfictions disponiert, das von dem Autor der jeweiligen Geschichte aufgegriffen und auf die eigene Fanfiction angewandt und dieser vorangestellt wird.
Jene Selbstdeklarationen, die quasi dem Leser schon vorab kommunizieren, welche Topoi in der Erzählung, deren Umfang zwischen wenigen Zeilen und ausgewachsenen Roman-Manuskripten zu changieren pflegt, abgehandelt und thematisiert werden, skizzieren schon früh einen Grobschnitt jener Motive, derer sich jene Fanfictions zuwenden.
Darob scheint es auch sinnig, um zunächst erste Übersicht zu schaffen, den häufigsten und mithin relevantesten Selbstdeklarationen (also jene für Fanfictions aus jedweden Segmenten gängigen Bezeichnungen, die die Fans ihren eigenen Erzählungen oftmals in Kombination zuschreiben bzw. voranstellen, um den Grundtenor ihrer Fanfiction grob zu umreißen), die auf den Fanfictions publizierenden Seiten zu identifizieren waren, eine kurze Darstellung und Explikation angedeihen zu lassen.

[93] http://www.fanfiktion.de/c/109003

Tabelle 10: Übersicht von gängigen Kategorien von Fanfictions[94]

Kategorie	Erklärung der Themen der Geschichten
P6, P12, P16, P18	Bezeichnen Alterskategorien ähnlich denen für Filme oder Computerspiele. Fanfictions mit der Kategorisierung P16 (ab 16) und vor allem P18 (ab 18) können obszöne Sprache, grafische Gewaltdarstellungen und explizite Sexszenen enthalten.
Slash	In der Fanfiction wird eine gleichgeschlechtliche (homosexuelle) Beziehung beschrieben.
Fluff	Deklariert eine Fanfiction, die positive Sentiments, harmonische Stimmungen thematisiert.
SAP	Bezeichnet eine sentimentale Fanfiction mit äußerst romantischem Sujet
Lime	Darstellung einer sexuelle Beziehung, es wird jedoch keine sexuelle Handlung explizit beschrieben.
Lemon	Detaillierte Schilderung von Sexualakten..
Twincest	Behandelt Liebesbeziehung bzw. sexuelle Beziehung zwischen zwei Zwillingen (im Falle von Tokio Hotel Bill und Tom)
Depri	Jene Kategorie, die Fanfictions mit stark defätistischer und/oder melancholischer Grundstimmung kenntlich machen soll.
Death/Characters Death	Hauptprotagonist(en), wichtige Figur(en) sterben in Geschichte

Bevor wir einen spezifischeren Blick auf das Phänomen Tokio Hotel-Fanfictions riskieren, muss vorausgeschickt werden, dass unsere Inhaltsanalyse der Fanfictions keine allgemeingültigen und verbindlichen Rückschlüsse auf sämtliche Tokio Hotel-Fanfictions bzw ihre Schreiber und ihre charakterlichen Dispositionen erlaubt, da zum einen unsere selektive

[94] vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Fan-Fiction

Auswahl quantitativ nicht groß genug für repräsentative Aussagen ist - und es zum anderen ein Ding der Unmöglichkeit ist, anhand der Fanfictions und ihrer Inhalte zu differenzieren, inwieweit eine Fanfiction nur Fiktion ist bzw. tatsächliche autobiographische Erlebnisse des individuellen Erzählers enthält.
Sehr wohl konnten wir in unserer selektiven Auswahl von 20 Fanfictions (die allesamt der Seite http://fanfiction.cwsurf.de/ entnommen wurden – wobei wir willkürlich aus jeder der von der Seite vorgegebenen Alterskategorien (P6-P18, Slash/Kein-Slash) zwei, drei oder mehr Geschichten wählten) aber Grundtendenzen eruieren, es lassen sich in den Fanfictions inhaltliche als auch formale Konstanten ausmachen, die in gewisser Weise für Fanfictions jener Provenienz spezifisch zu sein scheinen und ein Licht auf das Selbstbild der Fans, ihre Träume und Projektionen, Lebensstimmungen und vor allem auf die Perzeption von Tokio Hotel bzw. von deren individuellen Charakteren durch die Fans werfen.
In unserer formalen Analyse konnten wir stilistisch zunächst durchaus gewisse qualitative Abstufungen festhalten; so mancher Autor, deren Alter nach unseren Erfahrungswerten in der Regel zwischen 15 und 18 Jahren laviert, befleissigte sich durchaus eines überraschend elaborierten, lebendigen und geschliffenen Schreibstils – das Gros der von uns analysierten Fanfictions weist allerdings einen eher restringiertes, einfaches Idiom mit vorwiegender Verwendung von Parataxen aus. 18 der 20 untersuchten Fanfictions werden aus Sicht der ersten Person geschildert, was wiederum impliziert, dass der Erzähler meist auch Part der Diagese ist. Die Rechtschreibung und Grammatik der Fanfictions ist zum Großteil korrekt.
Als Hauptcharaktere fungieren nebst diversen Tokio Hotel-fremden Figuren stets Bill oder Tom bzw. beide; die anderen Tokio Hotel-Mitglieder Gustav und Georg nehmen – so sie denn überhaupt vorkommen – den Part von Chargen ein. Die charakterliche Zeichnung von Bill und Tom korrespondiert überwiegend mit dem Bild, das von der Band angestrebt bzw. den Medien lanciert wird, Bill wird meist als sensibler, einfühlsamer, ehrlicher (in einer Fanfiction auch als moralinsaurer, spießiger), zu echten Gefühlen, wahrer Liebe fähiger, schüchterner Typus und in einigen Fanfictions gar als Retter und Schutzengel konzipiert; Tom hingegen muss sich mit der Rolle als latent oberflächlicher Hedonist, als cooler Macho begnügen, die jedoch immer wieder aufgebrochen wird – einmal stellt er sich als schüchterner Typ heraus, der von einem Mädchen zu seinem ersten Mal verführt werden muss, ein anderes Mal ist er voller Sehnsucht und läuft seiner wahren Liebe hinterher oder pflegt eine innige (sexuelle) Beziehung zu seinem Bruder Bill. In einer Fanfiction wird das Macho-Image von Tom gar nur als „Fassade“[95] deklariert. Dies indiziert wiederum, dass die von den Medien kolportierten starren Charakterzeichnungen nicht in Bausch und Bogen von den Fans übernommen und reproduziert werden; ja oftmals hat man das Gefühl, Tom wird auch deshalb als sensibel bzw. dem allgemeinen Bild entgegengesetzt gezeichnet, um romantischen Sehnsüchten und Projektionen der Fans zu entsprechen.
Fanfiguren kommen in den von uns rezipierten und analysierten Fanfictions nur sporadisch vor; vielmehr wird weiblichen Figuren der Vorzug gegeben, die

[95] Fanfiction: Unendlichkeit

entweder Tokio Hotel zwar kennen, aber keine Fans sind oder gar nicht mit der Band vertraut sind – Liebesbeziehungen entspinnen sich in diesem Kontext also nicht auf dem Fundament der Reputation und des Startums der Tokio Hotel-Mitglieder sondern auf Basis echter Zuneigung und Liebe zum Charakter, zur Person. Wenn sich eine Hauptperson in der Fanfiction dann doch als Tokio Hotel-Fan deklariert, so wird dieser als einer inszeniert, der vor allem an den musikalischen Qualitäten der Band interessiert und von den anderen Tokio Hotel-Fans abzugrenzen ist, die meist in pejorativer Absicht als Kreischis oder Kinder bezeichnet werden.

> *„Ich hatte die Jungs im letzten Sommer ja konsequent ignoriert, dümmlichst gehypte Teenieband! Wer hört denn so was? Kleine hysterische Kreischekinder… aber ich doch nicht! Und dann lief letzte Woche das Video zu „Der letzte Tag" das erste Mal im TV, ich bin beim rumzappen bei VIVA hängen geblieben (sonst natürlich dümmlichst gehypter Sender für kleine hysterische Kreischekinder, aber sicher nicht für mich!) – und habe mir heute das Album besorgt.* […] *Außerdem sind die Texte klasse. Auch wenn ich schon älter bin als die … na sagen wir mal „Zielgruppe", da kann ich mich trotzdem mit identifizieren. Und dafür, dass die alle noch so jung sind, kommt das doch schon ziemlich professionell rüber. Und ihre Instrumente beherrschen die ja scheinbar auch gut"*[96]

Inhaltlich divergieren die untersuchten Fanfictions generell stark – von Fanfictions, die nur kurze Szenen reflektieren (beispielsweise einen singulären Sexualakt) bis hin zu narrativ vielschichtigen Erzählungen in mehreren Kapiteln ist alles zu finden; eine Tendenz hin zu tragischen Verläufen ist jedoch evident, nur wenige Fanfictions thematisieren heitere oder humoreske Motive sowie banale Alltagserlebnisse – der Fokus liegt eindeutig auf Dramen, unglücklichen Liebesbeziehungen, Selbstmord-Tragödien – teilweise zwar doch mit Happy End, oftmals wird jedoch auch der Selbstmord als Ultima Ratio in den Fanfictions thematisiert. Als besonders eindringlich empfanden wir in diesem Kontext eine Fanfiction[97], in der ein Mädchen ihren langen Weg zum eigenen Selbstmord beschreibt. Drangsaliert durch ihre Mitschüler, gepeinigt und ausgegrenzt, ohnmächtig und ohne ein Licht am Ende des Tunnels zu sehen, begibt sie sich an einen einsamen Ort, um sich selbst zu richten – nicht jedoch ohne einen Abschiedsbrief an Bill zu hinterlassen, in dem sie einerseits einen Tokio Hotel-Text rezitiert und andererseits für die Musik und Texte dankt, die ihr bis hierher stets Kraft gegeben hätten. Bill wird hier, auch wenn er als leibhaftige Person in der Fanfiction niemals auftritt, als idealisierte Projektionsfläche, als imaginäre Person inszeniert, die einerseits in vermeintlich aus innerer Notwendigkeit heraus verfassten Texten ein scheinbar auf den singulären Fan selbst zugeschnittenes, also personalisiertes Verständnis und Mitfühlen suggeriert und andererseits das Sehnen nach Weltflucht saturiert, indem die suizidale Person in ihm, also in Bill, seiner Musik, seinen Texten, jene soziale Kenntlichmachung durch den Anderen,

[96] Fanfiction: For The First Time
[97] Fanfiction: There was not a soul to be seen

jenes Aufgehobensein identifiziert, welches ihr in der tatsächlichen Welt verwehrt blieb.
Nebst all diesen Tragödien, den hochromantischen Sujets (Junge liebt Mädchen) finden sich unter den Fanfictions auch in nicht zu unterschätzender Zahl immer wieder Erzählungen, die ihr Hauptgewicht vor allem auf die explizite, grafische und detailversessene Beschreibung eines Sexualakts legen. Dabei werden von den Autoren sehr gerne homo-erotische Motive bemüht, teilweise auch zwischen den beiden Kaulitz-Brüdern, also den Tokio-Hotel-Musikern Bill und Tom – was dann zumeist unter dem Etikett Twincest firmiert.
Auch lassen sich in den Fanfictions immer wieder diffuse, zum Teil naive religiöse Motive identifizieren – seien es nun Engel-Bilder bzw. Engel-Metaphern (Bill als rettender Engel, als Schutzengel), übersinnliche Erscheinungen (jemand wird durch Kraft der Liebe wieder von den Toten erweckt; jemand ahnt in Visionen tragische Ereignisse voraus), kindliche Vorstellungen von einem Himmelreich, in dem der Verstorbene über die Lebenden wacht respektive auf sie herabblickt - oder Vorstellungen von einem Himmelreich, in dem eine verstorbene Person auf eine andere geliebte Person wartet und sie bei ihrem Tode in Empfang nimmt:

> „Kurze Zeit später kam ich an einem silbernen Tor an. Das Tor öffnete sich, als ich klopfte. Alles war hier so weiß. Neben mir flog eine Wolke. Ich ging weiter bis ich an einem großen Haus ankam. Ich trat ein. Plötzlich spürte ich eine Hand auf meiner Schulter. Ich drehte mich um. Ich sah in diese wunderschönen Augen. Sie kamen mir sehr bekannt vor. Es waren Bills Augen. Er nahm meine Hand und wir liefen den Flur entlang in ein neues Leben im Himmel. ,,Bill ich liebe dich!", hauchte ich auf seine Lippen."[98]

Auch wenn sich wie schon oben erwähnt repräsentative und unbedingte Aussagen über inhaltliche Konstanten oder gar die Verteilung von Thematiken in der Gesamtheit der Tokio Hotel-Fanfictions aufgrund unserer kleinen Stichprobe per se verbieten, so lassen sich alleine schon aufgrund der gängigen Selbstdeklarationen der Fanfictions zumindest unübersehbare Tendenzen hinsichtlich spezifischer, immer wiederkehrender inhaltlicher Essenzen festhalten. Es ist kaum zu leugnen, dass von den Fanfiction-Autoren zunächst vor allem sexuelle Topoi besondere Relevanz beigemessen wird – die Motive pflegen zwischen romantischen Schilderungen und expliziten Motiven zu changieren, thematisieren immer wieder detail- und kenntnisreich homosexuelle Beziehungen - gerade zwischen den Kaulitz-Brüdern - und lassen wiederkehrend in der Schilderung des Sexualakts, gerade auch bei Fanfictions, die heterosexuelle Beziehungen in den Mittelpunkt rücken, einen Fokus auf einen von androzentrischen Vorstellungen durchdrungenen Blickwinkel erkennen, welcher auf die Saturierung des männlichen Triebes reduziert ist, in dem das männliche Glied im Zentrum steht und dessen Kulminationspunkt stets die Ejakulation des Mannes ist.

[98] Fanfiction: Der Tod ist das Tor zum Himmel

Neben den oben schon eingehend dargelegten religiösen Motiven thematisieren Fanfictions auch häufig romantisch-schwärmerische Projektionen und Beziehungsträume sowie morbide, defätistische Plots, um die sich Tragödien jedweder Coleur entspinnen – was gerade hinsichtlich des Alters der Autorinnen auf eine erstaunliche Ernsthaftigkeit und Tiefe in der Imagination verweist.

9 Resümee

Das in der vorliegenden Arbeit behandelte Phänomen Fantum hat sich im Zuge des Arbeitsprozesses als ein äußerst vielschichtiges und für soziologische Bearbeitung sehr gehaltvolles Forschungsfeld erwiesen, dessen fundamentalen Merkmale anhand des vorgestellten Beispiels der Tokio Hotel Fans herausgearbeitet wurden. So erschlossen sich im Arbeitsprozess stets neue, weitere Forschungsbemühungen lohnende Bereiche, welche nur zum Teil behandelt werden konnten. Dennoch lassen sich zumindest tendenziell Erkenntnisse aus den gewonnenen Daten ableiten, so war es doch etwas überraschend, dass Tokio Hotel derartig stark polarisieren und so enorme Anfeindungen auch gegenüber den Fans provozieren können. Dieses Phänomen alleine wäre ein lohnendes Feld für weiterführende Studien, die auch die Gruppe der genannten „Hater“ als Forschungsgegenstand miteinschließt. Interessant war auch das Ergebnis, dass doch ein beträchtlicher Anteil der Fans in der Lage ist, das eigene Fansein kritisch zu hinterfragen und auch ein Bewusstsein darüber besitzt, dass dieses aller Wahrscheinlichkeit nach sie nicht ihr ganzes Leben hindurch begleiten wird, wie ähnliche Beispiele aus der Vergangenheit (Backstreet Boys, Kelly Family…) zeigen. Ebenso erleuchtend war die Erkenntnis, dass offenbar zumindest oberflächlich große Bemühungen bestehen, sich von anderen, möglicherweise weitgehend fiktiven oder proportional unterrepräsentierten Tokio Hotel – Fangruppen wie jener der Groupies (= Fans, die rein sexuelles Interesse an der Band zeigen) abzugrenzen, obwohl bei näherer Betrachtung letztendlich doch viele bei Gelegenheit genau dieses Verhalten an den Tag legen würden, wenn man den Aussagen der interviewten Fans Glauben schenkt.
Andere Resultate wiederum überraschten weniger und waren besser zu erklären, so war etwa der Effekt der Masse in dieser Form durchaus im Rahmen des denk- und erwartbaren. Gleichsam sahen wir unsere Annahme bestätigt, dass die Fans von Tokio Hotel das Bild, das sie von ihren Stars haben, weitgehend aus den Medien übernehmen und nur partiell davon abweichen.

10 Literaturverzeichnis

Bravo, Nr. 3, 10.1. 2007

Canetti, Elias: *Masse und Macht*. Frankfurt am Main 2003.

Freud, Sigmund: *Massenpsychologie und Ich-Analyse. Die Zukunft einer Illusion.* Frankfurt am Main 1989.

Fuchs-Gamböck, Michael und Schatz, Thorsten: *Tokio Hotel. So laut du kannst!* München 2006.

Le Bon, Gustave: *Psychologie der Massen.* Stuttgart 1968.

Popcorn, Nr. 12, 1.12. 2006

Schäfers, Bernhard: *Soziologie des Jugendalters. Eine Einführung.* Opladen 1994.

11 Internetquellen

http://de.wikipedia.org/wiki/Monkees [Stand: 22.5.2007]

http://de.wikipedia.org/wiki/Tokio_Hotel [Stand: 22.5.2007]

http://lyrics.songtext.name/Devilish/Grauer-Altag-77364.html[Stand: 22.5.2007]

http://www.stern.de/unterhaltung/musik/:Tokio-Hotel-Das-Pop-Wunder-Provinz/581779.html?p=2&nv=ct_cb&eid=581141 [Stand: 22.5.2007]

http://austriancharts.at/showitem.asp?key=23100&cat=a [Stand: 22.5.2007]

http://austriancharts.at/showperson.asp?name=Peter+Hoffmann [Stand: 22.5.2007]

http://austriancharts.at/showperson.asp?name=David+Jost [Stand: 22.5.2007]

http://austriancharts.at/showperson.asp?name=Dave+Roth [Stand: 22.5.2007]

http://austriancharts.at/showperson.asp?name=Patrick+Benzner [Stand: 22.5.2007]

http://de.wikipedia.org/wiki/Die_Lollipops [Stand: 22.5.2007]

http://www.tokiohotel-online.net/666.in-bremen-wird-zur-schlacht-gegen-tokio-hotel-fans-aufgerufen [Stand: 22.5.2007]

http://www.lyricsmania.com/lyrics/tokio_hotel_lyrics_8156/ [Stand: 22.5.2007]

http://de.wikipedia.org/wiki/Visual_Kei [Stand: 22.5.2007]

http://www.tokiohotel-fanclub.de/forum/ [Stand: 26.5.2007]

http://www.mytokiohotel.net/forum/ [Stand: 26.5.2007]

http://www.mytokio.de/forum/index.php [Stand: 26.5.2007]

http://forum.tokiohotel-online.net/ [Stand: 26.5.2007]

https://www-genesis.destatis.de [Stand: 26.5.2007]

http://de.wikipedia.org/wiki/Fan [Stand: 26.5.2007]

http://fanfiction.cwsurf.de/ [Stand: 30.5.2007]

http://de.wikipedia.org/wiki/Fan-Fiction [Stand: 30.5.2007]

http://www.fanfiktion.de/c/109003 [Stand: 22.5.2007]

http://de.wikipedia.org/wiki/US5 [Stand: 30.5.2007]

http://de.wikipedia.org/wiki/Groupie [Stand: 30.5.2007]

Grbic Dragana, Greimel Stefanie, Kirisits Lukas, Prettenthaler Thomas, Scherz Mattias

„PIMP“ & „BITCH“

Geschlechterkonstruktion im HipHop

1 Einleitung

23. April 2007 - 20 Uhr - Orpheum Graz – Der Rapper Sido gab sich ein Stelldichein mit seinen „AGGRO Berlin Homies“[1], welchem wir mit großen Augen und Ohren beiwohnten. Das Motto der Tour lautete „Halt's Maul, zahl Eintritt!“ welchem etliche zum erstaunlichen Preis von 23 € nachkamen. HipHop[2] überall wohin man blickte, von jung bis alt, quer durch alle Milieus warteten sie gierig auf den Auftritt von Sido und Co. Selbst Elternteile begleiteten ihre Sprösslinge, um ihnen bei der Verarbeitung der verbalen Beschimpfungen seitens der Rapper beizustehen. Kurz nach 20 Uhr hüpfte der „selbsternannte Nigger B-Tight“ auf die Bühne und stimmte die von Männern dominierte Meute auf den Hauptact ein. Ihr ganzer Auftritt glich einem Puppenspiel. Wie Marionetten befolgte das Publikum jede Anweisung der Rap-Formation.

Aufgrund der Interaktion, die zwischen Bühne und Publikum stattfand, herrschte im Orpheum den ganzen Abend ein beeindruckendes Motivationshoch. Das Publikum jubelte jeder Aussage Sidos zu, von Beschimpfungen gegenüber der Konkurrenz über Demütigung einzelner im Publikum bis hin zur Promotion für nächste Touren und Alben. Auch die warnenden Worte zum Thema Drogen wurden von Grazer Jugendlichen wild bejubelt.

Um das Schauspiel besser beobachten zu können, begaben wir uns auf die Tribüne, wo sich Interessantes abspielte.

Nicht weit von uns nahmen ein paar minderjährige Mädchen die Aufforderung B-Tights wörtlich, und ließen ihre Hüllen bis zum BH fallen. Ganz nach dem Klischee einer HipHop „Bitch“[3] entsprechend, benutzten sie ihre Körper, um die Aufmerksamkeit der Masse auf sich zu ziehen. Als Sido kam, um sich an den jungen Körpern zu ergötzen, drehte sich das ganze Publikum zu ihnen. Nach diesem kurzen Intermezzo übernahm Sido auf der Bühne, während B-Tight und Co sich zu uns auf die Tribüne gesellten. B-Tight verkörperte den „Macho“ schlechthin, indem er intimen Körperkontakt mit den Mädchen aufsuchte, wobei sich wahrscheinlich nicht alle Mädchen in ihrer Rolle wohl

[1] Homie – Substantiv: Abkürzung für Homeboy, jedoch mit unterschiedlicher Bedeutung; Anrede meist an eine befreundete Person; im Battle Rap jedoch eine neutrale Anrede an den Gegner; vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/hip-hop-Jargon#H,08.06.2007,

[2] HipHop ist eine kulturelle Bewegung, die in den 70er Jahren in New York entstanden ist. Der Begriff „HipHop“ wird in dieser Arbeit als Synonym für das Wort „Rap“ verwendet, obwohl uns bewusst ist, dass Rap neben Graffiti und Breakdance nur einen Teil der Kultur des HipHop darstellt.

[3] Das Wort „Bitch“ bedeutet wörtlich übersetzt „Hündin“. Inhaltliche Bedeutung siehe Kapitel 2.2

fühlten. Da standen sie nun, ohne Oberteil nur mit BH bekleidet auf der Galerie des Grazer Orpheums. B-Tight streichelte die Brüste der Mädchen und setzte sich etwas später, zwei Reihen weiter hinten, mit einem der Mädchen hin und ließ sich von ihr verwöhnen.
Nur selten zeigen sich bei einer soziologischen Beobachtung so eindeutig die erwarteten Klischees sozialer Tatbestände. Wenn die Mädchen 10 Jahre älter gewesen wären und das Grazer Orpheum etwas glamouröser, hätte man glauben können, dass man sich in einem auf MTV ausgestrahlten Rap-Video befindet.

1.1 Problemstellung

HipHop zählt zu den kommerziell erfolgreichsten Musikstilen der gegenwärtigen Popmusik. Es ist hauptsächlich amerikanischer HipHop, der die Verkaufscharts vieler Länder dominiert. Superstars wie 50 Cent sind Vorbilder für Jugendliche weltweit. Obwohl Rap[4] erst seit den 70ern existiert, wären Verkaufscharts heute ohne Rap-Produktionen nicht mehr denkbar. Kein Tag vergeht, ohne dass Musiksender, wie MTV, Videoclips von diversen Rappern/innen abspielen. Die extreme Bekanntheit von Rap-Stars, und die Tatsache, dass immer mehr Jugendliche Zugang zu Fernsehgeräten haben, die Musiksender empfangen können, führt zu einer ständigen Verbreitung des Kulturguts des US amerikanischen HipHop. Von den USA aus verbreitete sich die HipHop Kultur, medienvermittelt in die ganze Welt. Vor allem amerikanische Rap-Produktionen etablierten sich in der Musikindustrie zu einem starken Wirtschaftssektor.
Inhaltlich sind die Themen häufig aus der Alltagswelt der Künstler, wie zum Beispiel dem Leben im Ghetto, Drogen oder Gewalt, entnommen.
Wahrscheinlich fällt jedem oder jeder, der oder die schon einmal mehrere Stunden MTV gesehen hat, auf, dass die Darstellung von Frauen in diversen Rap-Videos eindeutig sexistische[5] Tendenzen aufweisen. Frauen nehmen

[4] Rap wird als Synonym für Sprechgesang und den daraus entstandenen Musikstil verwendet; „to rap“ bedeutet wörtlich übersetzt „klopfen, pochen“, vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Rap 11.06.2007
[5] Ausgangspunkt unseres Verständnisses von Sexismus soll eine Definition aus dem Lexikon für Soziologie sein: Darin wird unter Sexismus, „ein analog zum Terminus Rassismus gebildeter Begriff zur Bezeichnung von Vorurteilen und Diskriminierungen aufgrund der Geschlechtszugehörigkeit. Wegen der, in den meisten Gesellschaften vorherrschenden patriarchalischen Strukturen wird Sexismus fast ausschließlich zur Kennzeichnung von diskriminierenden Einstellungen und Handlungen gegenüber Frauen verwendet bzw. zur Kennzeichnung von Bevorzugung und Verherrlichung des männlichen Geschlechts. Darüber hinaus unterscheiden wir für diese Arbeit zwei Stufen von Sexismus. Eine erste eindeutig erkenntliche und eine zweite subtil institutionalisierte Form des Sexismus. Als Beispiel für die erste Stufe kann die Geschlechterkonstruktion von leicht bekleideten, auf ihre optischen Reize reduzierten Individuen in der modernen Medienwelt bezeichnet werden. Als Beispiel für die zweite Stufe kann die Verwendung der 3. Person Einzahl „man“ bezeichnet werden, da diese Bezeichnung eindeutig auf ein Ungleichverhältnis in Bezug auf die Geschlechterrollen hinweist.
Für diese Forschungsarbeit konzentrieren wir uns nur auf die, von uns definierte erste Stufe des Sexismus, obwohl uns bewusst ist, dass die zweite Stufe von Sexismus nicht weniger gewichtig und folgenschwer ist.

hauptsächlich Rollen ein, die nur dazu da zu sein scheinen, den Männern zu dienen, oder sie sexuell zu erregen. Von vielen Rap-Künstlern wird das Wort Frau Synonym mit dem Wort „Bitch“ verwendet[6].
Dass bei Videoclips oder in den Massenmedien mit nackter Haut und Sex gearbeitet wird, ist allgemein bekannt. Die Art, in der dies im typischen, kommerziell erfolgreichen Rap-Video passiert, differenziert sich aber deutlich vom gewöhnlichen Pop-Video.
Die Tatsache, dass in vielen dieser Rap-Videoclips, häufig ein starker Mann in den Mittelpunkt gestellt wird, der von unterwürfigen Frauen umgarnt wird, trägt die Züge einer Machismo[7]-Mentalität.
Ist HipHop sexistischer als andere Stile der Popmusik? Obwohl diese Frage laut dem Theoretiker Jan Kage[8] nicht pauschal beantwortet werden kann, scheint aber gerade der kommerziell erfolgreiche und medial, audiovisuell global präsente Rap eindeutig sexistisch. Unzählige Mädchen in Bikinis, braun gebrannte, willige Models und über den Frauen stehenden, als strahlende Siegertypen dargestellte Männer finden sich im idealtypischen, amerikanischen Rap-Video wieder. In Videos, wie 50 Cents „Disco Inferno“ oder Snoop Doggs „P.I.M.P“, lässt sich die Anzahl von leicht bekleideten Frauen kaum zählen. Diese fragwürdigen Geschlechterkonstruktionen und die Selbstverständlichkeit mit der diese dargestellt werden, stellt allein schon ein soziologisch relevantes Forschungsfeld dar.
Angesichts der Tatsache, dass es weltweit Millionen von Jugendlichen gibt, die über das Musikfernsehen vermittelte Werte und Normen übernehmen, kann man die globale Tragweite und damit die soziologische Relevanz der Thematik schnell feststellen. Unsere Untersuchung bezieht sich aus diesem Grund ausschließlich auf die kommerziell erfolgreichsten Produktionen des HipHop, da wir annehmen, dass diese den größten Einfluss auf die Rezipienten haben.

1.2 Fragestellungen und Methoden

Wir stellten uns die Fragen, wie viele HipHop-Videos unter den erfolgreichsten Tracks[9] der letzten zwei Jahren eindeutige sexistische Tendenzen aufweisen. Wie sind diese sexistischen Tendenzen in den Bildern und Texten dargestellt? Differenzieren sich jugendliche Rezipienten, die häufig HipHop hören, in Bezug auf die Akzeptanz dieser sexistischen Elementen in den Rap-Videos von anderen? Wie entstanden diese, aus einer feministischen Perspektive, fragwürdigen Geschlechterkonstruktionen in der Rap-Musik?

[6] vgl. Kage 2002, S.142
[7] Machismo heißt übersteigertes Männlichkeitsgefühl, Männlichkeitswahn, Betonung der männlichen Überlegenheit; Das Fremdwörterbuch, S.594
[8] vgl. Kage 2002; S 142
[9] Die englische Bezeichnung für ein Stück auf einem Musikalbum, vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Track 12.06.2007

Um diese Fragen beantworten zu können, verwendeten wir folgende Methoden:

- eine kulturhistorische Analyse der Geschichte des Rap
- eine quantitative Videoanalyse der 20 erfolgreichsten amerikanischen und der 10 erfolgreichsten deutschen Rap-Tracks der Jahre 2005 und 2006 eine qualitative Symbol- und Textanalyse zweier besonders auffälliger Videos
- eine quantitative Befragung mittels Fragebogen von Jugendlichen, in Grazer Schulen

Vorerst wollen wir in dieser Arbeit die Geschichte des HipHop kurz erläutern, um ein besseres Verständnis der aktuellen Rap-Entwicklung zu ermöglichen. Wichtig erscheint uns dabei auch die Herkunft der Geschlechterkonzeptionen näher zu betrachten, um den manifestierten Machismo sowie das weibliche Pendant erklären zu können. Neben dem amerikanischen Rap sollte auch die deutsche HipHop-Szene untersucht werden, um nicht nur eine Vergleichsgruppe zu erhalten, sondern auch die Prozesse der kulturellen Diffusion[10] in Bezug auf die Verbreitung der HipHop Kultur zu veranschaulichen.
Durch die Etablierung der Musikvideos verbreiten sich diese Geschlechterkonstruktionen global. Anhand von zwei Beispielen analysieren wir die Visualisierung sowie die Verbalisierung von diesen marginalisierten Weltbildern. Abschließend widmen wir uns den Ergebnissen der Befragung Jugendlicher, die in Graz ihre Ausbildung absolvieren. Haben diese visuell und akustisch verpackten Inhalte der HipHop-Tracks Auswirkungen auf die Einstellung und Meinung derer, die sich dieser Musik aussetzen? Kommt es im Zuge des Konsums dieser Musik zu einer Übernahme gewisser Werte und Normen, die durch Videoclips vermittelt werden?

2 Kulturhistorische Aspekte

2.1 Entstehung und Frühgeschichte US Rap

Scharenberg definierte vier Phasen der Geschichte des US Rap:[11]

- Mitte der 70er bis 1979 – unabhängige Phase
- 1979 – 1986 – Phase der „Oldskool“
- 1986 – 1992 – politische Phase
- 1992 – jetzt – Phase der musikalischen und kommerziellen Ausdifferenzierung

Zwischen den 40er und 60er Jahren trieb die Modernisierungsgier die New Yorker Stadtverwaltung dazu, eine zweispurige Autobahn (Cross Bronx Expressway) durch das ehemals sozial intakte New Yorker Wohnviertel Bronx

[10] Elemente einer Kultur vermischen sich mit Elementen anderer Kulturen. Wallis und Malm (1990) unterscheiden zwischen 4 Modi der Diffusion.
[11] vgl. Scharenberg 2001, S.211

zu bauen. Dies hatte zur Folge, dass viele der Bewohner das Viertel schleunigst über diesen Weg verließen und nur mehr die Bewohner zurückblieben, die sich einen Umzug nicht leisten konnten bzw. neue Bewohner aus Harlem zuzogen.
Die damalige (South) Bronx kann als Paradebeispiel für die „postfordistische“ Transformation der damaligen Ökonomie angesehen werden.[12] Die im Ghetto zurückgelassenen Bewohner entwickelten aufgrund ihres Nichtzugangs zum Arbeitsmarkt die „New Urban Underclass“[13] Viele amerikanische Innenstädte verfielen zu dieser Zeit komplett und gerade diese trostlose apokalyptische Welt und ihre Umstände wurden zum „ Humus für die Entstehung der HipHop Kultur“.[14] Die hauptsächlich dunkelhäutigen Bewohner des Ghettos entwickelten aber eine Art trotzigen Stolz auf „ihre“ Bronx, es entstand eine Glorifizierung ihres Lebensraums. Die Zurückgebliebenen verteidigten ihren neuen Lebensraum gegen Wohnungsspekulanten und die Polizei, was zu einem Rückzug der öffentlichen Kräfte aus dem Viertel führte. Die daraus resultierenden, negativen Konsequenzen waren eine hohe Kriminalitätsrate, Bandenkriege und massive Drogenprobleme.[15] Als positive Konsequenz fanden Jugendliche vermehrt Platz für kulturelle Projekte, woraus sich eigenständiges kulturelles Kapital[16] bilden konnte. „Soziale Exklusion“ führte hier zu neuen Möglichkeiten für die Jugendlichen, welche sie eventuell in der „sozial intakten“ Gesellschaftsschicht nicht gehabt hätten.
So kam es, dass sich in den Trümmern der Bronx tatsächlich ein neuer Musikstil, eben Rap, bildete und die Kultur des HipHop entstand.
Im Herbst 1979 kam die erste kommerzielle Rap-Platte, „Rappers Delight“ von der „Sugarhill Gang“ auf den Markt. Die „Sugarhill Gang“ kam nicht aus der Bronx, was die Szene um „Grandmaster Flash“ schockierte. Die internationale Popwelt wurde auf HipHop aufmerksam und die New Yorker Rapper fühlten sich um ihre Kultur betrogen. Durch diese Wut angetrieben waren die New Yorker motiviert ihre eigenen Platten zu veröffentlichen und die Musikindustrie wartete bereits begierig auf diese neue Szene. Nun war es einer kleinen Gruppe unterprivilegierter Schwarzen möglich innerhalb eines Ghettos reich zu werden, ohne Drogen zu verkaufen. Obwohl es schon früher reiche, schwarze Musiker gegeben hatte, wurden diese ausschließlich von „weißen“ Labels und Managements produziert[17]. Durch Rap entstanden erstmals „schwarze“ Labels und ein eigenes, wirtschaftlich erfolgreiches Netzwerk in den schwarzen Ghettos der USA.
Bei den ersten Veröffentlichungen handelte es sich lediglich um inhaltslose Party-Tracks, was sich jedoch 1982 mit einem historischen Ereignis wandelte. Der von „Grandmaster Flash & The Furious Five“ veröffentlichte Track „The Message“ war der erste erfolgreiche Rap-Track mit einer tiefgreifenden Botschaft. Der Text sprach die wüsten Lebensumstände im Ghetto an und

[12] vgl. Toop 1984 in Scharenberg 2001, S.245
[13] vgl. Wilson 1987 in Scharenberg 2001, S.246
[14] vgl. Scharenberg 2001, S.245
[15] vgl. Verlan 2003, S.7-23
[16] vgl. Münch 2004, S.432; Kulturelles Kapital ist das Maß an Bildung, dass man erreicht hat, und das einen befähigt, guten Geschmack im Lebensstil zu beweisen.
[17] vgl. Kage 2002, S.136

erreichte durch die Kanäle der Musikindustrie ein breites Publikum[18]. Dieser Track kann als Vorbote der „politischen Phase“ des Rap betrachtet werden, die laut Scharenberger, etwa 1986 durch Public Enemy[19] eingeleitet wurde. Hier wurde Rap als „CNN der Schwarzen“ geboren (Chuck D),[20] was vielleicht auch direkt mit den immer härter werdenden Lebensumständen im Ghetto zu tun hatte. Anfang der 90er kam es zu einer Phase der Ausdifferenzierung in der Rap-Musik. Die von uns untersuchte kommerzielle Rap-Musik begann sich mehr und mehr von anderen Formen des HipHop zu differenzieren und der politische Rap verschwand etwa Ende der 90er aus den Charts. Rap wurde in den 90ern extrem erfolgreich und zum prägenden Musikstil auf Musiksendern wie MTV. Die Videos der Rap-Musik wurden immer aufwendiger produziert und das Musikvideo zu einer Ausdrucksform der Rap-Kultur. Gabriele Klein hat 5 Typen des modernen Rappers oder der modernen Rapperin erstellt:

5 Typen nach Klein[21]

„Party Rapper“
Dieser ursprüngliche Typ entstand im „Oldskool“ HipHop. Der „Master of Ceremony“, der die Partie zum Laufen bringt. (z.B. Kurtis Blow, Will Smith)

„Pimp Rapper“
Er übernimmt die Rolle des Selbstdarstellers und verkörpert den Zuhälter bzw. Frauenheld. Der „Pimp Rapper“ bezeichnet die Frauen als „Bitches“ und propagiert permanente Suche nach sexueller Befriedigung als Lebenssinn des Mannes. In den Videos der „Pimp Rapper“ tauchen Frauen häufig als unterwürfige Frauen auf. (z.B. 50 Cent)

„Polit Rapper“
HipHop ist hier nicht reine Ghettokultur, sondern eine kritische, künstlerische Ausdrucksform der Afroamerikaner. (z.B. Public Enemy)

„Gansgta Rapper“
Dieser Typ ist die erfolgreichste Form des HipHop. Er verkörpert den Kämpfertyp und Sieger im harten Überlebenskampf des US Ghettos. Er widerspricht den gängigen Normen und Konventionen der „weißen“ Kultur Amerikas. Die Texte handeln von Drogen und Kriminalität. Häufig sind die Fans gerade diejenigen, die noch nie ein Ghetto betreten haben, aber in dieser Musik ihr aggressives Potential kanalisieren können. (z.B. Snoop Dogg, Tupac, Notorious B.I.G.)

„Pop Rapper“
Hier wird HipHop mit kommerziell erfolgreichen Pop kombiniert. Es wird die Lebensweise der reichen, weißen US Bürger übernommen. (z.B. P. Diddy)

[18] vgl. Kage 2002, S.67
[19] Scharenberg 2001, S.247
[20] vgl. Verlan 2003, S.7-23
[21] Klein 2003, S.25

2.2 Entstehung und historischer Verlauf von Geschlechterstereotypen in der Kultur der Afroamerikaner und in der Frühgeschichte des HipHop

Die Ursprünge sexistischer Elemente in der Rap-Musik zu finden, ist nicht leicht. Zu unscharf scheint der Blick in die Vergangenheit. Bereits in Tracks, wie „ The Message“ von Grandmaster Flash & Furious Five, geht es in manchen Textpassagen um schnellen Sex.[22] Während für manche Rapper Kurtis Blow mit seinen Battle-Rap Anfang der 80er einer der ersten war, der in seinen Texten über seine eigene Potenz und in leicht sexistischer Form, über die Reize weiblicher Frauen rappte, sehen viele den Ursprung in der Erotik des amerikanischen Funk, wie z.B. in der Musik von Marvin Gaye[23]. Auch wenn diese Musik erotisch und nicht sexistisch ist, kann sie zumindest als Inspiration für Rapper, wie Kurtis Blow oder Snoop Dog, interpretiert werden.
Auch die Erotik der schwarzen Kirchenmusik, dem Gospel, ist laut einigen Beteiligten wie Frank „Kash“ Waddy (Drummer von James Brown) essentiell für ein Verständnis der erotischen bzw. sexistischen Elemente im Rap. Zusätzlich könnte ein durch die „schwarze“ Geschichte entstandenes traditionelles, und damit aus heutiger Sicht zumindest teilweise sexistisches Rollenbild, für das Entstehen mitverantwortlich sein.
Im HipHop wird grundsätzlich zwischen Mann und Nicht-Mann differenziert. Die anderen, also das weibliche Geschlecht, dienen als Projektionsfläche für männliche Phantasien.[24] Speziell im „Gangsta Rap“ ist es üblich, dass über diverse Sexualpraktiken aus der Sicht potenter Männer gerappt wird. Diese Tatsache ist unter anderem historisch zu begründen, da den afroamerikanischen Männern während der Sklaverei die traditionelle Rolle des Ernährer und Versorger der Familie, sowie das sexuell Aktiv sein untersagt wurde.[25]
Die Angst vor einem Sklavenaufstand schlug sich auch in einem Wandel von stereotypen Vorstellung des „schwarzen“ Mannes nieder – aus dem primitiven Eingeborenen wurde ein potenter Konkurrent.

> „Man könnte sagen, dass die Angst vor einem (männlichen) Sklavenaufstand in die sexuelle Furcht vor dem Mythos des „triebhaften“ und „potenten“ schwarzen Mannes umschlug.“[26]

Außerdem war und ist die beklemmende, ökonomische Lage im Ghetto für Frauen noch extremer als für Männer. Frauen hatten es in den 70er Jahren noch schwerer als Männer an Billiglohn-Jobs heranzukommen. Es entstand das Klischee, dass Frauen aufgrund ihrer ökonomischen Abhängigkeit ein „Klotz am Bein des Mannes“ sind, welcher ähnlich wie ein Haustier

[22] vgl. Kage 2002, S.67
[23] vgl. Sexual Healing, 45:20 min.
[24] vgl. Klein 2003, S.206
[25] vgl. Scharenberg 2001, S.258
[26] Scharenberg 2001, S. 258

durchgefüttert werden muss. Dieser „sexistische Mythos“ ist laut Kastner[27] der Ursprung für den Begriff der „Bitch“.
Die Diskriminierung der Frauen im Ghetto wurde durch die Crack-Epidemie in den 80er Jahren weiter verschärft. Durch das Aufkommen dieser Droge wurden die Lebensumstände im Ghetto radikal verändert. Während die Cannabis-Preise durch die strenge Verfolgung unter Reagan immer teurer wurde, wurde die Droge Crack, welche unumstritten ein extrem hohes Suchtpotential hat, immer populärer im Ghetto. Da, zumindest einigen Statistiken nach, Crack vor allem bei Frauen beliebt war, nahm die Prostitution im Ghetto stark zu und das Klischee der „Bitch“ wurde weiter verstärkt.[28]
Frauen hatten zwei Möglichkeiten, um sich die Sucht leisten zu können: entweder sie gingen auf die Straße und prostituierten sich oder sie suchten sich einen reichen Mann.
Als Folge kam es zu einem hohen Anteil an Prostitution im Ghetto und dies wiederum führte zu einer Änderung der Weltsicht der Rapper, da sie sich vor der angeblichen Geldgier der Frauen bedroht fühlten. Das Wort „Bitch“ wurde zum Synonym für das Wort „Frau“ und ein neues Level der Geschlechterdiskriminierung entstand unter den afroamerikanischen Ghettobewohnern.
Der Rapper „Grandmaster Caz“, Zeitzeuge, beschreibt das Aufkommen der Crack-Epidemie so :

> „ Als die Crack Epidemie im Ghetto ausbrach, haben sie dir für 5 Dollar den Schwanz gelutscht“[29].

> „ [...] das hat die Beziehungen unter den Menschen sehr verändert, die sexuellen und die gesellschaftlichen, es war unglaublich [...]“[30]

Der Rapper „Ice Cube“ macht in seinem Track „ A bitch is a bitch“ Frauen für die Gewalt im Ghetto verantwortlich, weil deren Gier nach materiellem und ökonomischem Besitz die Männer zu Verbrechen treibt. [31]
Diese Einteilung der Frauen in „Nutte“ und „gute Frau“ ist für den Theoretiker Jan Kage *“ [...] eine für Männer nützliche Normierung und repressive Hierarchisierung.“*[32]
Um die „schwarze Männlichkeit“ zurückzuerobern, steht im HipHop der Begriff Zuhälter im Mittelpunkt, „denn im phallozentrischen Mythos des Zuhälters fusionieren die Betonung von männlicher „Stärke“[33] bzw. „Härte“[34] und die Abwertung und Verachtung von Frauen und Schwulen.“[35] Der unterdrückte

[27] vgl. Kastner
[28] vgl. Kage 2002, S.
[29] vgl. Sexual Healing, 41:47 min.
[30] vgl. Sexual Healing, 42:15 min.
[31] vgl. Kage 2002, S.144
[32] Kage 2002, S.143
[33] Als „Stärke“ verstehen HipHop Künstler das Überleben im Ghetto, vgl. Scharenberg 2001, S.260
[34] Als „Härte“ verstehen HipHop Künstler das Aufzeigen der „Stärke“ in diversen Bildern, vgl. Scharenberg 2001, S. 260
[35] Scharenberg 2001, S. 260

schwarze Mann sucht sich eine soziale Nische, in der er selbst Macht ausüben kann. Diese Nische ist laut Frank „Kash“ Waddy die eigene Familie:

> „Der weiße Mann beherrscht die Welt, aber wenn er nach Hause kommt, wird er von seiner Frau beherrscht. Der schwarze Mann wird den ganzen Tag verarscht, aber wenn er nach Hause kommt, will er seine Frau beherrschen [...][36]“

2.3 Sexismus in der modernen Rap Musik

Luther Campell (2 live crew) gilt für Ikonen, wie Kurtis Blow[37], als der eigentliche Innovator im Bezug auf Sex und HipHop. Seine Kombination aus Pornographie und Rap, die er sogar vor Gericht verteidigen musste, ist ,zumindest nach Kurtis Blow, einer der Hauptgründe, warum heute so viel Sex in modernen Rap-Videos zu finden ist. Laut Blow fühlten sich viele der jüngeren Rapper, wie z.B Snoop Dog, der auch im Pornogeschäft tätig ist, angesprochen und wollten etwas Ähnliches machen.
Als Anfang der 90er die Kommerzialisierung des HipHop einen Höhepunkt erreichte und die Rap-Videos langsam zu einer der am häufigsten auf MTV ausgestrahlten Musikrichtungen wurde, bot dies auch sexistischen Darstellungen und Geschlechterrepräsentationen eine neue Bühne. Viele vielleicht schon länger gedachte Gedanken, welche sich eher durch abwertende Texte und Schimpfwörter wie „Bitch“ manifestierten, wurden jetzt im „Großleinwand-Format“ filmisch ausgelebt und produziert. Models und „Bitches“ wurden mehr und mehr zu Statussymbolen, ähnlich wie Goldketten und Sportautos. Verschieden „alte“ sexistische Elemente der afroamerikanischen (Ghetto) Kultur wurden mit den sexistischen Elementen der „weißen“ Medienwelt vermischt und eine Form von kultureller Diffusion führte zu einer Verschärfung sexistischer Elemente im HipHop. Die Textpassage *„[...] god knows who make all the videos [...]“* aus einem Public Enemy Track weist eventuell auch auf die Tatsache hin, dass oft Weiße im Hintergrund die Musikvideos mit all ihrem Sexismus produzieren, aber Schwarze dafür verantwortlich gemacht werden.[38]
„Sex Sells“ ist wohl einer der Hauptgründe für das Entstehen der Geschlechterkonstruktionen in modernen Rap-Videos. Für viele dunkelhäutige Randgruppen ist ein sexy Auftreten die Ausstiegsmöglichkeit aus tristen Lebensverhältnissen, was wiederum die Tatsache verstärken könnte, dass viele männliche Rapper die Meinung vertreten, dass Frauen es nur auf das Geld abgesehen haben und deswegen als „Bitch“ betrachtet werden.
Eine der großen Gefahren, die von den sexistischen Elementen des „Gangsta und Pimp Rap“ ausgeht, ist die Stereotypisierung der schwarzen Männer als Sexisten. Diese Stereotypisierung wird vor allem durch die starke Medienpräsenz vieler Rap-Acts begünstigt. Dazu kommt noch, dass gerade die sexistischsten Acts, wie z.B. Snoop Dog oder 50 Cent, die erfolgreichsten sind.

[36] vgl. Sexual Healing, 36:14 min.
[37] vgl. Sexual Healing, 5:20 min.
[38] vgl. Verlan 2003, S.15

Natürlich entstand durch diese „Kultur des Sexismus“ auch eine Gegenbewegung in der „schwarzen HipHop Community“. Die Autorin Jennifer McLune beklagt die negative Vorbildwirkung vieler Rapper auf ihre Mitmenschen: *„Während einer puertorikanischen Parade rieß auf einmal eine Gruppe von Männern einer Frau, die dort einfach nur herging, die Kleider vom Leib. [...] und sie finden das Ganze, als ob es im neuesten Snoop Video wäre [...]“*[39]

Destiny´s Childs Song „ Bills Bills Bills“ spielt auf die Tatsache an, dass viele schwarze Männer sich ihrer Verantwortung für ihre Familien entziehen und dreht den Vorwurf, wonach sich Frauen nur für das Geld interessieren, um.[40]

Die Rapperin „Missy Elliott“, die sich selbst als „Bitch“ bezeichnet[41], und mit viel Selbstbewusstsein die Vorstellung, was eine „Bitch“ ist, in eine ganz neue Richtung gelenkt hat, ist ein gutes Beispiel für eine zwar nicht feministische, aber optimistische weibliche Position in der „schwarzen Rap-Community“. Für den Soziologen und Medienwissenschaftler Albert Scharenberg besteht die feministische Bewegung in ihrem Kern aus Frauen, die der „weißen“ Mittelschicht angehören. Diese Form von Feminismus existiert im HipHop nicht.[42] Queen Latifah sieht im Sexismus ihrer männlichen Kollegen eine Gefährdung der „schwarzen Einheit“ (Unity). Sie selbst bezeichnet sich aber als „womanist“ und lehnt die Bezeichnung Feministin ab[43].

2.4 HipHop Deutschland

Mit dem Auftauchen der „Breakdance-Welle“, welche vor allem durch frühe HipHop Filme ausgelöst wurde, kam HipHop nach Deutschland. Obwohl bereits vorher Musiker, wie z.B. Falco rappten, begann die Jugendkultur erst im Kontext der Breaker. Während der oben erwähnten Zeit kam es in Deutschland auch zu den ersten „Jams“ und HipHop Parties – eine kleine Szene entstand. Ende der 80er waren dann „Torch“ und „Advanced Chemistry“ die ersten Rapper mit deutschsprachigen Texten, deutscher HipHop begann seinen eigenen Stil zu entwickeln[44]. Es ist wichtig zu beachten, dass HipHop in Deutschland vorerst rein medienvermittelt war und alle Kontakte zur amerikanischen Szene erst viel später zustande kamen. Es ist also klar ersichtlich, dass deutscher HipHop nicht losgelöst vom amerikanischen betrachtet werden sollte. Die Normen und Regeln, sowie auch die Methoden dieser Szene, wurden hauptsächlich aus Filmen und anderen Medien erlernt und kopiert.[45]

Die deutsche HipHop-Szene ist ein gutes Beispiel für das vom Kulturwissenschaftler Dirk Hebidge auf die Mediensoziologie übertragene Konzept[46] der „Glokalisierung“[47]. Global vermittelte Elemente werden über die

[39] vgl. Sexual Healing, 6:05 min.
[40] vgl. Scharenberg 2001, S.264
[41] vgl. Scharenberg 2001, S.262
[42] vgl. Scharenberg 2001, S.263
[43] vgl. Scharenberg 2001, S.264
[44] vgl. Verlan 2003, S.18-21
[45] vgl. Verlan 2003, S.19
[46] vgl. Klein 2003, S.93

Medien aufgenommen und mit lokalen Praktiken und sozialstrukturellen Eigenschaften vermischt. Während die musikalischen Elemente des US HipHop von den deutschen Rappern direkt übernommen wurden, differenziert sich der deutsche HipHop in Bezug auf Texte und Inhalte. Laut Gabriele Klein kann Hebdiges Konzept auch als Widerspruch oder zumindest als „kritische“ Modifikation von Horkheimers und Adornos Thesen zur globalen Kulturindustrie verstanden werden.

„Zu dem beschreibt das noch von Adorno und Horkheimer formulierte monolithische Konzept der Kulturindustrie nicht mehr ganz treffsicher die Produktionsweisen der global agierenden Kulturindustrie.“[48]

1991 hatten dann, die in der deutschen Rap-Szene unbekannte, deutsche Band, „Die Fantastischen 4“ immensen Erfolg mit dem ersten deutschen Rap Charthit „Die da“. Dies führte nicht nur zu einem Schock in der Rap-Szene, sondern erinnerte auch stark an die amerikanische Rap-Geschichte und den Erfolg der „Sugarhill Gang“. Laut Sascha Verlan entwickelte die deutsche Rap-Szene erst Mitte der 90er ihren eigenen Still und es kam zum „Golden Age“ des deutschen Rap. Bands, wie „Fettes Brot“ oder „Freundeskreis“, belegten hohe Positionen in den deutschen Verkaufscharts. Diese Phase ist heute abgeschlossen und der klassische deutsche HipHop findet sich nur mehr am Ende der Charts.

Heute dominieren die Acts des Berliner Labels „AGGRO Berlin“ die deutsche HipHop-Szene. Diese propagieren einen aggressiven Rap-Stil, der von der „Message“ an den „Gangsta Rap“ eines 50 Cent erinnert. Außerdem kann er durchaus als sexistisch und gewaltverherrlichend betrachtet werden, zumindest wenn man sich auf Texte und Videos bezieht, was sich auch in der Symbol- und Textanalyse des „AGGRO Berlin“ Videos zeigt.

2.5 Medialisierung/Kommerzialisierung

HipHop hat in seiner Vermarktung eine außergewöhnliche Entwicklungsstufe angenommen. Betrachtet man die Geschichte der verschiedenen Jugendmusikrichtungen, kann man feststellen, dass jede von ihnen, früher oder später, eine Blütezeit und einen Niedergang erlebt hat. Jazz und Blues waren die dominierenden Musikrichtungen der 40er, die dann in den 50er und 60er von Rock'N'Roll und Beat abgelöst wurden. Es folgten Disco, Soul und Funk, die die Musikwelt bis in die frühen 80er beherrschten und erst durch den so genannten Discosound und die darauf folgende Dancefloor-Musik in den frühen 90ern abgelöst wurde. Die 90er zeichneten sich durch eine Differenzierung der Musikrichtungen aus.

HipHop aber scheint sich auch nach 3 Jahrzehnten keinem Niedergang zu nähern. Besonders im Rap scheinen Produzenten ein enormes wirtschaftliches Potential entdeckt zu haben. Auch wenn zu Beginn die „HipHop Community“ eher skeptisch auf eine Vermarktung reagierte, ergriffen viele schnell die

[47] Die ursprüngliche Bedeutung des Begriffes geht auf japanische Manager zurück und verdeutlicht die Annäherung zwischen einer global agierenden, standardisierten Produktion und den lokalen Koloriten. vgl. Klein 2003, S.91
[48] Klein, S.89

Chance mit ihrem Lifestyle Geld zu verdienen. Die antikapitalistische „Keep it real is the deal“ - Haltung wurde schnell überholt.
Besonders der Beginn der Video-Ära, welcher Anfang der 80er einsetzte, beeinflusste und förderte mit der Entstehung eines neuen Musik-TV-Sender MTV die Kommerzialisierung des HipHop. Der Trend HipHop wurde aufgegriffen und durch die Massenmedien der Massenkultur zugänglich gemacht. Rapper/innen wurden samt ihrem Lifestyle durch die Ausstrahlung ihrer Videoclips beworben, um wirtschaftlichen Erfolg und Anerkennung der „Musik Community“ und des Publikums zu schaffen. Wo früher die Inhalte der Clips stark an die Lebensweise im Ghetto gebunden waren, steht heute häufig „The American Dream of Wealth“ im Vordergrund. Anfang der 90er fanden gesellschaftskritische Texte den Weg in die Charts, und erschlossen den Markt für späteren HipHop. Das Image dieser Rapper war jedoch noch in der Unterschicht verwurzelt, wogegen heute Rapper mit Glamour, Glanz und „Bitches“ verbunden werden.
Die dargestellte „Realität“ ist eine Inszenierung der Medien, die Werte des Materialismus transportiert, und deren Vermarktung als Ziel hat. Die „Message“ des Rap rückt in den Hintergrund. Insofern bedient sich die Musikindustrie der „Realness“ des HipHop, um ihre Realität auch als solche vermarkten zu können. Zweck der Medien ist es, nicht nur auf die Bedürfnisse der breiten Masse einzugehen, sondern neue zu erwecken. Einen authentischen HipHopper darzustellen bedarf mehr als nur das Hören von „Rhymes“ und „Beats“. Mit HipHop hat sich eine weitere Eigenheit herausgebildet – der Markenkult. Mit dem Bestreben der Designer „Black Coolness“ zu erlangen, überhäuften prominente Rap-Formationen mit Gratiskleidung, welche im Gegenzug dazu „White Richness“ propagierten. HipHopper aus der Bronx besangen anno dazumal den Turnschuh von Adidas, heute vertreten sie oftmals schon eine eigene Modelinie, die sie in Videoclips stark „promoten“[49]. Prominentestes Beispiel dafür ist der „Wu Tang Clan“, dessen Logo sich auf etlichen Produktionen findet und die mit dem Bekleidungsverkauf mehr einnahmen als mit der Musik. Das „glokale“ MTV bietet eine ideale Werbefläche und den Zugang zu einem jungen, kauffreudigen Publikum. Die Marke, das Logo selbst, ist Kommunikation und suggeriert einen gesamten „Lifestyle“, der global verstanden wird und eine zusätzliche Identitäts- und Prestigefunktion erfüllt. Auch Zugehörigkeit und Abgrenzung sind Funktionen des Markenkults, welches wieder dem entspricht, was Subkulturen eigentlich tun – sich abgrenzen und eigenen Regeln und Konventionen folgen. Dabei sein heißt demnach auch den vorgegebenen Style nachzukommen, die neuerste „Streetwear“ zu tragen, Sprachcodes zu übernehmen und den transportierten „Lifestyle“ zu leben.
Mit der Ausschlachtung des HipHop durch die Popwelt nahmen aber auch rein kommerzielle Bands Rap-Einlagen in ihr Repertoire auf. „Chartwunder“ die Pop produzieren, um schnellen Erfolg zu erlangen, jedoch fern von HipHop liegen, dekontextualisieren Rap. Die Popindustrie kombiniert Musikgenres wie Techno mit HipHop, und verstärkt dadurch ihre Massentauglichkeit[50]. Immer

[49] vgl. Hasler 2004, S.6
[50] vgl. L. Klein

wieder werden Elemente aus dem HipHop aufgegriffen und zur Massenware gemacht, folglich verändert sich HipHop auch ständig im Detail. Als in den USA die „Eastcoast Welle“ um den „Wu Tang Clan“ von Jay Z, P. Diddy und 50 Cent in den Hintergrund gedrängt wurde, hat sich auch der Style der „Mainstream Fancommunity“ angepasst – statt „Wu Wear“, „G-Unit“. Die Funktionsweise erscheint in Deutschland ähnlich nur zeitlich nach hinten versetzt. Das Label „AGGRO Berlin“ lässt sich ähnlich breit vermarkten, wie früher Fanta 4, und stürmt mit Mainstream HipHop die Kinderzimmer. Sie verkaufen vom Fußball über T-Shirts bis Gürtelschnallen alles was AGGRO ist: Die Rapper treten in diversen TV-Shows auf, machen Werbung und basteln Soundtracks zu Kinofilmen. Sie sind ständig in den Medien präsent und finden aufgrund ihrer „derben“ Auftrittsweise sogar einen Platz in politischen Diskussionen.
Auch durch die reduzierte Rolle des weiblichen auf sexuelle Reize, geraten diverse Rap-Formationen immer wieder in den Fokus von Sozialwissenschaftlern und Journalisten. In Anbetracht der Kommerzialisierung und Wettbewerbsfähigkeit gehen vereinzelte Künstler neue kreative Wege um den standardisierten Hörer mit neuen Eindrücken zu gewinnen. Der Tabubruch bringt Aufmerksamkeit und wird in Folge dessen ständig ausgereizt. Die Visualisierung von Sex nähert sich teilweise der pornografischen Darstellung, dieses Bild zeichnet sich auch auf der verbalen Ebene ab.
Professionelle Videoproduzenten treiben diese Entwicklung voran, müssen jedoch gleichzeitig die Inszenierung an den immer steigenden Produktionsstandard anpassen. So entwickelte sich die Low-Cost-Produktion Ende der 80er zu einer Produktionsform, deren Videos mehrere Millionen Dollar kosten und mit ähnlichen Techniken arbeiten, die ebenso für Blockbuster Filme eingesetzt werden.

3 Text- und Videoanalysen

3.1 Quantitative Videoanalyse[51]

Das Ziel dieser quantitativen Videoanalyse war es, den Anteil eindeutig sexistischer Rap-Videoclips unter den kommerziell erfolgreichsten Tracks herauszufinden. Darüber hinaus haben wir uns es zur Aufgabe gemacht, jeweils einen besonders auffälligen deutschen bzw. amerikanischen HipHop-Track für die Symbol- und Textanalyse auszusuchen. Dafür wurde ein Sample erstellt, dass jeweils die 10 bestplatzierten amerikanischen Rap-Tracks 2005 und 2006 in den US Billboard Charts[52] beinhaltet. Weiters wurden jeweils die 5 bestplatzierten deutschen Rap-Tracks 2005 und 2006 der MTV Germany Year End Charts[53] untersucht. Die soziologische Signifikanz dieses kleinen Samples ergibt sich daraus, dass sich unter den ersten 100 Tracks der deutschen MTV

[51] Quantitativ bedeutet hier schnell durchgeführt und ohne genaue Untersuchung von Tiefenelementen der Videoclips
[52] vgl. www.billboard.biz 12.06.2007
[53] vgl. http://www.mtvhome.de/ 12.06.2007

Charts nur 5 deutsche Rap-Tracks befinden. Man erkennt also, dass diese kleine Anzahl von nur 5 Tracks pro Jahr fast den kompletten Bestandteil kommerziell erfolgreicher, deutscher HipHop-Videoclips darstellen. Interessant ist außerdem, dass der Anteil amerikanischer Rap-Tracks in den MTV Germany Year End Charts höher ist als der Anteil der deutschen.
Während sich subtile, sexistische Elemente nur schwer in einer quantitativen Videoanalyse erkennen lassen, gibt es andere eindeutige sexistische Aspekte. Auf diese eindeutig sexistischen Elemente konzentrierte sich diese quantitative Videoanalyse. Ziel dieser Untersuchung war es, nicht genaue Symbol- oder Bildanalysen der untersuchten Videos durchzuführen, sondern nur den Anteil von eindeutigen sexistischen Videoclips zu erheben. Eindeutige sexistische Elemente wurden durch die folgenden drei Kategorien erhoben:

- Frau wird als Objekt (wie z.B. Schmuck) dargestellt
- starker Mann“ wird von vielen unterwürfigen Frauen umjubelt
- Frauenrolle wird in Text oder Bild schlecht gemacht/herabgesetzt

Unser Forschungsteam untersuchte einzeln jedes Video in Bezug auf diese drei Kategorien. Danach wurden diese Ergebnisse verglichen und diskutiert. Problematisch scheint bei diesem stark auf subjektive Beurteilung ausgelegten Forschungsdesign, dass alle Forscher mit gewissen Erwartungen und Einstellungen in die Untersuchung gingen. Deswegen wurden nur die Videos als sexistisch definiert, die uns einstimmig als solche erschienen.
Die Ergebnisse zeigen, dass 2/3 der am öftesten ausgestrahlten Rap-Tracks, zumindest unserer subjektiven Beurteilung nach, sexistische Tendenzen aufweisen. Diese Tatsache bekräftigt unseren bereits in der Einleitung dargestellten Verdacht, dass sexistische Elemente im medial präsenten HipHop eine große Rolle spielen. Dies unterstreicht die soziologische Relevanz unserer Forschungsfrage.
Während der Anteil eindeutig sexistischer Videoclips unter den amerikanischen Tracks in den Jahren 2005 und 2006 annähernd gleich blieb (2005: 8 Videos; 2006: 7 Videos), variiert der Anteil unter den deutschen Tracks zwischen den Jahren 2005 und 2006 (2005: 2 von 5 Videos; 2006: 4 von 5 Videos mit sexistischen Inhalt).
Auffällig erscheint hierbei, dass 3 der 5 erfolgreichsten deutschen Tracks 2006 vom Berliner HipHop Label „AGGRO Berlin“ sind. Aufgrund diese Tatsache haben wir uns entschlossen, ein „AGGRO Berlin“ Video in unsere Symbol- und Textanalyse aufzunehmen. Als amerikanisches Pendant scheint 50 Cent am besten geeignet zu sein, da er 4 der 10 erfolgreichsten amerikanischen Tracks 2005 performte.

3.2 Qualitative Text- und Symbolanalysen

Die qualitative Symbolanalyse hat es sich zum Ziel gesetzt, die in den Cips dargestellten Männlichkeits- und Weiblichkeitskonzeptionen explizit zu beschreiben.

3.2.1 Textanalyse AGGRO Berlin – AGGRO- Ansage Nr. 5

Die Thematisierung der Frauenrolle ist bei AGGRO Ansage Nr. 5 nebensächlich. Das Weibliche wird hauptsächlich zum „Dissen“[54], als Metapher verwendet.

> „du Fotzeee ich mach das Blut fließt auf deine Bluejeans
> gib dir ne Bombe und dein Auge wird zum Muschie“

Es scheint, dass die Obszönität und die Wucht der Ausdrücke im Vordergrund stehen. Sie sollen schockieren und mit dem Bruch gesellschaftlicher Konventionen das Image von „AGGRO Berlin“ unterstreichen. Es lässt sich die Vermutung anstellen, dass der Ausdruck „...Fotze...“ verwendet wird, um den Gegner zu entwerten, zu erniedrigen und ihm „weibliches“ zuzuschreiben. Zusätzlich schwingt darin eine Respektlosigkeit gegenüber dem Gegner und Frauen mit. Jedoch dominiert die Darstellung der Männlichkeit aus der Perspektive der Rapper. Mit Metaphern, wie „...Superman...“ und „...Raubtier...“, wird der unersetzliche und übernatürliche Charakter betont, sowie die animalische Härte mit der gegen Gegner vorgegangen wird. Es werden mehrmals Ausführungen zur Gewaltbereitschaft, Unerschrockenheit und Härte verbalisiert, die Straßenerfahrungen und den Willen zur Verteidigung hervorheben

> „...keiner ist mehr sicher vor mir, alle zittern...“

Das Männliche wird hier mit Stärke, Furchtlosigkeit und auch Einschüchterung in Zusammenhang gebracht. Trotz der problematischen sozialen Herkunft

> „...wir waren lange genug unten jetzt kommen wir drei an die Spitze...“

wurde jedoch mit etwas Geduld gesellschaftlich anerkannter Erfolg erreicht. Die zwiespältige Lebenssituation in der sich die Formation jetzt befindet

> „...ich geh vom Schatten ins Licht...“

zwischen kriminellen Tätigkeiten im Untergrund und Musikbusiness bzw. Rampenlicht verdeutlicht die bestehende Verbindung zu ihrem Milieu. In diesem Zusammenhang wird ein Image transportiert, welches authentisch ist und den Bezug zum „Underground" aufrecht erhält. Auch die fortbestehende Kriminalisierung der Rapper

> „...wir machen Cash, wir beaken Weed...“

dient diesem Zwecke. Gerade auf diesem subversiven Karriereweg scheint der Erfolg eines „...AGGRO Star...“ begründet. Durch Tabus und Grenzwertigkeit wird in den Medien auf sich aufmerksam gemacht.

[54] Wort wird abgeleitet von „disrespect“ und bedeutet beleidigen, beschimpfen, vgl. Philippe 2005, S.28

„die Medien saugen uns aus wie Baby's eine Titte
sie sind egoistisch als würd ich ne Bitch alleine ficken“

Der Egoismus, der den Medien unterstellt wird, dient dem Ausdruck des allgemeinen Misstrauens, den die Clique gegenüber dem Rest der Welt hegt. Durch den Vergleich wird jedoch auch deutlich der Umgang mit Frauen thematisiert, die wie „Shareware“ als Nutzobjekte gebraucht werden und in der „AGGRO Clique“ weitergegeben werden. Sie repräsentieren hier eine Haltung gegenüber Frauen, die sehr abwertend ist. Die Frauen werden als Objekte dargestellt, die der Formation eigen sind und an dem sich alle bedienen können. Den Frauen wird hier keine Persönlichkeit zugesprochen, diese sollen lediglich für das Wohl der Männer sorgen, welche innerhalb der Gruppe „gleichberechtigte Partner“ sind. Die Crew tritt auch ständig im Rudel auf und selten alleine. Man pushed sich gegenseitig

„...immer stärker, mit B-Tight und G-Hot, noch stärker...“

und zollt sich Respekt. Auch das Dissen nach außen, gegenüber der Konkurrenz, hat einen hohen Stellenwert bei „AGGRO Berlin“ und dient dem inneren Zusammenhalt

„...ich fress dich und deine ganze Clique...“

Sie senden hier ein Signal an ihre Hörer aus, in dem sie ihnen mitteilen, dass sie von Konkurrenten nicht viel halten. Demnach nimmt auch das Gebühren von Respekt, seitens der Fans umso mehr Wichtigkeit ein

„...ich verkauf mein Rap und krieg ein Haufen Respekt...“

Im Endeffekt ist sich „AGGRO Berlin“ dessen bewusst, dass es schwere Arbeit ist, um im Geschäft zu bleiben.

„...ich hab in der linken Hand mein Sack und in der Rechten das Geld...“

suggeriert jedoch, dass sie alles im Griff haben und durch ihre Männlichkeit die Regeln beherrschen. Ihr Bild von Männlichkeit scheint sie erst zu dem Erfolg und zu Geld gebracht zu haben.

3.2.2 Bildanalyse AGGRO Berlin – AGGRO Ansage Nr. 5

Der Aufbau des Videos ist so gestaltet, dass man einen Einblick in die angebliche Lebenswelt der „AGGRO Berlin“ Formation bekommt, die aus Vierteln mit hohem Migrantenanteil stammen. Die Handlung spielt sich auf einem Hinterhof, in einem Keller und in einer großen Halle ab. Die Hauptakteure des Videos sind Toni D, B-Tight und G-Hot, unterstützt werden sie von den populären Rappern Sido und Fler. Die Anwesenheit dieser Rapper dient zur Bewerbung ihrer eigene Person, sowie auch als Promotion für die Ansage Nr. 5, welches durch die ständige Präsenz der 5ern auf Pullover,

Ketten, Ohrringe etc. unterstrichen wird. Das gesamte Video ist düster gehalten um den „Underground Flair“ der Location hervorzuheben. Zunächst wird ein Hinterhof gezeigt, in dem Toni D vor einer große Gruppe Männer rappt und sich feiern lässt. B-Tights Auftritt bringt dem Zuschauer eine Überleitung zu den Räumen, in denen die illegalen Geschäfte stattfinden. G-Hot kommt gegen Ende in Mitten einer „Party-Crowd“ zu Wort. So bekommt man einen Überblick über das Alltagsleben der Gruppe, das zum Großteil aus Dealen und Feiern besteht. Die überwiegende Mehrheit der Personen, die gezeigt werden, sind Männer, die entweder jubeln, als Käufer in Erscheinung treten oder auf der Party anwesend sind. Die Frauen spielen eine Nebenrolle, Gehilfin, als Teil der Clique (Tänzerinnen) oder als Stripperin.
Der Videoclip weist eine sich ständig ändernde Kameraperspektive und unruhige Kameraführung auf, welches ein hohes Maß an optischer Dynamik hervorruft und Authentizität bewirken soll.
Männerrolle:
Die Rollen, die von den Interpreten dargestellt werden, unterscheiden sich in ihrem Konzept. Toni D stellt einen gefährlichen, gewaltbereiten Anführer dar, der von einer großen Anhängerschaft umringt wird und von diesen Anerkennung bekommt. Während seiner Rap-Performance trägt er die Kapuze seines Pullovers tief ins Gesicht gezogen. Er hebt sich aus der Masse, in dem er auf ein Autowrack steigt und so über der Menge thronen kann. Die Stärke, die eine Führerrolle erfordert, stellt Toni D mit demonstrativem Zerschlagen einer Flasche auf seinem Kopf dar. Mit einer saloppen Handbewegung schüttelt er den Schmerz ab und untermauert damit seine Härte.
B-Tight übernimmt innerhalb der Formation das Image des klischeehaften „Gangsta Rappers“. Er trägt goldene Ketten über dem nackten, gut durchtrainierten Oberkörper, ein Wave Cap[55] auf dem Kopf und konsumiert und dealt mit Drogen. Auch das Tragen der Sonnenbrillen verstärkt dieses Klischee. Sein Charakter scheint durch übertriebene Gestik karikiert zu werden. Bewegungen von ihm stellen den sexuellen Akt nach und betonen seine körperliche Fitness. Damit soll sein Charakter verdeutlicht werden.
G-Hot stellt den jungen coolen „Party Rapper“ dar. Sein Gesichtsausdruck ist stets gelassen und relaxt. Die Demonstration von Statussymbolen wie Frauen, Zigarren und Geld verdeutlichen seine hedonistische Orientierung. Er zeigt sich mehrmals in Mitten einer „Party-Crowd“. Dieser Gruppe gehört auch Sido an, der direkt neben G-Hot sitzt, und als Mentor fungiert.
Frauenrolle:
Des Weiteren kommen drei verschiedene Typen von Frauen vor. Die Rolle der Gehilfin zeigt sich im Kontext mit dem Clubraum. Die Frauen übernehmen die Arbeiten, die das Geschäft mit den Drogen mit sich bringen. Sie bringen, zählen und bügeln das Geld. Ihnen wird Verantwortung übertragen, was sich an ihrer Körperhaltung zeigt. Diese Rolle hebt sich insofern von denen der Anderen ab, als sie zusätzlich in das illegale Drogengeschäft verwickelt sind.
Das zweite Rollenbild, das im Clip zu beobachten ist, bringt Elemente der afroamerikanischen HipHop Kultur ein. Zwei farbige Frauen ziehen mit ihrer

[55] angesagte Kopfbedeckung aus der Streetwear. Ursprünglich aus einer Strumpfhose gemachte Kopfbekleidung um inkognito einen Raubüberfall zu erledigen, vgl. Helms, S 43

außergewöhnlichen Tanzperformance die Aufmerksamkeit der sie umringenden „Party-Crowd“ auf sich. Es zeigt sich ein Wechselspiel zwischen „pushen“ und „gepushed“ werden. Diesen beiden Tänzerinnen wird für ihre Fähigkeiten Respekt entgegengebracht. Jedoch nehmen sie eine Zwischenrolle ein, die sie einerseits nicht in die Gefilde des Drogengeschäfts einbindet, andererseits auch nicht mit den Stripperinnen in Verbindung setzt.
Die Stripperinnen, die gegen Ende des Videos auftreten, verkörpern die reduzierte Darstellung der Frau auf ein Objekt. Ihre Erscheinung dient dem Zweck die Gelüste der Männerrunde zu befriedigen. Sie stellen typische Callgirls dar, die mit ihrem „Dirty“ Image gut in diese versifften Räumlichkeit passen.
Im Folgenden werden zwei Sequenzen aus der Bildanalyse dargestellt, die sich um die beiden Stripperinnen drehen.
(2.28-2.30) - Es sind die beiden Stripperinnen zu sehen, die von einer rein männlichen Gruppe umkreist werden. Die Blonde zieht der Anderen die Kleidung vom Körper. Die nächste Einstellung ist eine Nahaufnahme der zwei Frauen. Die dunkelhaarige Frau hält ihren Po, der nur mit einem schwarzen Stringtanga bedeckt ist in die Kamera. Die Blonde küsst diesen während das männliche Publikum ihnen Geld zuwirft.
(2.47-2.51) - Die Schwarzhaarige kniet am Boden und streckt ihren Hintern in die Kamera. Um sie herum sitzt eine ganze Gruppe Männer. Eine kurze Einblende zeigt die blonde Frau dabei, wie sie sitzend ihre Beine für die Schwarzhaarige spreizt. Die Schwarzhaarige bewegt sich auf allen Vieren auf den Intimbereich der Blonden zu. Die Kameraeinstellung geht ein bisschen in die Ferne um die Gesamtsituation einzufangen. Die Männer schmeißen ausgelassen Geldscheine durch die Gegend, als ob diese wertlos wären. Den Frauen wird zusätzlich Geld als Belohnung für ihre pornographische Darstellung in den Tanga geschoben. Das Verhalten der Männer ist ausgelassen und zügellos. Dies zeigt sich zum einen darin, dass ein Mann den Kopf der Schwarzhaarigen in den Schoß der Blonden drückt und des weiteren an der Mimik der Männer.
Abschließend ist zu erwähnen, dass die Frauen in keinem der Fälle alleine gezeigt werden, sondern immer in Bezug zum Mann zu verstehen ist. Die Männer sind hier stets in der Gruppe zu sehen und bemühen sich jegliche Attitüden des HipHop zu erfüllen. Im Gegensatz dazu wird im Video von 50 Cent nur ein Teilbereich seines Images dargestellt.

3.2.3 Textanalyse 50 Cent – Candy Shop[56]

50 Cent beschreibt in seinem Song „Candy Shop“ einen abendlichen Discobesuch, bei dem er eine Frau für die Nacht gewinnen will. In diesem Song wird die Männer- bzw. Frauenrolle und deren Verteilung thematisiert. Der ganze Text wird aus der Sicht von 50 Cent erzählt. Zunächst soll auf das Selbstbild von 50 Cent eingegangen werden. Der Text bezieht sich

[56] Neben der von uns interpretierten Bedeutung von „Candy Shop“, wird im New Yorker Szenejargon ein Drogenshop als „Candy Shop“ verstanden. Diese Bedeutung ist jedoch für unsere Untersuchung sekundär. vgl. aus persönlichem Gespräch mit DJ Rapstar

durchgehend auf seine sexuelle Potenz und wie er diese im Weiteren bei Frauen einsetzt, um zum Sexualakt zu gelangen. Gleich zu Beginn des Tracks wird mit dem Vers

> „…I'll let you lick the lollypop…”

eine eindeutige sexuelle Anspielung gemacht. Die Assoziation mit einem Penis ist nahe liegend und der Ausdruck „...lick...“ verstärkt diesen Gedankengang und lässt an Oralsex denken. Mit der Wortkreation

> “… got the magic stick, I'm the love doctor…”

hebt 50 Cent seine Fähigkeiten als Liebhaber hervor und schmückt sich hier mit der Bezeichnung „...love doctor...“, also dem höchsten akademischen Titel, den man erreichen kann. Er ist demnach ein Experte in Sachen Liebe, wobei Liebe hier auf Sex zu reduzieren ist. Auch die Wandlung in der Benennung seines Geschlechtsteils von einem „...lollypop...“ hin zu einem „...magic stick...“ betont seine übersteigerte Selbsteinschätzung und seine Bereitschaft zu Sex. Er benützt den Ausdruck magisch, um der Frau zu verdeutlichen, dass sie etwas übernatürliches, noch nie erlebtes und ausgereiftes erwartet. Diese übernatürlichen Fähigkeiten sieht er in seiner Potenz und seinem Durchhaltevermögen.

> „…I'm a seasoned vet[57] when it come to this shit…”

Doch mit dem Ausdruck „...shit...“ verweist er darauf, dass es lediglich um Sex geht und nicht um eine tiefer gehende Beziehung[58]. 50 Cent prahlt mit seiner Ausdauer, da er der Frau auch andeuten möchte, dass er ihr die Zeit, die sie braucht, um richtig scharf zu werden, ohne Weiteres geben kann. Hier wird die Frauenkenntnis 50 Cents verdeutlicht. Er geht auf ihre Bedürfnisse ein. Diese Fähigkeit von sich hebt er auch in dem Satz

> „…I touch the right spot at the right time…”

nochmals hervor. Er teilt unmissverständlich mit, wie gut er sich mit dem Frauenkörper und dessen Bedürfnissen auskennt. Der Frau, Genuss und sexuelle Freude zu bescheren, scheint ihm ein großes Anliegen zu sein, denn dies wird auch als Gradmesser für seine sexuellen Fähigkeiten verwendet. Auch das er der Frau die freie Wahl über den weiteren Verlauf des Flirts überlässt, bekräftigt seine Kenntnisse.

> „You can have it your way, how do you want it
> You gon' back that thing up or should I push up on it”

[57] Übersetzung: „Fit wie ein Turnschuh“
[58] „Shit“ wird hier nicht abwertend verwendet, sondern betont, dass es sich um eine eigentlich unbedeutende Sache handelt.

Es wird der Anschein erweckt, dass sie die Entscheidungen in dieser Beziehung trägt. Er versucht bei ihr den Eindruck eines einfühlsamen Mannes zu erwecken. Doch gleich darauf macht er deutlich, dass er dieses Spielchen kennt. Er unterstellt ihr Zurückhaltung und Schüchternheit, die Frauen angeblich gerne einsetzten, um den Akt des sich Näher Kommens verführerischer zu gestalten. Damit soll der Mann sexuell gereizt werden. Er unterstellt der Frau die Strategie des neckischen „Komm-und-Erobere-Mich“, auf welches er sich dank seiner guten Kenntnisse als Frauenheld einlässt und dieses Wissen dafür verwendet seinem Ziel näher zu kommen. Das Spiel mit der Wahlfreiheit verwendet er immer wieder. Zunächst gibt er ihr zu verstehen, dass er zu allem bereit ist *„... wanna show me how you work it...“* und sie wählen kann, wie der Akt bzw. das Vorspiel ablaufen soll. Mit dem Zusatz „...no problem...“ und den folgenden Anweisungen gibt er an, die Antwort schon zu wissen. Als “...love doctor...“ ist er im Bilde über die Wünsche einer Frau. Er verbalisiert seine Annahmen über ihre Wünsche. Teilt ihr aber zeitgleich indirekt mit, was er sich wünscht und von ihr erwartet. Ist die Spannung einmal aufgebaut, deutet er seine männliche Erregung als Belohnung für die Frau *„...you can play with the stick...“*
Seine Fähigkeiten beziehen sich nicht nur auf den Akt, sondern auch auf die Art und Weise, wie er die Frau dazu bringt, dass sie mit ihm das macht, was er sich wünscht. Er unterstellt ihr eine gewisse Naivität.

> „I'm tryin to explain baby the best way I can
> I melt in your mouth girl, not in your hands (ha ha)”

Ihm ist bewusst, dass er ihr unmissverständlich sagen muss, was er sich wünscht bzw. sich unter einem befriedigenden Sexualakt vorstellt.

> „'ll break it down for you now, baby it's simple
> If you be a nympho, I'll be a nympho”

Der Frauenheld betont, dass er weiß, was sie hören will und teilt ihr „...simple...“ mit, um was es ihm geht. In dem er ihr unterstellt, sie sei eine Nymphomanin, drängt er sie in die Rolle einer sexhungrigen Frau/Bitch. In dem er ihr zu verstehen gibt, dass er auch in die Rolle eines „Nymphomanen“ steigen kann, zeigt er ihr, dass er auf sie steht und mit ihr verkehren will. Das Verwenden von Nymphomanie, um auf den Sexualakt anzuspielen, zeigt auf, wie er sich Sex vorstellt – hart, wild, begierig und ohne Gefühl. Zusätzlich kann durch die klare Ausdrucksweise sichergestellt werden, dass er nicht an eine schüchterne, zurückhaltende und unerfahrene Frau getroffen ist, die seinen Wünschen nicht gerecht werden kann. Die Eindrücke, die 50 Cent über die Erlebnisse mit der Frau behält, reduzieren sich auf ihre Äußerlichkeit *„... thinking 'bout that ass...“*. Hauptsächlich der Hintern bleibt ihm in Erinnerung. Die Persönlichkeit und ihre Fähigkeit spielen in seiner Erinnerung eine geringe Rolle. Die Reduzierung der Frau auf den Objektstatus wird hier klar dargestellt. Die Tatsache, dass er sie mit *„...my champagne campaign...“* gelockt und verführt hat beweist, dass ökonomischer Wohlstand eine enorme Anziehungskraft besitzt. Ganz nach dem medial vorgelegten Rollenbild

konzentriert er sich auf das sexuelle der Frau, wogegen ihre Priorität im Materiellen liegt. Der Champagner stellt ein solches Luxusgut dar und unterstreicht seinen Reichtum.

3.2.4 Bildanalyse 50 Cent – Candy Shop

Das Video beginnt, indem eine Fahrt vorbei an einer im Nebel versunkenen, dunklen Villa den Beobachter hin zu einem eisernen Tor führt. Die allgemeine Stimmung, die in der Luft steht, ist düster, geheimnisvoll und gespenstisch und suggeriert etwas traumhaftes, unrealistisches. 50 Cent nähert sich seiner Traumwelt, in der ihm die Frauen bedingungslos zur Verfügung stehen.
Er fährt mit einem Sportwagen vor, der so gleich absoluten Luxus symbolisiert und dem Besitzer Macht, Kraft, Vermögen und Vitalität zuschreibt. 50 Cents gesamtes Outfit von der roten Baseballkappe, der „Blue Jean“ bis hin zum weißen Shirt ist sportlich, jung und im „Streetwear-Style“ gehalten. Die makellose Sauberkeit all dessen sticht dem Betrachter besonders ins Auge und schreibt 50 Cent Unschuld zu.
Die Welt, die sich bei Eintreten der Villa vor ihm eröffnet, präsentiert eine Vielzahl traumhafter Frauen. Attraktiv in knappen scheinbar sehr teuren Dessous gekleidet, stolzieren sie grazil durch den Raum. 50 Cent steht im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Er trägt, die für einen Rapper, typische Silberkette mit großem Klunker sowie ein funkelndes Armband, Ringe und Ohrschmuck. Eine Dame in schwarzem Dessous steht direkt vor 50 Cent und heißt ihn im „Candy Shop“ willkommen, sie scheint die „Grande Dame de Bordelle“ zu sein und eröffnet 50 Cent das Angebot. Die Einrichtung der Villa sowie die Aufmachung der Damen, die sich aus teuren guten Stoffen zusammen setzt, wie Seide, Pelz und prächtigem Schmuck, lassen den Eindruck eines sehr noblen Etablissement entstehen. Die Kleidung der Damen sind aus prächtigen, bunten Farben gemacht und werden so dem Ausdruck „Candy Shop“ gerecht. Wie kleine Bonbons warten sie darauf von 50 Cent ausgepackt und probiert zu werden. Für jeden Geschmack scheint etwas dabei zu sein. Die Damen sind alle sehr jung, sie tragen guten Schmuck und sind von Kopf bis Zehe durchgestylt. Ihre Körper entsprechen einer idealtypischen Vorstellung – schlank, vorteilhafte Kurven, große, scheinbar weiche schmollige Lippen sowie verführerisch blickende Augen. Fast alle Damen sind in Bewegung, als würden sie ein spezifisches Ziel verfolgen, welches darin besteht sich wie auf einem Laufsteg für 50 Cent zu präsentieren. Sie fixieren ihn dabei verführerisch, bewegen sich grazil, erotisch und signalisieren ihm ihre Hingabe um sein sexuelles Interesse zu gewinnen.
Beim Betreten des ersten separaten Raumes findet er eine scheinbar sehr notdürftige junge Dame vor. Sie windet und räkelt sich auf der Satinwäsche eines großen Bettes nach sexueller Befriedigung. All ihre Handlungen werden auf einer überdimensionalen Leinwand simultan übertragen. Eine Situation, die sich so mancher Mann erträumt. Mit ihrem Finger spielt sie verführerisch zwischen Haar und halb offenem Mund herum und betont ihre weiblichen Rundungen bis sich 50 Cent zu ihr auf die Satin-Bettwäsche setzt und sie näher beäugt. Mit etwas weniger Kleidung am Körper lässt er sich nun von der Dame verführen die ihn zu sich zieht, um ihn dann wieder zurückzuweisen. 50

Cent selbst bewegt sich kaum auch seine Mimik strahlt eher „Coolness“ als Erregtheit aus. Er lässt mit sich spielen und scheint die Aufgabe des Reizens der Frau zu überlassen.
Eine neue Szenerie eröffnet sich. 50 Cent blickt direkt in die Kamera mit einem etwas lüsternen aber sehr stolzen Gesichtsausdruck zeigt er dem Beobachter, dass er Herr der Situation ist. Er sitzt auf einem Krankenbett, vor ihm steht eine Frau in unartigem rosa Krankenschwesternkostüm gekleidet, die 50 Cent mit einem Stethoskop abhorcht, und ihr Becken dazu erotisch kreisen lässt. Die „Krankenschwester“ stößt 50 Cent sanft auf das Bett, setzt sich auf ihn und kreist weiter ihre Hüften stimulierend an 50 Cents Unterleib. Ihr Gesichtsausdruck scheint erregt, sie schließt verführerisch ihre Augen und hält den Mund stets halb offen. 50 Cent nimmt wieder die Rolle des Verführten ein, welche er auch deutlich jedoch eher emotionslos genießt. Es ist die Aufgabe der Frau ihn zu erregen, er beobachtet sie lediglich und berührt sie kaum.
In einer weiteren Szene wird 50 Cent im Korridor rappend vor einem Bild stehend gezeigt. Es sind vier Frauen in Bikinis darin zu sehen die in unterschiedlichen Positionen auf einem Sockel voneinander durch Girlanden getrennt dastehen. Während 50 Cent in verschiedenen Nah und Totaleinstellungen gefilmt wird bewegen sich die Frauen im Bild langsam, nacheinander und fast unbemerkbar zart.
In einem Flur geht 50 Cent einer neuen Verführung entgegen. Der Raum, in den er blickt, ist sehr dunkel und unauffällig eingerichtet, umso mehr sticht die vollbusige Frau im knappen, pinken Lackdessous dem Beobachter ins Auge. Sie lächelt 50 Cent neckisch mit einer Peitsche in der Hand an. Er blickt etwas verwundert doch erwartungsvoll die Frau an und schon peitscht sie ihm sichtlich erfreut über ihren Einsatz das Shirt vom Körper. Er schreitet, ohne zu zögern, direkt auf sie zu und nimmt sie in den Arm. Sein stark trainierter, etwas unnatürlich wirkender Körper demonstriert seine Mächtigkeit und Härte. 50 Cent fasst die Frau etwas härter an, umgarnt sie und begutachtet stets mit dem selben lüsternen aber ernsten Blick ihren Körper. Im Gegenzug zu den anderen Szenen hebt sich diese durch die Rolle der Domina in dem Sinne hervor, dass 50 Cent der Frau mehr Bewunderung zu schenken scheint. Er umgarnt sie, unterdrückt ihre eigentliche dominante Rolle und demonstriert so seine Stärke. 50 Cent scheint im Laufe der Szene sein direktes Interesse an der Domina verloren zu haben. Er hält sie zu Beginn des Rappens im Arm, während er im Verlauf der Schnitte immer weniger Körperkontakt zu ihr hat und sie zum Ende der Sequenz nur noch hinter ihm steht.
50 Cent ist während des gesamten Clips eigentlich auf der Suche nach einer speziellen Frau, der „Grande Dame de Bordelle“, Olivia, - ihr ist eine hierarchisch höhere Position zugeschrieben. Es wird deutlich, dass sich 50 Cents Aufmerksamkeit auf sie richtet. Ihr Verhalten gegenüber 50 Cent ist distanzierter als das der anderen Freudenmädchen. Sie scheint unerreichbar zu sein, aber privilegiert, da sie neben 50 Cent als autonome Person gezeigt wird. Im Refrain stehen sich die Beiden gegenüber und führen den Dialog, 50 Cent die Hand im Hosenbund und Olivia auf einer Stufe höher stehend um ihre Gleichwertigkeit zu demonstrieren[59]. Beim Erkundschaften der Villa stößt 50

[59] die sie als einzige G-Unit Rapperin in den Männerkreisen erlangt hat

Cent immer wieder, in Form von bewegten Bildern oder im Gang, auf sie. Zum Ende hin erreicht er auch sein Ziel und trifft Olivia in einer bisher unentdeckten Räumlichkeit. Gekleidet in einem edlen Satindessous verweilt sie kurz an der Türe und wirft 50 Cent, der auf einem Sofa sitzend schon auf sie zu warten scheint, einen verführerischen viel versprechenden Blick zu. Auch 50 Cent ist in einem schicken weißen Abendanzug gekleidete. Olivia setzt sich knapp neben 50 Cent auf das große, alte Sofa, rappt und streichelt ihm dabei verführerisch übers Knie. Ihre Körperhaltung strahlt sexuelles Verlangen aus und 50 Cent blickt immer wieder bestätigend in die Kamera. Olivia scheint die Krönung des Traumes darzustellen, der jedoch in diesem Moment zerplatzt[60].
Der bisherige Verlauf des Videos konzentrierte sich auf 50 Cent, der in seiner Traumwelt auf der Suche nach Verführung und Erotik fündig wird. Er war der Einzige, der in den Genuss der Dienste dieses edlen Bordells gekommen ist, doch tauchen gegen Ende des Clips plötzlich andere Männer in der Villa auf, die sich auf Sofas sitzend mit „kecken“, weniger edel anmutenden Frauen amüsieren. In Rap-Clips scheint es üblich zu sein die Clique miteinzubeziehen. Fast immer werden die Kumpels mit ins Bild gebracht und somit auch promotet. Werbung wird jedoch nicht nur für Rapper gemacht, sondern dehnt sich auch auf den Bereich der Mode aus. 50 Cent wechselt sein Outfit sehr häufig und transportiert dadurch die Wichtigkeit von Äußerlichkeiten an den Beobachter. Er trägt teuren Schmuck, Caps, die sein Modelabel „G-Unit“ bewerben, und einen pompösen grauen Pelzmantel, der mittlerweile zu einem wichtigen Statussymbol in der Rap-Szene avanciert ist. Seine Macht wird jedoch häufig neben den materiellen Symbolen durch die leichte Froschperspektive nochmals hervorgehoben.

3.2.5 Abschlussbemerkungen zur Text- und Bildanalyse

Abschließend ist zu erwähnen, dass in beiden Videos stets der Mann die dominierende Rolle spielt. Die Kameraeinstellung bemüht sich bei „Candy Shop“ die Einzelheiten eines schönen Körpers einzufangen, während beim „AGGRO Video“ der Fokus auf der Gesamtsituation liegt. 50 Cent hebt in seinem Track seinen hohen Lebensstandard hervor und gibt den Rezipienten zu verstehen, dass er sich bereits in die „High Society“ gerappt hat. Die „AGGRO Jungs“ unterstreichen ihren Position als „Underground Rapper“.

[60] Bildlich wird das Zerplatzen des Traumes durch Olivia dargestellt, die sich zu 50 Cent lehnt, um ihm scheinbar etwas ins Ohr zu flüstern. Es wächst jedoch eine überdimensionale Kaugummiblase aus ihrem Mund heraus, die bei ihrem zerplatzen 50 Cent in der Realität landen lässt und Olivia dahinter in einem Fast Food Laden „Candy Shop“ auftaucht.

4 Rezipientenbefragung

4.1 Fragestellungen

Nachdem sich unsere bisherigen Untersuchungen eher auf die Musikvideos und die Geschichte von HipHop konzentrierte, geht es in diesem Kapitel um jugendliche Rezipienten, genauer gesagt um Jugendliche, die ihre Schulausbildung in Graz absolvieren.
Wie viele Jugendliche hören häufig HipHop? Wie beurteilen sie HipHop und HipHop-Videos im Bezug auf sexistische Tendenzen bzw. Geschlechterrollen? Besteht eine Wechselwirkung zwischen HipHop-Konsum und sexistischen Einstellungen? Legen HipHop-Fans mehr Wert auf ihr Äußeres, als Jugendliche, die weniger oft HipHop hören, um den stereotypen Schönheitsidealen und Modevorgaben aus den Videoclips zu entsprechen?
Diese und ähnliche Fragen wurden von uns mittels einer Befragung durch Fragebogen behandelt.

4.2 Darstellung der Stichprobe

Insgesamt wurden 271 Jugendliche im Alter zwischen 14 und 22 Jahren befragt. Den größten Teil, 68 Prozent, stellten dabei die 15- und 16-jährigen Jugendlichen dar. Drei Prozent der Befragten waren zwischen 19 und 22 Jahre alt. Die restlichen 29 Prozent fielen auf 14-jährige (8%) bzw. 17-18-jährige Jugendliche (21%).
Da wir uns entschlossen hatten, nur Jugendliche zu befragen, die ihre Schulbildung in Graz absolvieren, ergab die Auswertung folgende Ergebnisse. Die Mehrheit der Befragten (52%) frequentiert eine berufsbildende höhere Schule; ein Fünftel besucht gerade eine allgemein höhere Schule und 28 Prozent möchten eine Lehre abschließen.[61]
45% unserer Befragten wohnen in einer kleinen Gemeinde (bis 5.000 Einwohner). Vierzehn Prozent pendeln zwischen Graz und einer Kleinstadt (5.000 – 20.000 Einwohner). Sieben Prozent kommen aus einer mittelgroßen Stadt (20.000 – 100.000 Einwohner) und ein Drittel wohnt in einer Großstadt (100.000 – 500.000).
89 Prozent der befragten Schüler leben seit ihrer Geburt in Österreich, die restlichen elf Prozent seit mehr als fünf Jahren (10%) oder weniger als fünf Jahre (1%).
Insgesamt waren in unserer Befragung 30 Prozent der Jugendlichen männlich. Es ist dabei zu beachten, dass die Befragung nicht repräsentativ ist, das heißt man kann nicht auf die Grundgesamtheit der Jugendlichen im Großraum Graz schließen. Es ist aber durchaus möglich, interessante Trends aus den Ergebnissen der Studie abzuleiten.

[61] jeweils 2 Klassen des Gymnasium WIKU (53 Schüler/innen), der Bundeshandelsakademien Grazbachgasse und Monsberger (52 bzw. 47 Schüler/innen), der Modeschule Ortwein (44 Schüler/innen), sowie der Berufsschulen Einzelhandelskauffrau und Telekom (42 bzw. 33 Schüler/innen)

4.3 Ergebnisse

4.3.1 Wichtigkeit HipHop

Zu Beginn stellten wir uns die Frage, ob HipHop für unsere befragten Jugendlichen tatsächlich eine wichtige Rolle spielt. Wie bereits in der Einleitung erwähnt wurde, ist der Einfluss auf jugendliche Menschen wohl kaum zu unterschätzen. Millionen von Jugendliche weltweit werden täglich durch diverse Musiksendern mit Rap-Videos konfrontiert. Unsere Befragung ergab, dass das Musikgenre HipHop am dritthäufigsten nach Pop und Rock (deutsch- und englischsprachig) von den Jugendlichen konsumiert wird. Dies spiegelt die gegenwärtige Präsenz von HipHop in den Charts wieder. Neben den „Allerweltstilen“ Pop und Rock Musik ist HipHop in den letzten 30 Jahren zur Massenmusik mutiert.
Vor allem amerikanischer HipHop stellt einen Hauptanteil aktueller Musikcharts dar. Die Dominanz des englischsprachigen Rap zeigt sich auch in den Ergebnissen unserer Befragung, denn 66 Prozent der Befragten finden englischsprachigen Rap besser als deutschsprachigen. Obwohl sie mit Sicherheit deutsche Rap-Texte besser verstehen können, scheint für sie englischsprachiger Rap eine bedeutsamere Rolle zu spielen. Ein Grund dafür könnte sein, dass englischsprachiger Rap auch im deutschsprachigen Raum über eine weit höhere Medienpräsenz verfügt.

4.3.2 Beurteilung Rap-Videos

Während nur 33 Prozent der gesamten Befragten HipHop-Videos als sehr angenehm bzw. angenehm beurteilen, beträgt der Anteil unter denen, die häufig HipHop hören 69 Prozent. Was natürlich durch ihre Vorliebe für die Musikrichtung zu begründen ist, andererseits aber eine gewisse Akzeptanz sexistischer Inhalte in den Videos impliziert. Schließlich zwingt eine Vorliebe für einen gewissen Musikstil nicht zur Akzeptanz der kommerziellen Musikvideos. Die Gruppe der HipHop-Fans scheint aber eine starke Affinität zu den Videoclips des Genres aufzuweisen. Musikvideos spielen eine wichtige Rolle für Rezipienten, die häufig HipHop hören. Diese Jugendliche konsumieren ihre Lieblingsmusik, zumindest unserer Befragung nach, auch häufiger via Fernsehen als andere Jugendliche. Dies ist ein weiteres Indiz dafür, dass HipHop-Videos von Rap-Fans nicht nur akzeptiert werden, sondern für sie auch eine wichtige Rolle spielen. Laut Gabriele Klein wird die globale Welt des HipHop medial vermittelt.[62]

> „Zwar gelten Spielfilme wie Wild Style (1982) und Beat Street (1984) als Initialzündung von HipHop auf der ganzen Welt, die entscheidende Rolle für die lokalen HipHop Szenen heute aber spielen Videoclips.“[63]

[62] vgl. Klein 2003, S.128
[63] Klein 2003, S.114

Diese Annahme von Klein wird durch unsere Ergebnisse verstärkt. Musikkonsum durch Fernsehen und damit Musikkonsum durch Videoclips scheint speziell für Rap-Fans besonders relevant zu sein.

Tabelle 1[64]: Häufigkeit des Konsums von HipHop via Fernsehen

„Wie häufig konsumierst du Musik via Fernsehen?"
„Wie häufig hörst du HipHop?"

	Konsum von HipHop		
Konsum via Fernsehen	häufig	hin und wieder	selten bis nie
häufig	67%	61%	45%
hin und wieder	27%	29%	30%
selten bis nie	6%	10%	25%
gesamt	100%	100%	100%
n= 256			

In vielen dieser HipHop-Videos findet sich ein hoher Anteil von attraktiven, leicht bekleidete Frauen. Solche Geschlechterkonstruktionen und Darstellungen treten zwar überall in der modernen Medienwelt auf, gerade in Rap-Videos erscheint ihre Darstellung aber teilweise besonders respektlos (vgl. Kapitel 3.2.3 bzw. 3.2.4).
Wie in Tabelle 2 ersichtlich ist, differenzieren sich Jugendliche, die häufig HipHop hören, eindeutig in Bezug auf die Akzeptanz von leicht bekleideten Frauen in HipHop-Videos.

Tabelle 2[65]: Beurteilung: Frauen, die in Musikvideos leicht bekleidet sind

„Leicht bekleidete Frauen in Musikvideos finde ich ..."
„Wie häufig hörst du HipHop?"

	Konsum HipHop			
Beurteilung: sehr angenehm bzw. angenehm	häufig	selten	nie	gesamt
Frauen, die leicht bekleidet sind	49%	24%	31%	34%
n=249				

Dieses Ergebnis ist eine erste Bestätigung der Annahme, dass Jugendliche, die häufiger HipHop hören eine höhere Akzeptanz sexistischer Elemente in Musikvideos aufweisen.
Es stellt sich die Frage, ob nicht auch die respektlose Darstellung von Frauen in vielen Rap-Videos sexistischen Einstellungen von Jugendlichen einen Nährboden gewähren können. Auch wenn vielleicht manche Jugendliche, die leicht bekleidete Frauen in den Videos als angenehm befinden, in ihrem eigenen Leben respektvoll mit Frauen umgehen, gibt es vielleicht andere Jugendliche, deren sexistische Einstellung durch solche Musikvideos legitimiert bzw. potenziert wird.
Auch im Antwortverhalten auf die Frage, wie die befragten Jugendlichen die Situation in Videoclips beurteilen, wenn Frauen Männern zujubeln, unterscheiden sich HipHop-Hörer vom Rest der Untersuchten, wie Tabelle 3

[64] Sign.: 0,2%; r = 0,225
[65] Sign.: 6,5%; r = 0,149

zeigt. Immerhin ein Drittel der Jugendlichen, die häufig HipHop hören, beurteilen solche Sequenzen als angenehm oder sehr angenehm. Dieser Wert liegt deutlich über dem Durchschnitt.

Tabelle 3[66]: Beurteilung: Frauen, die in Musikvideos Männern zujubeln

„Frauen, die Männern in Musikvideos zujubeln, finde ich ..."
„Wie häufig hörst du HipHop?"

	Konsum HipHop			
Beurteilung: sehr angenehm bzw. angenehm	häufig	selten	nie	gesamt
Frauen, die Männern zujubeln	31%	16%	14%	20%
n=247				

Während die positive Bewertung von leicht bekleideten Frauen in Musikvideos, zumindest bei den männlichen Befragten, eventuell noch durch sexuelle Reize, anstatt durch eine sexistische Einstellung, begründet werden kann, weist die positive Beurteilung von Situationen, in den Frauen Männern zujubeln, bereits auf eine sexistische Einstellung hin. Die Frau wird hier als Statussymbol oder Objekt benutzt, um den männlichen Helden zu bewundern (vgl. Kapitel 3.2.3 bzw. 3.2.4).
Interessant sind diese Ergebnisse auch, weil in dieser Stichprobe dreimal so viele Frauen wie Männer vertreten sind, da anzunehmen ist, dass speziell Frauen Darstellungen von leicht bekleideten Frauen in Rap-Videos äußerst kritisch gegenübersteht. Obwohl sich leichte geschlechtsspezifische Unterschiede zeigen, da die männlichen Jugendlichen höhere Werte bei den „sexistischen" Antwortkategorien aufweisen, zeigen die weiblichen Befragten überraschenderweise eine deutlich höhere Akzeptanz sexistischer Elemente in den Rap-Videos als angenommen.

Tabelle 4: Beurteilung: Frauen, die in Musikvideos Männern zujubeln nach WEIBLICHE Befragten

„Leicht bekleidete Frauen in Musikvideos finde ich ..."
„Frauen, die Männern in Musikvideos zujubeln, finde ich ..."
„Wie häufig hörst du HipHop?"

	Konsum HipHop			
Beurteilung: sehr angenehm bzw. angenehm	häufig	selten	nie	gesamt
Frauen, die leicht bekleidet sind[67]	34%	9%	9%	18%
Frauen, die Männern zujubeln[68]	26%	13%	6%	15%

Dies legt eventuell den Schluss nahe, dass viele der weiblichen HipHop-Konsumenten sich in der unterwürfigen Rolle, in denen viele Frauen in den Musikvideos dargestellt werden, gefallen könnten. Zumindest scheint ihnen diese Geschlechterkonstruktionen in den Videos nicht zu missfallen.

[66] Sign.: 18,8%; r = 0,120
[67] Sign.: 0,9%; r = 0,251; n = 176
[68] Sign.: 7,7%; r = 0,182; n = 174

Auch wenn hier keine eindeutigen Beweise für eine Wechselwirkung zwischen HipHop Konsum und einer sexistischen Einstellung gemacht werden können, lässt sich doch ein Trend ableiten. Man kann hier zwar nicht von unabhängigen oder abhängigen Variablen sprechen, es wäre aber von großer Bedeutung für etwaige größere Studien ein empirisch fundiertes Modell dieser Wechselwirkung zu erstellen, denn der beschriebene Zusammenhang scheint komplexer als bisher angenommen.

4.3.3 Werte und Normen

Einer Studie von Zillmann/Muldorf[69] zufolge haben *„sexualkonnotative Bilder eine bessere Bewertung der Musik zur Folge als Musikvideos mit gewaltkonnotativen Szenen oder Musikvideos, die weder gewalt- noch sexualkonnotative Szenen aufweisen“*[70]. Die Ergebnisse dieser und ähnlicher Studien sind der kommerziellen Musikbranche seit langem bekannt.
Der Behauptung, dass die befragten Jugendlichen unreflektiert der Welt der Medien begegnen, steht die Tatsache gegenüber, dass 86% der Befragten der Aussage zustimmen, dass nur deshalb so viele Frauen in HipHop-Videos sind, weil es sich gut verkaufen lässt. „Sex sells“ scheint den Jugendlichen also bekannt zu sein.
Trotzdem erfüllen musikalischen Helden für viele Jugendliche höchstwahrscheinlich eine Vorbildfunktion. Diese Tatsache unterstützt die Annahme, dass sexistische Elemente und Einstellungen durch Videos legitimiert werden. Es ist deswegen nicht undenkbar, dass Rap-Fans gewisse Werte und Normen aus diesen Musikvideos in ihren eigenen sozialen Habitus[71] übernehmen. Ist vielleicht gerade bei jugendlichen Rezipienten die Gefahr höher, dass gewisse Normen aus der Medienwelt unreflektiert übernommen werden, oder durchschauen und ignorieren Jugendliche die modern inszenierten Lebenswelten der Rap-Videoclips?
Für den Jugendforscher Dieter Backe ist das Erlernen kultureller Praktiken nicht nur auf die direkte Teilnahme in sozialen Systemen zurückzuführen. Laut Backe muss die Zugehörigkeit zu einer Jugendkultur nicht durch eine Gruppe laufen, sondern *„[...] es genügt an symbolischen Höhepunkten anwesend zu sein (wie ausgewählten Livekonzerten, M.A.), um dann für die Zeit der Dürre allein zu Hause die neuen Schallplatten und Kassetten zu hören, als imaginäre Partner der großen Rockgemeinde“*[72].
Es reicht also mittels Musikfernsehen an kulturellen Praktiken und Riten teilzunehmen, ohne physisch anwesend sein zu müssen
Laut Gabriele Klein präsentieren Bilder weniger die Wirklichkeit, als sie dieses selbst herstellen[73]. Diese modernen Medien- und Rezipiententheorien bekräftigen die Annahme, dass Werte- und Normensysteme direkt aus dem

[69] vgl. Altrogge, S.6
[70] Altrogge 2001, S.6
[71] Pierre Bourdieus Habitus ist *„[..] ein sozial konstituiertes System von strukturierten und strukturierenden Dispositionen, dass durch die Praxis erworbenen und konstant auf praktische Funktionen ausgerichet ist [..]”*, Boudieu/Wacquant 1996, S.154
[72] vgl. Backe 1987, in Altrogge 2001, S.36
[73] vgl. Klein 2003, S.128

Musikfernsehen in den eigenen sozialen Habitus übernommen werden können.
Die ersten, die diese These der Performativität[74] der Bildmedien vertraten, waren bereits in den 80er Jahren Daniel Dayan und Elihu Katz.[75] David Morley ist es zu verdanken, dass diese These einer performativen Herstellung von Gemeinschaft bei außergewöhnlichen Medienereignisse auf den alltäglichen Fernsehkonsum übertragen wurde.[76] Nach Harvey kommt es in der modernen, globalisierten Medienwelt zu einer sogenannten „space-time-compression“ [77].
Auf unser Feld umgelegt, könnte ein praktisches Beispiel dieser Theorie wie folgt lauten: Jugendliche aus dem Großraum Graz nehmen teil an „medial konstruierten“ und „hyperrealen“ Lebenswelten der US amerikanischen „Post-Ghetto-Kultur“[78]. Die glamourösen Welten von reichen „Pimp Rappern“ werden genauso wie deren bizarre Ansichten in Bezug auf die Geschlechterrollen, zumindest in abgeschwächter Form, miterlebt.

> „[...] Fernsehbilder aktualisieren und verfestigen die globalen imaginären Gemeinschaft des HipHop, in dem sie immer wieder die Stile, Praktiken und Techniken des HipHop aktualisieren [...]“.[79]

Zu Stilen, Praktiken und Techniken gehören nicht nur Formen der musikalischen Technik, sondern auch soziale Praktiken und Lebensstile.
Wie bereits erwähnt, konsumieren Jugendliche, die häufig HipHop hören, Musik signifikant häufiger via Fernsehen, als Jugendliche, die seltener bis nie HipHop hören. Jugendliche HipHop-Fans scheinen also besonders von der „space-time-compression“, die durch modernes Musikfernsehen erzeugt wird, beeinflusst zu werden.
Generell vermitteln Gesellschaft und Medien, dass gutes Aussehen und eine schlanke Linie anstrebenswert sind, um Erfolg zu haben und begehrenswert zu sein. Im Falle der HipHop Kultur ist neben einem schlanken, attraktiven Aussehen auch ein gepflegtes bzw. an die medial vorgegeben Ideale angepasstes Äußeres das wünschenswerte Ziel. Egal ob es um edlen Schmuck, „G-Unit Gangsta-Wear“ oder Dolce & Gabana Unterwäsche geht, die Bekleidung in den meisten Rap-Videos ist eher teuer als billig, das heißt, das Aussehen der Akteure ist eher gepflegt als ungepflegt. Es stellt sich die Frage, ob sich Jugendliche, die häufig HipHop hören, in Bezug auf diese Themen von anderen differenzieren.

[74] Das Begriff Performativität *„bezeichnet aus sprachphilosophischer Sicht einen Sprechakt, eine Sprechhandlung, [...] mit denen, sobald sie ausgesprochen werden, eine gewisse Handlung vollzogen wird,* http://de.wikipedia.org/wiki/Performativit%C3%A4t
[75] vgl. Klein 2003, S.129
[76] vgl. Klein 2003, S.129
[77] vgl. Klein 2003, S.129
[78] Der Begriff der „Post-Ghetto-Kultur“ bezeichnet eine aus dem Ghetto entwachsene Kultur des Reichtums und Prunks, der aber noch Elemente der Ghetto-Kultur anzusehen sind.
[79] Klein 2003, S.131

Tabelle 5: Zustimmung: „Ich lege viel Wert auf mein Äußeres“ und „Frauen sollen öfter auf ihre schlanke Linie achten als Männer“

„Ich lege viel Wert auf mein Äußeres“
„Frauen sollen öfter auf ihre schlanke Linie achten als Männer“

	Konsum HipHop			
Zustimmung: „stimme voll zu“	häufig	selten	nie	gesamt
Ich lege viel Wert auf mein Äußeres[80]	63%	56%	37%	51%
Frauen sollen öfter auf ihre schlanke Linie achten als Männer[81]	22%	7%	11%	13%

Hier zeigt sich, dass Jugendliche, die häufig HipHop konsumieren, der Aussage „Ich lege viel Wert auf mein Äußeres“ öfters „voll zu stimmen“. HipHop-Hörer/innen differenzieren sich auch hier vom Rest. Die Vielzahl der modernen HipHop-Videos benutzt Frauen als Objekte ähnlich wie Schmuck oder Autos. Frauen werden häufig nur auf ihr Äußeres reduziert. Die Zustimmung, dass Frauen öfter auf ihre schlanke Linie achten sollen als Männer, impliziert nicht nur das eine schlanke Figur anstrebenswert ist, sondern ist auch eine Reduktion des weiblichen Geschlechts auf optische Reize. Diese Reduktion entspricht einem generellen Typus der Geschlechterrollenkonstruktion in vielen Rap-Videos. Attraktive, schlanke Frauen sind Statussymbole und Objekte des Erfolgs wie Schmuck oder schnelle Autos.

4.3.4 Resümee empirischer Daten

Zusammenfassend kann man behaupten, dass die von uns vermuteten stereotypen Beurteilungen von Rap-Videos, die Ergebnisse unserer Videoanalysen bestätigen.
Etwa 84 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass leicht bekleidete Frauen typisch für Rap-Videos sind. Darüber hinaus stimmten immerhin 69 Prozent der befragten Jugendlichen der Frage zu, dass Frauen in Rap-Videos generell schlecht gemacht werden. Dabei ist aber zu beachten, dass sogar 56 Prozent der Jugendlichen, die häufig HipHop hören, dieser Aussage zustimmen. Es ist aber interessant, dass mehr als die Hälfte der Jugendlichen, die häufig HipHop hören, die Rap-Videos als sexistisch einstufen (wenn Frauen schlecht gemacht werden, entspricht dies vollkommen jeglicher Definition von Sexismus). Dies bestätigt einerseits die Annahme, dass Jugendliche aus dem Großraum Graz, wie bereits zu Anfang erwähnt, durchaus aufmerksam und reflexiv der modernen Videocliplandschaft gegenüber stehen, andererseits bedeutet dies aber nicht, dass diese Jugendlichen solche sexistischen Inhalte ablehnen. Jugendliche, die Rap-Videos als angenehm bzw. sehr angenehm empfinden, stimmen der Aussage „Frauen werden in HipHop Videos schlecht gemacht“ zu 50 Prozent zu. Dies zeigt eindeutig, dass es Jugendliche gibt, die den Sexismus in den Videoclips zwar erkennen, aber nicht als unangenehm bezeichnen.

[80] Sign.: 3,6%; r = 0,225; n = 250
[81] Sign.: 7,5%; r = 0,122; n = 238

Wir können zwar keine eindeutige Wechselwirkung zwischen dem Konsum von kommerziellen HipHop und einer sexistischen Einstellung beweisen, aber einige Ergebnisse unserer Befragung zeigen doch einen gewissen Trend in diese Richtung. Außerdem zeigt die Studie, dass häufiger Konsum von kommerziellen HipHop zu einer höheren Akzeptanz bzw. Legitimation von sexistischen Elementen in Rap-Videos führen kann. Dies scheint, was äußerst interessant ist, auch oder sogar bei Frauen der Fall zu sein. Obwohl man annehmen könnte, dass gerade diese sexistischen Elementen besonders kritisch gegenüberstehen, unabhängig davon, ob sie HipHop hören oder nicht. Gerade die Ergebnisse der weiblichen Befragten sind die eigentliche Überraschung der Studie. Könnte man annehmen, dass Frauen, egal ob HipHop-Konsumentin oder nicht, generell kritisch gegenüber sexistischen Elementen in Rap-Videos sind, zeigt sich, dass sich weibliche HipHop-Fans eindeutig vom Rest der Befragten differenzieren. Es lässt anhand von einigen Ergebnissen vermuten, dass gewisse Werte und Normen, welche typisch für Rap-Videos sind, bei den Jugendlichen zumindest verstärkt werden. Generell gibt es noch zu wenig Methoden und Techniken im Bereich der Videoclip-Rezipientenforschung bei Jugendlichen. Laut Axel Schmidt *„wissen wir derzeit noch zu wenig, über die Art und Weise, wie Jugendliche Musikvideos aufnehmen und verstehen“.*[82] Laut Altrogge ist dies auf Defizite im Bereich der Rezeptionsforschung zurückzuführen.[83]
Inwiefern Werte und Normen von Jugendlichen aus Musikvideos übernommen werden, kann auch aus methodischen Gründen im Laufe dieser zeitlich begrenzten Studie nicht geklärt werden. Die Ergebnisse legen aber zumindest den Verdacht nahe, dass Jugendliche, die häufig HipHop hören, gewisse Werte und Normen aus Rap-Videos übernehmen bzw. dass durch den Konsum von Rap-Videos bereits vorhandene Werte und Normen verstärkt werden. Bedenkt man die gesellschaftliche Relevanz von Rap-Musik und Videos, zeigt sich, dass weitere Untersuchungen in diesem Bereich zu einem besseren Verständnis von Jugendlichen beitragen könnten.

5 Fazit

Das Image, das die Medien dem HipHop verleihen, ist geprägt von stereotypen, kapitalistischen Elementen, die sich in das Gedächtnis der Jugend brennen, und von Rap-Acts personifiziert werden. Kapitalistische Elemente, wie beispielsweise Schmuck, Zigarren, Autos, teure Kleidung oder gut aussehende Frauen, sind Indikatoren, die den Materialismus der modernen, erfolgreichen „Post-Ghetto-Kultur“ der amerikanischen Rap-Szene charakterisieren. Unsere Studie basierte daher auf den vier zentralen Fragestellungen:

- Wie entstand diese moderne, sexistische Rap-Konzeption?
- Welche Formen kultureller Diffusion spielen bei der globalen Verbreitung sozialer Inhalte der HipHop Kultur eine Rolle?
- Wie werden diese Konzepte in den HipHop-Videos umgesetzt?

[82] Altrogge 2001, S.7
[83] vgl. Altrogge 2001, S.7

- Welche Wirkung haben diese auf jugendliche Rezipienten?

Die Kultur des amerikanischen HipHop hat in den letzten 30 Jahren verschiedene Phasen durchlaufen. Während in den 70ern hauptsächlich der „Spaß am Rappen“ im Vordergrund stand, später, in den 80ern und frühen 90ern, bestimmten politische Interessen das Image des Rap, kam Mitte der 90er eine neue, stark kommerzielle Form des HipHop zum Vorschein. Durch diese Themenwandlung wird die Authentizität des HipHop für viele in Frage gestellt. Die Wandlung des US HipHop ist eng mit der immer stärker werdenden Medialisierung und Globalisierung der Welt verbunden. Durch ein immer besser vernetztes mediales Netzwerk, welches über Fernsehsender, wie MTV, oder Internetportale, wie YouTube, funktioniert, wird das Kulturgut bzw. dessen medial konstruierter Stereotyp des amerikanischen Rap in die ganze Welt verbreitet. An der geschichtlichen Entwicklung der deutschen HipHop-Szene lassen sich nicht nur einige Parallelen zu der amerikanischen entdecken, sie ist auch als Resultat der amerikanischen Szene zu betrachten. Konzepte und Theorien von Sozialwissenschaftlern haben diese Vorgänge von kultureller Diffusion anschaulich gemacht. Wie die Ergebnisse unserer quantitativen Videoanalyse zeigen, finden sich auch unter den kommerziellen, deutschen HipHop-Videos einige, die eindeutige sexistische Elemente beinhalten, welche an ihre amerikanischen Vorbilder erinnern. „Beats“ und Videoclips sind heute die zentralen Elemente des Rap. Während in alten Public Enemy Texten gesellschaftskritische Aussagen das Aufsehen der amerikanischen Öffentlichkeit erregten, sind es heute die sexistischen Darstellungen in den Videos und Texten.
In unseren beiden Textbeispielen zeigt sich bereits in den Titeln die inhaltliche Ausrichtung der Tracks. Der Name „Candy Shop“ schafft die Assoziation, wonach Frauen nur zur Verfügung stehende Süßigkeiten darstellen. Der Titel „Ansage Nr. 5“ stellt die Selbstrepräsentation der Künstler in den Mittelpunkt. Während Titel wie „Fear of the Black Planet“[84] von Public Enemy Ende der 80er in den US Charts zu finden waren, stellen heute Titel wie „Candy Shop“ oder „P.I.M.P“ die Spitze des kommerziellen HipHop dar. Die Text- und Symbolanalysen von 50 Cents „Candy Shop“ und AGGRO Berlins „Ansage Nr. 5“ haben gezeigt, dass sexistische Tendenzen in erfolgreichen Rap Videos durchaus extreme Formen annehmen können. Klassische Klischees des „Gangsta Rap“, wie das Darstellen von Drogenhandel oder „Bitches“, werden von den „AGGRO“ Künstlern übernommen, und dazu verwendet ihre „Realness“ als HipHopper zu beweisen. Die Bilder und der Text von „Candy Shop“ stehen weniger für das harte Leben eines Gangsta/Pimp, als für einen machistischen „Gangsta Traum“. Die Darstellung von Frauen nehmen hier, wie sich in der Symbolanalyse zeigt, extreme Formen an. Frauen werden als willige „Bitches“ dargestellt und auf ihre sexuellen Reize reduziert. Die Tatsache, dass „Candy Shop“ sich nach Media Traffic[85] in der Gruppe der 13 weltweit, meistverkauften Singles 2005 befindet, verstärkt die Annahme der globalen Relevanz der Thematik. Der kommerzielle Erfolg dieser

[84] Public Enemy 1990, vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Fear_Of_A_Black_Planet 14.06.2007
[85] vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Media_Traffic_Weltcharts#2005 14.06.2007

Musikrichtung verstärkt die globale Medienpräsenz von Rap und damit ihre Wirkung auf ihre Konsumenten. Hauptsächlich jugendliche Konsumenten stellen das weltweite Publikum dieser Szene dar. Nach einer Beobachtung von Karl Heinz Konnerth[86] stellten HipHop-Videos auf Viva 66% und auf MTV 50% der ausgestrahlten Beiträge dar. Was in US Ghettos vor 30 Jahren begann, ist neben Pop und Rock zur populärsten Jugendmusik der Welt herangewachsen.
Es stellt sich die Frage, wie jugendliche Konsumenten auf dieses Angebot reagieren. Sind Jugendliche hilflose Opfer der Musikindustrie, die ohne Gegenwehr vorgegebene Handlungsmuster in ihre Persönlichkeit integrieren, oder spielen sie mit Elementen aus diesen Musikvideos nach Lust und Laune bzw. schlüpfen sie gezielt in medial vermittelte Rollen, um spezielle Situationen anhand von vorgefertigten Verhaltensmustern zu bewältigen?
Diese Frage lässt sich nur schwer pauschal beantworten, zu unterschiedlich scheinen die Lebenswelten der Jugendlichen. Hierbei können zwei soziologische Konzepte von sozialer Rolle und sozialem Habitus verwendet werden. Die Konzepte von Rolle und Habitus stellen in gewisser Weise zwei konträre Positionen innerhalb der Soziologie dar.
Der Habitus ist nach Bourdieu ein *„[...] System dauerhafter und übertragbarer Dispositionen[...]“*, welche als *„[...] Erzeugungs- und Ordnungsgrundlage für Praktiken und Vorstellungen [...]“* funktionieren[87]. Er ist *„[...] ein sozial konstituiertes System von strukturierten und strukturierenden Dispositionen, das durch Praxis erworben wird und konstant auf praktische Funktionen ausgerichtet ist [...]“*[88]. In manchen Lebenslagen, in denen Jugendliche ein Vorbild suchen, ist es wahrscheinlich, dass Werte und Normen unreflektiert und unbemerkt in den eigenen Habitus integriert werden. Das Konzept des Habitus dient hierbei als Erklärungsmodell.
Das Rollenkonzept der Soziologie kann als soziologische Elementarkategorie verstanden werden. Es besagt, dass Menschen im Laufe ihrer Sozialisation die Fähigkeit entwickeln, gewisse Rollen für bestimmte Situationen einzunehmen und zu spielen.[89] Zum Beispiel könnten Jugendliche in gefestigten Lebenslagen Rollen, je nach Belieben, situativ wechseln. Auf unsere Arbeit bezogen, kann ein modernes Rollenkonzept auch so verstanden werden, dass Jugendliche eine Fähigkeit zur Selbstdistanz entwickeln. Obwohl jugendliche Frauen sexistische Strukturen in der Gesellschaft als falsch kategorisieren, haben sie jedoch kein Problem mit HipHop-Videos, in denen Frauen als „Bitches“ dargestellt werden.
Während Bourdieus Habituskonzept einen tendenziell deterministischen Ansatz darstellt, lassen Rollentheorien, wie sie z.B. innerhalb des Symbolischen Interaktionismus oder im dramaturgischen Ansatz zu finden sind, dem Individuum mehr Freiraum bei sozialem Handeln. Das Problem des Habituskonzepts ist vor allem die fehlende Anpassung an die globalisierte Medienwelt, denn heutzutage können sozialkulturelle Faktoren, wie Familie und Schicht, nicht allein die Entwicklung von Musikgeschmack oder Lebensstil

[86] Die Beobachtung wurde am 27.3.2006 zwischen dreizehn und fünfzehn Uhr durchgeführt. vgl. Konnerth 2006
[87] Bourdieu 1987, S.98-105
[88] Bourdieu/Waquant 1996, S.154
[89] vgl. Krais/Gebauer 2002, S.66

erklären. Der Rollentheorie wird eine Ignoranz der Tatsache vorgeworfen, dass Charaktereigenschaften, die menschliches Handeln beeinflussen nicht nur situativ angewandt werden, sondern ständig vorhanden sind. Eigentlich kann die „gespielte“ Rolle als Gegenteil des „bestimmenden“ Habitus betrachtet werden. Am Beispiel der jugendlichen HipHop-Rezipienten zeigt sich aber, dass diese beiden Konzepte, gemeinsam angewendet, zu einem besseren Verständnis führen können. Obwohl moderne Jugendliche durch einen Habitus teilweise in ihrem Verhalten determiniert werden, besitzen sie die Fähigkeit der Selbstdistanzierung und des Rollenspiels.
Das Auftreten bzw. die Darstellungen von „Bitches“ in Rap-Videos wird, zumindest nach unseren Ergebnissen, auch von jugendlichen Frauen als durchaus positiv beurteilt. Möglicherweise gefällt sich sogar die Eine oder Andere in der Rolle der „Bitch“. Für ein zwei stündiges „AGGRO Berlin“ Konzert lässt man sich gerne, bloß mit BH bekleidet, von einem Rap-Star berühren. Zu Hause, „im richtigen Leben“, führt man aber ein selbstbewusstes, dem modernen, westlichen Ideal entsprechendes Leben. Vielleicht rutschen aber, durch dieses ständige Rollenspiel immer mehr Elemente der gespielten Handlung in den eigenen Habitus und verfestigen sich zu einem Persönlichkeitstypus. Somit verschwimmen die Grenzen zwischen Rolle und Habitus.
Gerade die Wahrnehmung von sexistischen HipHop-Videoclips könnte ein fruchtbares Forschungsfeld für die noch in den Kinderschuhen steckende Rezipientenforschung von Musikvideos darstellen. Vielleicht ist es möglich anhand dieses Beispiels eine neue Theorie zu erstellen, die die Konzepte des Habitus und der Rolle verbindet, womit die moderne, globalisierte Medienwelt bzw. deren Wirkung auf Jugendliche besser verstanden werden kann.

6 Literaturverzeichnis

Altrogge, Michael*: Tönende Bilder*. Berlin 2001.

Backe, Dieter: *Jugend und Subkultur*. In: Altrogge, Michael: *Tönende Bilder, 1Bde. Berlin* 2001.

Bourdieu, Pierre: *Sozialer Sinn.* in: Krais, Beate/Gebauer, Gunter: *Habitus*, Bielefeld 2002. S.98-105.

Bourdieu, Pierre/Wacquant, Loic: *Reflexive Anthropologie*. in: Krais, Beate/Gebauer, Gunter: Habitus: Bielefeld 2002, S. 154.

Bühler, Gerhard: *Postmodere auf dem Bildschirm. Musikvideos, Werbespots und David Lynchs Wild at heart auf der Leinwand.* Remscheid 2002.

Helms, Dietrich: *Clipped differences. Geschlechterrepräsentationen im Musikvideo*. Bielefeld 2003 (Erstveröffentlichung 2003).

Kage, Jan: *American Rap*. Mainz 2002.

Klein, Gabriele, Friedrich, Malte: *Is this real? Die Kultur des HipHop*. Frankfurt am Main 2003.

Verlan, Sascha: *Arbeitstexte für den Unterricht. Rap Texte*. Stuttgart 2003(2. Auflage).

Krais, Beate/Gebauer, Gunter: *Habitus*. Bielefeld 2002.

Münch, Richard: *Soziologische Theorien, Band 3*. Frankfurt/New York 2004

Herausgegeben von Fuchs-Heinritz, Lautman Rüdigern, Rammstedt Ottheim, Wienold Hanns: Lexikon zur Soziologie. Oplanden 1995 (3. Auflage).

Dudenredaktion: *Fremdwörterbuch*. Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich 2001 (8. Auflage).

Scharenberg, Alfred: *Der diskursive Aufstand der schwarzen „Unterklassen“. HipHop als Protest gegen materielle und symbolische Gewalt*. zitiert in: Anja Weiß/Cornelia.

Konnerth, Karl Heinz: *Analyse eines Musikvideos*. 2006, Dokument Nr. 59179.

Ntiviyhabwa, Jean-Alexander: *Sex ‘N’ Pop 3. Sexual Healing*. erstmals erschienen 2004 (ZDF)

7 Internetquellen

http://www.lars-klein.com/start/alltagclarke.html

http://www.anjaweiss.de/images/personen/4_47_scharenbergfin.pdf

http://www.suz.uzh.ch/muerner/pdfs/muster_2005/hasler.pdf

http://www.static.twoday.net/bildung/files/diplomarbeit-natalie-philippe.pdf

http://www.wikipedia.de

Aldrian Ulrike, Mileder Maria

„Austropop“

Eine österreichische Musik in Gefahr?

1 Einleitung

„Den Austropop wieder aufleben zu lassen wäre das Gleiche, als sich Jeans und einen Poncho überzuwerfen und die Hippie Ära in den 70er Jahren nachzuspielen. Jeder hat damals mitgemacht, aber niemand würde sich noch einmal dazu überreden lassen.“

Dieses Zitat, von einer im Zuge der Forschung zum Gespräch herangezogene Person, stellt eine interessante Aussage und Sichtweise dar. So lustig dieses Zitat auch wirken mag, so regt es auch zum Nach- und Weiterdenken an. Warum war der „Austropop“ so populär und warum scheint er es heute, vor allem bei der jüngeren Generation nicht mehr zu sein? Wie wird der „Austropop“ generell gesehen und welche „Funktion“ erfüllt er? Diese Forschungsarbeit legt demnach seinen Schwerpunkt auf die heutige Wirkung und Rezeption der österreichischen Pop- und Rockmusik und nimmt hierbei den „Austropop“ genau unter die Lupe.
Aufgrund des begrenzten Rahmens können nicht alle Forschungsergebnisse veröffentlicht bzw. in dieser Arbeit abgedruckt werden. Dennoch wurde im Rahmen der Forschungstätigkeit versucht, einen möglichst guten Über- und Einblick in die Forschungsthematik und Ergebnisse zu gewähren. Das Phänomen „Austropop“ stellt ein breites Forschungsfeld dar und es ist nicht möglich, alle Aspekte mit der gleichen Intensität und Genauigkeit zu untersuchen. Möglicherweise kann diese Forschungsarbeit den einen oder anderen Leser[1] dazu inspirieren, sich tiefer mit dieser Thematik auseinanderzusetzen und seine Sichtweise bezüglich des „Austropop“ zu vergrößern.

1.1 Einführung in das Forschungsfeld und Forschungsthema

Der Arbeitstitel *„Austropop“ – eine österreichische Musik in Gefahr?* beinhaltet ein Wort, welches so geläufig und dennoch aus dem Nichts entstiegen zu sein scheint. Für Rudi Dolezal, Mitbegründer des Filmlabels DoRo[2] und jahrelanger Insider der heimischen Musikszene, steht der Begriff „Austropop“ für österreichische Popkultur. Die Wurzeln dieser Musik, welche er in seiner

[1] Aus Platzmangel wurde in dieser Forschungsarbeit darauf verzichtet, den Text jeweils in männlicher/weiblicher Form zu verfassen. Zudem würde eine geschlechtsneutrale Formulierweise auf Kosten der Lesbarkeit gehen. Alle Bezeichnungen wie „Künstler“, „Musiker“, „Schüler“, etc. sind als Gattungsbegriffe zu lesen und man kann sich stillschweigend „Künstlerin“, „Musikerin“, „Schülerin“, etc. mitdenken.
[2] DoRo: Film-Produktionsfirma (Wien)

sechsteiligen Dokumentation „Weltberühmt in Österreich“[3] aufarbeitete, stellen für ihn Künstler wie Helmut Qualtinger, Gerhard Bronner und die große Szene des Wiener Liedes dar. Was ist aber nun österreichische Popkultur und was macht sie aus? Auf eine genaue Definition verzichtet Rudi Dolezal, aber auch die Künstler der Szene selbst.[4] Zweifellos ist aber die Tatsache, dass dieser Begriff zu Beginn der „Austropop-Ära“ in den 70er Jahren für eine Musikszene stand, die sich von anderen heimischen Muskszenen abgrenzen wollte.[5] Bevor auf die Ergebnisse der Forschungsarbeit eingegangen werden soll, ist es für das Verständnis unerlässlich, sich kurz genauer mit dem Begriff des „Austropop“ und seiner Bedeutung auseinander zu setzen.

Betrachtet man das Wort „Austropop“, so steht das Wort „pop“ in diesem Zusammenhang nicht für eine Musikstilrichtung, sondern für eine ganz eigene und neue Musik in Österreich, welche sich von der traditionellen Musik beispielsweise abgrenzt. „Austro“ bedeutet schlicht „Österreichisch“ oder „Österreich“, was sich nun aber nicht auf „Musik aus Österreich“ bezieht, sondern auf die verwendete Sprache Bezug nimmt, also dem Dialekt oder dem österreichischen Deutsch. Der „Austropop“ stellt ohne Zweifel eine österreichische Musik dar, aber was ist „Austropop“ genau? Einerseits wird darunter alles, was in Österreich an Popmusik produziert und auch musiziert wird verstanden, aber andererseits beschreibt der „Austropop“ eine eigene Art von Musik.[6] Aufgrund dieser Vieldeutigkeit des Begriffes „Austropop“ erschien es im Rahmen der Forschungstätigkeit sinnvoll, diesen Begriff von den beiden Begriffsdeutungen „österreichische Musik“ und „Musik in einer österreichischen Umgangssprache“ zu unterscheiden.

Der Begriff des „Austropop“ wird die ganze Arbeit hindurch begleiten und verschiedene Personen, wie Musikredakteure österreichischer Radiosender und Künstler österreichischer Musikbands, werden dazu Stellung nehmen. Herauszufinden, was man unter dem Begriff „Austropop“ versteht, was ihn ausmacht und wer diesen Begriff nun zuerst verwendet hat, war aber nicht Hauptaufgabe dieser Forschungsarbeit. Diese Fragen, so simpel sie auch klingen mögen, sind ohnehin nicht leicht zu beantworten, da es an ernstzunehmenden Grundlagenforschungen über die Entwicklung des Austropop fehlt. Selbst für die Wiener Musikhochschule ist die populäre Musik, im Besonderen der „Austropop“, noch immer ein Stiefkind in der Forschung und Lehre.[7] Daher wird der Begriff „Austropop“ in dieser Arbeit durchgehend unter Anführungszeichen verwendet, um sich einer Definition zu enthalten. Eine allgemeingültige Begriffslösung schien in diesem Forschungsrahmen weder möglich, noch sinnvoll zu sein.

[3] Sendetermine im ORF: 1.Teil am 16.November 2006, 2.Teil: 23.November 2006, 3.Teil: 30.November 2006, 4.Teil: 7.Dezember 2006, 5.Teil: 14.Dezember 2006, 6.Teil: 14.Dezember 2006

[4] vgl. Kleine Zeitung, 14.11.2006, TV & Medien, S.58-59

[5] An dieser Stelle soll beispielhaft auf Autoren wie Heide Pfeiler, Harald Fuchs und Walter Gröbchen verwiesen werden, welche sich in ihren jeweiligen Werken um eine Darstellung der geschichtlichen Entwicklung des „Austropop“ bemühten und somit für diese Arbeit von Interesse sind. Aus Platzmangel kann aber nicht weiter auf sie eingegangen werden.

[6] vgl. Pfeiler 1995, S. 23-24

[7] vgl. Fuchs 1996, S. 95

Österreichische Musiker scheinen sich heutzutage immer mehr an internationalen Trends zu orientieren, vor allem an der englischsprachigen Pop- und Rockmusik. Dennoch gibt es noch Künstler, welche bewusst volkstümliche Elemente einbeziehen. Man kann aber annehmen, dass der „Austropop“ einem Funktionswandel unterliegt. Heide Pfeiler hat in ihrer sehr umfassenden Dissertation über den „Austropop“ von einer „Skihüttenmusik“ bzw. von einer „Zeltfestmusik“ gesprochen und damit einen ersten Ansatz für einen möglichen Wandel dieser Musik geliefert. Fakt ist, dass der „Austropop“ in den 70er und frühen 80er Jahren für den Aufbruch in eine neue Zeit gestanden ist. Der Dialekt und die gesellschaftskritischen Texte, verbunden mit einer einfachen Gitarrenbegleitung, ergaben eine Musik, welche zur damaligen Zeit revolutionär war. Heutzutage sind diese Lieder entweder in Vergessenheit geraten oder zu „Gassenhauern“ avanciert, welche man auf der Skihütte oder auf Volks- bzw. Zeltfesten wieder findet.[8] Dieser Funktionswandel wird im Kapitel 4 noch näher erörtert und des Weiteren wird versucht, den Wandel mit empirischen Daten bezüglich Hörgewohnheiten zu belegen.

Der erste Teil dieses Berichtes wird einführend die Annahmen der Radiomacher behandeln, um dann die „Realität“, wie sie sich in der Forschungstätigkeit präsentierte, darstellen. Den Annahmen werden zusätzlich Stellungnahmen österreichischer Musikkünstler, und als Exkurs die Musikindustrie entgegengestellt. Diese Erkenntnisse werden schließlich den empirischen Ergebnissen der befragten Schüler gegenübergestellt, um somit Vergleiche anstellen zu können. Die „Realität“ stellt die Radiopräferenz, die Musikpräferenz bezüglich österreichischer Musik und den allgemeinen Musikgeschmack dar, wobei diese auch im Zusammenhang betrachtet werden.

Wenn man sich mit „Austropop“ beschäftigt, so liegt es natürlich nahe, sich auch mit der Sprache, insbesondere mit dem Dialekt bzw. mit der österreichischen Umgangssprache auseinanderzusetzen. Kapitel 3 beschäftigt sich somit mit der Sprache im Zusammenhang mit verschiedenen Situationen und Gegebenheiten und der sich daraus resultierenden emotionalen Tiefenstruktur.

Um den Bildungs- bzw. Schichtaspekt, welcher vor allem in Bezug auf die Sprach- und Hörgewohnheiten von Interesse sein könnte, nicht außer Acht zu lassen, werden Teilergebnisse differenziert nach zwei Schultypen gegenübergestellt. Um eine leichtere Nachvollziehbarkeit und Verständlichkeit zu erzielen, werden Teilergebnisse mit Tabellen und Abbildungen veranschaulicht.

Im Resümee schließlich werden die Ergebnisse der Forschungserhebung verdeutlicht und die wichtigsten Erkenntnisse nochmals hervorgehoben. Vor allem der Funktionswandel sollte in diesem abschließenden Kapitel in seiner Annahme bestärkt werden.

[8] vgl. Pfeiler 1995, o.S.

2 Annahmen der Radiomacher und die „Realität“

Dieses Kapitel soll die Unterschiede hervorheben, welche zwischen den Annahmen der Radiomacher und den Meinungen der Jugendlichen bestehen. Es soll geklärt werden, wie sich der „Austropop“ mit dem Medium Radio vereinen lässt und welche Position er somit einnimmt. Um eine zu einseitige Betrachtungsweise dieser Thematik zu verhindern, werden ergänzend die Hauptaussagen der Mitglieder zweier österreichischer Bands wiedergegeben und kurz auf die Bedeutung der Musikindustrie eingegangen.

2.1 Die Annahmen

Um ein möglichst breites Bild der Annahmen verschiedener Radiomacher bieten zu können, wurden neben öffentlich-rechtlichen, so die österreichweit fungierenden Radiosender Hitradio Ö3 und FM4 mit Sitz in Wien, auch der private, steiermarkweite Radiosender Antenne Steiermark mit Sitz in Dobl herangezogen. Es sollen zunächst die Hauptaussagen von Wolfgang Domitner (Ö3/stellvertretende Leitung der Musikredaktion; *1967), Andreas Ederer (FM4/Musikredaktion; *1973) bzw. Boris Jordan (FM4/Teil der Musikredaktion; *1966) und Gunter Dorner (Antenne Steiermark/Leiter der Musikredaktion; *1960) vergleichend dargestellt werden um sie dann im nächsten Schritt mit der Realität zu konfrontieren.
Die Interviews wurden qualitativ mit Hilfe eines Interviewleitfadens erhoben und, um Informationsverlusten entgegenzuwirken, aufgenommen bzw. auch transkribiert. Sehr kooperativ den qualitativen Forschungserhebungen gegenüber zeigte sich Gunter Dorner von der Antenne Steiermark, schwieriger gestaltete es sich ein Interview mit Wolfgang Domitner von Ö3 zu bekommen, welches somit leider auch etwas kürzer ausfiel. Das Gespräch mit Andreas Ederer bzw. Boris Jordan von FM4 stellte das längste dar, verlief vergleichsweise aber nicht sehr plangemäß. Dennoch entstanden interessante Dialoge zwischen den beiden FM4-Redakteuren, welche einiges an Information und Interpretationsspielraum zu bieten haben.
Für ein besseres Verständnis der erhobenen und im Folgenden dargestellten Ergebnisse, sollte auch kurz auf den Aufbau der Interviewleitfaden, welcher in Themengebiete unterteilt wurde, eingegangen werden. So wurden die Radioexperten unter anderem generell nach dem Phänomen „Austropop“, dem Stellenwert österreichischer Musik am internationalen Musikmarkt, den Spiellisten und dem Format des Radiosenders, der Notwendigkeit einer Quotenregelung für österreichische Musik, den Chancen junger österreichischer Bands, dem Einfluss des Radios auf das Hörverhalten und den Erfahrungen in der Musikbranche befragt. Für diesen Forschungsbericht sollen nur die relevanten Aspekte der gesammelten Information aus den Interviews dargestellt werden.
Zu Beginn ist es interessant zu sehen, was man mit dem Begriff „Austropop“ assoziiert. Nach Gunter Dorner, ausgebildeter Buch-, Kunst- und Musikalienhändler und seit Sendestart 1995 bei der Antenne Steiermark, ist dieser Begriff sehr unpassend gewählt. Man sollte eher von „österreichischer Popmusik“ sprechen, worunter jede deutsch- und englischsprachige, in

Österreich produzierte Musik und natürlich auch die Dialektmusik fällt. Der „Austropop“ ist für Dorner lediglich eine Zeiterscheinung, welche damals in den 70er bzw. 80er Jahren aufgekommen ist, aber für Wolfgang Domitner von Ö3 auch die erste und bedeutendste originär österreichische Ausformung der Pop- und Rockmusik in der Zeit nach dem Zweiten Weltkrieg, wobei die wichtigsten Vertreter dieser Zeit auch heute noch zu den populärsten Künstler Österreichs zählen. Andreas Ederer von FM4 lehnt den Begriff der „Dialektmusik“ vehement ab, da dieser Begriff jegliche Musik in einer Umgangsprache in ein „Ghetto“ stellen würde und somit sollte man einfach von dem sprechen, was es ist: Umgangssprachlich gesungene Musik. Für seinen Kollegen Boris Jordan stellt der „Austropop“ einen Ausbruchversuch aus der österreichischen Realität dar, weniger eine Einfügung. „Austropop“ ist demnach keine Aufbäumung österreichischen Selbstbewusstseins, sondern, so Jordan, in gewisser Weise eine Protestaktion: *„Man singt auf Österreichisch gegen Österreich.“*
Ö3 hat als damals einziger Popsender des Landes den „Austropop“ erst möglich gemacht. In den 90er Jahren ist dieser Stil des „klassischen Austropop“ jedoch stark aus der Mode gekommen und wurde nach Wolfgang Domitner vor allem von internationaler Popmusik verdrängt. Dennoch hebt er hervor, dass Ö3 nicht aktiv am Aufstieg bzw. den späteren Niedergang des „Austropop“ beteiligt war, sondern als Hitradio stets versucht hat die populärsten Hits für seine Hörer zu spielen. Ö3 fördert tendenziell Musik aus Österreich, dennoch gab es in den 90ern Jahren eine Abwendung vom „Dialekt-Austropop“ der 70er von den nun auch vorhandenen kommerziellen Popradios. Gunter Dorner von der Antenne Steiermark würde nicht von einem Auf- und Abstieg des „Austropop“ sprechen, sondern eher von einer Veränderung. Der „Austropop“ scheint sich nach seiner Tiefphase auch wieder zu erholen, so Dorner.
Das Radio hat ohne Zweifel an Popularität verloren und ist somit zu einem Hintergrundmedium geworden, aber es ist nach Dorner dennoch meinungsbildend. Aufgrund des breiten Radioangebotes bestimmt auch zunehmend der Musikgeschmack den gewählten Radiosender. Für Wolfgang Domitner bestimmt der Radiosender nur bei Menschen mit geringem Interesse an Musik den Musikgeschmack. Bei Fans von kommerzieller Popmusik haben Radiosender und Video TV Sender sicher auch einen großen Einfluss, aber dennoch suchen sich Menschen mit einem ausgeprägten eigenem Musikgeschmack solche Sender, welche diesem Geschmack am ehesten entsprechen, so Domitner von Ö3.
Es könnte auf der Antenne Steiermark zugegebenermaßen mehr österreichische Popmusik gespielt werden, aber man merkt die Orientierung an den großen Radiosendern wie Kronehit Radio oder Hitradio Ö3, so Dorner. Die Hörerwünsche bezüglich österreichischer Popmusik beschränken sich auf die arrivierten Österreicher wie STS, Reinhard Fendrich, Wolfgang Ambros, aber zunehmend wünscht man sich auch Lieder von Christina Stürmer. Dies hat nach Dorner aber auch mit der Kernhörerschaft der Antenne Steiermark zu tun, welche zwischen 25 und 30 Jahren liegt, unabhängig von der Schichtzugehörigkeit. Ö3 spielt hauptsächlich Pop- und Rockmusik aus den 80er Jahren bis heute, wobei Schlager oder volkstümliche Musik von den ORF Regionalsendern gespielt werden. Ö3 orientiert sich zwar nicht an anderen

Radiosendern, verfolgt aber die internationalen Marktentwicklungen sehr genau, wobei nach Wolfgang Domitner laufend Bemühungen unternommen werden, um österreichische Musik zu stärken. Der „klassische Austropop“ stellt bei den Ö3-Hörerwünschen die Ausnahme dar, generell überwiegen Wünsche nach neuerer Popmusik, wie etwa nach Christina Stürmer oder Luttenberger*Klug. Die Hauptzielgruppe von Ö3 liegt zwischen 19 und 39 Jahren, aber viele Hörer sind auch jünger bzw. älter. Schichtdifferenzen liegen bei den Ö3-Hörern nach Domitner nicht vor.
Nach einer Ö3-Reform hat man dem Hitradio mit FM4 eine gewisse „Spielwiese“ gegeben, FM4 resultiert somit aus Sendeteilen von Ö3. Der junge Radiosender orientiert sich an niemanden, da es auch nicht viel Vergleichbares gibt. Somit bietet FM4 jungen Künstlern eine Art „Heimat“, die sonst in Österreich nicht existiert und spricht somit ohne Zweifel ein junges, eher gebildetes Publikum an. FM4 definiert sich als Radiosender, welcher den Hörern neue Musik näher bringen möchte. Somit interessiert sich FM4 auch für keine Verkaufszahlen. Ungefähr 25 Prozent der gespielten Bands auf FM4 stammen aus Österreich, wobei auch unbekannte Bands gefördert werden. Im Vergleich dazu Ö3, hier handelt es sich um 7 Prozent nach Boris Jordan bzw. um 10 bis 15 Prozent nach Wolfgang Domitner. Dennoch hängt der Anteil gespielter österreichischer Musik im Radio von der Musiklandschaft ab, wenn nichts kommt, dann kann auch nichts gespielt werden. Hier sind sich alle der vier Gesprächspartner einig.
FM4 spielt jedenfalls keine Musik, welche sonst überall die Charts hochklettert, so die beiden Musikredakteure. Somit wendet sich FM4 an eine Subkultur, die sonst kein Sprachrohr hat. Den beiden Redakteuren geht es auch nicht darum, auf welche Art gesungen wird, es geht allein darum, ob es gute Musik ist. Ist es gute Musik, egal in welcher Sprache oder in welchen Dialekten, dann wird diese Musik auf FM4 gespielt, versichert Ederer. Mit der Zeit kann gute Musik „erfühlt“ werden, diese Meinung teilt Gunter Dorner mit Andreas Ederer. Dies stellt nach den Musikredakteuren eine gewisse „Erfahrungssache“ dar. Ederer bekommt laufend neue Musik in die FM4-Redaktion, hört sich diese an, sucht sich die besten Nummern heraus, welche er dann mit seinen Kollegen bespricht und wenn sie wirklich für gut befunden werden, gehen sie bestenfalls eine Viertelstunde später auf Sendung. Was aber nicht bedeutet, dass man nicht auch versucht solche Musik im Programm zu verankern, von welcher man anfangs noch nicht genau weiß, wie sie ankommen wird, betont Ederer. Kommt die Musik bei den FM4-Hörern an, wird die Musikrichtung aufgegriffen, ansonsten fallen gelassen. Boris Jordan ergänzt, dass er teilweise sehr erboste Mails von Künstlern im Posteingang vorfindet, welche das System als untransparent bezeichnen und den Redakteuren vorwerfen, sie würden nur das spielen, was ihnen persönlich gefällt. Doch Jordan fragt sich, was diese Künstler denn wollen, ob sie wollen, dass alles demoskopisch erhoben wird? Würde dies der Fall sein, dann würde jede Woche die gleiche Nummer Eins im Radio gespielt werden und die Vielfalt würde wegfallen. Der Journalismus ist im Allgemeinen eine gewisse „Expertengeschichte“, so Jordan.
Für Andreas Ederer von FM4 hat der Erfolg bzw. Misserfolg österreichischer Musik auf alle Fälle nichts damit zu tun, ob man nun im Dialekt singt oder nicht. Dennoch ist nicht zu vergessen, dass die Tradition der Rockmusik eine

Britische bzw. eine Amerikanische ist, so Ederer. Auch Gunter Dorner von der Antenne Steiermark wies auf die Tatsache hin, dass die „Amtssprache“ der Pop- und Rockmusik nun mal Englisch ist. Obwohl es auf dem internationalen Musikmarkt extrem schwierig ist, würde Dorner jungen Künstlern abraten auf Englisch zu singen. Denn international, sieht man auf die österreichische Musikgeschichte, haben es wenige österreichische auf Englisch singende Musiker zu etwas gebracht, mit wenigen Ausnahmen. Es sind letztlich die großen arrivierten Österreicher, wie STS, welche ihre CDs in Massen verkaufen, argumentiert Dorner.
Um am internationalen Musikmarkt Fuß zu fassen braucht man vor allem Charisma und Eigenständigkeit. Man muss einfach ein „Typ“ sein, weswegen Christina Stürmer auch so große Berühmtheit erlangt hat, so Dorner. Diese Meinung teilt auch Wolfgang Domitner von Ö3, ehemaliger Antenne Steiermark Musikredakteur und somit ehemaliger Kollege von Gunter Dorner. Man braucht Charisma und Talent, aber auch gute Ideen und gute Songs sowie einiges an Geduld und starkes Selbstvertrauen in die eigene Musik, betont Domitner.
Gunter Dorner weist aber auch darauf hin, dass dieses österreichische Hochdeutsch auch wiederum nur eine Zeiterscheinung ist, so wie es damals der Dialekt war. Nach Wolfgang Domitner von Ö3 wird Sprache und Dialekt, sofern sie in der Popmusik gut umgesetzt werden, von der Zeit unabhängig immer funktionieren. Aber wie im gesamten Bereich der Popmusik ist auch dieses Element der Sprache gewissen Zeitströmungen ausgesetzt und zurzeit gibt es nach ihm eher eine Tendenz zum universellen, auch in Deutschland vermarktbaren Hochdeutsch. Wobei es aber auch hochwertige Ausnahmen gibt, wie die Rapper von Texta oder die Sprachkünstler von Attwenger zeigen. Dennoch stellt für Domitner der „Austropop“ am internationalen Markt keinen wichtigen Marktfaktor dar, mit wenigen Ausnahmen wie etwa Christina Stürmer oder Falco. Der Wunsch nach internationaler Karriere verhindert überall auf der Welt die Verwendung von zu spezifischen Dialekten. Nach Domitner ist es faktisch unmöglich „Dialektpop“ (mit Ausnahme vielleicht Bayerns) außerhalb Österreichs zu verkaufen. Für ihn sind international die Chancen mit Dialektprodukten nicht vorhanden. Hier widerspricht Andreas Ederer von FM4 stark. Er meint, dass es irrelevant sei, in welcher Sprache Musik gemacht wird. Gute Musik definiert sich nach ihm nicht über die Sprache.
Die Annahme, dass das fehlende Selbstbewusstsein in die eigene Sprache und Nation, verbunden mit dem Zweiten Weltkrieg, etwas mit dem fehlenden Stellenwert der eigenen Sprache zu tun hat, teilt Wolfgang Domitner von Ö3 nicht. Gunter Dorner von der Antenne Steiermark hebt aber sehr wohl hervor, dass Österreich im Unterschied zu allen anderen Ländern ein anderes Selbstbewusstsein in die eigene Sprache und somit auch in die eigenen Künstler hat. Nach ihm hat die eigene Musik nirgends so einen geringen Stellenwert wie in Österreich und etwa auch in Deutschland. Für Boris Jordan von FM4 ist das Epigonenhafte nicht unbedingt auf Österreich beschränkt, aber dennoch hierzulande „krasser“ als in anderen Ländern. Es spielt für ihn aber auch eine Rolle, dass man nun mal auf Englisch besser texten kann als auf Deutsch bzw. im Dialekt. Diese Meinung teilt sein Kollege Andreas Ederer

nicht. Für ihn ist es im Gegenteil sogar peinlich, ein Liebeslied als österreichischer Künstler auf Englisch zu singen:

> „Vernuschelt in einem komischen Dialekt-Englisch … wenn man des auf Deutsch sagt, dann versteht das jeder … und da waß jeder, dass du da die Maria manst, die da hinten in der dritten Reih steht und die di das letzte Mal abserviert hat.“

Wirtschaftlich gesehen bringt die Antenne Steiermark österreichweit nicht viel, obwohl Musik junger Künstler sehr wohl in das Sendeprogramm aufgenommen wird, soweit sie in das Musikformat passen, so Gunter Dorner. Hier hat, hatte und wird weiterhin Ö3 einen großen Bonus haben. Mit der Antenne Steiermark kann man zwar auf manche Künstler oder Lieder aufmerksam machen, aber um etwas zu platzieren bzw. zu verkaufen reicht es nicht. Wenn man einen Titel „pushen“ will, so Dorner, dann geht das nur mit Ö3. Denn Ö3 ist der wichtigste und größte, wie auch meistgehörte Radiosender Österreichs mit ca. 3 Millionen Hörern täglich, wie Domitner erläutert. Aber soll man nun als junger österreichischer Künstler das Ziel verfolgen, auf Ö3 gespielt zu werden, damit man Erfolg haben kann? Dazu meint Boris Jordan von FM4:

> „Manche Bands fragen mi, was sie für Musik machen solln, damit sie auf Ö3 gespielt werden, Platten verkaufen … i kann ihnen net sagen, was sie für Musik machen solln, wenn sie’s net wissen, dann sollen sie’s lassn.“

FM4 beurteilt österreichische Musik genauso streng wie andere Musik, auch wenn man sehr um österreichische Musik bemüht ist. Denn würde man alles spielen, was in die Redaktion kommt, dann wäre der Sender schlecht, keiner würde ihn mehr hören wollen und davon hätte schließlich niemand etwas, nicht einmal die Künstler, so die beiden FM4 Redakteure. Auch bei Ö3 gibt es für junge österreichische Bands keine besonderen Auswahlkriterien, als für andere internationale Produkte. Die Musik muss zum Format passen und eine reguläre Veröffentlichung (als CD oder Download) muss österreichweit gegeben bzw. unmittelbar zu erwarten sein. Wolfgang Domitner ist der Ansicht, dass man auch ohne Ö3 berühmt werden kann, denn auch Ö3 kann nicht die gesamte Musiklandschaft abbilden. Als Beispiel dient für ihn der Riesenerfolg von DJ Ötzi, welcher sich auch ohne Hilfe von Ö3 behaupten konnte. Für Gunter Dorner von der Antenne Steiermark hat sich DJ Ötzi einfach nur aus der „Eventgesellschaft“ und dem „Mitgröhlding“ herausgebildet. Für die österreichische Musikgeschichte ist er aber ein unwichtiger Künstler und kein ernst zunehmender Pop- oder Rockmusiker.
Trotz aller Bemühungen österreichischer Popmusik gegenüber, gibt es bei Ö3 eine gewisse Selektion, vor allem des „klassischen Austropop“. Dieser wird zwar gespielt, aber nur mehr in bestimmten Sendungen wie „Nachtflug“ oder „Solid Gold“. Im Gegensatz zu Ö3 spielt die Antenne Steiermark „Austropop“ rund um die Uhr und versteckt ihn nicht in bestimmten Sendungen. Wolfgang Domitner von Ö3 würde sich ein stärkeres Bewusstsein der Hörer bezüglich heimischer Musik wünschen, denn Talente gibt es nach ihm in Österreich genug. Aufgrund diesem vergleichsweise kleinen Markt ist es sehr schwer,

sich auch international durchzusetzen, aber es ist möglich, wie zuletzt Christina Stürmer oder Luttenberger*Klug gezeigt haben. Domitner ist für Förderungsmodelle und Maßnahmen zur Popularisierung österreichischer Musik, weniger für eine Quotenregelung. Diese Meinung teilt auch Boris Jordan von FM4 und sein Kollege Andreas Ederer ergänzt:

> „Die Zeit des Austropop ist lang vorbei und Musiker, die für eine Quote stehen, wollen die Zeit zurückdrehen. Das geht aber nicht ...“

2.1.1 Exkurs: „Austropop“ und die Musikindustrie

Bevor nun auf die „Realität“ der Forschungsergebnisse eingegangen wird, sollen folgend noch bestimmte Aspekte der Musikindustrie aufgezeigt werden. Dazu wird der Österreicher Andreas Gebesmair herangezogen, welcher sich besonders mit der „Austropop“-Szene auseinandersetzte. Seine Erkenntnisse in Bezug auf die österreichische Popmusik sind für diese Forschungsarbeit nicht unwesentlich.
Ö3 hat ohne Zweifel eine Vormachtstellung, wie auch Gunter Dorner von der Antenne Steiermark feststellte, wenn es um die Förderung junger Talente geht. Ö3 wurde 1967 als erster österreichweiter Rundfunksender gegründet und war somit maßgeblich an der späteren Entwicklung des „Austropop“ beteiligt. Durch die damalige Ö3-Moderatorin Eva-Maria-Kaiser, auch „Mutter des Austropop“ genannt, gelangten Künstler wie Wolfgang Ambros, Marianne Mendt und Wilfried in die Öffentlichkeit und standen vor ihren größten Erfolgen.[9] Dennoch spricht Gebesmair von einer „Hassliebe“, welche zwischen Ö3 und der österreichischen Popmusikszene besteht. Es kam nicht selten vor, dass Ö3 österreichische Musik bzw. österreichische Produktionen ignorierte. Dieser Ignoranz folgte aber auch wieder eine enge Zusammenarbeit zwischen dem Rundfunksender und den österreichischen Musikern und Produzenten.
In der ersten Hälfte der 80er Jahre engagierte sich Ö3, nach langjähriger „Abwesenheit“, wieder für die Aufwertung der heimischen Musikszene. Diese Zeit bezeichnet Gebesmair auch als den „Zweiten Frühling des Austropop“. Aber ist Ö3 überhaupt der Urheber für diese Entwicklung? Gebesmair argumentiert, dass die Zeit für diese Musik einfach günstig war und das Ö3 diese Zeit nur unterstützte, aber nicht initiiert hat. Somit konnte auch der Abstieg des „Austropop“ nicht verhindert werden, trotz der Unterstützung von Ö3.
In den frühen 90er Jahren gab es eine weitere wesentliche Entwicklung im Bereich der Rundfunksender. Es fand eine Liberalisierung des Radiomarktes statt, wodurch in kürzester Zeit viele neue Rundfunksender ins Leben gerufen wurden. Zu Beginn hatten die meisten Sender ein ganz eigenes und oftmals auch sehr viel versprechendes Programm, doch mit der Zeit schienen sie sich immer mehr dem Format von Ö3 anzupassen. Der Ö3-Reform von 1996 fiel ein wesentlicher Teil des österreichischen Musikrepertoires zum Opfer und sieht man auf die Daten von Andreas Gebesmair, liegt der heutige Anteil des gespielten „Austropop“ auf Ö3 bei maximal 15 Prozent.[10] Bei den Interviews

[9] vgl. Ottawa 2000, S. 65-80
[10] vgl. Gebesmair 2001, S. 45

wurde davon gesprochen, dass dem Radiosender FM4 nach dieser Reform eine gewisse „Spielwiese“ gegeben wurde, aber vielleicht wäre der Begriff „Auslagerung“ für diese Maßnahmen besser.

> „Der Erfolg von Musik im Radio ist abhängig vom Reichtum der Musikszene im Land, und deren Erfolg ist wiederum abhängig vom Airplay.“[11]

Alle der befragten Radiomacher sprechen sich für eine Unterstützung österreichischer Künstler aus. Aber es wurde auch betont, dass wenn nichts aus dieser Richtung kommt, auch nichts im Radio gespielt werden kann. Andererseits wird man bei den folgenden Bandinterviews herauslesen können, dass vor allem Ö3 an dem Misserfolg österreichischer Bands die Schuld gegeben wird, da sie einfach zu wenig österreichische Musik spielen bzw. unterstützen würden. Das Zitat gibt dieses Dilemma wieder und hebt den „Teufelskreis“, in dem sich die österreichische Musik befindet, hervor. Ein Vergleich mit der Sendezeitstatistik zeigt jedoch, dass die Radioprogrammierung dem Angebot und der Nachfrage am Tonträgermarkt folgt. Und da kann man feststellen, dass Einbrüche österreichischer Musik dem Radio zeitlich vorausgehen. Somit konnte Andy Baums „Slow down“ noch sooft auf Ö3 gespielt werden, und es wurde nichts verkauft. DJ Ötzi hingegen brachte es ohne großartige Unterstützung an die Spitze.
Sieht man auf die österreichischen Töchter von Großkonzernen[12], so haben diese in den letzten 20 Jahren zusehends Interesse an den heimischen Musikacts verloren und sich deswegen auf andere Märkte konzentriert, so zum Beispiel auf den deutschen Markt. Künstler, welche von Plattenfirmen „gepusht“ werden, unterliegen dem Einfluss des internationalen Marktes. Sie müssen ihre Musik somit an anderen Märkten orientieren, um den Plattenfirmen gerecht werden zu können. Diversen „Megaspektakel“, welche in Österreich Einzug finden, stellen nebenher eine zu große Konkurrenz für die heimischen Veranstalter dar. Diese Einflüsse sind für Gebesmair globalisierungsbedingt und erst in den letzten 20 Jahren zu beobachten. Aber Gebesmair betont auch, dass die Globalisierung allein, genauso wenig wie Ö3, für die derzeit trostlose Lage der österreichischen Musik verantwortlich gemacht werden kann:

> „Bei aller berechtigten Kritik an den globalen Zwängen soll die Tatsache nicht außer Acht bleiben, dass viele Probleme der heimischen Musikszene hausgemacht sind.“[13]

Zu Beginn der 80er Jahre entstanden in Österreich sehr viele verschiedene Musik- und Subszenen. Die anfängliche Kooperation, vor allem in den 70er Jahren, scheint sich aufgelöst zu haben. Die verschiedenen Independent[14]

[11] Gebesmair 2001, S. 47
[12] Plattenfirmen
[13] Gebesmair 2001, S. 48
[14] Independent: Bezeichnung für Labels, die von den großen Plattenfirmen (Major Companies) unabhängig sind und sich auf die „alternative“ Szene konzentrieren.

Plattenlabels grenzten sich voneinander ab und so entstanden auch viele Veranstaltungsorte, welche sich nur auf eine Musikszene konzentrierten. Es fehlt seit jeher an Integrationsfiguren, welche hier zwischen den Labels, den Bands, den Szenen, aber auch zwischen Produktion und (medialer) Verbreitung, wie auch zwischen regionalen und überregionalen Märkten vermitteln. Viele Produzenten oder Manager versuchen ihr Glück im Ausland und kehren, wenn überhaupt, erst sehr spät wieder zurück. Die heimische Musikszene scheint sich zusehends ein Grab zu schaufeln, indem sie sich an internationalen Plattenfirmen bzw. internationalen Standards orientiert.[15]
Das größte Problem für die lokale Musikproduktion im Bereich der Musikindustrie stellt die Politik der Major Labels dar, da sie vor allem danach trachten, mit möglichst wenig internationalen Acts möglichst hohen Profit zu machen. Hierzu dienen in erster Linie die nationalen Vertriebe. Wie aber österreichische Töchter von Großkonzernen sowohl bei der autonomen Produktion als auch im internationalen Transfer von regionalem Repertoire gestärkt werden können, ist nach Gebesmair schwer zu beurteilen. Sinnvoll wäre eine Stärkung der lokalen Infrastruktur, wie etwa durch spezifische Projekte in Zusammenarbeit mit unabhängigen Tonstudios und Produzenten, Professionalisierungsmaßnahmen, wie etwa im Bereich des immer wieder beklagten fehlenden internationalen Managements, die Vernetzung der einzelnen Akteure und ein konzentriertes bewusstseinbildendes Auftreten in der Öffentlichkeit.[16]
Ob eine Quotenregelung zielführend ist, bezweifelt Gebesmair. Die Bedeutung des Rundfunks für die Popmusikentwicklung in Österreich steht zwar außer Frage, aber Radio-Airplay ist dennoch keine Garantie für kommerziellen Erfolg, wie zuvor schon dargestellt wurde. Der Vergleich mit anderen Ländern zeigt des Weiteren, dass der Anteil nationaler Musik in den Radioprogrammen vor allem dort hoch ist, wo sich die Industrie um die Produktion von lokalem Repertoire mit internationalem Zuschnitt bemühte, und das ganz ohne Quotenregelung. Sich trotzig auf eine (vermeintlich) nationale Identität zurückzuziehen, so Gebesmair, schadet nicht nur dem Image, sondern auch der Musikwirtschaft.[17]
Inwiefern aber nun ein internationaler Zuschnitt auf den „Austropop“ möglich ist, bleibt fraglich. Dies lässt die Vermutung zu, dass er gerade deshalb auf dem immer mehr erfolgsorientierten Musikmarkt an Popularität verlor.
Was in der Debatte über die Rolle des Rundfunks bei der Förderung österreichischer Musik häufig auch übersehen wird, ist die Tatsache, dass der Präsentation von Musikvideoclips im Fernsehen mittlerweile eine ebenso große Bedeutung bei der Vermarktung von Acts zukommt wie dem Radio. Es fehlen eindeutig Kontakte zu den wichtigen „Gatekeepers“ in den relevanten TV-Stationen VIVA und MTV.[18] Aber auch die immer größer werdende Bedeutung des Internets darf nicht übersehen werden, und hier hinkt das

[15] vgl. Gebesmair 2001, S. 48
[16] Für Gebesmair spielen in diesem Zusammenhang auch die fehlenden Institutionen (unter anderem die fehlenden Möglichkeiten für öffentliche Auftritte) eine wesentliche Rolle für die Entwicklung des Musikmarkts (siehe dazu auch Gebesmair 2001, S. 32-34).
[17] vgl. Gebesmair 2001, S. 50-51
[18] vgl. Gebesmair 2001, S. 52

Radio eindeutig hinterher. International erfolgreiche Partner, wie Rudi Dolezal und Hannes Rossacher[19] trugen zwar in den 80er Jahren viel zum Erfolg österreichischer Popmusik bei, für eine kontinuierliche Zusammenarbeit mit österreichischen Acts konnten sie aber nicht gewonnen werden.[20]

2.1.2 Stellungnahme österreichischer Musikbands

Um die Annahmen der Radiomacher auch mit der Meinung von den „unmittelbar Betroffenen" vergleichen zu können, wurden im Laufe der Forschungsarbeit Mitglieder von zwei verschiedenen österreichischen, genauer gesagt Grazer Bands interviewt. Simon Koschar (Gesang/Gitarre) von der Band *Rising Girl* (Reggae/Electro/Dub) sowie Benjamin Hassler (Gesang/Gitarre) und Bernhard Lohr (Bass) von der „Austropop"-Band *GRAZ*[21] zeigten sich an der Forschungsarbeit sehr interessiert und es war eine Freude, mit ihnen ein Gespräch führen zu dürfen. Die seit nun schon 20 Jahren bestehende Band *Rising Girl* hat schon einige Plattenverträge unterzeichnet, wobei sie ihren Durchbruch erst im Jahre 2005 mit ihrem gleichnamigen Sommer-Hit „Rising Girl" schafften.[22] Der Band *GRAZ*, seit 7 Jahren stolze „Austropopper", ergaben sich hingegen noch keine Möglichkeiten auf einen Plattenvertrag.[23]
Für diese Interviews wurden, wie auch für die Interviews der Radiomacher, Interviewleitfäden erstellt und zudem die Gespräche aufgezeichnet und danach transkribiert. Alle drei Interviewpartner zeigten sich sehr kooperativ, hilfsbereit und interessiert. Dementsprechend informativ und umfangreich waren die Gespräche mit den besagten Personen.
Bevor nun näher auf den Inhalt und die Ergebnisse der Interviews eingegangen werden soll, ist es von Bedeutung, sich die Gliederung des Interviewleitfadens zu vergegenwärtigen, um somit einen Überblick über die verschiedenen Themen zu bekommen. Zu Beginn wurde nach der Bandgeschichte gefragt, nach dem Musikstil und der Gründe für die Wahl desselben, was „Austropop" für die Bandmitglieder darstellt und was ihn ausmacht. Die Wichtigkeit des Dialekts, des eigenen Publikums und der Auftritte, die „Austropop"-Szene und der Stellenwert einer Karriere im Musikgeschäft stellten weitere Punkte des Leitfadens dar. Im Folgenden werden die Hauptaussagen der Interviewpartner zusammenfassend wiedergegeben.
Den Beginn der Interviews stellte, wie auch bei den Radio-Musikredakteuren, die Frage nach der persönliche Auffassung des Begriffes „Austropop" dar. Simon Koschar von der Band *Rising Girl* macht seine Definition davon abhängig, ob man vom „Austropop" als Musikrichtung oder vom Überbegriff für Musik aus Österreich ausgeht. „Austropop" ist für ihn die Liedermacherszene um Reinhard Fendrich, Wolfgang Ambros und STS. Der Vergleich mit Benjamin Hassler und Bernhard Lohr von der Band *GRAZ* zeigt,

[19] Label DoRo, siehe auch 1.1 „Einführung in das Forschungsfeld und Forschungsthema"
[20] vgl. Gebesmair 2001, S. 52
[21] Das Akronym *GRAZ* steht für „Guter Rhythmus von A-Z".
[22] Weitere Informationen zur Band unter: http://www.risinggirl.com
[23] Weitere Informationen zur Band unter: http://www.band-graz.com

dass „Austropop" fast zur Gänze durch die Sprache definiert wird. Für sie beide stellt der „Austropop" eine Musik dar, welche unter Einfluss dominanter Gitarren im Dialekt gesungen wird, wobei die Texte unter anderem provozierend wirken sollen. Künstler wie Wolfgang Ambros, Wilfried oder STS stellen für sie wirkliche „Austropopper" dar, aber keinesfalls eine Christina Stürmer oder, die noch eher junge Band, *She Says*.

> „… wenn man im Dialekt singt, dann ist es für mich Austropop."

Diese Aussage von Benjamin Hassler scheint trivial, zeigt aber die starke Bedeutung der Sprache als zentrales Element jeder Musik. Der Dialekt wird von jedem in Österreich verstanden und sollte die Menschen hierzulande viel mehr ansprechen als Hochdeutsch oder Englisch, betont Bandkollege Bernhard Lohr. Simon Koschar von *Rising Girl* trifft keine Unterscheidung zwischen hochdeutscher Sprache oder Sprache im Dialekt. Er subsumiert beide Begriffe unter deutschsprachiger Musik.
Für Koschar ist es eine Tatsache, dass man am österreichischen Musikmarkt nur mit jener Musik Erfolg haben kann, welche auch international beliebt ist. Aus eigener Erfahrung, so meint er, gefällt den meisten Jugendlichen Musik in der deutschen Sprache nicht sehr. Die Bandmitglieder von *GRAZ*, welche den Dialekt in ihren Liedern pflegen, sind sich der geringen Tragweite dieser Musik im Klaren, sehen aber andere Ursachen, als das Desinteresse der Jugendlichen an einer Musik im Dialekt. Österreichische Bands, welche im Dialekt singen, werden von den Radiosendern nicht gefördert. Somit trägt das Radio, insbesondere Ö3, nach den beiden die Hauptschuld am Misserfolg umgangssprachlich gesungener Musik. Ihrer Meinung nach hat Ö3 1996 den „Austropop" aus dem Radio verbannt, nachdem Ö3 Musikchef Bogdan Roscic einen großen Teil der „Austropop"-Sendungen im Zuge einer Reform verschwinden ließ. Diese Maßnahmen wurden von anderen Medien akzeptiert und angenommen, so dass sich der „Austropop" aus der Medienlandschaft verabschieden musste. Der „Austropop" befindet sich nach Benjamin Hassler und Bernhard Lohr in einer Tiefphase. Er kann zwar wieder zu seinen Glanzzeiten zurückkehren, aber nur, wenn die Radiosender diese Musik wieder stärker in ihr Programm aufnehmen. Simon Koschar ist anderer Meinung und argumentiert ähnlich wie Wolfgang Domitner von Ö3. Demnach ist der „Austropop" aus der Mode gekommen, weswegen auch in nächster Zeit kein „Comeback" zu erwarten ist. Zusätzlich fehlt es nach Koschar auch an neuen Ideen in diesem Bereich.
Betrachtet man die Musiklandschaft in Österreich, dann ist diese laut Simon Koschar so dicht wie schon seit Jahren nicht mehr. Trotzdem haben die meisten Bands keine Chance jemals „Airplay"[24] im Radio zu bekommen, da sie dem Format der verschiedenen Sender oftmals nicht entsprechen. Für Koschar spielen vor allem Beziehungen eine große Rolle, wobei dies nach Gunter Dorner für die Antenne Steiermark nicht zutrifft. Benjamin Hassler und Bernhard Lohr von *GRAZ* sind nicht nur der Meinung, dass zu wenig österreichische Künstler im Radio gefördert werden, sondern auch, dass viel

[24] Airplay bezeichnet die Sendezeit im Radio.

zu wenig „Austropop“ gespielt wird. Laut allen drei Künstlern gäbe es genug Nachwuchs sowohl in der „Austropop“-Szene als auch in allen anderen Szenen Österreichs, welche sehr viel Potenzial hätten.

Alle drei befragten Musikkünstler sind sich einig, dass es mit ihrer Musik in Österreich kaum eine Chance auf Erfolg gibt, da vor allem auch die Unterstützung von den Radiosendern fehlt. Radio hat in Österreich noch immer einen sehr großen Einfluss auf das Hörverhalten, sind sich alle drei einig. Simon Koschar meint abschließend, dass die österreichischen Strukturen des Musikmarktes nicht offen für Neues sind. Aber er merkt auch an, dass dennoch sehr viele Förderungen für Jungmusiker angeboten werden und somit ein guter Nährboden vorhanden ist. Dass Simon Koschar von R*ising Girl* dieser Meinung ist kann verwundern, da doch vor allem die Radiomacher der Meinung sind, dass es in diesem Bereich an Förderungsmitteln fehlt.

2.2 Die „Realität“

Nachdem die Annahmen der Radiomacher und die Meinungen der Bandmitglieder ausführlich dargelegt, sowie Hintergrundwissen bezüglich der Musikindustrie vermittelt wurden, soll gezeigt werden, wie sich die Realität in dieser Forschungsarbeit darstellt.
Betrachtet man die „Realität“ soziologisch, spricht man von einer Feldforschung. Unter Feldforschung versteht man in den Sozialwissenschaften sämtliche Bemühungen bestimmte kulturelle Lebensverhältnisse, Prozesse und soziale Strukturen als Phänomen eines bestimmten „Feldes“ zu ergründen. In einem Feld gibt es demnach keine „künstlich“ geschaffenen Konditionen, wie es beispielsweise in einem Labor der Fall ist. Die Feldstudie wird auf ein gewisses Forschungsziel ausgerichtet, welches man in der Erhebungsphase versucht zu verfolgen.[25]
Die Realität dieses Forschungsprojekts baut auf einer quantitativen Fragebogenerhebung auf. Die Konzeption des Fragebogens stellte einen mehrstufigen Prozess dar, um somit eine gute Validität zu gewährleisten. Auf Pretests wurde jedoch, aufgrund des kurzen Forschungszeitraumes, verzichtet.
Die Fragebögen wurden an 75 Berufsschüler und 123 Mittelschüler (insgesamt 7 Klassen) in Graz ausgegeben, wobei Schüler im Alter von 14 bis 16 Jahre für diese Forschungsarbeit herangezogen wurden. Laut einer zuvor getroffenen Annahmen beginnt sich der Musikgeschmack vorwiegend in diesem Alter auszudifferenzieren und somit stellt diese Altersgruppe eine gute Befragungsbasis für die heutige Popularität des „Austropop“ dar.
Das Wirtschaftskundliche Bundesrealgymnasium (WIKU), die Allgemein Höherbildende Schule „Sacré Coeur“ und die Berufsschule St. Peter befinden sich in Graz und wurden aufgrund der Erreichbarkeit und des somit leichteren Zugangs, welcher über die Direktoren geschah, gewählt. Das Sample besteht hiermit aus diesen drei Schulen. Die beiden ausgewählten Mittelschulen weisen einen geringen Ausländeranteil und einen durchschnittlich guten

[25] vgl. Hillmann 1994, S. 219

Notendurchschnitt der Maturanten der jeweiligen Jahre auf. Bei der Berufsschule ist der Ausländeranteil vergleichsmäßig höher und der Notendurchschnitt der Abgänger eher unterdurchschnittlich gut.[26]
Man kann vermuten, dass bestimmte Einstellungen klassen- bzw. auch schuldynamisch sind. Um eine Einseitigkeit der Ergebnisse zu vermeiden, erschien es sinnvoll, zwei verschiedene Schultypen heranzuziehen. Wie später noch zu sehen sein wird, erlauben diese beiden verschiedenen Schultypen des Weiteren eine bildungs- bzw. schichtdifferenzierte Auswertung. Damit sollen schulspezifische Besonderheiten aufgedeckt werden.
Der Fragebogen wurde in zwei Teile gegliedert. Der allgemeine Teil beinhaltete demographische Fragen und Fragen zum generellen persönlichen Musikgeschmack. Der spezielle Teil beschäftigte sich mit den beiden Dimensionen Sprache und Musikgeschmack, auch im Hinblick auf die Thematik Radio. Die Dimensionen wurden meist mit Skalen von 1 bis 4 abgefragt, denen man „völlig“ bis „gar nicht“ zustimmen konnte. Diese schnelle Möglichkeit der Beantwortung ließ mehrere Fragen zu und damit konnten in kurzer Zeit mehrere Ergebnisse erzielt werden. Zur Auswertung wurden die gewonnen Daten in das statistische Computerprogramm SPSS übertragen, wobei Variablen zusammengefasst und neue Variablen gebildet wurden. Auf eine genaue statistische Darstellung der Ergebnisse wird verzichtet, um ein leichteres Verständnis und eine leichtere Nachvollziehbarkeit der Ergebnisse, auch ohne spezielle Statistikkenntnisse, zu ermöglichen.
Den Radiomachern nach, übt das Radio generell schon einen Einfluss auf den Musikgeschmack aus, bzw. beeinflusst der Musikgeschmack die Wahl des Radiosenders. Inwiefern die Annahmen der Radiomacher haltbar sind, soll im Folgenden geklärt werden.
Zunächst zeigen die Ergebnisse, dass Ö3 bei den Befragten den meist gehörten Radiosender darstellt, was die Wichtigkeit des größten österreichweiten Radiosenders stärkt und die von Wolfgang Domitner erwähnte Hörerschaft widerspiegelt. Nach Ö3 folgt das Krone Hitradio und an dritter Stelle befindet sich das Radio Soundportal. Danach reihen sich erst FM4 und die Antenne Steiermark. Die Platzierung des Krone Hitradios lässt sich dadurch erklären, dass es mittlerweile ein gänzlich anderes Programm als zur Geburtstunde des Senders verfolgt. Die Orientierung an Ö3 ist nicht zu übersehen und auch nicht die Zielgruppe der Jugendlichen. Da die Antenne Steiermark ein ganz anderes Zielpublikum aufweist, überrascht die hier „schlechte“ Platzierung nicht.
Des Weiteren wurden Aussagen formuliert, welche sich auf österreichische umgangssprachliche Musik, österreichische Bands und Musik im Radio bezogen. Diesen Aussagen konnte man mehr bzw. weniger zustimmen und lieferten folgende Ergebnisse:
Der Aussage, dass Musik in einer österreichischen Umgangssprache die „langweiligste“ Musik ist, die es gibt, wurde nicht zugestimmt. Genauso wenig Zustimmung gibt es für die Behauptung, dass man in ein Lokal, wo hauptsächlich Musik in einer österreichischen Umgangssprache gespielt wird, nicht gehen würde. Auch Musiker, die in einer österreichischen

[26] Informationen aus den Jahrbüchern der jeweiligen Schulen entnommen.

Umgangssprache singen, werden nicht als „uncool“ betrachtet. Die Jugendlichen sind auch nicht der Meinung, dass österreichische Bands nur mit englischsprachiger Musik Erfolg haben können. Diese Ergebnisse zeigen eine gewisse Akzeptanz der Schüler gegenüber österreichischer umgangssprachlicher Musik. Obwohl die Befragten nicht der Meinung sind, dass österreichische Bands nur mit englischsprachiger Musik Erfolg haben können, fällt die Verteilung am Musikmarkt, wie schon beschrieben, zu Gunsten Musik in englischer Sprache aus.
Bei den Aussagen, welche sich auf das Radio beziehen, ist die Mehrheit der Jugendlichen weder für mehr österreichische Musik, mehr Musik in einer österreichischen Umgangssprache, noch für mehr „Austropop“ im Radio. Hier besteht nun eine Diskrepanz zwischen der Akzeptanz dieser Musik und dem Wunsch, davon mehr im Radio zu hören. Die Akzeptanz besteht, der Wunsch nach mehr aber nicht. Dieses Ergebnis bezieht sich auf die Gesamtheit aller befragten Schüler. Wertet man die Daten aber getrennt für die Schüler der Berufs- und Mittelschule aus, zeigt sich dieses Ergebnis nicht mehr so einheitlich. Dazu mehr im nächsten Unterpunkt.
Der Wunsch nach mehr „Austropop“ im Radio und dem am häufigsten gehörten Radiosender Ö3 kann jedoch mit einem leichten Zusammenhang bestätigt werden. Dieses Ergebnis spiegelt die Tatsache wieder, dass Ö3 „Austropop“ nur in gewissen Sendungen spielt, und nicht wie beispielsweise die Antenne Steiermark, gleichmäßig im gesamten Programm zu allen Zeiten verteilt. Somit wünschen sich die jugendlichen Antenne Steiermark-Hörer zwar mehr Musik in einer österreichischen Umgangssprache sowie österreichische Musik, sind aber mit dem gespielten „Austropop“ auf der Antenne Steiermark zufrieden. Dass die Antenne Steiermark mehr an österreichischer Popmusik spielen könnte, konnte schon den Interviewdarstellungen entnommen werden.
Nun seien die Radiosender Ö3, Antenne Steiermark und FM4 in Bezug auf den Gefallen an Musik in Englisch und in einer österreichischen Umgangssprache gemeinsam betrachtet. Jugendliche Antenne Steiermark-Hörer finden mehr Gefallen an Musik in einer österreichischen Umgangssprache, jedoch weniger Gefallen an Musik auf Englisch. Interessant ist vor allem, dass jugendliche FM4-Hörer, im Gegensatz zu den jugendlichen Ö3-Hörern, kein Gefallen an Musik in einer österreichischen Umgangssprache finden. Dieses Ergebnis weist auch den stärksten Zusammenhang mit den Daten auf. Kann man nun davon ausgehen, dass der Musikgeschmack die Wahl des Radiosenders bzw. umgekehrt, die Radiopräferenz den Musikgeschmack beeinflusst? Sieht man vor allem auf die Ergebnisse der Ö3-Hörer, so muss diese Annahme, egal in welche Richtung, bezweifelt werden.

2.2.1 Differenzierung nach Schultyp

In diesem Unterkapitel werden die Schüler der Berufs- bzw. der Mittelschule bezüglich der Daten getrennt betrachtet. Man wird erkennen können, dass sich die bildungs- bzw. schichtdifferenzierten Ergebnisse nicht unbedingt mit den allgemeinen, undifferenzierten Gesamtergebnissen decken werden.
Bei der Radiopräferenz zeigt sich ein starker Zusammenhang zwischen den Befragten der Berufsschule und dem Radiosender Ö3, welcher bei den

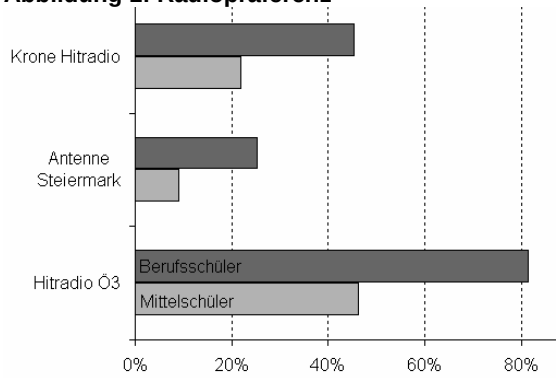
Befragten der Mittelschule nicht erkennbar ist. Aufgrund der vorhandenen Daten konnten bei den Mittelschülern keine Tendenzen zu einem bestimmten Radiosender festgestellt werden. Bemisst man jedoch die Radiopräferenz an der absoluten Häufigkeit, also wie oft von den Mittelschülern bzw. von den Berufsschülern angegeben wurde, einen bestimmten Radiosender zu hören, zeigen sich sehr wohl starke Unterschiede, welche die folgende Tabelle verdeutlichen soll. Neben den Häufigkeitsangaben der Mittelschüler und der Berufsschüler wurden als Vergleichswert auch die gesamten, undifferenzierten Prozentwerte angegeben. Der Prozentwert in dieser Tabelle bezieht sich auf die Nennungen („genannt“) eines Radiosenders in Relation zu den jeweiligen Befragten N.

Tabelle 1: Radiopräferenz

	Mittelschüler	Berufsschüler	Gesamt
N =	*123*	*75*	*198*
	%	%	%
Hitradio Ö3	46,3%	81,3%	59,6%
FM4	15,4%	20,0%	17,2%
Antenne Steiermark	8,9%	25,3%	15,2%
Radio Soundportal	19,5%	14,7%	17,7%
Krone Hitradio	22,0%	45,3%	30,8%

Bei den Mittelschülern, wie auch bei den Berufsschülern, zeigt sich Ö3 als der am häufigsten gehörte Radiosender. Dennoch kann man vermuten, dass Mittelschüler einen breiter ausdifferenzierten Geschmack, was die Wahl der Radiosender anbelangt, aufweisen. Denn gaben bei den Berufsschülern über 80 Prozent an Ö3 häufig zu hören, waren es bei den Mittelschülern nur 46 Prozent. Das Krone Hitradio wird wiederum von 22 Prozent der Mittelschüler, aber immerhin von 45 Prozent der Berufsschüler häufig gehört und stellt somit den zweiten Platz der am häufigsten gehörten Radiosender dar. Die Schüler der Mittelschule vermitteln in diesen Ergebnissen einen breiter gefächerten Musikgeschmack gegenüber den Berufsschülern. Dies zeigen schon die Prozentangaben der jeweiligen Schüler bezüglich des gehörten Radiosenders.
Bei den Berufsschülern kann man jedoch sehr wohl von einer besonderen Vorliebe für einen Radiosender sprechen.
Die Abbildung zeigt nun besonders deutlich, wie die Häufigkeitsangaben der beiden Schülergruppen im Hinblick auf die Radiopräferenz differenzieren.

Abbildung 1: Radiopräferenz



Des Weiteren soll der Musikgeschmack nach Schultyp aufgezeigt werden. Im allgemeinen Teil des Fragebogens wurden hierfür verschiedene Musikrichtungen aufgelistet und danach gefragt, wie oft diese gehört werden.[27]
Der Hip Hop ist bei beiden Schultypen gleichermaßen beliebt, was sich auch durch die Reihung der Lieblingskünstler und Lieblingsgruppen der Jugendlichen zeigt. Sieht man auf die weltweiten und österreichweiten Verkaufszahlen, sprechen auch diese für einen allgemeinen Erfolg der Hip Hop Künstler. Klassik und Jazz hingegen sind bei beiden Schultypen gleichermaßen unbeliebt, was aufgrund des Alters nicht verwundern dürfte.
Große Zustimmung findet die Musik des Rock, Indie, Ska und Reggae bei den Befragten der Mittelschule, weniger gefällt diesen Schülern aber „Austropop", Schlager, Volksmusik und neue Volksmusik sowie Techno, House und Drum'n'Bass. Genau das Gegenteil trifft hier auf die Berufsschüler zu, welche die von den Mittelschülern abgelehnte Musik gerne bis sehr gerne hören.
Betrachtet man den „Austropop" getrennt von den anderen Musikrichtungen, so findet sich auch hier ein großer Unterschied bezüglich des Hörverhaltens. 65% der Berufsschüler gaben an, „Austropop" oft bis selten zu hören, wohingegen dies nur auf 37% der Mittelschüler zutrifft. Welcher Wandel aus dieser Tatsache heraus beschrieben werden kann, wird im Kapitel 4 noch zu sehen sein.
Berufsschüler bevorzugen zusammenfassend den Radiosender Ö3 und ihr Musikgeschmack setzt sich aus österreichischer Musik und elektronischer Musik zusammen. Mittelschüler weisen einen weitaus breiter gefächerten Musikgeschmack, nicht nur gegenüber der Radiopräferenz, sondern auch gegenüber den verschiedenen Musikrichtungen auf. Damit könnte auch der fehlende Zusammenhang zwischen den Befragten der Mittelschule und den verschiedenen Radiosendern erklärt werden.

[27] Mit einer Faktoranalyse wurden diese 19 Musikrichtungen in 6 Skalen zusammengefasst, welche die jeweils zusammenpassenden Musikrichtungen vereinen: „österr.Musik" (Neue Volksmusik, Volksmusik, Schlager, „Austropop"); „Rock" (Heavy Metal, Rock, Punk); „Electro" (House, Techno, Drum'n'Bass); „IndieSkaReggae" (Indie, Ska, Reggae); „HipHop" (R'n'B, Soul, Hip Hop, Pop, deutschsprachiger Rock), „KlassikJazz" (Klassik, Jazz).

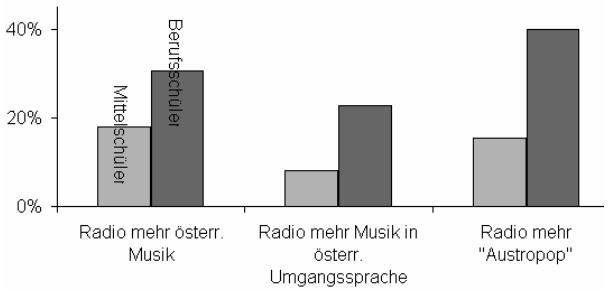
Diskrepanzen in Bezug auf die Meinungseinstellungen ergeben sich bei den Ergebnissen, welche sich auf das Radio beziehen. Somit sind die Befragten der Mittelschule generell nicht der Meinung, dass mehr österreichische Musik, Musik in einer österreichisches Umgangssprache bzw. „Austropop" im Radio gespielt werden sollte, wogegen die befragten Berufsschüler sehr wohl dieser Meinung sind. Aber wie man zuvor schon erkennen konnte, sind Mittelschüler dieser Musik, im Gegensatz zu den Berufsschülern, generell nicht zugeneigt. Da Schüler der Mittelschule einen breiter gefächerten Musikgeschmack aufweisen, könnten sie auch mit der Vielfalt der im Radio gespielten Musik zufrieden sein.
Folgende Tabelle, welche die Prozent nach Zustimmung aufweist, soll veranschaulichen, dass sich grobe Differenzierungen in der Meinungseinstellung zwischen den Mittelschülern und den Berufsschülern erst bei den letzten drei Einstellungen, in Bezug auf das Radio, zeigen. Die Werte beziehen sich auf die Zustimmung („stimme völlig zu" und „stimme zu") in Bezug auf die Anzahl der Befragten N. Dass sich die Ergebnisse bei der Auswertung aller Gesamtschüler gleich präsentierten, wurde zuvor schon gezeigt. Umso interessanter sind die nachfolgenden Grafiken.

Tabelle 2: Einstellungen allgemein

	Mittelschüler	Berufsschüler
N (gesamt 198) =	*123*	*75*
	%	%
Musik in österr. Umgangssprache langweiligste Musik	30,1%	25,3%
Lokal Musik in österr. Umgangssprache nicht gehen	39,0%	32,0%
Musiker österr. Umgangssprache singen uncool	24,4%	24,0%
Österr. Bands nur mit englischsprachiger Musik Erfolg	17,9%	16,0%
Radio mehr österr. Musik	17,9%	30,7%
Radio mehr Musik in österr. Umgangssprache	8,1%	22,7%
Radio mehr "Austropop"	15,4%	40,0%

Diese letzten drei Meinungseinstellungen bezüglich des Wunsches bestimmter Musik im Radio sollen nun in einer Abbildung dargestellt werden. Hier kann man klar erkennen, dass Berufsschüler häufiger den Wunsch nach bestimmter Musik im Radio äußern und somit den Aussagen mehr Zustimmung schenken.

Abbildung 2: Einstellung Radio



Dass es zwischen den Berufs- und Mittelschüler einen Unterschied bezüglich des Musikgeschmacks bzw. den Radiopräferenzen gibt, konnte man aufgrund der dargestellten Ergebnisse deutlich erkennen. Betrachtet man diese Ergebnisse in Bezug auf Pierre Bourdieu, können diese Unterschiede zwischen den beiden Bildungsschichten auf den „Habitus“ zurückgeführt werden. Bourdieu räumte dem Begriff des „Habitus“ in den Sozialwissenschaften einen wichtigen Platz ein. Im erwähnten Habitus sind Zwänge des Alltags übersetzt und somit werden durch diesen diese Beschränkungen als etwas Selbstverständliches erlebt.[28]

> „Der Habitus beruht auf Erfahrungen in der (primären) Sozialisation, die durch die objektiven Bedingungen des sozialen Umfelds beschränkt sind. Mit der Zugehörigkeit zu einer sozialen ‚Klasse’ ist eine ‚Klasse’ von typischen Erfahrungen verbunden, die zur klassenmäßigen Ausbildung eines Habitus führen.“[29]

Wächst man in derselben sozialen „Klasse“ auf, hat man demnach auch dasselbe Umfeld. Dies führt zu einer gewissen Homogenität und zu gewissen Ähnlichkeiten der Menschen. Diese Annahmen von Pierre Bourdieu[30] werden in den nächsten beiden Kapiteln noch von Bedeutung sein.

3 Sprache und emotionale Tiefenstruktur

Beschäftigt man sich mit einer Musik, welche so stark von der Sprache geprägt ist wie der „Austropop“, ist es unerlässlich, gesondert auf sie einzugehen.[31] Der Dialekt galt vom Ende des Zweiten Weltkrieges an bis in die 60er Jahre als „Sprache der Bauern“. Jeder, der im Dialekt sprach, wurde als Angehöriger unterer Schichten identifiziert und oftmals voreilig abgestempelt. Im Gegensatz dazu stand die Hochsprache für Bildung und für die Intellektuellen, bzw. allgemein für die Oberschicht. In den 60er Jahren schien sich dieses Bild jedoch zu wandeln und der Dialekt erfuhr eine wesentliche Aufwertung. Der Dialekt wurde im Rahmen von Studentenbewegungen, Demonstrationen, aber auch in den verschiedensten Musikstilen als Sprache des Protests gesehen.
Das bewusste Einsetzen und die Anwendung der österreichischen Sprache in Verbindung mit dem Gefallen an dieser Musik und der Begeisterung, welcher man dieser entgegenbringt, sind demnach das zentrale Anliegen dieses Kapitels. Welchen Stellenwert die Sprache in der Musik hat, wurde auch schon bei den Interviews kurz erwähnt. Nun soll gezeigt werden, welche Ergebnisse durch die quantitative Erhebung bezüglich des Zusammenhangs zwischen Sprache und Musik erzielt werden konnten.

[28] vgl. Gebesmair 2001, S. 131-135
[29] Gebesmair 2001, S. 131
[30] vgl. Bourdieu 1983, o.S.
[31] Eva Spreitzhofer hat in ihrer Diplomarbeit interessante Einblicke in die Verwendung von Sprache und die Bedeutung des Dialekts in Verbindung mit der Musik des „Austropop“ gewährt. Daher soll an dieser Stelle auf ihre sehr interessante Studie verwiesen werden: Spreitzhofer, Eva: Sprache und Musik des Austropop als Symbol nationaler Identifikation. Eine empirische Studie zum Österreichischen Deutsch, Graz 1998.

Die Ergebnisse zeigen vorerst, dass die befragten Jugendlichen ihre Sprache je nach Situation und Gegebenheiten anpassen. Die Schüler pflegen mit ihren Freunden einen lockeren Umgangston und sprechen somit am ehesten in einer österreichischen Umgangssprache. Dies ist im Gespräch mit den eigenen Eltern aber schon weniger der Fall. Es scheint eine Abwägung zu geben, inwieweit man die „Sprache der Freunde“ auf Mutter oder Vater anwenden kann. Mit Lehrern wird jedoch noch seltener in der Umgangsprache gesprochen und somit kann man annehmen, dass „Respektpersonen“ gegenüber die Sprache an das Hochdeutsche angepasst wird.
Die nächste Frage, die es zu beantworten gilt, ist jene, ob man mit umgangssprachlichen Ausdrücken mehr verbindet als mit jenen in Hochdeutsch. Macht es demnach einen Unterschied, ob jemand seine Gefühle mit einem „Ich liebe dich“ oder mit einem „I mog di“ ausdrückt? Der Aussagesatz im Fragebogen „Meinem Gefühl nach kann man ehrlich empfundene Liebe besser durch ‚I mog di’ als durch ‚Ich liebe dich’ ausdrücken“ bekam von den befragten Jugendlichen kaum Zustimmung. „Ich liebe dich“ hat demnach mehr Aussagekraft für die Schüler als ein „I mog di“. Heißt das nun, dass obwohl die Befragten eher in einer österreichischen Umgangssprache sprechen, sich dennoch nicht mit dieser identifizieren können? Die weitere Aussage „Umgangssprachlich gesungene Lieder können meine unmittelbaren Probleme am Besten wiedergeben“ bekam genauso wenig Zustimmung und bestärkt somit die Frage in ihrer Richtigkeit. Es scheint nun eine Diskrepanz zwischen der alltäglichen Lebenssprache und der Sprache auf der Gefühlsebene zu geben.
Nach dieser eher „generellen“ Betrachtung der Sprache sollen nun die Ergebnisse dargelegt werden, welche sich aus der Kombination Sprache und Musik ergeben. Die Schüler wurden danach gefragt, welche Musik ihnen in welcher Sprache am Besten gefällt. Musik in englischer Sprache spricht hierbei am meisten an, Musik auf Hochdeutsch und Musik in einer österreichischen Umgangsprache gefällt andererseits weniger. In Bezug auf den bevorzugten Radiosender wurden diese Ergebnisse zuvor schon schuldifferenziert dargelegt. Gibt es nun aber einen Zusammenhang zwischen der Sprache und dem Gefallen an einer bestimmten Musik? Dafür rufe man sich die Aussage mit der Unterscheidung „Ich liebe dich“ und „I mog di“ wieder in Erinnerung. Jugendliche, welche der Meinung sind, dass man mit „I mog di“ ehrlich empfundene Liebe besser Ausdruck verleihen kann, finden auch Gefallen an Musik in einer österreichischen Umgangsprache, weniger Gefallen jedoch an Musik in Hochdeutsch oder in Englisch. Stimmte man der Aussage zu, dass Lieder in einer österreichischen Umgangsprache die persönlich unmittelbaren Probleme am Besten wiedergeben können, so hat man auch vermehrt Gefallen an Musik in einer österreichischen Umgangssprache. Dieser starke Zusammenhang stützt die These, dass Jugendliche Unterscheidungen zwischen verschiedenen Situationen treffen, in denen sie Hochdeutsch oder in einer Umgangssprache sprechen und auch was die emotionale Wirksamkeit dieser Art zu Sprechen angeht. Man findet Gefallen an jener Musik, die einen emotional am meisten anspricht, wobei man sehr wohl nach Sprache differenziert. Pflegt man also die österreichische Umgangssprache im

persönlichen Sprachgebrauch, so hört man auch häufiger Musik in einer österreichischen Umgangssprache.

3.1 Differenzierung nach Schultyp

Sieht man erneut auf die Ergebnisse bezüglich der Sprachgewohnheiten, konnte man bei einer allgemeinen Betrachtung erkennen, dass die befragten Jugendlichen ihre Sprache anpassen. Geht man nun von der Häufigkeit aus, mit wem man wie spricht, ergeben sich deutliche Unterschiede zwischen den Mittelschülern und den Berufsschülern.
Berufsschüler sprechen mit ihren Lehrern und Eltern hauptsächlich in einer österreichischen Umgangssprache. Bei den Mittelschülern wird jedoch auch mit den Eltern und Lehrern häufiger auf Hochdeutsch gesprochen. Interessant ist auch, dass Berufsschüler nicht auf die Idee kommen würden, mit ihren Freunden auf Hochdeutsch zu sprechen, obwohl dies bei den Mittelschülern schon vorkommt. Man kann vermuten, dass Mittelschüler im Allgemeinen die hochdeutsche Sprache pflegen, was auch mit dem Schultyp zusammenhängen könnte. Bei den Berufsschülern kann man jedoch klar die Tendenz zur österreichischen Umgangssprache in allen Situationen und Gegebenheiten erkennen.
Somit kann man festhalten, dass Berufsschüler kaum zwischen der Umgangssprache und Hochdeutsch differenzieren. Schüler der Mittelschule passen ihre Sprache verstärkt an die gegebene Situation an und haben demnach ein gewisses Bewusstsein für den Sprachgebrauch. Sprache in Verbindung mit einer emotionalen Tiefenstruktur ist demnach eher bei Schülern der Mittelschule zu finden, da sie sich mit ihrer Sprache auseinanderzusetzen scheinen. Dies ist bei den Schülern der Berufsschule, den Ergebnissen zufolge, nicht der Fall. Vielleicht ist die Umgangssprache auch noch heutzutage mit der negativen Konnotation als „Sprache der Bauern“ behaftet, so dass sich vor allem Mittelschüler davon distanzieren möchten.
In den Ergebnissen spiegelt sich der Habitus nach Pierre Bourdieu sehr gut wieder. Die Bedeutung der Sprache nimmt für die Schüler der beiden Schultypen einen unterschiedlichen Stellenwert ein. Mittelschüler verwenden die Sprache demnach bewusster als Berufsschüler. Geht man von den Annahmen Bourdieus aus, erklärt sich dies aufgrund des unterschiedlichen Umfelds der Schüler bzw. durch die unterschiedlichen sozialen „Klassen, in denen sie aufgewachsen sind.

4 Hörgewohnheiten und Funktionswandel des „Austropop“

Inwiefern sich die Annahme bestätigen lässt, dass der „Austropop“ einem Funktionswandel unterliegt und inwieweit sich dieser zeigt, soll in diesem Kapitel unter Berücksichtigung der Hörgewohnheiten erläutert werden.
Zuvor sei der Begriff der „Funktion“ noch kurz soziologisch betrachtet. Geht man von Emilé Durkheim aus, beschreibt der Funktionsbegriff ein soziales Element bzw. ein Phänomen und soll damit einen Beitrag zur Erhaltung des

normalen Zustandes einer Gesellschaft beitragen, wobei die Bedingungen für die Funktion durch die Gesellschaft gestellt werden. Kulturanthropologen definieren den Begriff der „Funktion“ als „die Leistung einer sozialen Institution oder eines Handlungsbeitrages für die Befriedigung menschlicher Bedürfnisse.“[32] Im Sinne Talcott Parsons, dem Begründer des Strukturfunktionalismus, ist die Funktion „als Leistung eines sozialen Elements auf den Stabilitätszustand eines gesellschaftlichen Systems“[33] zu sehen.[34]
Die zentrale Fragestellung lautet nun: Bei welchen Gelegenheiten wird Musik in einer österreichischen Umgangssprache von den befragten Jugendlichen gehört? Die Ergebnisse heben hier das „Volksfest“ bzw. das „Zeltfest“ und die „Skihütte“ klar heraus. Weit abgeschlagen davon findet sich das Radio und am seltensten wurde angegeben, diese Musik zu Hause oder in einem Lokal bzw. Café zu hören. Dieses Ergebnis lässt schon die erste Vermutung zu, dass der „Austropop“ zu einer Skihütten- bzw. Volksfestmusik geworden ist. Es stellt den Ergebnissen nach jedenfalls keine Musik dar, welche man sich zu Hause anhört.
Dem angenommenen Funktionswandel könnte möglicherweise ein Wandel der Hörerschaft vorausgehen. War der „Austropop“ in den 70er und 80er Jahren die Musik der Intellektuellen, scheint diese nun eher in den unteren Schichten, beliebt zu sein. Wie man den Ergebnissen, wie sie im Unterkapitel 2.2.1 ausgeführt wurden, entnehmen kann, hören Berufsschüler häufiger „Austropop“ als Mittelschüler. Somit kann man annehmen, dass sich diese Musik von einer kritischen zu einer Unterhaltungsmusik gewandelt hat.

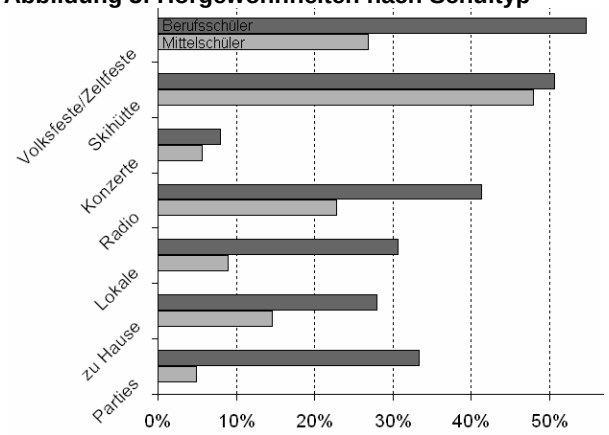
4.1 Differenzierung nach Schultyp

Betrachtet seien nun die Hörgewohnheiten differenziert nach den beiden befragten Gruppen der Berufs- und der Mittelschüler.
Vor allem bei den Berufsschülern zeigt sich klar, dass Musik in einer österreichischen Umgangssprache die Funktion einer „Spaßmusik“ annimmt. Sie hören diese Musik hauptsächlich auf der Skihütte und auf Volksfesten bzw. auf Zeltfesten. Man würde aber kein Konzert der Musik wegen besuchen. Auch bei den Mittelschülern sind die Volksfeste bzw. Zeltfeste an erster Stelle. Wie auch die Berufsschüler, hören Mittelschüler diese Musik nicht auf Konzerten, aber auch kaum auf Parties und in Lokalen. Ein nicht sehr unwesentlicher Teil der Berufsschüler gab interessanterweise an, Musik in einer österreichischen Umgangssprache auch im Radio zu hören. Bei den Mittelschülern wurde dies nur zu einem sehr geringen Teil angegeben. Wie in der Arbeit auch schon dargestellt wurde, sind es vorwiegend die Berufsschüler, welche sich einen höheren Anteil an österreichischer Musik, Musik in einer österreichischen Umgangssprache bzw. „Austropop“ im Radio wünschen.
Auch wenn die Reihung der Ergebnisse beider Schultypen gleich scheint, weisen die Ergebnisse der Berufsschüler höhere Werte auf. Die folgende

[32] Hillmann 1994, S.251
[33] Hillmann 1994, S.251
[34] vgl. Hillmann 1994, S.251

Grafik soll diese Unterschiede der Häufigkeitsangabe der genannten Werte noch verdeutlichen.

Abbildung 3: Hörgewohnheiten nach Schultyp



Dass Berufsschüler häufiger angaben, allgemein Musik in einer österreichischen Umgangssprache zu hören, kann man auch mit den Ergebnissen der Sprachgewohnheiten vergleichen. Diese zeigten, dass Berufsschüler vorwiegend in einer österreichischen Umgangssprache sprechen.
Es konnte auch schon dargelegt werden, dass Berufsschüler allgemein ihre Gefühle und Probleme in einer österreichischen Umgangssprache besser Ausdruck verleihen können, und somit auch vermehrt Gefallen an dieser Musik finden. Bei den Mittelschülern zeigte sich das Gegenteil. Davon zu sprechen, dass „Austropop“ zu einer „Spaßmusik“ der unteren Schichten geworden ist, wäre zu weit hergeholt. Aber man kann vermuten, dass untere Bildungsschichten der österreichischen Umgangssprache weniger Scheu entgegenbringen. Auf jeden Fall zeigen die Ergebnisse, dass Berufs- und Mittelschüler einem unterschiedlichen Habitus unterliegen. Jugendliche der unteren Bildungsschicht weisen somit einen anderen Lebensstil auf als Jugendliche der oberen Bildungsschicht.

5 Resümee

Warum war der „Austropop“ so populär und warum scheint er es heute, vor allem bei der jüngeren Generation, nicht mehr zu sein? Mit diesen Fragen wurde die Forschungsarbeit eingeleitet und deswegen sollen sie an dieser Stelle wieder aufgegriffen werden. Inwiefern sich die Popularität gewandelt hat und ob man von einem Funktionswandel sprechen kann, soll nun schlussendlich verdeutlicht werden.

Der „klassische Austropop“, welcher in den 70er und frühen 80er Jahren für den Aufbruch in eine neue Zeit stand, ist ohne Zweifel aus der Mode gekommen. Dennoch war auch von einer Veränderung, und nicht von einem Auf- bzw. Abstieg des „Austropop“ die Rede. Die Veränderung geht dahin, dass Musik aller Art den internationalen Zwängen ausgesetzt ist, was sich nicht nur im Rundfunk, sondern in der gesamten Musikindustrie zeigt. Rock und Reggae stellen die neue „Modemusik“ dar und finden sich im Radio, wie auch im TV wieder. „Austropop“ dagegen ist in den Hintergrund geraten und man muss schon genau suchen, um ihn noch zu finden. Es wurde aufgezeigt, dass Musik in einer österreichischen Umgangssprache von den Jugendlichen zwar nicht als „langweilig“ und die Künstler nicht als „uncool“ gesehen werden, aber dennoch der Wunsch fehlt, solche Musik häufiger im Radio hören zu wollen. Außer Acht darf aber nicht gelassen werden, dass auch das Radio an Popularität verloren hat und hauptsächlich als Hintergrundmedium dient. Sucht man nach dem „Austropop“, muss man sich also auf einer anderen Ebene bewegen. Den Ergebnissen zu Folge hat sich der „Austropop“ vom Radio auf andere Lokalitäten verlagert. Und diese Lokalitäten stellen Volks- bzw. Zeltfeste und Skihütten dar. Dem „Austropop“ unterliegt demzufolge die Funktion einer gesellschaftlichen Eventmusik und dies stellt schon eine erste Annahme bezüglich des Funktionswandels dar.
Dem Funktionswandel scheint aber ein Wandel in der Hörerschaft vorausgegangen zu sein. Der „Austropop“ in seiner Anfangsphase sprach als kritische Musik vermehrt die Oberschicht an. Jetzt scheint er vor allem in den unteren Bildungsschichten an Popularität und Beliebtheit gewonnen zu haben. Da Berufsschüler andere Gewohnheiten als Mittelschüler pflegen, resultiert diese Verlagerung des „Austropop“ vermutlich aus dem Wandel in der Hörerschaft.
Es soll nun ein Ansatz aufgegriffen werden, welchem in der Soziologie viel Aufmerksamkeit geschenkt wird. Es handelt sich um den Massenbegriff, wobei dazu die Thesen der Frankfurter Sozialforscher (Max Horkheimer und Theodor W. Adorno) wiedergegeben werden sollen. Sie gewähren aufschlussreiche Einblicke in das Massenphänomen, welche für die Ebene des gesellschaftlichen Events, wo sich der „Austropop“ zu bewegen scheint, nicht unwesentlich sind. Die Funktion der Masse wird nach diesen Forschern darin gesehen, eine Illusion sozialen Zusammenhalts zu erzeugen, ohne allerdings den Individuen jemals eine ihnen gemäße Form von Gemeinschaftlichkeit zu ermöglichen. Die Masse ist demnach gesellschaftlich produziert, nicht naturhaft unveränderlich und keine den Individuen ursprünglich nahe Gemeinschaft, sondern erst durch rationale Ausnutzung irrational-psychologischer Faktoren zusammengeschweißt. Sie gibt den Menschen somit die Illusion von Nähe und Verbundenheit. Theodor W. Adorno hat in vielen seiner musiksoziologischen Beiträge[35] immer wieder von der Wirkungsweise der Musikindustrie auf den Massenmenschen gewarnt. „Leichte“ Musik hat nach ihm die Funktion zu manipulieren und somit findet er für Schlager und Jazz nur abwertende und verständnislose Worte. Er charakterisiert Menschen, welche diese Musik hören, als eine anonyme Masse

[35] vgl. Adorno 1971, o.S.

willenloser, zurückgebliebener Einzelwesen ohne ästhetisches Urteilsvermögen. Wirkt nun aber Popmusik wirklich gesamtgesellschaftlich als sozialer Kitt, oder ist es nicht gerade diese Musik, über die sich in den letzten Jahrzehnten subkulturelle Milieus gebildet haben?[36]

Für den „Austropop“ treffen wohl beide Annahmen zu. Der Schwerpunkt liegt hier dennoch auf der gesellschaftlichen Nähe, welche diese Musik zu vermitteln scheint. Die Nähe stellt, bezieht man sich auf die beschriebenen Annahmen der Theorie der Massenkultur, nur eine Illusion dar. Aufgrund der immer weiter voranschreitenden Internationalisierung, anonymisieren sich die Menschen zusehends voneinander. Die internationale Musik verbindet zwar bestimmte Gruppen miteinander, aber es scheint dennoch etwas zu fehlen. Eine Musik, die das Gefühl der Gemeinschaft vermittelt, muss mehr beinhalten, als Erfolg in den Musikcharts. Gemeinschaftliche Musik muss etwas beinhalten, was die Personen verbindet. Und der „Austropop“ kann zweifelsohne etwas vorweisen, was neuere „Modemusik“ nicht kann: Das spezifisch Österreichische. Diese Annahme stellt einen weiterführenden Gedankengang dar, welcher als Anstoß für individuelles Weiterdenken zu betrachten ist.

Da der „Austropop“ keine „Modemusik“ darstellt, sondern zu einer Zelt- und Volksmusik avanciert ist, bringt „Airplay“ im Radio nicht den gewünschten Erfolg. Sieht man auf DJ Ötzi, so hat sich auch dieser gerade aus der Eventgesellschaft heraus behauptet, ohne Unterstützung der Rundfunksender. Man muss sich als Musiker dessen im Klaren sein, und sich auch bewusst machen, dass man internationale Erfolge nur mit einem Schritt in Richtung „Modemusik“ erlangen kann. Der „Austropop“ an sich war eine Zeiterscheinung. Er tritt zwar heute auch in Erscheinung, aber auf einem anderen Niveau. Ob der Terminus „Spaßmusik“ den „Austropop“ abwertet, sei dahingestellt. Tatsache ist, dass kaum eine Musik über Generationen seine Popularität bewahrt hat, sei es auch, dass diese Popularität auf einer anderen Ebene stattfindet.

In den Radios findet man den „Austropop“ hauptsächlich als Christina Stürmer oder Luttenberger*Klug wieder und in den Jugendzimmern werden sogar diese von laut rockender oder elektronisch schneller Musik übertont. Aber auf gesellschaftlichen Festen und bei der „Skihüttengaudi“ hat er eindeutig die Vormachtstellung. Somit könnte der Arbeitstitel *„Austropop“ – eine österreichische Musik in Gefahr?* nach diesen Erkenntnissen auch umgeschrieben werden. *„Austropop“ – eine österreichische Musik im Wandel!* trifft die momentane Entwicklung dieser Musik genauer. Der „Austropop“ ist somit weder in Gefahr noch unpopulär. Er befindet sich inmitten eines Funktionswandels, welcher sich von einer Generation zur nächsten zieht.

[36] vgl. Klein 1999, S. 94-96

6 Literaturverzeichnis

Adorno, Theodor W: *Einleitung in die Musiksoziologie. Zwölf theoretische Vorlesungen*. Hamburg 1971.

Bourdieu, Pierre: *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt am Main 1983.

Dolezal, Rudi: *Der Urknall des Austropop.* in: Kleine Zeitung, 14.11.2006, TV & Medien.

Fuchs, Harald: *Austropop – Entstehungsgeschichte, Rahmenbedingungen und kommunikationswissenschaftliche Relevanz einer nationalen populären Musikkultur.* Wien 1996.

Gebesmair, Andreas: *Die strukturellen Bedingungen der Popmusikentwicklung in Österreich.* in: Robert Harauer (Hrsg.): Adieu, Austropop? Die schwindenden Chancen der österreichischen Popmusik auf dem Musikmark, mediacult.doc 06/01, Wien 2001.

Gebesmair, Andreas: *Gründzüge einer Soziologie des Musikgeschmacks.* Wiesbaden 2001.

Hillmann, Karl-Heinz: *Wörterbuch der Soziologie.* Stuttgart 1994.

Klein, Gabriele: *Electronic Vibrations. Pop Kultur Theorie.* Hamburg 1999.

Ottawa, Ulrike: *Österreichische Popmusik und Ö3. Ein gestörtes Verhältnis?* Wien 2000.

Pfeiler, Heide: *Austropop. Die Entwicklung der Rock- und Popmusik in Österreich in den 60er und 70er Jahren*, Graz 1995.

Landgraf Christina, Quinz Alexandra, Schmee Elisabeth, Semper Daniel

Musikunterricht HEUTE

Eine Analyse des Musikunterrichts in der achten Schulstufe an steirischen Schulen

1 Einleitung

Das Hören von Musik, in jeglicher Art und Weise, ist zweifelsohne eine der größten Lieblingsbeschäftigungen der heutigen Jugend. Durch die technischen Neuerungen wie MP3-Player, Ipod, Möglichkeiten des Downloadens und vieles mehr ist der Zugang zur Musik erleichtert worden und mittlerweile fast jederzeit und jederorts möglich. Ob Pop, Rock, Heavy Metal, oder auch Klassik, Volksmusik, - die Vielfalt des Angebots lässt vielfältige Ausdrucksmöglichkeiten und dadurch hervorgerufene Identifikationen zu.
Das Unterrichtsfach Musik gehört zu den ältesten Unterrichtsfächern der Schule, welches weit über die früheren Hochkulturen hinaus bereits existiert. Eine sich stetig wechselnde Bedeutung, die dem Musikunterricht zugemessen wird, begleitet diesen von Anfang an. So standen beispielsweise in den mittelalterlichen Klöstern die Musik und deren Unterricht im Vordergrund. Kloster und Domschulen galten als Zentren der musikalischen Bildung. In der zweiten Hälfte des 16. Jahrhunderts verschwand der Musikunterricht dann zur Gänze aus den hohen Schulen, im Gegensatz zu den Lateinschulen, wo der Musikunterricht eine hohe Wertschätzung genoss[1].
Auch heute noch wird die Wichtigkeit des Musikunterrichts different eingeschätzt. Einerseits wird die Gestaltung des Schuljahres durch den Musikunterricht und den daraus entstehenden Werken, wie zum Beispiel Musizieren bei Abschlussfesten, Gottesdiensten oder Verabschiedungen, definitiv bereichert, andererseits genießt das Unterrichtsfach Musik nicht die gleiche Wertigkeit wie z.B. die Hauptfächer Mathematik oder Deutsch.
In der heutigen Zeit, in der wirtschaftliche und technische Interessen Vorrang haben, ist es schwer, die Notwendigkeit des Bestehens des Musikunterrichts plausibel zu machen. Andere Fächer haben im Curriculum eine stärkere Daseinsberechtigung, die musischen Fächer sind am ehesten wegzudenken[2]. Prinzipiell kann der Musikunterricht als stark gefährdet angesehen werden. Stundenkürzungen, das Fehlen von ausgebildeten LehrerInnen und die in Frage gestellte Notwendigkeit nagen an der Daseinsberechtigung dieses Unterrichtsfaches. Diese problematische Stellung und kontroversielle Beurteilung des Musikunterrichts waren für uns Ausgangspunkt uns im Forschungspraktikum näher mit dieser Thematik zu beschäftigen.

1 vgl. Schwarz 1969, S. 12-14
2 ebenda

2 Die Macht und Wirkung des Musikunterrichts

Unsere Gesellschaft hat sich im Laufe der Zeit stark verändert und eine Entwicklung hin zu einer Wissensgesellschaft ist kaum mehr zu verkennen. Aber gerade in einer solchen Wissensgesellschaft ist eine richtige und effektive Bildungspolitik unabdingbar geworden. Menschen müssen in der Zukunft hohe Qualifikationen, wie zum Beispiel Kommunikationsfähigkeit, Denken in Zusammenhängen, Selbstständigkeit, Kooperationsfähigkeit, Kreativität, Problemlösefähigkeit und Durchsetzungsvermögen aufweisen, um an kommenden Entwicklungen teilnehmen zu können. Diese können auf unterschiedlichste Art und Weise vermittelt werden, primär jedoch in den Sozialisationsinstanzen Schule und Familie. An dieser Stelle stellt sich die Frage, ob hier nicht Musik als gute Chance zur Förderung dieser Schlüsselqualifikationen gesehen werden kann und somit der Musik in der Sozialisation der Kinder eine besondere Bedeutung zugesprochen werden muss.
Der Musikunterricht ist nicht nur als Auflockerung und notwendiges Übel im Unterrichtsdasein zu sehen, denn Musik ist bestimmt mehr als das viel zitierte I-Tüpfelchen im Alltag. Musik und somit auch der Musikunterricht ist ein unverzichtbares Gut in der Persönlichkeitsentwicklung und Sensibilisierung der Kinder.
Die Rolle der musikpädagogischen Praxis in den Grundschulen und den höheren Bildungseinrichtungen ist zweifelsohne eine eher Fragwürdige. Häufig wirft man den Musiklehrern vor, antiquierte und nicht mehr zeitgemäße Lehrinhalte zu vermitteln. Laut Gebesmair wird den Musikpädagogen „*ein Mangel an Offenheit gegenüber neueren, vor allem populärmusikalischen Genres vorgeworfen.*“[3] Der Unterricht orientiere sich hauptsächlich an den huldvollen Werken der klassischen Musik, ein Begriff von Kultur sollte geprägt und weitervermittelt werden, der in der Erwachsenengesellschaft als legitim angesehen wird. Aufgrund neuerer Forschungsergebnisse, wie zum Beispiel der Langzeitstudie „Musik(erziehung) und ihre Wirkung“ an einer Berliner Ganztagsschule unter Leitung von Hans Günther Bastian wird deutlich, dass Musik eine sehr wichtige Rolle in der Entwicklung von Kindern spielt und sie als Ausdrucksform mit einem hohen Maß an Emotionalität der Persönlichkeitsentwicklung einen geeigneten Raum geben kann. Nach Bastian beeinflusst Musikerziehung die Persönlichkeitsentwicklung äußerst positiv. Seiner Studie zufolge bewirkt erweiterte Musikerziehung eine signifikante Verbesserung der sozialen Kompetenz, eine Steigerung der Lern- und Leistungsmotivation, eine Förderung musikalischer Leistung und Kreativität und vieles mehr. Auch Scheidegger wies auf die moralische Wirkung der Musik hin. Musik würde zu spiritueller und physischer Gesundheit führen und die Persönlichkeit stärken. Musik würde auch einen positiven Nutzen in den Bereichen Kreativität und Intelligenz bringen.[4]

3 Gebesmair 2001, S.138
4 vgl. ebenda, S.146

Nach Gembris lassen sich Testergebnisse, wie z.B. die genannte Studie von Bastian, nur teilweise replizieren, es ist anzunehmen, dass das Hauptaugenmerk hier wohl eher auf die Art und Weise des Musikunterrichts zu legen ist. Die Methode des Unterrichtens übt einen sehr großen Einfluss aus. Auch in der Schweiz wurden Tests dieser Art durchgeführt und kamen zu dem Resultat, dass sich soziale Beziehungen signifikant verbessert haben, wohingegen auf die Frage der verbesserten sozialen Kompetenz keine ausreichende Antwort gegeben werden kann. [5]
Die Musik im Allgemeinen liefert einen wichtigen Beitrag zur gesellschaftlichen Entwicklung bei. Davidson und Pitts betonen hier den Gemeinschaftssinn der durch die gemeinsamen Aktivitäten wie z.B. das gemeinsames musizieren, entsteht. [6]

> „Aufgrund ihrer Einzigartigkeit bietet Musik die Möglichkeit, durch die Entwicklung musikalischer Fähigkeiten zu einer neuen Art der Betrachtung anderer Denkweisen und auch der Musik selbst zu kommen. Auf diese Weise entwickelt Musik geistige Fähigkeiten, indem sie die Chance bietet, Ideen in abstraktem Klang auszuprobieren, frei von der Beschränkung einer äußerlich definierbaren Bedeutung.“[7]

Wie sollte also der Musikunterricht ausgerichtet sein um diese beschriebenen Auswirkungen erzielen zu können? Wie wird der Musikunterricht tatsächlich gestaltet? Regt der Unterricht in unseren Schulen zur Teilnahme an, fördert er die Kreativität, die emotionale Befindlichkeit oder soziale Kompetenzen? Regt der Unterricht die Schüler an, sich außerschulisch mit gewissen Themen zu beschäftigen? Laut Eckhardt bedarf es komplexerer Motivierungsversuche im Musikunterricht als bisher angenommen.[8] Praktischer Unterricht, also Improvisations- und Kompositionsversuche sollen in einer offenen Unterrichtsatmosphäre gefördert werden, es soll die Möglichkeit gegeben werden im Unterricht selber etwas auszuprobieren.

> „Der Musikunterricht soll einen selbstständigen, weiterführenden Umgang mit Musik (…) auf der Basis von Handlungsorientiertheit, Aktualität, kultureller Tradition und Lebensnähe vermitteln. Dies soll in der aktiven Auseinandersetzung mit möglichst vielen musikalischen Bereichen, Epochen und Ausdrucksformen erfolgen. Dabei sollen ästhetische Wahrnehmungsfähigkeit, Vorstellungskraft, Ausdrucksfähigkeit und Fantasie der Schülerinnen und Schüler eine Erweiterung und Differenzierung erfahren.“[9]

Laut Lehrplan für die Unterstufe soll der Musikunterricht Vokales musizieren, das heißt Stimmbildung, Sprecherziehung und auch das Erlernen von ein und mehrstimmigen Liedern beinhalten, ebenso das instrumentale musizieren,

5 vgl. Gembris 2001, S. 179
6 vgl. ebenda
7 Davidson u. Pitts in Gembris 2001, S.100
8 vgl. Eckhardt in Gembris 2001, S.127
9 http://www.bmukk.gv.at/medienpool/882/hs18.pdf., 20.05.2007

Bewegung in Verbindung mit Stimmbildung, Erfahren von Takt und Rhythmus durch z.B. Tänze oder Tanzlieder, darstellendes Gestalten zur Musik und auch das Erfahren, Beschreiben und Bewerten der akustischen Umwelt.[10] Dennoch ist es laut Davidson und Pitts nicht das Ziel des Musizierens das Lernen zu erleichtern oder andere Fähigkeiten zu entwickeln, sondern Musik *„…hat eine Bedeutung in und durch sich selbst“*[11]
Ziel unserer Studie ist es aufzuzeigen, wie der Musikunterricht in den von uns ausgewählten Schulen von den verschiedenen Lehrpersonen gestaltet wird und wie viel Mitspracherecht die SchülerInnen im Unterricht tatsächlich haben. Weiters soll auch überprüft werden, ob ein moderner, aktueller und praxisbezogener Unterricht zum Lernen, Mitmachen und Ausprobieren anspornt.

3 Dimensionen und Begriffserklärungen

In unserer Studie wollen wir folgende Aspekte des Musikunterrichts untersuchen.

3.1 Zur Dimension Aktualität

Normalerweise wird in der Nomenklatur der Musikwissenschaften zwischen Unterhaltungsmusik (U-Musik) und ernster Musik (E-Musik) unterschieden. Zur Vereinfachung und besseren Verständlichkeit werden wir in der weiteren Arbeit aber von moderner und klassischer Musik sprechen. Zur modernen Musik zählen wir die Bereiche der Unterhaltungsmusik und Jazz, und zur ernsten Musik zählen wir die klassische Musik.
Die Dimension der Aktualität soll uns einerseits Aufschluss darüber geben, ob der Musikunterricht sich eher auf moderne Unterhaltungsmusik oder nach wie vor auf die klassische ernste europäische Musik konzentriert. Dabei ist anzumerken, dass der Begriff Modern vieles umfasst, von Beginn des letzten Jahrhunderts an bis zu zeitgenössischen Beispielen, während sich der Begriff der Klassik weit mehr einverleibt als nur die musikhistorische „Klassik“, also genauso den Gregorianischen Choral, die Romantik, den Barock, bis hin zur Zwölftonmusik. Moderne Unterhaltungsmusik umfasst ihrerseits den Pop, den Jazz, Gospel, Blues, Country, Techno, Hip Hop, Rock, Metal und ähnliche Genres. Als Besonderheit in diesem Feld stellt sich die zeitgenössische Musik dar, die hier als aktuelles Nachkommen der Klassik zu verstehen ist, d.h. eher der klassischen ernsten Musik zu zuordnen ist als der modernen Unterhaltungsmusik, obwohl es sich dabei selbstverständlich um zeitgenössische Musik handelt. Wird im Musikunterricht die Musik behandelt, die die Jugendlichen hören und teilweise geradezu verehren?

10 vgl. http://www.bmukk.gv.at/schulen/unterricht/index.xml., 20.05.2007
11 Davidson u. Pitts in Gembris 2001, S.103

3.2 Zur Dimension Wissensvermittlung

Darunter verstehen wir nicht die Qualität des Unterrichts, oder die des Lehrpersonals. Vielmehr stellt es einen Versuch dar, festzustellen, ob und was im Unterricht transportiert wird und auch bei den SchülerInnen hängen bleibt.
Wir versuchen herauszufinden, ob klassische Komponisten, genauso aber aktuelle Komponisten und Interpreten gelehrt werden, ob die Schüler etwas über verschiedene Stile, wie den Barock, oder die Wiener Klassik sowie über beispielsweise Punk, Funk oder Bebop Bescheid wissen. Dabei ist uns auch der zeitliche Überblick, ohne auf exakte Jahreszahlen einzugehen, wichtig
Weiters stellt sich uns die Frage, ob Musiktheorien, Tonsysteme und Musik anderer Ethnien unterrichtet werden, zum Beispiel indische Ragas, afrikanische Rhythmen, süd- bzw. lateinamerikanische, oder chinesische Musik. Zusammenfassend und etwas vereinfachend lässt sich diese Dimension am ehesten mit den Begriffen Vielseitigkeit und Vermittlung von Kenntnissen umschreiben. Ebenso gilt es herauszufinden, ob der ethnische, soziale und politische Background näher beleuchtet und darauf eingegangen wird, dass Musikstile ihre eigenen Wurzeln, Ausdrucksformen und Grundhaltungen haben. Wird beispielsweise, wenn der Begriff Funkmusik oder Hip Hop erklärt wird, auch auf die geographische, wie soziale Herkunft des Stils eingegangen? Warum und wie werden welche Stilmittel verwendet und wie sind sie zu verstehen? Ebenso von Interesse ist auch die Einbettung anderer Kulturen und ihrer Musik im Unterricht. Werden andere Musikstile, außereuropäische, außeramerikanische, genauso vorgestellt, oder wird darauf kein besonderer Wert gelegt.

3.3 Zur Dimension Aktivität

Hierbei konzentrieren wir uns auf die Teilnahme der SchülerInnen im Unterricht, wie viel dort selbst musiziert wird, eventuell mit Instrumenten oder im Chorgesang. Vielleicht gibt es Aufführungen vor Eltern oder gar der ganzen Schule. Das Mitbringen eigener Musik soll auch untersucht werden, inwieweit es möglich ist, oder eventuell sogar gefördert wird. Neben dem Gesang oder dem instrumentellen Musizieren gibt es auch noch die Möglichkeit des Tanzes als musikalische Ausdrucksform. Machen die Klassen auch Exkursionen, Opernbesuche, Konzertbesuche, Musicals oder ähnliches? Das alles gilt es herauszufinden. In Bezug dazu wollen wir vor allem das Interesse der Kinder am Musikunterricht in Beziehung mit der Aktivität setzen.

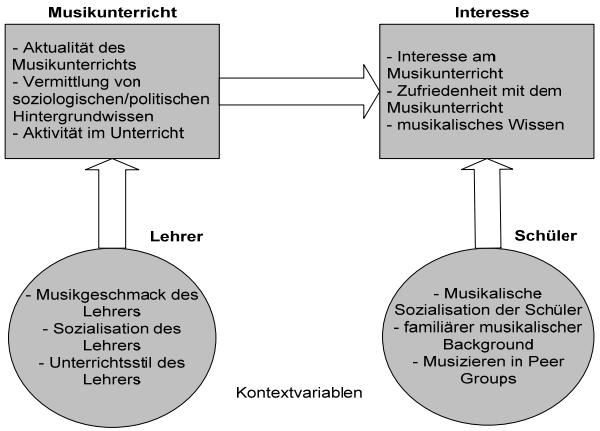
3.4 Zur Dimension Sozialisation

Die Sozialisation steht für uns als Kontextvariable, da im Rahmen dieser Arbeit, der Einfluss der Sozialisation für uns nicht direkt überprüfbar ist. Da wir annehmen, dass die Sozialisation Einfluss auf das Interesse und die Aktivität im Musikunterricht hat, werden wir uns in dieser Arbeit aber auch diesem Thema widmen. Die Tatsache, dass einige SchülerInnen bereits im Elternhaus mit Musik und Musikunterricht konfrontiert worden sind, werden wir genauer untersuchen. Ob andere Formen des außerschulischen Musizierens, wie

beispielsweise das gemeinsame Musizieren in einer Band, oder das Singen am Lagerfeuer in diversen Peer Groups von Bedeutung ist wollen wir ebenso herausfinden. Besuchen die SchülerInnen auch privat, sei es von sich aus oder mit ihren Eltern die Oper, Musicals, klassische Konzerte, moderne Konzerte, oder andere Musikveranstaltungen?

4 Hypothesen und Fragestellungen

Im Mittelpunkt steht für uns der Musikunterricht, welcher von verschiedenen Variablen beeinflusst wird. Der Schwerpunkt liegt hier eindeutig am Interesse der Schüler und an den Tätigkeiten der Lehrer, welche von verschiedenen Punkten beeinflusst werden. Besonders wichtig ist hier die Bedeutung des sozialen Umfelds zu erwähnen, denn sowohl Schüler als auch Lehrer werden dadurch stark geprägt und in ihrer Zufriedenheit bzw. Unterrichtsgestaltung beeinflusst.



Unserer Untersuchung liegen folgende Hypothesen und Annahmen zugrunde:
Wir gehen davon aus, dass die aktuellen Unterrichtsbücher der 8. Schulstufe mehr aktuelle Themen, mehr Hörbeispiele beinhalten und mehr Anregungen zum selbst Musizieren bieten. Bedingt durch die Geschichte und ihre gesellschaftliche Entwicklung ändert sich im Laufe der Zeit auch die Musik. Dabei stellt sich uns die Frage, ob sich der Musikunterricht der Zeit anpasst. Die Akteure im Musikunterricht sind die Jugendlichen. Um deren Interesse zu wecken und sie für Musik zu begeistern, wäre es von Vorteil, dass die Lehrbücher mit den gesellschaftlichen Veränderungen Schritt halten.
Weiters gehen wir davon aus, dass ein moderner Unterricht mehr Interesse und Zufriedenheit bei den SchülerInnen weckt. Wenn Jugendliche die Musik, die sie selber hören, im Unterricht wieder finden, wird der Musikunterricht für sie interessanter. Die SchülerInnen erfahren gerne etwas über ihre

persönlichen Musikrichtungen und sind folglich mit dem Musikunterricht zufriedener.
Ein weiteres Augenmerk ist auf die Methoden der Wissensvermittlung zu legen, die einen sehr großen Einfluss auf die Motivation und Lernbereitschaft der SchülerInnen ausübt. Wie bereits zu Beginn der Arbeit erwähnt wirft man den Musiklehrern häufig vor, antiquierte und nicht mehr zeitgemäße Lehrinhalte zu vermitteln, nicht offen gegenüber Neuem zu sein. Der Unterricht orientiere sich hauptsächlich an den Werken der klassischen Musik und somit ist anzunehmen, dass der Musikunterricht eher den Bereich der klassischen Epochen abdeckt. Das ist zwar einerseits auf die Vorgaben des Lehrplans zurückzuführen, aber andererseits auch persönlicher Ausdruck des Geschmackes der einzelnen LehrerInnen. Dabei stellt sich die Frage, ob LehrerInnen mit einem modernen Musikgeschmack diesen auch im Rahmen des Unterrichts entsprechend transportieren können.
Ein anderer Ansatzpunkt ist, dass SchülerInnen den Musikunterricht besonders deshalb schätzen, weil sie im Gegensatz zu anderen Fächern weniger Leistungsdruck verspüren, oder kreativ tätig sein und ihre Persönlichkeit besser entfalten können. Es ist anzunehmen, dass der Musikunterricht durch die Möglichkeit sich kreativ einbringen zu können und durch weniger Leistungsdruck, Wohlwollen genießt.
Wir gehen davon aus, dass SchülerInnen, die selber ein Instrument spielen oder singen, bzw. in einem musikalischen Elternhaus aufgewachsen sind, oder mit Freunden musizieren, ein besseres Grundverständnis der Musik und Musiktheorie haben, und dem Unterricht offener gegenüber stehen. Das Interesse an Musik überhaupt und die Bedeutung des Musikunterrichts für den Einzelnen wird durch die außerschulische musikalische Sozialisation sehr stark beeinflusst.

5 Methoden

Für die Überprüfung unserer Forschungsfragen verwenden wir in unserer Arbeit sowohl qualitative als auch quantitative Untersuchungsmethoden. Um die erhobenen Daten besser miteinander vergleichbar zu machen, haben wir uns dazu entschlossen, uns auf eine Schulstufe zu konzentrieren. Da die Befragung bei sehr jungen Kindern sich als eher schwierig gestaltet, haben wir für die Untersuchung die 8. Schulstufe gewählt. Ältere SchülerInnen kommen deshalb nicht in Frage, da sie je nach Schultyp zum Teil keinen Musikunterricht mehr haben.
Im ersten Untersuchungsschritt wurden die Lehrbücher der achten Schulstufe, die seit 1980 in Verwendung waren, beziehungsweise heute noch verwendet werden, einer inhaltlichen Analyse unterzogen und an Hand der Dimensionen klassifiziert.
Die Haupterhebung in unserer Arbeit beruht auf folgendem Forschungsdesign:
Um einen Einblick in die Erfahrungen im Musikunterricht von möglichst vielen Schülern und Schülerinnen zu bekommen, wurden ihre Einstellungen und Interessen mittels quantitativem Fragebogen erhoben. Es wurden jeweils zwei Hauptschulen und zwei allgemein bildende höhere Schulen in Graz, und dieselbe Anzahl an Schulen in den umliegenden Gemeinden ausgewählt.

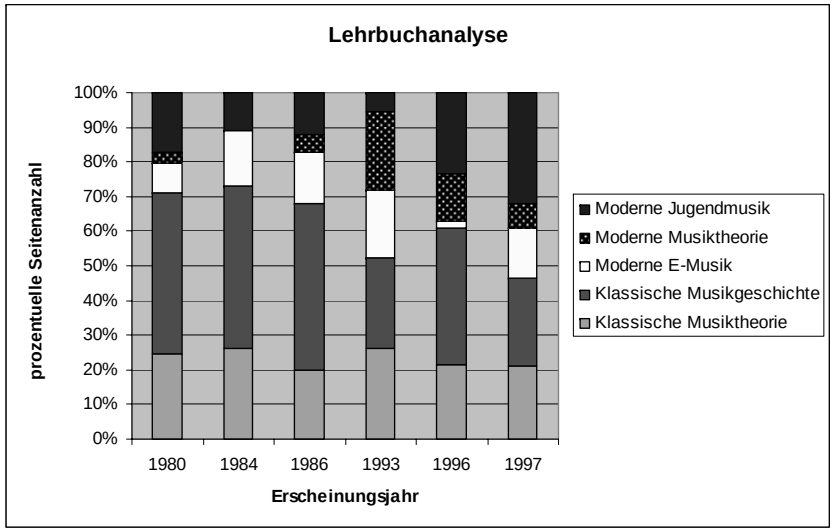
Dann führten wir mit allen zehn LehrerInnen, die in der achten Schulstufe dieser Schulen Musik unterrichten ein Interview, in dem wir in Erfahrung zu bringen versuchten, welche Vorstellungen die LehrerInnen vom Musikunterricht haben, welche Methoden sie anwenden und wie gut sie ihre eigenen Ziele vermitteln können.
Um die Ergebnisse der SchülerInnenbefragung mit den entsprechenden Interviews der LehrerInnen vergleichen zu können, wurden im letzten Schritt alle SchülerInnen dieser Schulstufe mittels Fragebogen befragt. Diese Vorgehensweise ermöglichte es uns, den LehrerInnen die jeweiligen Fragebögen ihrer Klassen zuordnen zu können.
In den Fragebögen wollten wir einerseits Informationen über persönliche Sachverhalte, Interessen und den Unterricht bekommen, und andererseits wollten wir über musiktheoretisches Wissen der Schüler und Schülerinnen und zur Musiksozialisation im Elternhaus Daten in Erfahrung bringen. Insgesamt wurden in den 18 Klassen 423 Kinder befragt.
Anschließend haben wir dann die Ergebnisse der Fragebögen noch mit den entsprechenden Interviews der LehrerInnen verglichen, um Zusammenhänge zwischen den einzelnen Klassen und LehrerInnen herstellen zu können.

6 Analyse der Musiklehrbücher

Für die Analyse der Musiklehrbücher haben wir alle aktuellen Ausgaben für die vierte Klasse bzw. achte Schulstufe genauer betrachtet und nach anfolgend spezifizierten Kriterien klassifiziert. Dabei handelt es sich um die Bücher: *Ein Weg zur Musik (1980)*, *Wir lernen Musik (1984)*, *Erlebnis Musik (1986)*, *Spielräume 4 (1993), Spielpläne Musik 4 (1996)*, und *Club Musik 4 (1997)*.
Mit Hilfe der Lehrbücher wollen wir untersuchen, ob und wie sich die vorhandenen Inhalte im Lauf der letzten 25 Jahre verändert haben und wo Schwerpunkte bezüglich der Inhalte liegen. Dabei richten wir unser Augenmerk auf klassische wie auch moderne Musikgeschichte und Theorie, historische Einbettung und politische, soziologische Hintergründe, Instrumentenlehre, Hörbeispiele und Anregungen zum selbst Musizieren.
Die beschriebenen Buchseiten wurden den inhaltlichen Theorien zugeordnet und anschließend addiert. Oftmals war es nicht völlig eindeutig welcher Dimension ein Text zuzuordnen ist, da mehrere Inhalte gleichermaßen in einer Passage vorkommen können, weshalb sich zwangsläufig eine gewisse Ungenauigkeit in der Datenklassifizierung ergab. Diese Unschärfe wurde schließlich dadurch gelöst, die Inhalte prozentuell den passenden Kategorien zuzuordnen. Die Genauigkeit dieser Klassifizierung geht bis zu einer Viertel - Seiten - Auflösung der prozentuellen Zuordnung. Die somit kumulierten Seitenanzahlen pro Kategorie wurden dann durch die gesamte Seitenanzahl der beschriebenen Seiten der jeweiligen Bücher geteilt. Bei Hörbeispielen und Anregungen zum selbst Musizieren wurden nicht die Seitenanzahl, sondern die Zahl der Beispiele pro Buch summiert.
Die erhobenen Daten dienen uns sowohl als Bestandsaufnahme der Lehrbuchinhalte und einer daraus resultierenden qualitativen Interpretation, als auch um auf etwaige Zusammenhänge zwischen dem gewählten Buch und der

jeweiligen Lehrperson schließen zu können und vorhandene Unterschiede von vermittelten und vom Buch vorgegebenen Inhalten heraus arbeiten zu können.

Abbildung 1: Inhalte der Musiklehrbücher, 1980 - 1997



Wie man auch deutlich in Abbildung 1 sehen kann, bleiben die unteren Balken, die für klassische Musiktheorie stehen, weitgehend konstant. Die zeitgenössische ernste Musik hat den kleinsten Anteil am gesamten Klassikbereich, kann jedoch eine steigende Tendenz verzeichnen. Der klassischen Musikgeschichte fällt der größte Bereich zu, allerdings befindet sich der Trend klar im Fallen. War der gesamte Anteil klassischer Musik 1980 noch etwa 70% ist er 1997, also im aktuellsten Buch, nur mehr mit etwa 46% vertreten. Rechnet man dieselbe inhaltsbezogene Aufteilung für die moderne Jugendmusik, erhält man ebenso geringere Werte für die Musiktheorie als für die Musikgeschichte, die insgesamt aber deutlich im Steigen begriffen ist. So hat sich der Anteil von 1980 bis 1997 etwa verdoppelt. Trotz der deutlichen Steigerung der modernen Musikgeschichte und Jugendkultur kann sich die Klassik ihres prominenten Platzes auch weiterhin sicher sein. Dem soziologischen Background der Musik wird insgesamt nicht besonders viel Raum gewidmet. In allen Büchern wird auch die Musil anderer Kulturen, wie beispielsweise afrikanische, chinesische, indische oder lateinamerikanische Musik behandelt. Der Seitenumfang dieser Bereiche ist jedoch sehr gering. Auf eine genauere Analyse wird daher hier verzichtet.
Auch wenn diese Inhalte nur ein Schattendasein fristen sind sie doch in allen Büchern vorhanden, wenn auch im Extremfall nur mit einer einzigen Seite. Die Instrumentenkunde zeigt sich ebenso in allen Büchern kaum, wobei anzumerken ist, dass dies Schwerpunkt der dritten Klasse bzw. siebten Schulstufe ist. Bezüglich der Häufigkeit bei Hörbeispielen und Anregungen

zum Musizieren wird mit Ausnahme der Bücher Spielräume (1993) und Spielpläne Musik (1996) eine leicht steigende Tendenz deutlich. Bei den beiden genannten Ausnahmen kann man kaum Hörbeispiele oder Anregungen finden, wogegen in den anderen Büchern genügend Beispiele anzutreffen sind. Im Buch Club Musik 4 (1997) kommt man auf 125 summierte Nennungen, wovon 98 davon auf Hörbeispiele fallen. Im Negativbeispiel Spielpläne Musik findet man hingegen nur 4 Hörbeispiele und 11 Anregungen zum selbst Musizieren.

7 Musikunterricht aus der Perspektive der LehrerInnen

Im Rahmen unserer Untersuchung haben wir Interviews mit insgesamt zehn LehrerInnen an verschiedenen Schulen durchgeführt. Die Befragten sind zwischen 41 und 57 Jahre alt. Sechs Personen davon sind weiblich und vier männlich. Die LehrerInnen unterrichten an Hauptschulen und allgemein bildenden höheren Schulen in Graz und den umliegenden Bezirken. Dementsprechend sind die Rahmenbedingungen des Unterrichts sehr unterschiedlich, und die Art des Unterrichts muss an diese angepasst werden, wie bei der Analyse der Interviews sehr deutlich herauskam. Auf die Rahmenbedingungen, mit denen die LehrerInnen konfrontiert sind, werden wir weiter unten genauer eingehen.

7.1 Zu den LehrerInnen

Die Motivation MusiklehrerIn zu werden, entstand bei den meisten schon sehr früh, zumeist beeinflusst durch das Elternhaus, die Schule oder durch die Freude am Musizieren beziehungsweise am Singen. Allen gemeinsam ist, dass bereits in der Kindheit ein starkes Interesse an Musik gegeben war, und die Liebe zur Musik sie zum Beruf des Musiklehrers/der Musiklehrerin berufen hat. In jüngeren Jahren waren alle sehr aktiv in Chören, Ensembles oder Bands tätig, was sie jetzt, zumeist aus familiären oder anderen Gründen, weniger aktiv betreiben. Die Musikpräferenzen der befragten Lehrer und Lehrerinnen liegen alle relativ eindeutig im Bereich der klassischen Musik, wobei die Schwerpunkte breit gestreut sind von Barock über die Renaissance, bis hin zur zeitgenössischen ernsten Musik. Ein großer Teil der LehrerInnen gab an, dass sie auch Jazz, Pop, und/oder Rock hören, wobei sie hier aber eine selektive Auswahl treffen. Es werden Schwerpunkte auf „gute“ Interpreten und einzelne Stücke gelegt. Vereinzelt wurde moderne Musik wie Pop oder Rock aber auch negativ bewertet. Mehrheitlich wurden Techno und Rap als schlechte Musik bezeichnet. Zusätzlich wurde von einzelnen auch erwähnt, dass sie Musicals oder Volksmusik hören. Wenn Musik aus dem Radio gehört wird, wurde –falls genannt- Ö1 als favorisierter Sender angegeben.

7.2 Die Unterrichtsinhalte

Betrachtet man die Inhalte des Unterrichts der Lehrerinnen und Lehrer, fallen die Ergebnisse hier sehr unterschiedlich aus. Einerseits stehen diese in Zusammenhang mit dem Schultyp, und andererseits sind die Inhalte des Unterrichts stark von den Rahmenbedingungen abhängig, wie zum Beispiel einem sehr hohen Ausländeranteil an manchen Schulen.
Grundsätzlich wird darauf geachtet den Unterricht dem Lehrplan anzupassen. So wurde der Lehrplan auch nur einmal schlecht bewertet. Die Hälfte der befragten Lehrer empfindet den Lehrplan aber als nicht mehr aktuell, da er den Interessen der SchülerInnen nicht gerecht wird und auch nicht zeitgemäß ist. Ein zu umfangreicher Inhalt des Lehrplans wird auch erwähnt, er sei zu idealistisch gefasst. Die meisten LehrerInnen sehen den Lehrplan jedoch mehr als Rahmung des Unterrichts, an dem sie sich zwar orientieren, durch den sie sich aber nicht einschränken lassen. Tendenziell fällt die Bewertung des Lehrplans an den allgemein bildenden höheren Schulen besser aus als an den Hauptschulen. Eine/r der befragten HauptschullehrerIn empfand ihn als sehr einschränkend:

> „Also muss man das zumindest anführen, dass man sagen kann das hat man durchgeführt, (…) dann können wir (…) spielen und tanzen."

Ob man sich an den Lehrplan hält, würde vom Schulleiter auch kontrolliert werden. Wenn der Lehrplan aber mehr als Orientierung verstanden wird, und kein Druck entsteht ihn erfüllen zu müssen, geben die LehrerInnen an, sich an Hand des Lehrplans im Unterricht frei entfalten zu können.
Musiktheoretische Inhalte werden sehr häufig in Anlehnung an die vorhandenen Lehrbücher durchgenommen. In allen Schulen, mit Ausnahme einer Hauptschule am Land, die das Buch „Erlebnis Musik" wählten, wird das Buch „Club Musik" verwendet. Sehr einheitlich wurde hier festgestellt, dass dies auf Grund des regionalen Bezuges ist, da der Autor an der Musikhochschule in Graz unterrichtet, und einige LehrerInnen bei ihm in Ausbildung waren. Über den Aufbau und Stil gab es keine Kritiken und die Hörbeispiele im Buch wurden einige Male positiv hervorgehoben. Auch wurde der Aufbau und die Gestaltung als ansprechend und kindgerecht bezeichnet. Einige würden zwar die Erstellung eines neuen Buches begrüßen, aber bei dem derzeitigen Bestand an Büchern empfinden sie das „Club Musik" als die beste Wahl. Da das Buch „Club Musik" den modernen Musikrichtungen den meisten Platz widmet, (60% Klassik, 40% moderne Musikrichtungen), zeigt dies durchaus die Bereitschaft der LehrerInnen, sich mit aktuellen Inhalten im Unterricht zu beschäftigen. So wurden auch die im Buch enthaltenen Popmusikstile als gut befunden, und das Bild- und Gruppenmaterial als interessant und motivierend bezeichnet. Das Buch unterstütze dabei, die Unterrichtsinhalte kurz und prägnant herzuzeigen, und diene als gute Grundlage und Ergänzung zum Unterricht.
In der vierten Klasse wird, wie vom Lehrplan vorgegeben, als Schwerpunkt Musikgeschichte unterrichtet. Die Intensität und Genauigkeit, mit der auf diese eingegangen wird, variiert zwischen den Schultypen und LehrerInnen. In den

Hauptschulen steht eher im Vordergrund den Kindern einen Überblick zu geben, während in den allgemein bildenden höheren Schulen die Wissensvermittlung eher im Vordergrund steht. Als Begründung wird von den AHS LehrerInnen erwähnt, dass sie die SchülerInnen von Anfang an auf die Matura vorbereiten wollen, falls sie dieses Fach für die Matura in Erwägung ziehen. Sie erwarten von den Kindern eher ein höheres Wissensniveau. Dies sieht man vor allem sehr stark an den Inhalten, die aus dem Bereich der Notenlehre den Kindern vermittelt werden sollten. Im Bereich der Hauptschule geben die LehrerInnen an, sich kaum intensiver mit Notenlehre, Harmonielehre und dergleichen zu beschäftigen, falls es überhaupt noch gemacht wird. Einerseits begründen die LehrerInnen dieses Schultyps diesen „Mut zur Lücke" damit, dass die Kinder dem Bereich Klassik oder der Notenlehre absolut kein Interesse entgegenbringen, oder für Notenlehre großteils nicht das nötige Verständnis haben. Dazu eine Lehrerin einer Hauptschule auf dem Land:

> „Es interessiert einen 14-jährigen nicht 10 Monate lang auf der Musikgeschichte herumzureiten, und ehrlich gesagt frustriert es mich auch. (…)Ich nehme mir die Freiheit heraus, das so zu machen, dass ich den Überblick mache, (…) und dann schaue ich, was für Bedürfnisse haben die Kinder."

Ein anderer Lehrer einer Hauptschule in der Stadt meinte zur Notenlehre folgendes:

> „Überhaupt nichts, das ist sinnlos (…) Es ist schade um die Zeit. Sie kapieren das einfach nicht. Früher haben wir das noch viel gemacht, aber in letzter Zeit haben wir das weggelassen."

Dennoch erhält man den Eindruck, dass die Musiktheorie in den vierten Klassen in beiden Schultypen den Mittelpunkt des Unterrichtes bildet. Alle LehrerInnen geben zwar an, mit den Kindern praktisch zu musizieren, aber tendenziell ist zu bemerken, dass dies in den vierten Klassen kein Schwerpunkt mehr ist, und im Gegensatz zu den unteren Klassen kaum mehr in den Unterricht eingebaut wird. Die befragten HauptschullehrerInnen scheinen etwas häufiger im Unterricht mit den Kindern zu musizieren. Wenn im Unterricht praktisch musiziert wird, steht das Singen in dieser Schulstufe am ehesten im Mittelpunkt. Für Tanz oder das Spielen von Instrumenten findet sich anscheinend seltener Raum, außer es wird von den Kindern selbst gefordert, indem sie zum Beispiel Instrumente in den Unterricht mitbringen. Hin und wieder werden beim Musizieren Orffinstrumente oder Schlaginstrumente verwendet.
Die meisten LehrerInnen geben an, durchaus aktuelle Lieder und moderne Musik in den Unterricht einfließen zu lassen. Wie diese Musik eingebaut wird, ist von LehrerIn zu LehrerIn aber sehr unterschiedlich. Einige spielen und singen mit den Kindern moderne Lieder, andere lassen die Kinder ihre Lieblingslieder mitbringen, um dann zu besprechen, weshalb ihnen diese Musik gefällt. In den Interviews gewann man den Eindruck, dass jene LehrerInnen, die selbst auch aktuelle Musikrichtungen hören, beziehungsweise aktuellen Musikrichtungen aufgeschlossener gegenüberstehen, diese auch

eher in den Musikunterricht einbauen. Genannt wurde auch das Problem, dass moderne Lieder teilweise schwer mit einer ganzen Klasse nachzusingen sind, da sich diese Lieder meist nicht für Gruppengesang eignen. Zusätzlich sei es auch schwer, die Interessen der Kinder zu vereinen, da ihre Musikvorlieben oftmals sehr unterschiedlich ausfallen. Was dem einen gefällt, kann von anderen völlig abgelehnt werden.
Keiner der befragten Lehrer gab an, dass Ethnomusik ein wesentlicher Bestandteil des Musikunterrichts ist. In den unteren Klassen werden davon nur einige Beispiele eingestreut. Nur in den Oberstufen der allgemein bildenden höheren Schulen wird dieser Themenbereich eventuell etwas vertiefend eingebracht. In jenen Hauptschulen, die einen höheren Ausländeranteil aufweisen, wird eher versucht, die Musik jener Länder aus denen die Kinder stammen, in den Unterricht einzubauen. Da die Kinder die Musik von anderen Volksgruppen aber oftmals ablehnen sei dies sehr schwierig. Die Integrationsprobleme entstehen hier häufig eher zwischen den verschiedenen ethnischen Gruppen, als zwischen den ausländischen und einheimischen Kindern. Dazu ein Lehrer, der mit dieser Problematik stark konfrontiert ist:

> „Naja, es ist insofern schwierig, weil da jetzt so viele Volksgruppen sind, die ihre Musik hören wollen, und wenn sie die Musik anderer Volksgruppen hören müssen, dann heißt es: „Ahh das mag ich nicht!“ (…) Also die Ausländer lehnen gegenseitig ihre Kulturen ab(…), so untereinander tun sie sich oft relativ schwer!“

Für sehr viele Lehrer ist es wichtig, dass die Kinder die Inhalte des Musikunterrichts nicht stur für dieses Fach auswendig lernen, sondern dass sie Verknüpfungen mit anderen Fächern herstellen können. Wie dieses fächerübergreifende Lernen den Kindern nahe gebracht wird ist aber unterschiedlich. Der überwiegende Teil der Lehrer versucht im Unterricht Verbindungen zu anderen Fächern, wie dem Geschichtsunterricht oder dem bildnerischen Gestalten herzustellen. Sie bemühen, sich den Kindern Hintergrundwissen über Epochen, oder über Entwicklungen die zur Herausbildung neuer Musikstile wie beispielsweise dem Jazz geführt haben, zu vermitteln. Andere LehrerInnen orientieren sich an den Lehrinhalten anderer KollegInnen, um beispielsweise bestimmte Epochen zur gleichen Zeit durchzunehmen. Bei LehrerInnen, die großes Engagement bezüglich neuer Lehr- und Lernmethoden zeigen, sieht man Unzufriedenheit mit dem derzeitigen Schulsystem. Durch gemeinsame Projekte mit andern LehrerInnen wird dann versucht, den Kindern bestimmte Inhalte fächerübergreifend zu vermitteln. Dies funktioniert allerdings nur dort, wo diesbezüglich Unterstützung von der Schulleitung gewährleistet ist, und wo die LehrerInnenkollegInnen dieses Engagement auch teilen.

7.3 Die Unterrichtsstile:

Generell kann gesagt werden, dass fast alle Lehrer in irgendeiner Form angaben, die Interessen der SchülerInnen in den Unterricht einzubeziehen. In

welcher Form dies geschieht, variiert zwischen den LehrerInnen. Am häufigsten wurde genannt, dass die Schüler über Themen, die sie sehr interessieren und bei denen sie sich auskennen, Referate halten können. Ebenso häufig wurde genannt, dass im Unterricht Gruppenarbeiten zu bestimmten Themen gemacht werden. Man gewinnt den Eindruck, dass die LehrerInnen bemüht sind, die Kinder zu selbstbestimmtem Lernen zu motivieren. Es wird mit Lernkärtchen gearbeitet, oder die SchülerInnen erarbeiten Inhalte eigenständig aus Büchern. Es ist schwierig, die unterschiedlichen Unterrichtsstile der befragten LehrerInnen Typen zuzuordnen. Unter Einbeziehung der erwähnten Unterrichtsinhalte, der Häufigkeit des praktischen Musizierens und der Aktualität der Inhalte, lassen sich der Tendenz nach aber zwei Typen von LehrerInnen feststellen. Die eher klassisch orientieren LehrerInnen, die noch vermehrt an traditionellen Unterrichtsmethoden festhalten, und die LehrerInnen, die an Hand neuerer Lehr- und Lernmethoden versuchen mehr auf die Bedürfnisse und Interessen der Kinder einzugehen. Dabei möchten wir keine Bewertung dieser Unterrichtsstile vornehmen. Vielmehr handelt es sich um einen Versuch, Rückschlüsse vom Unterrichtsstil auf das Interesse der SchülerInnen am Musikunterricht zu ziehen.
Der traditionell klassische Lehrstil und der moderne Lehrstil weisen idealtypisch folgende Lernmethoden auf:

klassischer Lehrstil	*moderner Lehrstil*
● *mehr Theorie als Praxis* ● *klassische Musik im Vordergrund* ● *traditionelles Benotungssystem* ● *eher autoritärer Führungsstil*	● *Einbau neuer Lehr/Lernmethoden* ● *praxisorientierter Unterricht* ● *variables Benotungssystem* ● *höherer Anteil moderner Musik* ● *verschiedene Methoden klassische Musik zu vermitteln*

Dem modernen Lehrstil lassen sich drei LehrerInnen aus Hauptschulen, und drei Lehrer allgemein bildender höherer Schulen zuordnen. Einen eher klassisch orientierten Unterrichtsstil stellten wir an zwei allgemein bildenden höheren Schulen und an zwei Hauptschulen fest. Somit kann diesbezüglich keine eindeutige Unterscheidung zwischen Hauptschulen und allgemein bildenden höheren Schulen am Land oder in der Stadt festgestellt werden. Unterschiede zwischen Männern und Frauen sind ebenfalls nicht erkennbar.
Gemeinsam ist allen LehrerInnen, den Kindern Freude und Spaß an Musik vermitteln zu wollen. Unterschiede bezüglich der Unterrichtsziele lassen sich recht gut mit der Einteilung der klassisch orientierten LehrerInnen und den modern orientierten LehrerInnen erkennen. Jene LehrerInnen, welche verstärkt klassische Methoden im Unterricht einsetzen, sehen als primäres Unterrichtsziel die Auseinandersetzung mit klassischer Musik, sie zu aktiven Zuhörern auszubilden und zu musikalisch-kulturell gebildeten Menschen zu formen. Dazu formulierte ein Lehrer (AHS) folgendes:

„(…)in erster Linie kennen lernen, ein bisschen Appetitanregung auf Musik, die sie sonst nicht haben(…).Das ist einmal die erste Sache. Sie sollten über die Grenzen der eigenen Hörgewohnheiten hinaus noch Musik kennen lernen, die es gibt. Das ist vor allem die große Kunstmusik. Das ist die erste Prämisse. Das zweite ist natürlich, dass man die Musik, die sie hören mit einbezieht."

LehrerInnen mit modern orientierten Unterrichtsmethoden formulieren ihre Ziele zwar ähnlich, sehen ihre Aufgaben aber eher im praktischen musizieren. Sie wollen den Kindern Gemeinschaftserlebnisse vermitteln, wollen ihnen helfen, ihre eigene Musikalität zu entdecken und ihnen helfen Selbstvertrauen zu entwickeln. Ein gutes Beispiel hierfür ist die folgende Aussage einer Lehrerin (AHS) auf die Frage, welche Ziele sie im Unterricht habe:

„Dass die Schüler ihre eigene Kreativität finden, dass die Schüler sich trauen etwas musikalisch zu gestalten, sich auf die Bühne zu stellen. Natürlich auch bestimmte Lernziele, Stoff zu vermitteln, aber eigentlich sind mir die kreativen Ziele wichtiger. Was gemeinsam zu erleben, etwas aktiv zu machen und sich etwas trauen. Und das gelingt eigentlich sehr gut."

7.4 Rahmenbedingungen des Unterrichts:

In Bezug auf die Unterrichtsziele, die Inhalte die im Unterricht vermittelt werden, und die verschiedenen Unterrichtsstile der Lehrer und Lehrerinnen dürfen wir in keinem Fall die unterschiedlichen, oft sehr schwierigen Rahmenbedingungen des Unterrichts außer Acht lassen. Manche dieser Rahmenbedingungen sind für alle Schulen gleich, wie beispielsweise die vorgenommenen Stundenkürzungen für Musik an den Schulen, andere jedoch sind spezielle Bedingungen, mit denen einzelne LehrerInnen an den Schulen zu kämpfen haben. Als massive Einschränkung des Musikunterrichts empfanden alle LehrerInnen einheitlich die Stundenkürzungen die in den vierten Klassen vorgenommen wurden. Es gibt zwar die Möglichkeit, dass die Stundenkürzungen schulautonom gehandelt werden können, aber in den von uns untersuchten Schulen betrafen die Kürzungen alle den Musikunterricht. Dies bedeutet, dass in den vierten Klassen nur mehr eine Stunde Musik pro Woche unterrichtet wird. Zusätzlich wird diese eine Musikstunde oft am Ende eines Schultages in der sechsten Stunde abgehalten, in denen die Kinder keine hohe Konzentrationsfähigkeit haben, beziehungsweise kommt es häufig dazu, dass Stunden entfallen. Der Eindruck den wir in unseren Interviews gewonnen haben, war der, dass durch die Stundenkürzungen- ohne gleichzeitig den Lehrplan zu reduzieren, es zu einer Reduktion des praktischen Musizierens gekommen ist. Viele LehrerInnen formulierten das Problem, dass zu wenig Zeit vorhanden sei für Inhalte, die sie im Unterricht gerne machen würden. Die Kinder würden durch diese geringe Stundenanzahl den Überblick verlieren:

„(…) Ganz egal was man macht in der Vierten. Es ist nie genug Zeit dafür. (…) Und wenn ich den Stoff von der Antike bis zur Gegenwart in einer dreiviertel Wochenstunde unterbringen soll, dann möchte ich gerne sehen, wer das zusammenbringt."

Die meisten LehrerInnen teilen diese Ansicht. Vielfach wurde geäußert, dass praktisches Musizieren - durch den Aufbau der Instrumente, und dadurch entstehende Unruhe - einen sehr hohen Zeitaufwand erfordert, der durch die geringe Stundenanzahl fast nicht mehr aufbringbar ist. Dies dürfte einer der Hauptgründe dafür sein, dass aktives Musizieren eher in den unteren Schulstufen, in denen zwei Unterrichtsstunden pro Woche zur Verfügung stehen, praktiziert wird. Denn auch jene LehrerInnen, welche das Musizieren der Kinder als einen der wichtigsten Bestandteile des Musikunterrichts sehen, reduzieren dies aus zeitlichen Gründen. Hohe SchülerInnenzahlen in den Klassen führen zusätzlich dazu, dass nur wenig aktiv musiziert wird. Aktives Musizieren kann aber für die Entwicklung des Gemeinschaftsgefühl einer Klasse sehr wichtig sein, da das gemeinsame Erarbeiten eines Musikstückes oder Tanzes von den Kindern gegenseitige Rücksichtnahme oder gegenseitiges zuhören erfordert, weshalb wir den Stundenkürzungen in diesem Fach nicht positiv gegenüber stehen.
Als bedenklich empfinden wir auch die zeitgleich stattgefundene Reduzierung der Freifächer. An den meisten Schulen gab es früher viele musische Freifächer wie Spielmusik, Chor oder Instrumentalunterricht. Durch geringe Budgets wurden diese an vielen Schulen aus dem Programm genommen. Dies bedeutet, dass praktisches Musizieren nicht nur aus dem Unterricht gedrängt wird, sondern den Kindern auch die Möglichkeit genommen wird, sich außerhalb der Schule musikalisch zu beschäftigen. An einigen Schulen gibt es für die Kinder aber zumindest die Möglichkeit im nahen Umkreis der Schule, oder sogar direkt an der Schule eine Musikschule zu besuchen.
Unter besonders schwierigen Bedingungen arbeiten die Lehrerinnen an den untersuchten Hauptschulen in Graz. Durch extrem hohe Ausländeranteile, ist ein geregelter Unterricht, in dem die gleichen Unterrichtsinhalte wie in anderen Schulen durchgemacht werden kaum mehr möglich. Als primäres Unterrichtsziel stehen hier die Integration der ausländischen Kinder, das Erlernen der deutschen Sprache und das Stärken des Gemeinschaftsgefühls im Vordergrund.

„(…) Ich hab letztes Jahr eine Vierte gehabt, da hab ich effektiv von 29 SchülerInnen einen einzigen österreichischen Namen drinnen gehabt, (…) in unserer Situation müssen wir schauen, dass zwischen den Kindern nicht zu viele Dinge mit gegenseitiger Aggression und Gewalt passieren, (…) es sind viele Kinder die sind zum Beispiel aus Tschetschenien da, die trauern, (…) aber sie werden durch Musik auch lockerer und freier."

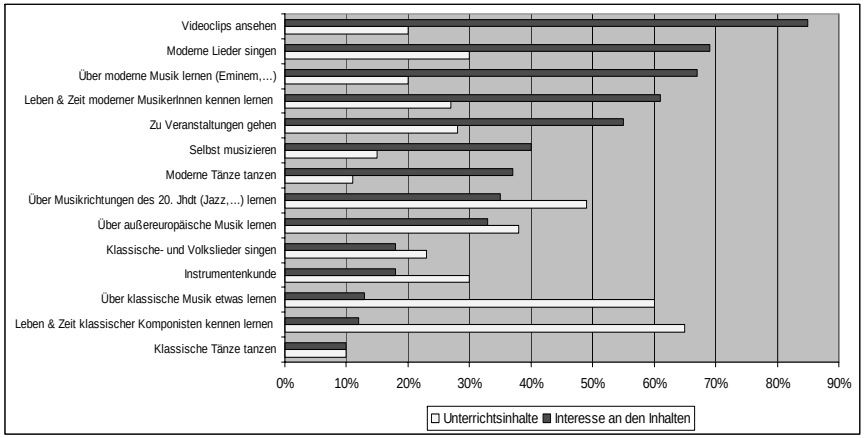
Es zeigt sich, dass unter diesen Umständen eher versucht wird auf die Bedürfnisse der Kinder einzugehen, jedoch merkt man, dass diese Bedingungen für die LehrerInnen sehr frustrierend sind, und sie trotz ihres

Engagements welches sie in den Unterricht hineinbringen, mit ihren Bemühungen, die Kinder für Musik begeistern zu können oft scheitern müssen. Kritik wurde häufig am noch veralteten Bezahlungssystem, bei dem noch immer innerhalb der „Nebengegenstände“ Unterschiede existieren, geübt. Auch mangelt es sehr oft am Budget für die Anschaffung von neuen Instrumenten. Moderne Unterrichtsmittel wie Computer oder neue Musikanlagen sind fast überhaupt nicht leistbar. Leichter wäre es für einige LehrerInnen mehr praktisch zu musizieren, wenn die entsprechenden räumlichen Gegebenheiten vorhanden wären, wo genügend Platz für Tänze oder Instrumente zur Verfügung stünde, und eine räumliche Trennung auch eine Lärmbelästigung und Störung anderer Klassen verhindern würde.
Kritische Stellungnahmen fanden auch bezüglich der vorschulischen Erziehung statt. Sowohl durch das Elternhaus, als auch durch Kindergarten und Volksschule würde den Kindern zu wenig musikalisches Grundwissen vermittelt werden.

8 Unterricht aus der Sicht der SchülerInnen

Eine zentrale Frage der SchülerInnenbefragung mittels Fragebogen war, welche Inhalte des Musikunterrichts die SchülerInnen interessiert und wie häufig diese gemacht werden.

Abbildung 2: Interesse der SchülerInnen vs. Häufigkeit der Unterrichtsinhalte



Wie man in Abbildung 2 deutlich erkennen kann, liegt der Schwerpunkt des Interesses der SchülerInnnen am Musikunterricht bei Videoclips, moderne Lieder singen, über moderne Musik etwas lernen und das Leben und die Zeit moderner Sänger und Gruppen kennen lernen.
Besonders deutlich fällt auf, wie sehr sich die Unterrichtsinhalte vom Interesse der Kinder unterscheiden. Jene Inhalte, welche die SchülerInnen am wenigsten interessieren, wie beispielsweise Leben und Zeit klassischer Komponisten kennenlernen und über klassische Musik etwas lernen, haben

einen sehr dominanten Stellenwert. Die größte Übereinstimmung findet sich bei den Inhalten über Musikrichtungen des 20. Jahrhunderts, und über außereuropäische Musik etwas lernen. Hier zeigt sich durchaus ein Interesse der Kinder auch theoretische Inhalte im Unterricht machen zu wollen. Auffallend ist die Differenz zwischen dem Interesse der Kinder im Musikunterricht aktiv musizieren zu wollen, und dem Stellenwert des Musizierens im Unterricht. Obwohl die Kinder daran interessiert sind, wird es nach Aussage der Kinder, wenig in den Unterricht eingebaut.
Etwas mehr als die Hälfte der Kinder gibt an, am Besuch von musikalischen Veranstaltungen interessiert zu sein.
Weiters wollten wir feststellen welche Faktoren die Zufriedenheit am Musikunterricht positiv beeinflussen. Die ausschlaggebenden Faktoren für die Zufriedenheit mit dem Musikunterricht sind in erster Linie moderne Lieder singen, klassische Tänze tanzen, kreativ sein zu können, und sich so zeigen zu können, wie man sich fühlt.

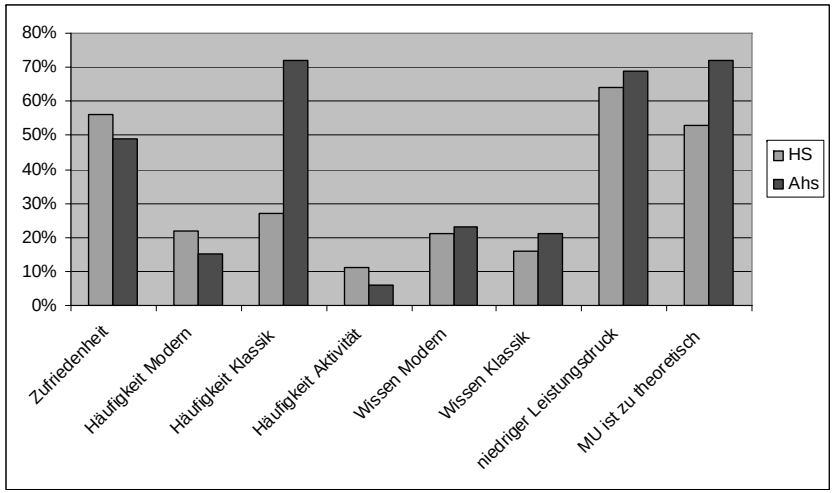
Tabelle 1:
Determinanten der Zufriedenheit mit dem Musikunterricht
(Anteil der Befragten, die mit dem Musikunterricht zufrieden sind in Abhängigkeit folgender Bedienungen)

Anteil an aktuellen Themen	hoch	82%
	niedrig	43%
Anteil an Aktivität	hoch	77%
	niedrig	49%
Leistungsdruck	hoch	38%
	niedrig	63%
Anteil: kann mich kreativ einbringen	hoch	67%
	niedirg	29%
Anteil: ich kann so sein, wie ich bin.	hoch	62%
	niedrig	34%

Tabelle 1 zeigt, dass ein hoher Anteil an aktuellen Themen, eine aktive Gestaltung des Unterrichts, ein niedriger Leistungsdruck, die Möglichkeit sich kreativ einbringen zu können und so sein zu können wie man ist ausschlaggebend für die Zufriedenheit mit dem Musikunterricht ist.
Wenn der Unterricht laut SchülerInnen modern gestaltet wird, sind knapp 82% mit dem Unterricht zufrieden.
Signifikant bestätigen lässt sich ein Zusammenhang zwischen SchülerInnen, die sich auch in ihrer Freizeit musikalisch beschäftigen und ihrem Interesse an der aktiven Gestaltung des Musikunterrichts. In anderen Worten haben SchülerInnen, die zu Hause musizieren auch Spaß am gemeinsamen Singen, Tanzen und Spielen im Unterricht.
Unter den befragten SchülerInnen bringen etwa 9% musikalische Vorbildung und Erfahrungen mit und werden in Folge als stark sozialisiert bezeichnet.

Hingegen kann 1/3 der Befragten als schwach sozialisiert angeführt werden, mehr als die Hälfte der gesamten SchülerInnen fallen in die Gruppe dazwischen, die sehr wohl musikalische Erfahrungen im Elterhaus oder mit Freunden gemacht haben, diese aber keine so wesentliche Rolle in ihrer Sozialisation gespielt hat. Im Vergleich zu den eher stark und mittel sozialisierten SchülerInnen, die beide gleichermaßen mit dem Unterricht zufrieden sind, und zwar deutlich mehr als die Hälfte, ist hingegen nur ein gutes Drittel der schwach sozialisierten Jugendlichen mit dem Unterricht zufrieden. Zusammenfassend kann auf eine Tendenz zu einem Zusammenhang zwischen der Zufriedenheit und der Sozialisation geschlossen werden. Wenn bereits im Elternhaus oder im Freundeskreis viel musiziert wurde, dann sind die Jugendlichen zufriedener mit dem Musikunterricht.
Deutlicher noch zeigt sich ein Zusammenhang zwischen der Sozialisation der SchülerInnen und einem generellen Interesse am Musikunterricht.
Der Fragebogen beinhaltete ebenso einen kleinen Wissenstest, aufgeteilt in die Bereiche Moderne und Klassik, wobei die Komponisten Mozart, Bach, Schubert und Walther v. d. Vogelweide den Epochen Klassik, Barock, Romantik und Gotik, sowie die Interpreten Louis Armstrong, Ray Charles, Elvis Presley und The Beatles den Stilen Jazz, Soul, Rock n' Roll und Pop richtig zuzuordnen waren. Knappe 11% der SchülerInnen konnten die einzelnen Persönlichkeiten und Stile richtig zuordnen, während hingegen nur 2,5% alles falsch ankreuzten. Es besteht ein klarer Zusammenhang zwischen Personen, die bei der Wissensfrage im Bereich der Klassik und im Bereich der Moderne richtig angekreuzt haben. Das bedeutet, wenn SchülerInnen etwas über Komponisten und Musiker wissen, dann wissen sie es sowohl im Bereich der klassischen als auch im Bereich der modernen Musik.
Bezüglich der Unterschiede zwischen den untersuchten Hauptschulen und den Gymnasien kann man feststellen, dass die generelle Zufriedenheit mit dem Musikunterricht in den HS etwas höher ausfällt, da der Unterricht in den Hauptschulen praxisorientierter ist und mehr moderne Inhalte gemacht werden. Hingegen hat in den AHS die Klassik einen höheren Stellenwert, der Unterricht ist theoretischer und führt daher auch zu einem etwas besseren Ausgang des Wissenstests über klassische Komponisten und moderne Interpreten.

Abbildung 3: Unterschiede HS - AHS



9 Vergleiche zwischen LehrerInnen und SchülerInnen

Nachdem wir eine Analyse der LehrerInneninterviews vorgenommen haben, und anschießend eine genaue Auswertung der SchülerInnenfragebogen, versuchten wir festzustellen, ob die Unterschiede, die zwischen dem Schultyp Hauptschule und allgemein bildender höherer Schule bestehen, im Zusammenhang mit dem Unterrichtsstil der LehrerInnen sind.

9.1 Unterrichtsstile im Vergleich mit den Ansichten der SchülerInnen zum Musikunterricht

Tabelle 2: Unterrichtsstile HS/AHS - Vergleich mit Ansichten der SchülerInnen

	Unterricht-stil	MU gefällt	kein Leistungs-druck	MU zu theoretisch	mag Musik, MU nicht	kann sein wie ich bin	kann kreativ sein
HS	klassisch	43%	72%	54%	65%	52%	50%
	modern	65%	60%	52%	60%	74%	55%
AHS	klassisch	39%	67%	79%	81%	47%	51%
	modern	59%	71%	64%	52%	61%	57%

Im Vergleich der Unterrichtstile kann man erkennen, dass die SchülerInnen deren LehrerInnen einem modernen Unterrichtsstil zugeordnet wurden generell zufriedener mit dem Musikunterricht sind. Die möglichen Ursachen dafür könnten darin liegen, dass diese SchülerInnen im Unterricht kreativer sein können und dieser Unterrichtsstil es ihnen ermöglicht zu zeigen wie sie sich fühlen und sie eher ihre Individualität ausleben können. Interessant dabei ist, dass trotzdem die meisten SchülerInnen angaben Leistungsdruck im Unterricht zu verspüren. Besonders viele SchülerInnen, die von einem/einer LehrerIn mit modernem Unterrichtsstil unterrichtet werden, bekommen das Gefühl vermittelt, dass sie im Unterricht ihre Gefühle ausdrücken können und so sein können wie sie sind.
Sehr häufig wurde von den SchülerInnen genannt, dass sie zwar Musik mögen, aber den Musikunterricht nicht. Auffallend dabei ist, dass besonders in allgemein bildenden höheren Schulen, in denen LehrerInnen mit einem klassischem Unterrichtsstil unterrichten, der Anteil jener SchülerInnen, die Musik lieber mögen als den Musikunterricht, sehr hoch ist. Generell fällt auf, dass in beiden Schultypen die SchülerInnen den Unterricht als zu theoretisch empfinden, wobei hier Unterschiede zwischen den HS und AHS ersichtlich sind. Als viel zu theoretisch sehen den Musikunterricht vor allem die SchülerInnen der AHS deren LehrerInnen einem klassischen Unterrichtsstil entsprechen.

9.2 Wissensvermittlung

Im nächsten Schritt verglichen wir die Unterrichtsstile der LehrerInnen mit den von den SchülerInnen angegebenen Inhalten des Unterrichts, und setzten diese in Beziehung mit den Ergebnissen des Wissenstests.

Tabelle 3: Unterrichtsstile HS/AHS im Vergleich mit den Unterrichtsinhalten

	Unterrichtsstil	Häufigkeit Modern	Häufigkeit Klassik	Häufigkeit Aktivität	Wissen Modern	Wissen Klassik
HS	klassisch	10%	5%	5%	12%	12%
	modern	31%	42%	15%	27%	18%
AHS	klassisch	6%	76%	4%	62%	28%
	modern	24%	68%	8%	44%	14%

Wie erwartet ist der Anteil moderner Unterrichtsinhalte in Schulen der LehrerInnen mit modernem Unterrichtsstil relativ hoch, und zumindest in den AHS der LehrerInnen mit klassischem Unterrichtsstil, sind die klassischen Unterrichtsinhalte vorherrschend. Allerdings ist die Häufigkeit klassischer Inhalte in den HS der LehrerInnen mit klassischem Unterrichtsstil überraschend gering. Wir gehen aber davon aus, dass dieser extrem niedrige Anteil auch in zu geringem Datenmaterial begründet sein könnte. Bezüglich der Häufigkeit klassischer Unterrichtsinhalte bestätigen sich hier die Angaben

der LehrerInnen, dass in den HS der Anteil klassischer Unterrichtsinhalte geringer als in den AHS ist.
Die Häufigkeit von Aktivität im Unterricht ist an allen Schulen sehr gering, wobei in den HS der LehrerInnen mit modernem Unterrichtsstil noch der höchste Anteil an Aktivitäten im Unterricht gemessen werden konnte.
An Hand des Wissenstests sieht man, dass die SchülerInnen der LehrerInnen mit klassischem Unterrichtsstil an den AHS, bei Wissen Klassik und Modern, die besten Ergebnisse erzielten. In den AHS ist das Wissen über Klassik in jenen Schulen schlechter, in denen LehrerInnen einem modernen Unterrichtsstil entsprechen, wohingegen positiv auffällt, dass die SchülerInnen in den HS der LehrerInnen mit modernem Unterrichtsstil verhältnismäßig viel über klassische Inhalte gewusst haben. Dies steht in Zusammenhang mit den Angaben zur Häufigkeit klassischer Inhalte im Unterricht. Generell fällt auf, dass sowohl die Häufigkeiten der Unterrichtsinhalte, als auch das Wissen in diesen Schulen höhere Werte erzielen.

10 Zusammenfassung

Zu Beginn der Forschung waren wir unsicher, welche Ergebnisse unsere Arbeit mit sich bringen würde. Nun, am Ende, sind wir erfreut, dass unsere Forschung auf der einen Seite auf großes Interesse gestoßen ist, und wir auf der anderen Seite viele Annahmen untersuchen und bestätigen konnten.
In unserer Analyse haben wir festgestellt, dass in den Lehrbüchern die klassisch geprägten Inhalte im Vordergrund stehen. Im Laufe der Zeit, hat sich dieser Anteil aber zu Gunsten moderner Inhalte verringert. Außereuropäische, fremdländische Musikinhalte waren in den Musikbüchern und auch im Unterricht sehr wenig zu finden. Angesichts der zunehmenden Zahl an ausländischen SchülerInnen, und der durch Globalisierung immer transparenter werdenden Grenzen, wäre eine Trendwende dahingehend zu begrüßen. Wobei hier angemerkt werden muss, dass die meisten LehrerInnen die Lehrbücher als Unterstützung sehen und den eigentlichen Unterrichtsinhalt meist selbst wählen und gestalten.
Bezug nehmend auf die Lehrinhalte lässt sich feststellen, dass auch der Unterricht sich in großem Maße an klassischen Inhalten orientiert. Hierbei stellten wir einen leichten Unterschied zwischen den allgemein bildenden höheren Schulen, die ein noch größeres Augenmerk auf die Vermittlung musiktheoretischer Inhalte legen, und den Hauptschulen fest.
Fast alle LehrerInnen gaben an, die Interessen der SchülerInnen in den Unterricht einzubeziehen. Viele sind neueren Lern- und Lehrkonzepten gegenüber aufgeschlossen und versuchen diese auch praktisch umzusetzen, um so die Schüler bestmöglich zu motivieren. Die Lernbereitschaft und Motivation im Musikunterricht kann aber darüber hinaus, auch an die der Lehrperson entgegengebrachte Sympathie gebunden sein, und ebenso an dessen Fähigkeit zu motivieren und mitzureißen. Weiters hängt das Interesse am Musikunterricht auch von der Musiksozialisation und dem generellen Interesse des Kindes an Musik ab. SchülerInnen, die selber musikalisch aktiv sind, zu Hause musizieren, Spaß am gemeinsamen Singen, Tanzen und Spielen haben, finden auch mehr Gefallen am Musikunterricht.

So wie von Eckert[12] festgestellt, dass ein aktiver Musikunterricht motivationsfördernd ist, konnten wir auch in unserer Arbeit einen positiven Zusammenhang zwischen einer aktiven, praxisnahen Gestaltung des Musikunterrichts und der Zufriedenheit der SchülerInnen mit dem Unterricht bestätigen.
Die LehrerInneneinschätzungen über die Interessen am Unterricht waren eher weniger übereinstimmend mit den tatsächlichen Interessen der Kinder. Obwohl den LehrerInnen der Stellenwert, den moderne Musik für die SchülerInnen einnimmt bewusst ist, lagen sie mit ihrem Glauben, die SchülerInnen seinen auch an klassischer Musik interessiert, meist falsch. Weder klassische Lieder, noch klassische Tänze oder das Interesse über klassische Musik etwas zu lernen findet großen Anklang.
Generell lässt sich ein Interesse der Kinder am Musikunterricht feststellen, wobei sich das größte Interesse sehr deutlich in den modernen Bereichen zeigt. Wie erwartet finden die SchülerInnen klassische Unterrichtsinhalte weniger interessant. Eine aktive Unterrichtsgestaltung wird hingegen durchwegs positiv angenommen. Hier besteht ein deutlicher Zusammenhang zwischen der Zufriedenheit der SchülerInnen und der Möglichkeit sich kreativ im Unterricht einbringen zu können. Ein Mangel an Offenheit der LehrerInnen gegenüber neueren Musikrichtungen, ließ sich nicht bestätigen. Die Lehrpersonen zeigen sich durchaus an neueren Bereichen interessiert und bringen diese auch in den Unterricht mit ein. Das geringe Interesse der Kinder an den theoretischen Aspekten des Unterrichts spiegelt sich in den Ergebnissen des kleinen Wissenstests wider.
Bezüglich des Lehrplans scheint eine generelle Zufriedenheit zu herrschen, obwohl dieser teilweise als zu umfangreich, nicht mehr aktuell, oder als einschränkend eingestuft wurde. Häufig wird der Lehrplan als Orientierungshilfe, als Rahmen des Unterrichts gesehen, um auch Inhalte einbauen zu können, die eher dem Interesse der SchülerInnen entsprechen.
Die Rahmenbedingungen des Musikunterrichts wirken sich auf die Qualität desselben aus. Die meisten von den Lehrern erwähnten Probleme lagen in der mangelnden Ausstattung der Schulen, in der Lärmbelästigung anderer und dem teilweise hohen Ausländeranteil in den Klassen. Vor allem die Stundenkürzungen wirken sich stark auf die Motivation der LehrerInnen aus, da in weniger Zeit mehr geleistet werden muss. Angesichts der einschränkenden Unterrichtsbedingungen ist es fast nicht möglich, den Unterricht praxisorientiert und weit reichender zu gestalten, obwohl die LehrerInnen größtenteils eine bessere Vernetzung oder Ausweitung des Unterrichts begrüßen würden.
Im Vergleich zwischen AHS und HS lässt sich feststellen, dass in den Gymnasien mehr theoretische Inhalte gemacht werden während hingegen der Unterricht in den Hauptschulen moderner und aktiver gestaltet wird. Das spiegelt sich auch in der Zufriedenheit mit dem Musikunterricht wider, die in den HS einen etwas höheren Wert annimmt als in den AHS.

[12] vgl. Eckhardt in Gembris 2001, S.127

Zusammenfassend möchten wir festhalten, dass wir in unserer Studie sehr wohl ein starkes Interesse der Kinder an Musik und auch Interesse am Musikunterricht nachweisen konnten. Stundenkürzungen und schlechte räumliche Gegebenheiten führen leider dazu, dass dem Interesse der Kinder zu wenig entsprochen werden kann. Um den Wünschen der LehrerInnen und SchülerInnen gerecht zu werden, und vor allem um die Inhalte des Unterrichts mehr an die Bedürfnisse der Kinder anpassen zu können, wäre auch nach Ansicht der LehrerInnen eine Erhöhung der Stundenanzahl, wünschenswert.
Davidson und Pitts´s Ansicht, dass es nicht das Ziel des Musizierens ist, das Lernen zu erleichtern, sondern das Musik eine Bedeutung in und durch sich selbst hat[13], konnte in den geführten Interviews mit den jeweiligen Lehrpersonen bestätigt werden.
Gemeinsam ist allen LehrerInnen, den Kindern Freude und Spaß an Musik vermitteln zu wollen. So steht bei vielen auch nicht die Musikalität eines Kindes im Vordergrund, sondern vielmehr Begeisterung zu wecken, Begeisterung am „Erlebnis Musik“.

[13] vgl. Davidson u. Pitts in Gembris 2001, S.100

11 Literatur

Bastian, Hans Günther: *Musik(erziehung) und ihre Wirkung. Eine Langzeitstudie an Berliner Grundschulen.* Mainz 2000.

Gebesmair, Andreas: *Grundzüge einer Soziologie des Musikgeschmacks*. Westdeutscher Verlag 2001

Gembris, Heiner (Hrsg.): *Macht Musik wirklich klüger? : Musikalisches Lernen und Transfereffekte*. Augsburg 2001. (Musikpädagogische Forschungsberichte ; 8 - Forum Musikpädagogik ; 44)

Liedtke, Max: *Musik und Musikunterricht. Geschichte – Gegenwart – Zukunft*. Verlag Julius Klinkhardt 2000.

Schwarz, Rudolf: *Stellung und Aufgabe der Musikerziehungen der österreichischen Lehrerbildung*. 1969.

Schulbücher:

Böckle, Roland, u.a.: Spielräume 4. Ein Unterrichtswerk für Musikerziehung, Wien 1993. (Schulbuchnummer: 1589)

Kemmelmeyer, Karl-Jürgen, u.a.: Spielpläne – Musik 4. Wien 1996. (Schulbuchnummer: 600)

Korda, Viktor, u.a.: Wir lernen Musik. Arbeitsbuch für die 4. Klasse der Hauptschule und der allgemein bildenden höheren Schulen, Wien 1984. (Schulbuchnummer: 0111)

Kraus, Egon, u.a.: Ein Weg zur Musik. Arbeitsbuch für die 4. Klasse der Hauptschule und der allgemein bildenden höheren Schulen, Innsbruck 1980. (Schulbuchnummer: 1080)

Reichenauer, Helmut: Erlebnis Musik. Musikkunde 4 für Hauptschulen und allgemein bildende höhere Schulen, Salzburg 1986.

Wanker, Gerhard: Club Musik 4. Arbeitsbuch für die 4. Klasse der Hauptschule und AHS-Unterstufe, Innsbruck 1997. (Schulbuchnummer: 0877)

Böhm Bernadette, Drumbl Christina, Kowatz Uwe, Risslegger Hermann, Vonach Markus

Weil ich ein Mädchen bin…

Frauen als Musikerinnen

1 Einleitung

Im Sommer 2006 hörten ein paar von uns zufällig auf FM4 einen Bericht über *She Pop - ein Film über Musikerinnen.* Die Regisseurin und die Produzentin erzählten über ihre Motivationen, diesen Film zu drehen und über die Arbeit mit den Musikerinnen. Da ihren Beobachtungen zufolge in der Wiener Musikszene – portraitiert wurden Musikerinnen aus dem Bereich Punk, Performance und Elektronik - wie in vielen anderen Bereichen Frauen noch stark unterrepräsentiert sind, wollten sie sich in ihrem Film ausschließlich auf diese konzentrieren und ihnen in Interviews die Möglichkeit geben, über ihre Erfahrungen zu sprechen.
Wir hatten auch schon einige Veranstaltungen dieser Genres besucht, und auch uns war natürlich nicht entgangen, dass Männer gerade in diesen Bereichen ganz eindeutig die dominantere Gruppe darstellen. Auch hatten wir schon das eine oder andere Mal darüber diskutiert, worin die Ursachen für diesen Umstand liegen könnten. Der Film schien also gefundenes Fressen für die Befriedigung unserer Neugierde zu sein. Wir bestellten den Film, sahen und staunten. Antworten fanden wir nur sehr wenige, dafür aber noch mehr Fragen. Musikerinnen aus insgesamt neun Bands werden bei ihrer Arbeit auf der Bühne gezeigt und schildern ihre Erfahrungen und Eindrücke. Allen ist bewusst, dass sie in dem Bereich, in dem sie künstlerisch tätig sind, eindeutig unterrepräsentiert sind.
Manche merkten noch an, dass Frauen nicht generell unterrepräsentiert seien, in manchen Rollen seien doch sehr viele anzutreffen, wie z.B. Sängerinnen. In vielen anderen Punkten gehen ihr Bewusstsein, ihre Einstellungen und Erfahrungen aber in ziemlich andere Richtungen. So wurden z.B. einige Bands absichtlich nur aus Frauen zusammengestellt, um ein Gegengewicht zu den männlich dominierten Gruppen herzustellen. Andere wiederum versuchten genau dies zu vermeiden, um keine „feministische Ghettoisierung“ zu schaffen. Angeregt durch diese Überlegungen spukten in unseren Köpfen nun noch mehr Fragen ohne Antworten herum. So bot sich dieses Praktikum zum Thema Musiksoziologie an, diesen Fragen auf den Grund zu gehen. Geleitet wurde unsere Analyse von der zentralen Frage, warum gerade der populäre musikalische Bereich von heute - wo Frauen nie, wie früher in klassischen Orchestern, formelle Schranken im Wege standen - immer noch so stark von Männern dominiert wird.

2 Frauen als Musikerinnen in Geschichte und Gegenwart

Mit der geschichtlichen Entwicklung und den mit ihr aufgetretenen Problematiken und Rollenbildern von Musikerinnen haben sich Personen aus unterschiedlichen wissenschaftlichen Feldern expliziter auseinandergesetzt. Es wird in unseren folgenden Ausführungen versucht, jeweils einen kurzen Überblick über die historische und die gegenwärtige Situation von Musikerinnen im klassischen Bereich, im Pop- und im elektronischen Genre zu geben.

2.1 Frauen im Bereich der klassischen Musik

Die Musikwissenschafterin Gerlinde Haas und die Psychologin Eva Marx haben über zwei- hundert österreichische Komponistinnen vom 16. Jahrhundert bis zur gegenwärtigen Zeit im Rahmen ihrer mehrjährigen Arbeit portraitiert. Ein interessantes Faktum, auf welches die beiden hinweisen, betrifft jenes, dass nur die wenigsten dieser Komponistinnen und ihre Werke heute noch außerhalb der Fachkreise bekannt sind. „Selbst jene, die große Erfolge feierten, kommen heute nur mehr selten bis gar nicht zur Aufführung- die Werke ihrer männlichen Kollegen hingegen lernt jedes Kind schon von klein auf im Musikunterricht kennen und spielen“.[1]

Man kann allgemein sagen, dass die erste namentlich bekannte Komponistin Margarete von Österreich, Tochter von Kaiser Maximilian, war. Aber auch ihrer Mutter, Maria von Burgund, wird nachgesagt, bereits Musik geschrieben zu haben. Es hat zu dieser Zeit nämlich zur Ausbildung von Prinzessinnen gehört, zu musizieren. Im 17. und auch 18. Jahrhundert nahmen dann die Nonnen (z.B. aus verschiedenen Ordenshäusern wie unter anderem den Dominikanerinnen) eine essentielle Rolle in der Frauenmusik ein. Sie werden als die eigentlichen ersten Komponistinnen angesehen.

Musik wurde als Mittel angesehen, Frauen an das Haus zu fesseln. Nach Mozart, zu Beginn des 19. Jahrhunderts, dehnte sich das Repertoire der komponierenden Frauen weiter aus. In diesem Zusammenhang muss die Bedeutung des Klaviers hervorgehoben werden, welches auch viel zur Emanzipation der Frauen beigetragen hat. Das Klavier war nämlich das einzige Instrument, das graziös war und dem Ideal der Anständigkeit und der Stellung der Frau in der Gesellschaft entsprach.[2]

Zu Beginn des 19. Jahrhunderts vollzog sich auch ein starker Rollenwandel hinsichtlich Frauen und Beruf, bei dem die Musik eine signifikante Rolle spielt. Als eine der wenigen Berufsmöglichkeiten für das weibliche Geschlecht wurde die Musikpädagogin damals angesehen und auch gesellschaftlich akzeptiert im Bürgertum.

[1] Haas/Marx 2001, S.168
[2] vgl. Haas/Marx 2001, S.226f

Wie sieht es mit jungen Komponistinnen heute aus? Junge Komponistinnen empfinden heutzutage als die größten Hürden und Barrieren „nicht aufgeführt zu werden, fehlende Möglichkeiten und Angebote an Auftragskompositionen“.[3]

Im Hinblick auf die historische Situation von Musikerinnen als Orchestermitglieder muss zu-nächst gesagt werden, dass die Mitglieder der heutigen Symphonieorchester früher ausnahmslos Männer waren. Erst zu Beginn des 20. Jahrhunderts waren einige Frauen zugelassen. Dieser lang verwehrte Eintritt in die großen Orchester war ein Kampf.

Trotz qualifizierter Ausbildung war es vielen Frauen nicht gestattet, in rein männlich besetzten Orchestern zu spielen. Sie mussten sich mit dem Unterhaltungssektor begnügen, was so viel bedeutete wie das Auftreten und Spielen in Restaurants oder Kinos, um finanziell überhaupt überleben zu können. Aufgrund dieser Tatsache kam es vereinzelt zu Gründungen von Frauenorchestern, wie z. B. dem Wiener Damenorchester Mitte des 19. Jahrhunderts. Neben den anderen Orchestermitgliedern trug auch die Dirigentin eine Uniform, um die Seriosität des Orchesters nicht in Frage zu stellen. „Sie wurden als exotische und zu belächelnde Variante der respektierten Männervereinigung gesehen“.[4]

Aber nicht nur in Europa, sondern auch in den Vereinigten Staaten war die Situation für Frauen im Orchester schwierig. Frauen war auch hier kein Zutritt in die so genannten „gentlemen´s orchestras“ gewährt. Ein Grund für den Ausschluss von Frauen war ein ökonomischer, denn ein Posten für eine Frau bedeutete einen weniger für einen Mann. Besonders eigen waren die Ansichten für Frauen, die es wagten, ein Holz- oder Blechblasinstrument zu spielen. Dies hatte den völligen Ausschluss aus den üblichen Männerorchestern zur Folge. Die einzige Lösung war die völlige Abtrennung von Frauen, die in den üblichen Orchestern spielen wollten. Es gab zu dieser Zeit nur zwei Möglichkeiten für Frauenorchester: entweder es war ein professionelles Orchester, welches finanziell unterstützt wurde und bei Konzerten Eintritt verlangte, oder es war eines, das aus Amateuren bestand, die sich selbst finanzieren mussten.[5]

Die Situation für Frauen im Orchester änderte sich erst nach dem Zweiten Weltkrieg. Die reinen Frauenorchester lösten sich auf und einige Musikerinnen wurden in kleineren, rein männlichen Orchestern aufgenommen, die zum Teil überhaupt nicht auf Frauen eingestellt waren. Es gab z.B. keine getrennten Umkleidekabinen für Frauen. Diese Tatsache zeigt deutlich, „dass Frauen in die Welt der Männer eindringen und eingedrungen sind und dass Männer mit dem plötzlichen Auftreten der Frauen im Orchester nicht gerechnet haben“.[6]

Heutzutage kann man anmerken, dass sich die Stellung der Frau in Bezug auf die Mitarbeit mit männlichen Kollegen sehr gebessert hat. Es sollte auch erwähnt werden, dass die Emanzipation in der Musik Fuß fasst und sich das Problem Beruf-Familie in der Zukunft vielleicht auch noch ändern wird.[7]

[3] ebda, S.285f
[4] Blankenburg 2001, S.80
[5] vgl. ebda, S.84f
[6] Blankenburg 2001, S.88
[7] vgl. ebda, S.92

2.2 Weibliche Musikerinnen in der Pop- und elektronischen Musik

Im Hinblick auf die Entwicklung und öffentliche Präsenz von weiblichen Popbands ist zu sagen, dass das Phänomen der „Spice-Girls“ und des „Girl-Power“ keine Erscheinung ist, die aus dem Nichts entstanden wäre. Es steht in einem Kontext. Dieser nahm zu Beginn der 90-er Jahre seinen Anfang in der amerikanischen Bewegung der so genannten „Riot Grrrls“. Sie führt über Madonna, Cindy Lauper und diversen anderen Frauenbands hin zu den „Girlies“. Diese Bewegung trägt den Namen „Girlism“. Im Zusammenhang mit dieser Begrifflichkeit ist es wichtig, zu erwähnen, dass diese nichts mit dem Alter zu tun hat, sondern vielmehr mit einem bestimmten Bewusstseinszustand. Auch Madonna kann sich deshalb heute noch als ein „Girlie“ bezeichnen.

In Bezug auf die „Riot Grrrls“ ist anzumerken, dass diese aus der amerikanischen Punk-Rock-Szene entstanden sind. Ihr Hauptinteresse galt dem Kampf gegen das patriarchalische Gesellschaftssystem und in einem Manifest mit dem Namen: „Revolution Girl Style Now“ prangerten sie Vergewaltigungen, Frauendiskriminierung und die gesellschaftliche Einteilung von Frauen in „gut“ oder „böse“ an. Ihr symbolisches Ausdrucksmittel war die Ironie.[8]

Auf der anderen Seite steht der Mythos „Lolita“. Er ist es, der den „Girlies“ immer wieder ein schlechtes Image bringt und sie auf diese Art und Weise stigmatisiert. Auf diesen Mythos bauen die Missverständnisse über die „Girlies“ auf, sowohl von Seiten der Männer, als auch durch manche Feministinnen. „Lolita“ wird als reine Männerphantasie aufgefasst und angesehen und die weibliche Musikerin wird auf die so genannte „sexy girl“ – Rolle reduziert.

Während die vorzugsweise solo auftretenden Sängerinnen gewohnte Bilder reproduzieren und in diesem Kontext auch Tabubrüche und selbstverständlich auch gerne viel nackte Haut präsentieren dürfen, sind die aus Frauen bestehenden Pop- und Rockbands- speziell was deren öffentliche Präsenz betrifft- die Ausnahmen geblieben.[9]

Mit der Entwicklung hinsichtlich der Repräsentation und dem Rollenbild von Frauen in der Popmusik hat sich auch die deutsche Geschlechterforscherin Tine Plesch expliziter auseinandergesetzt. Diese ist der Ansicht, dass sich die Mechanismen in Bezug auf die Position von Musikerinnen in der Rock- und Popmusik verändert haben und subtiler geworden sind. Auch die alternativ erscheinende Popkultur im Mainstream-Bereich ist nicht frei von gewissen Barrieren, die das bürgerliche Erwerbsleben den Frauen in den Weg stellt. Im Popbusiness sieht es nur dann wirklich gut und aussichtsreich für Musikerinnen aus, wenn sie bestimmte Rollen erfüllen und mit Stereotypen konform gehen, die dem Publikum vertraut sind.[10]

[8] vgl. Zötsch 2003, S.130f
[9] vgl. ebda, S.136
[10] vgl. Plesch 2004, S.24

Wie in anderen Genres bewegten bzw. bewegen sich Frauen in der Popmusik immer noch zwischen Vermarktung und Ausgrenzung. Diverse Slogans wie unter anderem „Frauen in der Rockmusik“ mögen dann sogar notwendig sein, um zu demonstrieren, dass es diese Musikerinnen überhaupt gibt. Solche Festschreibungen und Etikettierungen erscheinen ohnehin unvermeidlich. Denn Frauen waren bzw. sind schon immer eine Ausnahme und das so genannte „Extra“, das benannt werden muss. Auch in musiksoziologischen Diskursen wird den Körperbildern und Repräsentationsstrategien von Musikerinnen mehr Aufmerksamkeit geschenkt, als dies bei Männern der Fall ist.

Aber die primäre Intention von Frauen besteht trotzdem darin, sich über ihre Musikrichtung und ihre Leistung und nicht über ihr Geschlecht zu definieren. Die Problematik liegt hierbei allerdings darin, dass das Musizieren eng an den Körper gebunden und dessen Wahrnehmung in erster Linie geschlechtliche Wahrnehmung ist. [11]

Vergegenwärtigt man sich die Präsenz der Frauen an den Plattenspielern in größeren Clubs, so scheint es Djanes nicht in sehr großer Anzahl zu geben. „Immer wieder fällt beim Besuch verschiedener Veranstaltungen auf, dass hier männliche DJs den Abend gestalten oder als Hauptakteure auf Plakaten angekündigt werden“.

Frauen hinter dem Mischpult scheinen im Club eher eine Ausnahme als die Regel zu sein. Wenn man diese Beobachtung weiter nachprüfen möchte, so fällt auf, dass weibliche Djs auch in der Literatur und in den Medien kaum bis gar nicht erwähnt werden.

Es ist nach Mercedes Bunz, einer deutschen Medienforscherin und Musikwissenschaftlerin, auch der Fall, dass es zwar einige Artikel in diversen Zeitschriften oder Büchern über die „Frau als Djane“ gibt, aber noch kein Buch explizit über Frauen in der „DJ-Kultur“ existiert.[12] Man kann in diesem Kontext auch anmerken, dass Frauen zwar schon immer ein Teil dieser Szene gewesen sind, aber ihre Produktivität eher als tanzendes Publikum auf der Tanzfläche, als Personal hinter der Bar und weniger hinter den Turntables stattfindet. Aus diesen erwähnten Aspekten kann man nun doch sagen, dass Frauen schon immer dazu beigetragen haben, dass ein Club funktionsfähig ist, aber eben in anders definierten Funktionen.[13]

Mit Hilfe des Internet finden sich heute aber auch viele Mailinglisten, Datenbanken und Plattformen, die Frauen als DJs, Produzentinnen etc. mit essentiellen Informationen versorgen und sie so für eine breitere Öffentlichkeit überhaupt erst sichtbar machen.

Seit Mitte der 90-er Jahre haben sich aber auch, vorrangig ausgehend vom angloamerikanischen Raum, von Frauen für Frauen gegründete Internetressourcen gezeigt. Präsenz von Frauen ist z.B. Dj Dazy aus Los Angeles ein Anliegen, die Mitte der 90-er Jahre die Datenbank und Plattform „Sisters Djs“ gegründet hat, die eine Mailingliste inkludiert, auf der mehrere Hundert Frauen eingeschrieben sind. Die Politik dieses Dj-Kollektiv von

[11] vgl. ebda, S.27
[12] vgl. Bunz 2005, S.13f
[13] vgl. McRobbie 2003, S.30f

Frauen, die geschlossen und homogen als Gruppe auftreten, umfasst nicht nur, Frauen als Djs und Produzentinnen zu unterstützen, sondern es ist auch Teil ihrer Strategie, die Rolle des Publikums erkennbar zu machen und wenn es geht, auch aufzuzeigen. Schließlich ist von Bedeutung: „Nicht nur die DJs, auch die Frauen im Publikum wollen ihren Spaß“.[14]

3 Fragestellungen und Untersuchungsmethoden

3.1 Gegenstandsbereich

Im Mittelpunkt unserer Studie stehen weibliche Musikerinnen. Unsere primäre Intention ist aufzuzeigen, wie sie selbst ihre Rolle als Musikerin erleben.
Wir werden die Musikerinnen über ihr subjektives Empfinden der eigenen Rolle hinaus dazu befragen, welche Stellung die Musik in ihrem Leben einnimmt und wie sie diese wahrnehmen. Darüber hinaus werden wir sowohl männliche Musiker als auch das Publikum zu ihrer Sicht der Rolle von Musikerinnen befragen und diese dann mit den Selbstdarstellungen der Frauen vergleichen, um aufzuzeigen, inwiefern sich die Beschreibungen decken bzw. ob auffällige Unterschiede aufscheinen.

Ausgewählte Musikszenen

In erster Linie werden wir Musikszenen bzw. MusikerInnen aus Graz und Umgebung in unsere Untersuchung einbeziehen. Je nach Möglichkeit und Bedarf werden wir auch welche aus dem restlichen Österreich heranziehen, gegebenenfalls z. B. Wien.
Der erste gewählte Bereich ist die Klassik. Unter klassischen MusikerInnen verstehen wir jene, die eine klassische musikalische Ausbildung genossen, also ein musikalisches Fach studiert haben und ihr Fach aktiv ausüben. Dies sind z. B. PianistInnen, CellistInnen, etc., die in Orchestern, Ensembles und dergleichen tätig sind, aber auch KomponistInnen und DirigentInnen.
Als zweiten Bereich haben wir Rock- und Pop-Bands ausgewählt. Da auch lokal eine Fülle an Bandformationen zu finden ist, haben wir uns darauf geeinigt, ausschließlich Bands zu untersuchen, die aus fixen Mitgliedern bestehen und produktiv arbeiten. Das bedeutet nicht, dass die Mitglieder hauptberuflich MusikerInnen sein müssen, jedoch sollte die Band eigene Lieder geschrieben und diese schon in Konzerten live präsentiert haben.
Dabei werden wir versuchen, sowohl Bands in unsere Untersuchungen mit ein zu beziehen, in denen Frauen stark unterrepräsentiert sind und auch jene Bands, die nur aus Frauen bestehen. Innerhalb von diesen Bands interessiert uns vor allem die Aufteilung der Rollen, auch ob es Bands gibt, in denen Frauen untypische Rollen annehmen bzw. für Frauen atypische Instrumente spielen.
Den letzten Bereich stellen MusikerInnen aus der elektronischen Musikszene dar, so genannte „DJs“ und „DJanes“ (männliche und weibliche Disc-jockeys).

[14] ebda S.48f

Unter einem DJ bzw. einer DJane verstehen wir KünstlerInnen, die mittels Computer und Effektgeräten aktiv Musik produzieren bzw. mittels Turntables reproduzieren. Ausgeschlossen werden sich selbst bezeichnende Dj’s bzw. Djanes, die „nur“ CDs auflegen.
Da es durchaus vorkommen kann, dass manche KünstlerInnen in mehreren Genres tätig sind, sind diese dargestellten Bereiche nur ungefähre Richtlinien, und keine absolut abgetrennten Bereiche. Sie dienen in erster Linie zur Untersuchung und Darstellung von Unterschieden in verschiedenen Genres und sollen uns den Vergleich einfacher gestalten und eindeutiger und übersichtlicher ermöglichen.

3.2 Fragestellungen und Hypothesen

Die Inhalte unserer Untersuchung über Musikerinnen beziehen sich im Wesentlichen auf vier große Themenbereiche, die schon eben mit den Hypothesen dargestellt wurden.
Im Detail haben wir unsere Themenbereiche wie folgt gegliedert:

- *Sozialisation*

Es soll untersucht werden, ob Männer und Frauen in verschiedenen Bereichen unterschiedliche Rahmenbedingungen vorfinden, und folglich einen differenzierten Zugang zur Musik haben. Dieser Themenbereich soll also den Bereich der geschlechtsspezifischen Erfahrungswelt der MusikerInnen abdecken.
Welche Erfahrungen haben die MusikerInnen im Laufe ihrer musikalischen Werdegänge gemacht und wie haben sie diese Erfahrungen geprägt? Wie stark beeinflussen die Eltern die Instrumentenwahl und in welche Richtung? Welche Vorbilder und Bezugspersonen haben und hatten die MusikerInnen? Wie haben MusikerInnen das Instrument, das sie spielen, erlernt? Bei welchem Geschlecht ist der Anteil der Autodidakten höher?
Wir stellen also die Hypothese auf, dass Frauen stärker bürgerlichen Tugenden bezüglich der Musiksozialisation unterliegen. Wir glauben, dass Burschen eher ein Musikinstrument lernen, weil es im Freundeskreis als cool angesehen wird. Außerdem vermuten wir, dass Mädchen für gewöhnlich professionellen Unterreicht besuchen, um ein Instrument zu erlernen, während Burschen relativ häufig auch autodidaktisch aktiv werden.

- *Musikalische Rolle und Funktionen, Instrumentenwahl*

Die Aufmerksamkeit dieses Themenbereichs liegt in der Rolle, die eine Musikerin in ihrer jeweiligen Musikszene einnimmt und ihre subjektive Wahrnehmung in Bezug auf die gespielte Musik.
Welche Rolle nehmen Frauen in Bands ein? Wie sehen sie selbst ihre Rolle? Wie schätzen Musikerinnen ihren Zugang zur Musik ein? Müssen Musikerinnen vergleichsweise mehr leisten um an die gleichen Positionen wie ihre männlichen Kollegen zu kommen? Tragen Frauen innerhalb von Bands zu stärkeren sozialen Kontakten außerhalb der Proben bei? Ist Frauen eine

mögliche musikalische Karriere oder die Freundschaft zu den BandkollegInnen wichtiger? Haben männliche Musiker in Bands mehr Mitspracherecht als Frauen? Welche Instrumente werden gewählt und welche Gründe gibt es für diese Wahl? Wählen Frauen typischerweise „Fraueninstrumente“ und Männer männertypische Instrumente? Wirkt Technik auf Frauen abschreckend? Haben Frauen Scheu, wenn sie sich mit technischen Details auseinandersetzten müssen?
Wir denken, dass Frauen in der Musik frauentypische Rollen und Instrumente wählen. Dies lässt uns die Annahme treffen, dass es geschlechtsspezifische Instrumente gibt und dass Frauen häufiger ein Instrument spielen. Wir glauben außerdem, dass Frauen eine Technikscheu haben.

- *Musikalische Kreativität*

Dieser Themenbereich umfasst jegliche kreative Prozesse, die in den von uns untersuchten Musikszenen vorherrschen. Einige Hauptfragestellungen sind:
Werden Musikstücke selbst komponiert oder eher nachgespielt bzw. reproduziert? Schreiben SängerInnen ihre Texte selbst? Wer komponiert innerhalb einer gemischten Band die Lieder und wer schreibt die Texte? Wer ist innerhalb einer Band maßgeblich für den Stil und das Repertoire verantwortlich? Können Männer ihre Ideen besser einbringen und umsetzen als Frauen? Haben Frauen häufiger eine Scheu davor, ihre Ideen anderen preiszugeben und durchzusetzen?
Wir vermuten, dass Frauen weniger kreativ sind als Männer und dass der Anteil der Autodidakten bei Männern höher ist. Weiters stellen wir die Hypothese auf, dass Frauen seltener kompositorisch tätig sind und in Bands seltener die Texte schreiben.

- *Musikalischer Karriereverlauf und Motivationen*

Dieser Themenbereich beinhaltet vor allem Fragen, die sich mit der Einstellung der MusikerInnen zum Musizieren befassen. Vorrangige Fragestellungen sind zum Beispiel:
Was bewegt Musiker und Musikerinnen zum Musizieren und worin liegen ihre Motivationen?
Darüber hinaus soll erfragt werden, welches Ziel MusikerInnen beim Musikmachen vor ihren Augen haben: Musizieren sie nur aus Spaß in ihrer Freizeit oder streben sie eine professionelle Karriere an? Welche geschlechtsspezifischen Unterschiede gibt es in der Zielstrebigkeit? Sind Männer eher dazu motiviert einen Plattenvertrag zu bekommen und Frauen geht es eher um die Gemeinschaft?
Wir gehen davon aus, dass Frauen weniger karriereorientiert sind als Männer. Wir vermuten, dass Frauen in den Musikszenen stark unterrepräsentiert sind. Außerdem glauben wir, dass Frauen es seltener wagen, vom Hobbymusiker zum Berufsmusiker überzugehen. Eine weitere Hypothese lautet, dass Männer zielstrebiger als Frauen sind wenn es um musikalischen Erfolg geht und dass Frauen vergleichsweise mehr bieten müssen als Männer, um eine bestimmte Position zu erreichen.

3.3 Methoden

Um unsere Fragestellungen zu untersuchen haben wir verschiedene Methoden gewählt:
Es wurde eine Vielzahl an qualitativen Interviews durchgeführt, um die subjektive Wahrnehmung der Musikerrinnen und die individuellen Komponenten des Musikmachens herauszuarbeiten. Zudem wurde ein Fragebogen entworfen, der in Schulen verteilt wurde, um vor allem die Fragestellungen rund um das Thema der Sozialisation zu klären.
Ein weiterer Fragebogen wurde jeweils für Mitglieder von Rock/Pop Bands und für DJs/DJanes erstellt und mittels einer Online-Befragung realisiert. Außerdem beschäftigten wir uns ausgiebig mit vorhandener Literatur zum Thema und holten uns Anregungen aus bereits durchgeführten Studien mit ähnlichen Themenschwerpunkten.
Wir konnten so mit den gewählten Methoden alle unsere Fragestellungen abdecken, wobei unterschiedliche Methoden in unterschiedlichen Bereichen zum Einsatz kamen:
Mit den klassischen Musikerinnen wurden ausschließlich qualitative Interviews durchgeführt, mittels Fragebögen wäre es im klassischen Bereich nicht möglich gewesen eine Repräsentativität zu erreichen. Im Zuge des Schülerfragebogens konnten wir vor allem Fragestellungen zur musikalischen Sozialisation, der Instrumentenwahl und den Gründen des Musikamchens klären. Mit den Online-Fragebögen konnten wir sowohl den großen Bereich der BandmusikerInnen erreichen als auch weibliche und männliche DJs befragen. Die Online-Fragebögen enthielten eine breite Palette an Fragen zu Themen wie Sozialisation, Instrumentenwahl, Technikinteresse und –fähigkeiten, Motivation, Karriereorientierung und natürlich soziodemographische Variablen.

4 Befragung von Pop- und RockmusikerInnen und DJs

4.1 Methode und Durchführung der Untersuchung

Die quantitativen Daten wurden mit insgesamt drei standardisierten Fragebögen erhoben: Erstens hatten wir uns eine Online-Plattform für Musiker des Radiosenders FM4 zu nutze gemacht[15], die wie eine Art Datenbank aufgebaut ist. Somit konnten wir E-mail Adressen von 920 Bands und 440 DJs und Djanes verwenden, denen wir den Internetlink zu unseren Online-Fragebögen zuschickten. Darüber hinaus haben wir die Möglichkeit genutzt unseren Fragebogen in diversen Musikforen bekannt zu geben, was sehr entgegenkommend und positiv angenommen wurde.[16] Der dritte Fragebogen,

[15] fm4.orf.at/soundpark
[16] Das waren zum Teil recht gut besuchte Foren, wie etwa www.musiker-board.de, welches über 50000 registrierte Benutzer zählt. Weitere Foren, in denen der Fragebogen „gepostet“ wurde waren: www.wienxtra.at, www.musikertalk.com, www.deejayforum.de,

der Auskunft über Einstellungen und Verhalten von Schülern geben sollte, wurde mittels direkter Befragung in Schulklassen erhoben. Dabei waren Hauptschulen, Berufsschulen, AHS und BHS beteiligt. Es wurden insgesamt 31 Klassen befragt.
Um eine höhere Beteiligung bei den DJ und Bandfragebogen zu erzielen verschickten wir ca. 1 Woche nach der Erstaussendung ein Erinnerungsschreiben. Insgesamt erstreckte der Erhebungszeitraum auf zwei Wochen. Die Zahl der ausgefüllten und retournierten Fragebögen beträgt 722 für die Bandfragebögen und 223 für die DJ-Fragebögen. Der Schülerfragebogen liefert eine Stichprobengröße von 772. Davon sind 313 männlich (40,5%) und 454 weiblich (59,5%)
Die Daten wurden in einer Excel-Datenbank gesammelt und nach dem Erhebungszeitraum auf Fehler und ungültige Fälle überprüft und mittels der Option „Daten zusammenfügen" in das Statistik-Programm SPSS importiert.
Da unsere Studie sich mit der Thematik „Frauen als Musikerinnen" beschäftigt ist die wichtigste Dimension für die Auswertung der Daten das Merkmal Geschlecht. In den folgenden Abschnitten sollen nun unsere Fragestellungen dazu, sowie die Ergebnisse näher erläutert werden.

4.2 Zusammensetzung der Stichproben

Die Stichproben, die für die Auswertung der beiden Fragebögen herangezogen worden sind, setzen sich aus unterschiedlichen Teilen zusammen. Zum einen sind das die Musiker aus der Datenbank von FM4, zum anderen jene, die durch die Musikforen auf unseren Online-Fragebogen aufmerksam geworden sind. Wir können somit keine Grundgesamtheit angeben, da diese uns unbekannt ist. Auch die gezogene Stichprobe ist einer gewissen Vorauswahl unterworfen, da wir unsere Umfrage mithilfe des Internets durchgeführt haben. Somit sind von vornherein alle Musiker ausgeschlossen worden, die entweder keinen PC mit Internetanschluss besitzen oder das Angebot an Online-Foren nicht nutzen. In der folgenden Tabelle ist die Verteilung dieser demographischen Daten wie Alter, Schulbildung und Beschäftigung näher beschrieben.

www.bandsuche.at. Zusätzlich wurden einschlägige Gruppen der Studentenplattform „studivz" genutzt.

Tabelle 1: Demographische Zusammensetzung der Stichproben

	Bands			**DJs**		
	Männer	Frauen	ges.	Männer	Frauen	ges.
N	650	72	722	179	44	223
Alter in %						
bis 20	28,7	29,2	28,7	24,6	4,5	20,6
20-30	52,2	57,2	52,4	58,7	54,5	57,8
über 30	19,1	16,7	18,8	16,8	40,9	21,5
$\bar{x}$	25,5	24,9	25,5	25,3	29,2	26,1
Bildung in %						
Ohne Matura	33,8	18,3	32,3	43,8	31	41,3
mit Matura	66,2	81,7	67,7	56,3	69	58,7

Bei den Bands, wie auch bei den DJs ist sind quantitativ stärksten Gruppen jeweils die 20 bis 30-jährigen. Bei den DJs fällt auf, dass bei den Frauen der Anteil der über 30 Jährigen sehr groß ist im Vergleich zu den Bands.
Musiker, die in einer Band spielen und DJs sind überdurchschnittlich hoch gebildet. Der Anteil derer, die nur einen Pflichtschulabschluss haben, liegt nur bei 12,2% (Bei den DJs 12,4%). Dafür ist der Anteil, die mindestens Matura haben sehr groß. Das mag damit zusammenhängen, dass das Spielen eines Instrumentes immer noch maßgeblich von höher Gebildeten praktiziert wird und sich niedriger Gebildete weniger dafür interessieren.
Bei den Bandmusikern sind darüber hinaus 42,7% in Ausbildung und 49,4% beschäftigt. Der Anteil der Beschäftigten bezieht sich zusammenfassend auf unselbstständige und selbstständig Beschäftigte. Arbeitslos ist ein Anteil von 7,3%. Bei den DJs sind 31,6% in Ausbildung und 56,9% in einer Beschäftigung. Auffallend ist, dass bei den DJs ist der Anteil der Selbstständigen besonders hoch ist (18,2% im Vergleich zu 8% bei den Bandmusikern). Arbeitslose DJs sind mit einem Anteil von 8,4% in unserer Stichprobe vertreten.
Bemerkenswert ist, dass bei einem Durchschnittsalter von ca. 25 und 26 Jahren der Anteil derer, die in Ausbildung sind sehr hoch ist (42,7% und 31,6%). Das lässt vermuten, dass Bandmusiker und DJs sehr oft Studentinnen und Studenten sind.

4.3 Fragestellung und Hypothesen

Musik hat für Jugendliche einen großen Stellenwert.[17] Durch einen verbesserten Zugang zu den technischen Mitteln, die vor allem DJs brauchen, um ihre Tätigkeit auszuüben und die verbesserten Möglichkeiten, die durch steigenden Wohlstand etc. geschaffen worden sind, ist aktives Musikmachen unter den Jugendlichen und jungen Erwachsenen immer populärer geworden.

[17] vgl. Österreichische Jugend-Wertestudie 2000

Diese Entwicklung hat jedoch nicht beide Geschlechter gleichermaßen betroffen. Frauen haben seit jeher einen quantitativen Rückstand in Bezug auf die Gesamtanzahl von Bands und Discjockeys. Sie sind immer noch unterrepräsentiert. Dieser Schluss wurde durch verschiedene Studien bestätigt, wie etwa durch Anja Rosenbrock, die im Jahr 2000 eine quantitative Untersuchung unter Berliner Rockmusikerinnen durchführte.[18]
Frauen sind nicht nur weniger oft im Musikbusiness vertreten, sondern sie sind auch „anders" vertreten. Wir gehen davon aus, dass sie die Musikpraxis, also den Alltag den jeder Musiker hat mit seinen Auftritten, der Organisation von Konzerten, sowie Einstellungen zu Erfolg und Karriere anders wahrnehmen und gestalten und auch andere Meinungen haben, wenn es um solche Fragen geht. Frauen sind den Männern zwar voraus, wenn es um den Anteil derer geht, die eine musikalischen Unterricht genießen durften, was auch dazu führt, dass Frauen bessere Kenntnisse mit Noten und deren Umgang haben, aber wenn man sich diejenigen ansieht, die eine musikalische Karriere eingeschlagen haben, muss man feststellen, dass hier die Männer die Frauen überholt haben. Eine weitere zentrale Fragestellung lautet also, warum die Männer die Frauen überholt haben. Eine Hypothese, die sich auf die Ursache dieses Phänomens bezieht, ist, dass wir glauben, dass Männer zwar weniger oft Musikunterricht haben, aber dafür der Anteil der Autodidakten bei Männern höher ist. Frauen würden hingegen in ihrer Musiksozialisation „durch die Vorgabe der Männerwelt, sie sollen durch die Rolle der Frau funktionieren, zu einer „Ich-kann-nicht-Haltung" getrieben."[19]
Ferner sind Tätigkeiten als Musiker, sowohl im Band und besonders im DJ-Bereich unmittelbar mit der Anwendung von Kenntnissen über musiktechnische Zusammenhänge verbunden. Ein DJ beispielsweise hat ein breites Repertoire an technischen Geräten, die er während seiner Auftritte verwendet. Wir vermuten, dass sich weibliche Musiker schlechter mit technischen Belangen auskennen und auch seltener Technik anwenden und sich weniger oft über technische Neuerungen informieren. Auch das soll im kommenden Abschnitt geprüft werden.
Wir gehen von dem sozialen Phänomen aus, dass es innerhalb von Bands eine Rollenverteilung gibt, die in einer gewissen Abhängigkeit zum Geschlecht steht. In der Praxis würde das heißen, dass sich Frauen frauentypische und Männer männertypische Rollen und Instrumente (aus)suchen. Aber was sind eigentlich frauentypische Rollen und Instrumente? Eine typische Band setzt sich meistens aus einem Gitarristen, einem Bassisten und einem Schlagzeuger zusammen. Typischerweise ist es oft der Fall, dass der Gitarrist auch Sänger der Band zugleich ist. Gitarre und Gesang ist sozusagen gekoppelt, kann aber auch getrennt vorkommen. Bass definieren wir als männliches Instrument, da es viel Kraft erfordert, dieses Instrument zu spielen. Schlagzeug ebenso. Unsere Vermutung ist es, dass sich Frauen aufgrund ihrer Stimme in der Band profilieren und somit sehr häufig die Rolle der Sängerin einnehmen. Somit ist der Gesang eine frauentypische Rolle. Die Rolle des Gitarristen oder der Gitarristin ist neutral.

[18] vgl. Rosenbrock 2000, S. 91ff
[19] vgl. Bloß 1994, S. 70

Ein DJ hingegen tritt nicht innerhalb einer Gruppe auf, sondern als Künstler in Form von einer Person. Die verwendeten Instrumente werden somit nicht innerhalb der Band aufgeteilt, sondern alle verwendeten Instrumente und Geräte werden von derselben Person „bedient". Wir glauben jedoch, dass es auch bei den DJs geschlechtsspezifische Unterschiede in der Wahl der Geräte gibt. Unsere Vermutung ist es, dass Frauen sich häufiger dafür entscheiden den konventionellen Weg zu gehen und „Turntables" verwenden, während Männer dagegen viel häufiger Computer während ihres Auftrittes verwenden. Dies mag mit dem differierenden Technikinteresse zwischen den Geschlechtern, welches im Zusammenhang mit den technischen Fähigkeiten steht, zusammenhängen.

4.4 Ergebnisse der Befragung

4.4.1 Ausmaß der Unterrepräsentation von Musikerinnen

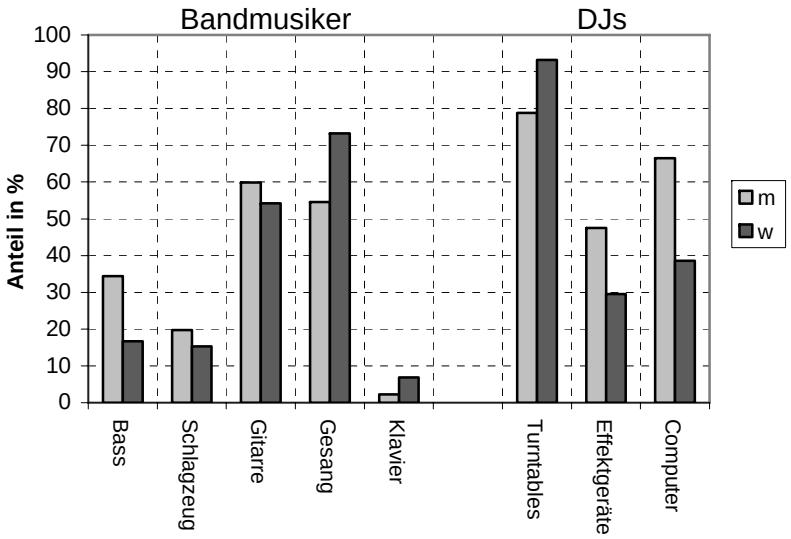
Zuerst soll geklärt werden, wie sich in unserer Stichprobe, die eine Größe von 722 für die Bands und 223 für die DJs, der Anteil der männlichen Musiker zum Anteil der weiblichen Musiker verhält.
Der Anteil der weiblichen Musiker sowohl bei den Bands als auch bei den DJs sehr gering. Von den 722 befragten Band-Musikern sind nur 72 weiblich, was einem Anteil von 10,1% entspricht. Bei den DJs ist der Anteil entgegen unseren Erwartungen etwas größer. Immerhin sind von den 223 befragten DJs 44 weiblich, was einem Anteil von fast 20% entspricht. Somit wäre nach unseren Erhebungen jeder 5. DJ weiblich (detaillierte Ergebnisse, siehe Tabelle 1). Anja Rosenbrock hat in ihrer Studie über Rockmusiker in Oldenburg im Jahr 2000 ähnliche Ergebnisse erzielt: von den 255 untersuchten Musikern waren 41 Frauen (16,1%) und 214 Männer (83,9%).[20] Auch die Studien von Niketta und Volke im Jahr 1994[21] und Pape und Pickert im Jahr 1999[22] kommen zu ähnlichen Ergebnissen.

4.4.2 Rollen und Instrumentenwahl

Nun soll überprüft werden, ob es wirklich geschlechtsspezifische Instrumente gibt, bzw. ob es eine Regelmäßigkeit in der Wahl der Instrumente gibt. Unsere Hypothese ist, dass es Instrumente und Rollen gibt, die öfter von Frauen eingenommen werden. So denken, wir dass der weibliche Anteil der Sänger in Bands größer ist und beispielsweise Bass und Schlagzeug öfter von Männern gespielt werden. Bei den DJs hingegen vermuten wir, dass Frauen öfter konventionelle Geräte wie Turntables verwenden und weniger den Computer in das musikalische Schaffen mit einbeziehen.

[20] vgl. Rosenbrock 2000, S.93
[21] vgl. Niketta/Volke 1994, S.54ff
[22] vgl. Pape/Pickert 1999, S.12f

Abbildung 1: Musikalische Funktion in der Band und verwendete Geräte bei DJs nach Geschlecht



Wie in Abbildung 1 zu sehen ist, gibt es sowohl bei den Bands als auch bei den DJs zum Teil große Unterschiede in der Instrumentenwahl. Es wurde im Fragebogen gefragt welches Instrument gespielt wird bzw. welches Gerät verwendet wird und welches nicht. Frauen wählen in Bands sehr oft die Rolle der Sängerin, während Männer sehr oft Bass spielen. Auch in der Studie von Rosenbrock wählen Frauen sehr oft die Rolle der Sängerin.[23]

Klavier wird in Rock und Pop Bands nicht überraschend sehr selten gespielt. Dennoch sind die Klavierspieler öfter weiblich (6,9% zu 2,9%). Bei den DJs haben sich unsere Vermutungen ebenfalls bestätigt. Laut Abbildung 1 bevorzugen Frauen häufiger als Männer die konventionelle Methode der Turntables. Männer hingegen sind experimentierfreudiger und binden öfter Computer und Effektgeräte in ihre Tätigkeit mit ein. Das mag damit zusammenhängen, dass Computer und Effektgeräte technische Geräte sind, die ein bestimmtes Maß an Kenntnis fordern.

Blicken wir auf die Ergebnisse der Schülerbefragung stellen wir fest, dass von den 767 Schülern, 57% der männlichen und 70% der weiblichen Befragten angaben zumindest ein Instrument zu spielen. Mädchen spielen somit während der Schulzeit häufiger ein Instrument als ihre männlichen Mitschüler. Schon bei den Schülern kristallisieren sich typische männliche und typische weibliche Instrumente heraus. Blockflöte wird sehr oft von Mädchen gespielt

[23] vgl. Rosenbrock 2000, S.94

(56% zu 29% bei den Burchen) und Schlagzeug hingegen häufiger von den männlichen Schülern (24% zu 5%).[24]

Dass es geschlechtstypische Instrumente gibt bestätigen auch andere Studien und Statistiken. Die Statistik der Studierenden am Tiroler Landeskonservatorium vom Studienjahr 2005/06 besagt zwar, dass das Geschlechterverhältnis insgesamt ausgewogen ist, es aber in Bezug auf die einzelnen Instrumente starke Unterschiede gibt: Von den 23 Studenten, die Blockflöte studieren sind 2 männlich und 21 weiblich. Trompete und Schlaginstrumente sind vor allem männliche Instrumente, Gitarre wird von beiden Geschlechtern in etwa gleich oft gespielt, wie auch unsere Erhebung gezeigt hat.

Einen Grund für die geschlechtsspezifischen Unterschiede sehen wir in der unterschiedlichen Sozialisation der Geschlechter, die auch historisch zu begründen ist. Mädchen wurden, vor allem früher, zum Hausmusizieren erzogen. Dies bedeutet, dass sie auch vorwiegend Instrumente erlernten, die für das Musizieren zur allgemeinen Unterhaltung bestimmt waren. Solch „liebliche“ Instrumente waren eben vor allem die Blockflöte, das Klavier und der Gesang. Gleichzeitig kann man sagen, dass die zum größten Teil „männlichen“ Instrumente wie Bass, Schlagzeug, Blechblasinstrumente oder Schlaginstrumente im Allgemeinen mehr Kraft erfordern, worin ein weiterer Grund für den geschlechtsspezifischen Unterschied in der Instrumentenwahl liegen könnte.

Erlernen der Instrumente: Musikunterricht und Autodidaktik

Männer und Frauen beschreiten in Hinblick auf das Erlernen von Musikinstrumenten nicht dieselben Wege. Männer nehmen zwar weniger oft an Musikunterricht teil, als ihre weiblichen Kollegen, werden jedoch öfter autodidaktisch tätig und bringen sich das Instrument selbst bei.

Tabelle 2: Musikunterricht und Autodidakten[25]

Instrument erlernt durch	Anteil von Geschlecht in %					
	Bandmusiker		DJs		Schüler	
	m	w	m	w	m	w
selbst beigebracht	82,1	61,1	40,2	34,1	21	20
Musikunterricht	60,5	76,4	50,8	68,2	77	81
$N_{absolut}$	650	72	179	44	313	454
$N_{absolut\ ges.}$	722		223		767	

Wie in Tabelle 2 zu sehen ist, ist der Anteil der Autodidakten bei den Männern sowohl bei den Bandmusikern, als auch bei den DJs entscheidend höher. Im Gegensatz dazu erlernen Frauen ihr Instrument viel öfter durch Musikunterricht, als ihre männlichen Kollegen. Damit im Zusammenhang

[24] Zusammenhang zwischen den Variablen: Geschlecht und Wahl des Instrumentes Schlagzeug C=0,275; Geschlecht und Wahl des Instrumentes Blockflöte C=0,249 (Signifikanz bei beiden 0,00).

[25] Anmerkungen: für die Autodidakten bei den Bandmusikern ergibt sich ein Phi von 0,158 und für Musikunterricht 0,098. Bei den DJs ist das Zusammenhangsmaß Phi zwischen Geschlecht und Autodidaktik 0,05 und für Musikunterricht 0,14. Bei den Schülern wurde kaum ein Zusammenhang zwischen Geschlecht und den Variablen gemessen.

stehen auch die Kenntnisse von Noten. Über die Hälfte der Frauen geben an, dass sie sehr gut von Noten lesen können, bei den Männern ist dieser Anteil nur 15,8% groß. Frauen hingegen haben in ihrer Kindheit häufiger musiziert als ihre männlichen Kollegen und hatten zu einem größeren Anteil Musikunterricht. Zu ähnlichen Ergebnissen kommt auch die Studie von Siedenburg (2006) und auch die Ergebnisse der Studie von Rosenbrock (2000) weisen sehr ähnliche Tendenzen auf.
Der hohe Anteil der Autodidakten unter den Männern und der hohe Anteil der Frauen, die Musikunterricht hatten lassen sich möglicherweise durch die unterschiedlichen sozialen Einflüsse auf die Geschlechter erklären. Mädchen werden mehr von den Eltern bzw. der Mutter, aber auch Lehrpersonen beeinflußt, die sie dann vielleicht eher zum Musikunterricht überreden, während Jungen sich mehr von Freunden und Medien beeinflussen lassen und ihr Instrument im Zusammenspiel mit Kumpels erlernen.[26]

4.4.3 Technikkenntnis und Umgang mit technischen Geräten

In der Musikpraxis, also bei Auftritten und Proben steht man unmittelbar in Kontakt mit technischen Geräten, wie Verstärker, Mischpult usw. Das erfordert, dass man als Musiker ein gewisses Maß an technischem Grundverständnis mitbringen muss, um Geräte richtig anzuschließen etc. Besonders als DJ bezieht man Technik häufig in sein Musikschaffen ein. Um überprüfen zu können, ob ein Zusammenhang zwischen technischen Belangen und Geschlecht besteht, bildeten wir 2 Likert-Skalen. Zunächst wurden die Bandmusiker und DJs gefragt, wie gut sie sich mit „Home-Recording“, „Studiotechnik“, „Tontechnik“, „Mischpult und Geräte anschließen“ auskennen. Diese Fragen wurden dann zur Skala „Technikskills“ zusammengefasst. Die DJs wurden darüber hinaus zu ihrer Kenntnis in Bezug auf Effektgeräte und Musikcomputerprogramme befragt.
Da für DJs das „up-to-date“ sein bei technischen Neuerungen besonders wichtig ist, wurden im DJ-Fragebogen eine Reihe von Fragen über Technikinteresse gestellt. (z.B.: „Ich erweitere ständig mein Repertoire an Geräten“). Aus diesen Items wurde schließlich eine Skala „Technikinteresse“ gebildet.
Wie in Tabelle 3 zu erkennen ist liegt der Anteil der männlichen Bandmusiker, die sich gut einschätzen um 13 Prozentpunkte höher als bei den Frauen. Bei den DJs ist dieser Unterschied sogar 27,6. Wie oben schon erwähnt, besteht ein Zusammenhang zwischen der Instrumentenwahl und der Kenntnisse über Technik.
Dieser Zusammenhang ist besonders bei DJs zu messen, da diese in ihrer Musikpraxis auf technische Geräte viel mehr angewiesen sind als Bandmusiker. Somit haben es hier Frauen um einiges schwerer und weichen auf „konventionelle“ Geräte wie die Turntables aus.
Dass Männer also, wie vorher schon dargestellt wurde, Computer und Effektgeräte in ihre Tätigkeit als DJ einbinden, hängt damit zusammen, dass diese Geräte ein gewisses Maß an technischer Kenntnis erfordern.

[26] vgl. Siedenburg 2006, S. 97f

Von denen, die sich sehr gut mit Technik auskennen, verwenden 70% Effektgeräte und von denen, die sich sehr schlecht mit Technik auskennen, verwenden nur 10,3% Effektgeräte. Ebenso bei Computer: Diejenigen die sich laut unserer Skala „Technikskills“ sehr gut auskennen verwenden zu 78,6% Computer für ihre Arbeit als DJs. Bei denen, die sich nur sehr schlecht auskennen sind es 31%.[27]

Tabelle 3: „Technikskills“ und Technikinteresse bei Bands und DJs[28]

Grad der Kenntnis[29]	Anteil von Geschlecht in %			
	Bandmusiker		DJs	
	m	w	m	w
gut	32,7	19,7	39,2	11,6
mittel	59,5	63,4	50,6	60,5
schlecht	7,8	16,9	10,2	27,9
$N_{absolut}$	639	71	166	43
Pearson r	0,112		0,277	
Grad des Interesses[30]			m	w
groß			39,3	16,7
mittel			48,2	47,6
gering			12,5	35,7
$N_{absolut}$			168	42
Pearson r			0,262	

Neben dem Grad der Kenntnis in Bezug auf musiktechnische Fragen der befragten Musiker spielt auch das Interesse an Technik eine Rolle, da diejenigen die sich mehr für Technik interessieren sich tendenziell auch besser damit auskennen.[31] DJs, die sich mehr für Technik interessieren, neigen auch stärker dazu, technische Geräte wie Computer und Effektgeräte in ihre

[27] C=0,371 für Effektgeräte und Technikskills; C=0,295 für Computer und Technikskills bei einer Signifikanz von 0,00.
[28] Die Likert-Skala „Technikskills“ umfasst im Bandfragebogen 5 Fragen und weist ein Cronbach-Alpha von 0,863 auf. Für die DJs wurden 7 Fragen zusammengefasst mit einer Skala-Reliabilität von cb=0,842
[29] Die Skala wurde trichotomisiert und bei den Bands den Werten 5 bis 9 sehr gute bis gute, 10 bis 15 mittlere und 16 bis 20 schlechte bis sehr schlechte Kenntnisse zugeschrieben. Bei den Djs stehen Werte von 7 bis 12 für sehr gut bis gut, 13 bis 18 für mittel und 19 bis 25 für schlecht bis sehr schlecht. Der Mittelwertvergleich gibt bei den Bands für Frauen einen Wert von 12,4 und für die Männer 10,9 bei einem Standardfehler von 0,38 und 0,13 bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 0%. Bei den DJs ergibt sich ein Mittelwert von 16 für die Frauen und 13,42 für die Männer bei einem Standardfehler des Mittelwertes von 0,49 und 0,3 bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von ebenfalls 0%.
Die Stärke des Zusammenhangs C beträgt 0,116 und Eta ist ebenfalls 0,116 für die Bands. Bei den DJs beträgt der Kontingenzkoeffizient 0,267 was schon auf einen sehr starken Zusammenhang hinweist. Signifikanz bei beiden 0,00.
[30] Die Skala umfasst 5 Fragen und weist eine Reliabilität von a=0,715 auf. Trichotomisierte Skala: 5 bis 9 entspricht großem Interesse, 10 bis 14 mittlerem und 15 bis 20 geringem Interesse. Männer haben einen Mittelwert von 10,75 bei einem Standardfehler von 0,25, der Mittelwert für Frauen beträgt 12,8 bei einem Standardfehler des Mittelwerts von 0,51 bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 0%.
[31] Die bivariate Korrelation zwischen den Skalen „Technikskills“ und „Technikinteresse“ beträgt 0,489 bei einer Signifikanz von 0,00.

Musikpraxis mit einzubeziehen. Von denen, die sich laut unserer Skala ein starkes Technikinteresse haben, verwenden zu 64,9% Effektgeräte. Bei denen mit einem schwachen Technikinteresse sind es 16,2%.[32] Ein ähnliches, jedoch nicht so starkes Ergebnis liefert der Zusammenhang zwischen dem Technikinteresse und dem Einbeziehen von Computern. Zusammenfassend lassen sich folgende Vermutungen bestätigen: Bei den DJs gibt es einen Zusammenhang zwischen der Instrumentenwahl, dem Geschlecht und dem Grad der Kenntnis über technische Geräte. Das Nichtmiteinbeziehen von technischen Geräten ist also dadurch bedingt, dass sich viele Frauen einfach schlechter auskennen als Männer.
Dass für viele Frauen Technik noch lange nicht so ein Thema ist wie für Männer zeigen auch die aktuellen Statistiken der Technischen Universität Graz. Der Frauenanteil der ordentlich Studierenden an der TU Graz beläuft sich über die Jahre 2002 bis 2005 immer auf knapp 19%. Die meisten Frauen findet man in der Studienrichtung Architektur, dies ist eine Studienrichtung in der Kreativität eine recht große Rolle spielt, was ein möglicher Grund für den höheren Frauenanteil sein mag. Der mit Abstand geringste Frauenanteil ist in der Studienrichtung Maschinenbau zu finden.[33] Im Vergleich zur Technischen Universität hat die Karl Franzens Universität, je nach Studienrichtung, einen Frauenanteil von mindestens 50%, in vereinzelten Fakultäten sind sogar bis zu 70% der Studierenden weiblich.[34]

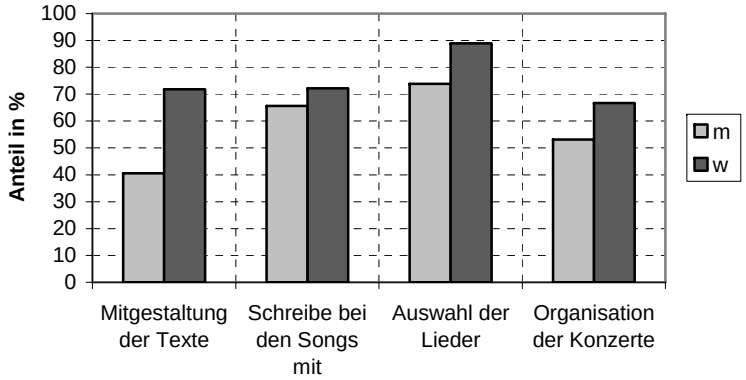
4.4.4 Kreative Prozesse und Aufgabenverteilung innerhalb der Band

Eine Band funktioniert intern wie ein kleines soziales System, in dem es verschiedene Aufgaben und Herausforderungen gibt, die gemeinsam oder durch Arbeitsteilung gelöst werden müssen. Entgegen unserer Hypothese sind Frauen in allen erwähnten Bereichen den Männern voraus. Frauen gestalten die Texte häufiger mit als Männer und liegen auch bei der Auswahl der Lieder und der Organisation der Konzerte liegen vor den Männern.
Nur im Bereich des Songschreibens lässt sich kein signifikanter Unterschied feststellen, obwohl auch hier Frauen etwas höhere Werte aufweisen.
Somit müssten wir unsere anfängliche Hypothese, dass Frauen in Bands weniger kreativ sind (also z.B. weniger oft an Texten mitgestalten) verwerfen. Dieses Ergebnis stellt sich gegen das Ergebnis von Rosenbrock. In ihrer Studie kam sie zum Ergebnis, dass der Anteil der Frauen, die komponieren weitaus geringer ist als bei den Männern. Eine mögliche Erklärung für unsere Ergebnisse könnte darin liegen, dass Frauen ein stärkeres Sozialgefühl haben und so in Gruppenprozessen häufiger Aufgaben übernehmen.
Das Schreiben von Songs und Komponieren von Liedern obliegt den Sängern der jeweiligen Bands. Von den Befragten, die hauptsächlich als Sänger oder Sängerin auftreten gestalten 92,4% häufig die Texte mit.

[32] Hochsignifikantes Ergebnis mit einem Pearson r von 0,349.
[33] vgl. Broschüre der TU Graz „Facts and Figures 2005“, S. 17.
[34] vgl. Broschüre der UNI Graz „Facts and Figures 2005/06“.

Bei denen, die überhaupt nicht singen, sind es 15,3%. Kompositorisch tätig werden 90% der Sänger und 52,4% von denen die nicht singen.[35] Es läßt sich eine leichte Tendenz feststellen, dass Sängerinnen weniger oft die Texte mitgestalten als Sänger.

Abbildung 2: Beteiligung an Bandaktivitäten[36] (% derer, die sich „häufig“ an folgenden Aktivitäten beteiligen)



Das würde in der Praxis bedeuten, dass in Bands, in denen ein Mann singt, es öfter dem Mann überlassen wird die Texte zu schreiben. Bei den Bands in denen eine Frau singt werden die Texte häufiger von mehreren Personen geschrieben. Die „Macht des Texteschreibens“, wie Rosenbrock es nennt, wird demnach in Bands mit Sängerin öfters geteilt. Ähnliche Ergebnisse wurden auch von Rosenbrock verzeichnet.[37]

4.4.5 Karriere, Erfolg und die Bedeutung von Gemeinschaft

Nun soll überprüft werden, wie wichtig den DJs und Bandmusikern Karriere und Erfolg ist. Diese beiden Komponenten stellen einen wichtigen Motivationsfaktor für das Ausüben der Tätigkeit innerhalb einer Band und als DJ dar.

[35] Für diese Zusammenhänge ergibt sich ein C von 0,55 und Pearson r von 0,596 (Mitgestaltung der Texte und Sänger). Der Zusammenhang zwischen den Variablen „bei den Songs mitschreiben“ und „Sänger“ ergibt C=0,324 und r=0,314.
[36] Die Zusammenhangsmaße der einzelnen Variablen mit Geschlecht haben folgende Werte:
Mitgestaltung der Texte: Kontingenzkoeffizient von 0,188 bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 0%.
Schreibe bei den Songs mit: Kontingenzkoeffizient von 0,071 bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 30,7%. *Auswahl der Lieder:* Kontingenzkoeffizient von 0,110 bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 3,4%. *Organisation der Konzerte:* Kontingenzkoeffizient von 0,137 bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 0,3%.
[37] vgl. Rosenbrock 2000, S.98f

Entgegen unserer Erwartungen sind den Frauen Karriere, als auch Erfolge wichtiger als Männern. Frauen sind karriereorientierter und erfolgsorientierter, wobei man sagen muss,, dass die Unterschiede in Bezug auf Karriere und „einen Plattenvertrag haben“ nicht so hoch sind, dass man eine allgemeine Aussage treffen kann.

Tabelle 4: Bedeutung von Karriere, Erfolg und Gemeinschaft (Anteil derer, denen folgende Werte sehr wichtig sind)

Werte[38]	Anteil von Geschlecht in %			
	Band		DJ	
	m	w	m	w
Karriere	11,8	12,5	8,1	11,6
Erfolg	21,0	37,5	19,8	35,7
international bekannt werden	-	-	14,5	18,6
Plattenvertrag	14,2	16,7	-	-
Freundschaft/Gemeinschaft	59,3	72,2	34,1	51,2
Zeit miteinander verbringen	45,6	65,3	-	-

Hier liegen nämlich sehr hohe Irrtumswahrscheinlichkeiten vor. Der Erfolg jedoch ist Frauen signifikant wichtiger als Männern, sowohl im Bereich der Bands als auch bei den DJs. Dies könnte man damit begründen, dass zwar weniger Frauen in den beiden Bereichen vertreten sind, wenn sie jedoch vertreten sind, haben sie gerade deshalb mehr Ambitionen erfolgreich zu sein. Die Tatsache, dass Frauen eine Minderheit in den Genres sind gibt ihnen möglicherweise Ansporn, es den Männern „zu zeigen“ und fordert ihren Ehrgeiz heraus.
Gleichzeitig sind den weiblichen Bandmitgliedern aber auch intrinsische Werte wie Freundschaft und Zeit miteinander zu verbringen häufiger wichtig als den männlichen. Zeit miteinander zu verbringen bewerten Frauen signifikant höher als Männer. Dies weist möglicherweise auf die emotionale Komponente des Zusammenarbeitens hin, die den weiblichen Mitgliedern scheinbar wichtiger ist.

4.4.6 Veränderung des Frauenanteils im Musikunterricht bis zum späteren Musiker

Vergleicht man Unterrichtsklassen in Musikschulen stellt man fest, dass der Anteil der Frauen überdurchschnittlich hoch oder zumindest ausgeglichen ist. In Diskrepanz dazu steht jedoch der Anteil der Frauen, die später musikalisch aktiv werden und beispielsweise, wie in unserer Studie in Bands spielen oder als DJ tätig werden. Männer haben die Frauen zahlenmäßig überholt. Ich möchte versuchen einige mögliche Gründe hierfür mithilfe der quantitativen Studie von Siedenburg (2006) zusammenzufassen:
Frauen haben zwar in ihrer Kindheit mehr musiziert als Männer, d.h. sie haben erstens früher mit ihrem Instrumentalspiel begonnen und häufiger in der

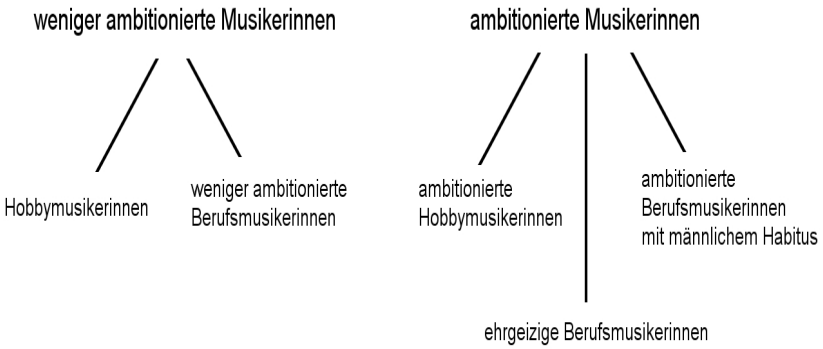
[38] Bei folgenden Variablen besteht ein signifikanter Unterschied nach Geschlecht:
Band: Erfolg (r = 0,1), Zeit miteinander verbringen (r = 0,1)
DJs: Erfolg (r = 0,24), Freundschaft (r = 0,18)

Schule oder in der Familie gespielt als Männer, aber Männer spielen wenn sie älter sind häufiger als Frauen. Siedenburg führt das im Wesentlichen auf 5 Punkte zurück, die sich zum Teil auch mit unseren Vermutungen und empirischen Ergebnissen decken. Erstens haben Mädchen ein viel früheres Einstiegsalter in ihr Instrumentalspiel als Jungen. Die Entscheidung welches Instrument gespielt werden soll (oft wird für Mädchen Blockflöte ausgesucht), wird häufig von den Eltern weiblicher Schülerinnen getroffen. Der Lernweg wird in der Zukunft auch sehr oft beibehalten, was möglicherweise zu einer Hemmung des kreativen Potentials führt.[39]
Zweitens spielt die Instrumentenwahl eine wichtige Rolle. *„Wer ausschließlich Blockflöte spielt, wird aller Wahrscheinlichkeit auch nicht in einer Rockband aktiv werden“*[40]. Siedenburg spricht in diesem Zusammenhang von einer Folgeerscheinung geschlechtstypischer Instrumentenwahl. Drittens gibt es geschlechtsspezifische Unterschiede im formellen und informellen Lernen. Gerade im populärmusikalischen Bereich ist es häufig der Fall, dass Musiker autodidaktisch aktiv sind und beispielsweise während Proben improvisieren. Wie auch unsere Untersuchung gezeigt hat werden Frauen seltener autodidaktisch tätig als Männer und haben im Gegensatz dazu häufiger Musikunterricht. Viertens beschreibt Siedenburg den Einfluss der Formen des Musizierens, welches in einem engen Zusammenhang zum dritten Punkt steht. Mädchen haben häufiger Musikunterricht und lernen somit auch häufiger von Noten zu spielen. Diese Musizierform wird später beibehalten, was eine gewisse Fixierung auf das Spielen nach Noten manifestiert, welche eine spätere autodidaktische Tätigkeit um einiges erschwert.[41] Männer erlernen ihr Instrument häufig nach dem Gehör und haben mehr Schwierigkeiten beim Lesen von Noten. Fünftens führt Siedenburg an, dass sich Geschlechtsunterschiede im Einfluss von Vorbildern ergeben könnten und verweist auf den Mangel an weiblichen Vorbildern für Frauen.

[39] vgl. Siedenburg 2006, S.98
[40] ebda, S.98
[41] vgl. Siedenburg 2006, S.100

5 Ergebnisse der Interviews mit Musikerinnen

Im Rahmen der Studie wurden 14 Interviews mit Musikerinnen durchgeführt. Die Befragten Musikerinnen lassen sich 5 Typen zuordnen, die sich zum einen nach dem Grad ihrer musikalischen Ambition zum anderen nach den beruflichen Perspektiven (Berufsmusikerin vs. Hobbymusikerin) unterscheiden.



Übersichtstabelle über die interviewten Musikerinnen:

Person	Instrumente	Tätigkeiten	Genre	Typ
Klara 25	Keyboard, Gesang (Schlagzeug, Flöte)	Band, Chor	Rock, Volkstum, Gospel	HM
Katharina 28	Querflöte, Klarinette, (Gitarre)	Musikverein, Chor	Volkstum	HM
Maria 30	Trompete	Musikverein	Volkstum	HM
Sandra 22	Schlagzeug	Band	Rock	HM
Romana 22	Violine, Klavier	Orchester, Streichquarette, Hausmusik	Klassik	HM
Veronika 24	Gesang, Gitarre (Flöte)	Chöre	Klassik	HM
Juliana 28	Blockflöte (Gitarre, Klavier)	Karenz (Lehrtätigkeit)	Klassik	waBM
Anna 37	Trompete, Gesang (Klavier)	Lehrtätigkeit, Band, Orchester	Klassik, Jazz	waBM

Person	Instrumente	Tätigkeiten	Genre	Typ
Christine 19	Gitarre, Gesang, Klavier (Schlagzeug, Geige)	Band, Big-Band, Fusion-Band, Lehrtätigkeit	Pop/Rock, Jazz	aHM
Susanne 24	Turntables	DJ-ing	Elektronik	aHM
Barbara 23	Turntables, Computer (Klavier)	DJ-ing	Elektronik	aHM
Lea 22	Klarinette, Fagott. (Gitarre, Blockflöte, Klavier, Saxophon)	Orchester, Ensembles	Klassik, Moderne	eBM
Bernadette 37	Schlagwerk	Orchester, Ensemble, Lehrtätigkeit	Klassik, Moderne	eBM
Kerstin 31	Schlagwerk (Klavier)	Tonstudio, Band, Orchester	Rock, Klassik	aBMmH

(Die Instrumente in Klammer werden nicht mehr aktiv ausgeübt;HM = Hobbymusikerin, waBM = wenig ambitionierte Berufsmusikerin, aHM = ambitionierte Hobbymusikerin, eBM = ehrgeizige Berufsmusikerin, aBMmH = ambitionierte Berufsmusikerin mit männlichem Habitus)

5.1 Weniger ambitionierte Musikerinnen

Die Gruppe der weniger ambitionierten Musikerinnen zeichnet sich durch eine fehlende Leidenschaftlichkeit beim Musikmachen aus: Sie sind wenig selbstbestimmt und lassen sich in ihren Entscheidungen von anderen nicht nur inspirieren, sondern leiten.

> [...] Also ganz am Anfang, hat man mich gefragt ob ich Blockflöte lernen möchte. Die Mama saß eines Abends da und sagte: "Ich habe eine Flöte, du könntest ja spielen." [...] also, die Mama hat gefragt ob ich Flöte spielen will (lacht) und dann habe ich Flöte gespielt [...] ich habe immer das gehört, was die Mama gehört hat (lacht). (Veronika, Gesang & Gitarre)

> [...] Ich bin auch schon mit Mama und Papa wo ich noch klein war viel in irgendwelche Konzerte gegangen, wo ich mir denke, warum bin ich eigentlich mit, aber durch das bin ich halt irgendwie auch, dabei geblieben, sage ich jetzt mal so. (Veronika, Gesang & Gitarre)

> [...] Ja, sie haben halt beschlossen, wer könnte es machen, achja, das könnte die Veronika machen und dann hat man mich halt gefragt ob das; und dann habe ich mir gedacht, ja probierst's halt. Ja. Dann habe ich halt probiert, ja. Bin halt immer noch am probieren (lacht). (Veronika, Gesang & Gitarre - wie sie zur Leiterin des Jugendchors wurde)

Rückschläge und Konflikte haben oft den Rückzug aus einer Situation oder die Vermeidung von weiteren Konfrontationen durch Anpassung oder die Aufgabe der eigenen Interessen zur Folge.

> [...] Also es ist nie offen ein Streit gewesen, oder so, also von dem her, das hat eigentlich gut gepasst, ich denke mir, ich habe mich dann zurückgezogen und... ja wie war das... ich kann mich, denke ich, gut anpassen an andere Leute, vom Charakter her einfach, wo andere vielleicht domBarbarant oder expressiver oder mehr Führerrolle haben, sagen wir mal, oder ja, wo ich vom Ensemble spielen her einfach das harmonische suche. (Juliana, Blockflöte)

> [...] Seitdem, ja…da waren wir sehr getroffen. Da haben wir gesagt: „Wir machen nie wieder mit bei so was!".(lacht) Weil das einfach… weil man dann merkt, dass man nicht gleich behandelt wird, dann ist es irgendwie unfair. (Klara, Keyboard & Gesang - nach einem Bandwettbewerb)

Im Gegensatz dazu spornen erlittene „Niederlagen" die ambitionierten Musikerinnen eher an, wenngleich es auch zu Frustrationen kommen kann, die auch zur Folge haben können, dass die wahrgenommenen Nachteile – zum Beispiel Männern gegenüber – verdrängt werden.

> [...] ich glaub, jetzt ist es leichter, doch, ja... weil man braucht sich nur die Situation bei den Wiener Philharmonikern anzuschauen, wenn man das ein Bisschen mitverfolgt hat, also zu meiner damaligen Zeit hab ich gar kein Bewerbungsschreiben aufgeben zu brauchen, weil ich hatte einfach, ich wurde nicht eingeladen, und... nicht einmal fürs Bühnenorchester der Staatsoper wurde ich eingeladen, weil sie gesagt haben: das schaut einfach unmöglich aus, wenn da ein Mädchen als Bub verkleidet über die Bühne geht, mit einer Trommel umgeschnallt... (Bernadette, Schlagwerk)

> [...] ich wollte einfach nur, dass das Spiel bewertet wird, egal was ich jetzt bin... ja, und ich weiß noch, (lacht) ich hab früher so ganz wilde Haare gehabt, und dann ist ein Dirigent zum [einem großen Orchester] gekommen, eh ein sehr berühmter, der [Name des Dirigenten], und hat so zurück geschaut und hat gesagt: „mit der Frisur kriegt die nie eine Stelle!" (lacht) (...) und das hab ich irgendwie so frech gefunden, weil bei einem Mann würden sie so was nie sagen, ob der jetzt eine Glatze hat oder sonst irgendwas, is Wurst ja, aber ich mit solchen Haaren... (Bernadette, Schlagwerk)

Während für die ambitionierten Musikerinnen die Weiterentwicklung ihrer musikalischen Fähigkeiten sehr wichtig ist, sind die weniger ambitionierten Musikerinnen nur mäßig daran interessiert besser zu werden, dafür steht die beim Musizieren erlebte Gemeinschaft und die dabei erlebten positiven Gefühle wie Freude und Spaß im Vordergrund.

> [...] Das hat voll Spaß gemacht (...) das war einfach lustig (...) wir haben nicht viel geübt (...) es hat allen voll Spaß gemacht und es ist nie zu Meinungsverschiedenheiten gekommen. (Romana, Violine & Klavier)

Musik verstehen sowohl ambitionierte als auch weniger ambitionierte Musikerinnen zum Teil als Rückzugsmöglichkeit. Auch das Ausdrücken von Gefühlen spielt bei beiden Gruppen eine wichtige Rolle. Bei diesen beiden Aspekten lässt sich kein klarer Unterschied zwischen den beiden Gruppen feststellen.

5.1.1 Hobbymusikerinnen

Diesem Typus wurden 6 Musikerinnen zugeordnet. Folgende Instrumente werden hauptsächlich gespielt: Keyboard, Querflöte, Trompete, Schlagzeug, Violine und Gesang. Die interviewten Musikerinnen haben und hatten keine Ambitionen das Musizieren zu ihrem Beruf zu machen.

> [...] Berufsmusikerin wäre für mich nicht in Frage gekommen. Ich habe es mir mal ganz kurz überlegt, aber das habe ich mir dann schnell wieder aus dem Kopf geschlagen. Ich habe vor allem auch einmal mit meinem Geigenlehrer darüber geredet, und er hat auch gleich gesagt, dass das wahrscheinlich nicht so gut wäre, weil ich einfach für eine musikalische Laufbahn zu wenig Musikalität und auch Ehrgeiz in diesem Bereich hätte. Darüber bin ich auch froh, dass er mir das gleich gesagt hat, weil dann war das von vornherein ausgeschlossen. (Romana, Violine & Klavier)

Die Musik ist hier ein Hobby neben anderen, das einem die Möglichkeit bietet, kreativ zu werden und seine Gefühle auszudrücken.

> [...] Es ist für mich Zeitvertreib. Nein, es ist halt, ja, ich habe das gern. Es ist die einzige kreative Ader, die ich habe (lacht). Kann sonst nämlich nicht malen oder basteln, was Kreatives muss man ja auch noch machen, oder (lacht). Ja und irgendwie macht's einen ausgeglichen, sage ich jetzt mal. (...) Und ich tu' es halt einfach gerne, es ist halt ein Hobby. Wie ein anderer halt Fußballspielen geht zweimal in der Woche, ja. (Veronika, Gesang & Gitarre)

Die musikalische Qualität der produzierten Musik spielt keine große Rolle, wenngleich die Musikerinnen bemüht sind, bei Konzerten das Publikum zufrieden zu stellen.

> [...] Also, ich tu mir schwer mit Notenschreiben, ich schreibe mir irgendwie so die Melodie herunter wie ich es gerne hätte und dann bringe ich es in die Notenwerte, die halbwegs stimmen und dann spiele ich es noch vor, dass es derjenige, der z.B. mit Flöte oder so das spielen muss, das dann noch so spielt, wie ich das gerne hätte und sonst halt, wenn es halt 2-stimmig ist, das schreibe ich mir eigentlich nicht auf. Das höre ich halt und singe dann halt vor, was sie singen müssen. Also ich mach da nicht irgendwelche eigene Dinger. Das was

ich halt höre, das müssen sie dann halt singen und wenn es ein bisschen etwas Falsches ist, dann ist es halt ein bisschen etwas Falsches. (lacht) (Veronika, Gesang & Gitarre)

[...] Ein Erlebnis, das mich motiviert hat? Wenn alles gut passt und den Leuten gefällt es ist immer gut. Mir ist halt immer wichtig, wenn wir was üben, das wir dann aufführen, dass das nicht nur denen, die aufführen, gefällt, sondern auch denen, die es anschaun. Weil wenn es nur etwas ist, was dem Chor selber gefällt, dann gefällt's zwar dem Chor, aber es kommt bei den Leuten irgendwie nicht an, dann ist das auch wieder nichts. Also es müssen immer beide Seiten, weil wenn die Konzertbesucher zwei Stunden drinsitzen und denken: "Was tu ich eigentlich da?", ist auch nicht gut. Das muss für beide Seiten irgendwie passen. Weil sonst singt man es halt einfach so ohne Aufführung, fertig. (Veronika, Gesang & Gitarre)

Im Gegensatz zu den Berufsmusikerinnen wird von den Hobbymusikerinnen Musik auch oft passiv durch Konzertbesuche oder das Hören von Aufnahmen genossen. Zudem wird dabei auch nicht selten ein ganz anderes Genre als das mit dem Instrument gespielte gewählt:

[...] Dann ist so Rolling Stones und Beatles und so und dann eigentlich so, was grad populär war, also Ö3 ist dann immer so aktuell gewesen, eigentlich bis vor 2, 3 Jahren und jetzt horchen wir nur noch Ö1, ziemlich, weil da sind, ja (lacht) oder eben dann Weltmusik, Jazz, solche Sachen (...) Also ich habe viel Radio gehört, eigentlich, hauptsächlich, ich habe im Verhältnis sicher wenig Blockflöte CDs zu anderen Blockflötisten, (...) CDs habe ich mir einfach, also oft eigentlich, Popmusik-CDs gekauft, also so klassische ist erst dann später gekommen oder dass mir Leute dann CDs geschenkt haben. (Juliana, Blockflöte)

Die Instrumentenwahl bei den Hobbymusikerinnen ist häufig stark von ihrem Umfeld, insbesondere durch die Eltern, beeinflusst. Besonders oft werden typisch weibliche Instrumente wie Blockflöte, Gesang, und Violine oder geschlechtsunspezifische wie Klavier oder Gitarre erlernt. Nur in wenigen Fällen sind sie autodidaktisch tätig.

[...] Meine Mutter hat nur gesagt, Blasinstrumente würden sie jetzt nicht so reizen, dass wir jetzt Blasinstrumente lernen. Was uns aber nicht beeinflusste, weil eh klar war, dass ich Geigen spielen wollte. Bei [Name ihrer Schwester] war's eher komplizierter bei der Instrumentenauswahl, weil sie überhaupt nicht wusste, was sie lernen will. Nach verschiedensten Vorschlägen entschied sie sich dann doch für Gitarre.

I: Also hat euch eure Mama dahingehend schon beeinflusst?

P: Vielleicht, jedenfalls war's mir nie bewusst, dass ich da beeinflusst wurde, weil ich sowieso Geige lernen wollte. Für mich wäre ein Blasinstrument nie in Frage gekommen.

I: Und wieso wollte eure Mama nicht, dass Ihr Blasinstrumente lernt?

P: Ich glaube, weil man da nicht mitsingen kann. Aber ich glaube, das hat sie erst später gesagt, als ich sie gefragt habe, wieso ich Geige gelernt habe. Und dann hat sie gesagt, dass ich das selbst wollte und dass sie eben nicht so gerne gehabt hätte, dass wir ein Blasinstrument lernen, aber das ohnehin niemand wollen hat. (Romana, Violine & Klavier)

Wenn Hobbymusikerinnen in einem unmusikalischen Umfeld – insbesonders die Familie spielt eine große Rolle – aufwachsen, werden häufiger geschlechtsuntypische Instrumente gewählt und diese erst später erlernt. Diese Musikerinnen sind in der Folge auch häufiger kreativ tätig und offener gegenüber Neuem. Dies äußert sich vor allem im schreiben von Liedern und dem Erweitern des Repertoires. Auch das Gründen von Gruppen und das selbstständige Organisieren von Auftritten treten bei diesen Musikerinnen weitaus häufiger auf.
Letztlich ist jedoch allen untersuchten Hobbymusikerinnen ein nur wenig abwechslungsreiches Betätigungsfeld eigen, in dem die persönlichen Beziehungen unter den Musikerinnen wichtiger sind, als das musikalische Gemeinschaftsprodukt: Die musikalische Weiterentwicklung wird in den seltensten Fällen angestrebt. Mitunter wird sogar fast gänzlich auf das Üben außerhalb der gemeinsamen Proben verzichtet:

[...] Was natürlich auch eine Motivation ist, sind die Leute, die ich im Orchester kenne.

Gut für mich ist jetzt auch, dass ich im Uniorchester spiele, weil ich dann das ganze Jahr über gefordert bin und Noten habe zum Üben, sonst ist es auch schon vorgekommen, dass ich die Geige vom 1. Jänner bis Herbst nicht mehr angerührt habe. (Romana, Violine & Klavier)

[...] Dadurch, dass ich regelmäßig in die Proben gehe, übe ich dort am meisten und lerne dort auch am meisten. Selbst übe ich eigentlich fast gar nicht, etwa 1 mal in der Woche neben den Proben. Und sonst vor dem Konzert, wenn ich das Gefühl habe, dass ich bestimmte Stellen noch nicht so gut kann, übe ich diese natürlich noch separat heraus. Aber meistens reichen die Proben aus, weil man sowieso die schwierigen Stellen gemeinsam übt und so oft wiederholt, bis es "alle" können. (Romana, Violine & Klavier)

Die Musik wird zwar häufig als wichtiger Teil des Lebens beschrieben, hat jedoch in keinem Fall denselben Stellenwert wie bei leidenschaftlichen Musikern. Vielmehr dient das Musizieren auch der Selbstdarstellung.

[...] Es hat mich auch gefreut, dass einige Studienkollegen gekommen sind, weil sich viele unter Uniorchester nichts vorstellen können, und so sehen sie doch, was dahinter steckt. Es ist auch zum Zeigen, was man sonst noch macht, weil viele wissen ja gar nicht, dass ich Geige spiele. (Romana, Violine & Klavier)

5.1.2 Weniger ambitionierte Berufsmusikerinnen

Diese Gruppe wurde aus einer Trompeterin und einer Blockflötistin gebildet, die beide ihr Einkommen aus ihren musikalischen Tätigkeiten beziehen. Die weniger ambitionierten Berufsmusikerinnen unterscheiden sich nicht besonders stark von den Hobbymusikerinnen.
Die Instrumentenwahl ist bei den Hobbymusikerinnen ebenfalls häufig stark von ihrem Umfeld, insbesondere durch Eltern, beeinflusst.

> [...] Also ich habe mir es eigentlich nicht ausgesucht, Blockflöte, das war ganz klar, das ist von meiner Mama gekommen, oder halt, das war, wahrscheinlich auch dadurch, dass es für sie ein typisches Anfängerinstrument war, was sich dann für sie gewandelt hat, weil wir eine super Lehrerin gehabt haben und wir in der Familie alle zusammen gespielt haben... und für die Lehrerin, also die hat gesagt, man kann schon weiter und man kann studieren und hin und her und ich meine, dass ich studiere, hat sich eh erst mit 18, 19 entschieden, oder, wo ich gemerkt habe, ja das ist eigentlich ein guter Job, das macht mir Spaß... ja, vorher war das einfach nur Hobby, wir waren schon motiviert, wir sind auf Wettbewerbe gefahren, das hat natürlich unsere Motivation gesteigert, oder dass wir zu dritt zu Hause gespielt haben (...) ja... Gitarre (lacht) das war auch die Mama, ob ich nicht Gitarre lernen möchte. (Juliana, Blockflöte)

Diesen Musikerinnen kommt insbesondere während der Jugend eine starke musikalische Förderung zugute, was es ihnen ermöglicht Berufsmusikerinnen zu werden.
Nach dem Abschluss der Ausbildung verschieben sich bei weniger ambitionierten Berufsmusikerinnen jedoch oft ihre Interessen und der Wunsch nach Familie tritt in den Vordergrund: Zum Teil werden auch bei der angestrebten Karriere Rückschläge erlitten, was dazu führt, dass sie sich anderweitig orientieren. Im Gegensatz dazu werden ambitionierte Berufsmusikerinnen durch Rückschläge häufig noch motivierter ein angestrebtes Ziel zu erreichen.
Bei den weniger ambitionierten Berufsmusikerinnen ist der musikalische Anspruch – naturgemäß aufgrund des höheren Niveaus – höher als bei Hobbymusikerinnen. Dennoch haben die Gemeinschaft und die ungetrübte Stimmung in einem Ensemble mitunter einen höheren Stellenwert, als ihr musikalischer Anspruch, der oft hinten angestellt wird.

> [...] Also da sind sehr kompetente Leute dabei und weniger, oder ja, sagen wir, da war das Niveau jetzt nicht so einheitlich wie beim anderen Ensemble... wo du einfach denkst, ja das ist jetzt so und wir sind nicht, wir sind kein super, weltklasse Ensemble, wir spielen einfach weil's uns Spaß macht und, ja, da habe ich jetzt über gewisse Sachen hinweggesehen, wo ich dachte, ja das stört - jetzt klingt das nicht so super, aber wenn so ein gewisses Grundding erfüllt ist, dann passt's auch. (Juliana, Blockflöte)

Auch die Führung innerhalb einer Gruppe wird nur selten angestrebt. Nicht zuletzt, weil das Umsetzen des eigenen kreativen Potentials nicht so wichtig erscheint.

> [...] Wo ich mich jetzt vielleicht zu leicht unterordne, wenn jetzt ein Mann im Ensemble ist oder so, wo ich denke, ich könnte jetzt, da kann ich noch lernen, da ist mir vieles einfach bewusst geworden, wo ich jetzt in einem neuen Ensemble angehen würde, weiß es nicht, würde sich weisen (lacht) (...) wo ich dann gemerkt habe es wäre jetzt gut, wenn ich Sopran spielen würde, weil es hat mich dann schon wieder angemacht, aber zuerst so aussuchen Mittellage oder Bass, ich meine ich spiele gerne Bass, ich habe mir einen neuen Bass gekauft, nein von dem her voll ok., oder ja, dann habe ich gemerkt, ja, ich wollte auch einmal das einbringen können, was von mir kommt oder ein bisschen deutlicher, wo es klarer ist. (Juliana, Blockflöte)

Die weniger ambitionierten Berufsmusikerinnen sind somit ähnlich fremdgeleitet und wenig selbstbestimmt wie die Hobbymusikerinnen. Sie sind diesen daher weitaus ähnlicher, als anderen Typen von Berufsmusikerinnen.

5.2 Ambitionierte Musikerinnen

Die Gruppe der Musikerinnen, die als ambitioniert definiert werden, setzt sich zusammen aus zwei DJanes, einer Gitarristin, einer Klarinettistin und zwei Schlagwerkerinnen. Die drei erst genannten betreiben Musik nicht hauptberuflich, sie bezeichnen sich zwar selbst als professionell, verdienen auch schon Geld mit ihrer Musik, können allerdings noch nicht davon leben, während die drei danach genannten ihr Einkommen ausschließlich aus musikalischen Tätigkeiten beziehen – Unterrichts-, Orchester-, Band- und Tonstudiotätigkeiten. Diese sechs Musikerinnen wurden zu einer Gruppe formiert, da sie sich nach unserer Analyse in sechs ganz wesentlichen Punkten von den übrigen unterscheiden, die folgend beschrieben werden.
Ein erster auffälliger Unterschied kristallisierte sich bei dem Punkt „Selbst- versus Fremdbestimmung“ heraus.

> [...] Also ich bin Schlagzeugerin, und das eigentlich schon sehr lange, ich hab mit neun tatsächlich angefangen am Konservatorium in [Ortsname] Schlagzeug zu lernen, Tatsache ist aber, dass ich mit vier Jahren schon Schlagzeug spielen wollt, nur hat mein Vater gesagt: ‚Das geht so nicht, du musst zuerst ein anständiges Instrument lernen!’ und ich hab dann mit fünf angefangen mit dem Klavierunterricht [...] aber ich hab ihn dann, (betont) ICH IHN bei der Hand genommen, die neun-jährige und bin mit ihm dann ans Kons, und er hat g’meint: ‚okay, dann lernt sie halt Schlagzeug!’ (Bernadette, Schlagwerk)

Nicht bei allen zeichnet sich diese Selbstbestimmtheit von Anfang an ab, wie zum Beispiel bei der Wahl des Instrumentes, jedoch deutlich im weiteren Karriereverlauf. Dieses Charakteristikum führt auch schon auf die Art hin, wie sie auf Rückschläge reagieren. Im Gegensatz zu der Gruppe der weniger ambitionierten Musikerinnen lassen sie sich nämlich keinesfalls entmutigen,

ganz im Gegenteil, Hindernisse spornen sie eher an, sie reagieren mit Ehrgeiz darauf.

> [...] es war eher schon ein Problem, weil am Anfang natürlich vom Lehrer ist man auch nicht so ernst genommen worden, ich war halt das einzige Mädchen in der Klasse, also in der Musikschule, und hat nie wer gedacht, dass ich das vielleicht als Beruf wählen würde, also ich bin eher eingebremst worden, es hat jeder gesagt: 'du, pass auf, du bist ein Mädchen, du hast da keine Chance, es gibt nur lauter Buben – zur damaligen Zeit – und lass das lieber bleiben, das ist viel zu hart, der Job...', aber ich hab mich nicht einschüchtern lassen und es ist natürlich, muss ich schon sagen, oder es war nicht immer ganz einfach... weil bei jedem Probespiel war ich die einzige Frau... und es sind schon so gewisse Männercliquen, die dann ganz fest zusammen halten, und da braucht man Durchhaltevermögen, dass man da mal weiter kommt... das ist nie ganz einfach gewesen... (...) und nein, ich hab mir in den Kopf gesetzt, dass ich das schaff, ich hab gedacht, wenn man fleißig ist, und arbeitet und übt, und das wird dann schon funktionieren... (Bernadette, Schlagwerk)

Wie auch aus dem vorigen Zitat hervorgeht, zeichnen sie sich generell durch enormen Ehrgeiz und Perfektionismus aus.

> [...] ich bin da ziemlich heikel. Also ich kaufe nicht alles, bei mir dauert es sehr lange, bis ich eine Platte finde, die ich wirklich gerne hab. Ich stehe auf einen sehr dynamischen Sound zu dem man wirklich gut tanzen kann, der wirklich dazu anregt mit Breaks, die einfach (…) steigern bis zum höchsten Punkt und dann wieder voll „reinkleschen“ (…) also wirklich abwechslungsreiche Tracks und das zu finden ist nicht so einfach. Und vor allem, wenn du dann ein Level gewohnt bist dann ist es noch schwerer etwas Gutes zu finden. Deswegen denke ich mir auch, ich würde gerne meine eigenen Sachen produzieren, dann bräuchte ich nicht immer suchen, ja. (Susanne, Turntables)

Dieser Perfektionismus veranlasst sie auch, ständig ihr Spiel zu verbessern bzw. ihre Tätigkeiten, ihren „Spielraum“ zu erweitern.

> [...] es gibt keinen Schwerpunkt, ich mach sehr viele verschiedene Dinge, weil ich wollte das nicht irgendwie so einschränken... mir war wichtig, schon immer einmal zu unterrichten, aber die Praxis, das muss bleiben find ich, also das Orchesterspielen, Kammermusik, solistische Auftritte... das ist notwendig als Musiker... und als Lehrer damit man nicht einrostet, damit man immer wieder neue Impulse kriegt, frisch bleibt und immer wieder selber übt, usw., das muss sein, das brauch ich auch als Ausgleich, da krieg ich Energie zurück, irrsinnig viel... das ist notwendig... (Bernadette, Schlagwerk)

Die weniger ambitionierten Musikerinnen hingegen sind tendenziell mit ihrem Status quo zufrieden, für diese steht viel stärker das Spielen innerhalb der Gemeinschaft im Vordergrund, die musikalische Weiterentwicklung beschreiben sie eher als positiven Nebeneffekt. Die ambitionierten Musikerinnen weisen bei diesem Punkt gegenläufige Tendenzen auf:

> [...] das war für mich auch ein Grund warum ich gesagt hab, ich möcht nicht nur im Orchester sein, ich hätte das glaub ich nicht ausgehalten, diesen Orchesterbetrieb, jeden Tag rein, jeden Tag immer die gleichen Leute sehen. (Bernadette, Schlagwerk)

Spaß stellt überhaupt nicht die Hauptmotivation der ambitionierten Musikerinnen dar. Sie geben zwar an, dass ihnen ihre musikalischen Tätigkeiten Freude bereiten, aber als ihre vordergründigen Ziele sehen sie Erfolg, Karriere und musikalische Weiterentwicklung.

> [...] es ist mir ehrlich wurscht, ob das Männer oder Frauen sind, das klingt jetzt vielleicht arrogant, aber wenn das ein gewisses Niveau unterschreitet und das nur so ein ‚ja wir treffen uns, weil's so lustig ist', da hab ich keine Lust dazu! Ich will schon, dass da was raus schaut und ich will mich nicht auf die Bühne stellen und mich danach genieren, weil's alle runter leeren. (Kerstin, Schlagwerk)

Innerhalb der ambitionierten Musikerinnen ergeben sich nach unserer Analyse noch drei differenzierte Muster, drei unterschiedliche Typen, die folgende charakteristische Merkmale aufweisen.

5.2.1 Ambitionierte Hobbymusikerinnen

Diese Gruppe setzt sich aus zwei DJanes und einer Gitarristin zusammen. Wie vorhin schon erwähnt, verdienen sie schon Geld durch ihre Auftritte, können aber noch nicht von ihren musikalischen Tätigkeiten leben. Die zwei DJanes sind beide Studentinnen – in keinem musikalischen Fach - die Gitarristin hat gerade maturiert und bereitet sich auf ihr Musikstudium vor, als ihr Hauptprojekt sieht sie allerdings ihre Alternativ-Rockband.
Aus dieser kurzen Beschreibung lässt sich schon ein grundlegendes Charakteristikum dieser Gruppe herauslesen: sowohl die DJanes mit Turntables und Computer als auch die Rockgitarristin haben nicht gerade das gewählt, was für gewöhnlich als „Mädchen-Instrument“ bzw. als konventionelle Rolle bezeichnet wird. Innerhalb der Gruppe der ambitionierten Musikerinnen generell unterscheiden sie sich auch durch die Art, wie sie ihr Instrument erlernt haben: alle drei haben sich ihre Kenntnisse zumindest teilweise autodidaktisch beigebracht.

> I: Und wie hast du dir das Klavierspielen beigebracht?
>
> P: Ich hab Unterricht gehabt und ich habs mir aber auch selber… also ich hab immer Noten abgehört und so, von CDs. Also beides, eigentlich…
>
> I: Aha, Und beim Auflegen?
>
> P: Ja, einfach mal probiert, ausprobiert. Sicher haben mir meine Freunde Tricks gezeigt. Aber man muss dann einfach selber herumprobieren und hören… (Barbara, Turntables & Computer)

Sie sind sich der Tatsache durchaus bewusst, dass es nicht einfach ist, musikalisch Fuß zu fassen, zeigen sich aber auch, was ihre Karriere betrifft, sehr selbstverantwortlich.

> I: Du hast ja bei M3 auch aufgelegt. Wie kommt man dazu?
>
> P: M3, hmm da habe ich der Veranstalterin so ca. vor einem halben Jahr mal eine CD von mir gegeben… es hat dann ziemlich lange gedauert, bis sie mich genommen hat. Aber dann hat sie mich gleich 2 mal hintereinander gebucht, das heißt es hat ihr anscheinend ziemlich gut gefallen. Und ja, am Anfang musst du auf jeden Fall einiges an Engagement aufbieten also Veranstaltern quasi immer nachrennen, damit du irgendwie einen Meter hast. Und wenn sie dann merken, du bist gut dann buchen sie dich einfach. (Susanne, Turntables)

Gerade in solch unkonventionellen Bereichen erscheinen ihren Beschreibungen zufolge Kontakte und soziale Beziehungen eine Hauptvoraussetzung für eine musikalische Karriere zu sein, daher zeigen sie sich auch hier besonders engagiert.

> [...] Damit man mit Musik über die Runden kommt, muss man viel mehr tun, als in seinem Zimmer zu sitzen und zu üben. Die Planung und Kommunikation mit anderen Menschen ist sehr wichtig und nimmt meist mehr Zeit in Anspruch, als am Instrument zu arbeiten. Andererseits hat es ja indirekt mit Musik zu tun. Ich würde sagen, ich investiere meine gesamte Zeit in Musik und alles was dazu gehört. (Christine, Gitarre & Gesang)

Diese Kontakte werden vor allem von den DJanes auch genutzt, um gemeinsam mit Musiker-KollegInnen Veranstaltungen bzw. Workshops zu organisieren.
In der Darstellung über die Motivationen Musik zu machen, zeigt sich bei der Gruppe der ambitionierten Hobbymusikerinnen eine Orientierung nach außen, zum Publikum hin.

> I: Was macht dir so großen Spaß am Auflegen?
>
> P: Ja wenn ich merke, dass es den Leuten gefällt was ich mache (...) und wenn sich die Leute amüsieren und dann tanzen alle und jubeln und taugen sich aufs nächste und aufs nächste und aufs nächste … wenn sie vor dir stehen und dir entgegenhimmeln und das Leuchten in den Augen das machts einfach dann aus. … Das ist super. (Susanne, Turntables)

In diesem Punkt unterscheiden sie sich auch von den anderen ambitionierten Musikerinnen. Im Gegensatz zu diesen sehen sie ihre musikalischen Tätigkeiten als Form sich auszudrücken, und nicht als Rückzugsmöglichkeit.

> [...] Man fängt von Null an, erreicht etwas, das für alle hörbar ist. Entwickelt etwas eigenes, das im besten Fall anderen gefällt. Man

> kann seine Persönlichkeit auf eine unterhaltsame Art und Weise mit anderen teilen. Ich glaube das ist das Interessante. (...) Ich bin generell ein Typ, der sich gerne mitteilt und gesehen werden will. Und wenn ich Musik mache, vor allem auf der Bühne, sehen mich alle und hören, was ich „zu sagen habe“. Natürlich sind die Reaktionen darauf (Applaus, Lob, Respekt) ein sehr positiver Nebeneffekt. (Christine, Gitarre & Gesang)

Dieser Drang zur Selbstdarstellung äußert sich noch in einem weiteren wichtigen Merkmal, welches diese Gruppe charakterisiert: Alle drei Musikerinnen sind bestrebt, eigene Musik zu produzieren, und nicht nur reproduktiv tätig zu sein.

> [...] es ist ja auch ein Unterschied, also es gibt mehr Frauen die auflegen, als die, die dann auch wirklich selber Musikmachen. Das ist dann halt auch wieder was, was mir halt auffallt, weil es ist halt schon irgendwie, ok, auflegen, das machen halt schon viele aber Musikmachen, da ist nicht so das Interesse dran... das find ich dann auch ein bisschen schade weil es halt irgendwie dazugehört so zum ganzen Spektrum (...) Und das ist ja auch das wirklich Kreative daran... (Barbara, Turntables & Computer)

5.2.2 Ehrgeizige Karrieremusikerinnen

Diese Gruppe setzt sich aus einer Schlagwerkerin und einer Klarinettistin zusammen. Sie unterscheiden sich in drei Punkten ganz wesentlich von der vorher beschriebenen Gruppe der ambitionierten Hobbymusikerinnen.
Als erstes sei hier genannt, dass keine der beiden jemals autodidaktisch tätig war, beide haben von Anfang an immer Unterricht erhalten. Zum zweiten sind sie nicht kreativ tätig, weder improvisieren noch komponieren sie.

> [...] mein Stiefvater komponiert, so gesehen hätte ich da schon ziemlich viel Unterstützung und ich könnte auch viel fragen und die haben auch schon öfters gefragt ja magst du nicht und so und das interessiert mich eigentlich nicht, ich weiß nicht da habe ich so das Gefühl, nicht so die Ideen dafür, ich weiß es nicht das ist vielleicht so wie in Mathematik dass man eben versucht statt des vorgegebenen Lösungsweges drei verschiedene heraus zu finden, das ist mir irgendwie auch nie so gelegen, ich war immer froh, dass das so geht wie ich es gelernt habe, nein ich weiß nicht, vielleicht kommt das noch ... ich spiele lieber. (Lea, Klarinette & Fagott)

Als Grund für dieses nicht vorhandene Interesse an diesen kreativen Tätigkeiten kristallisiert sich auch ihr außerordentlich hoher musikalischer Anspruch heraus.

> [...] Also so Jazz habe ich schon gespielt, also mit einer Gruppe, da haben wir schon auch vorgespielt, aber da habe ich mich nie so wohl gefühlt (...) weil ich das Gefühl gehabt habe oder habe dass ich es einfach nicht so gut kann und weil ich eben wenn ich jetzt so klassisch spiele, eben viel besser bin logischerweise weil ich das schon viel länger übe und weil ich eben glaube ich dann das auch sofort

> voraussetzen würde, jetzt sagen wir für Jazz, wobei es bei der neuen Musik wieder anders ist, da improvisiere ich eigentlich leichter (...) weil es noch freier ist, weil man verschiedenste Spielmöglichkeiten, also keine Ahnung Flatterzunge, Mulitphonix, reinsingen, keine Ahnung, da kann man eben ganz viel ausprobieren und das ist oft nicht vorgeschrieben oder nur sehr grob vorgeschrieben, da kann man auch nicht wirklich etwas falsch machen, beim Jazz also wenn es jetzt noch nicht Freejazz ist, ist es doch noch ziemlich kompliziert harmonisch und so, da muss man sich schon ziemlich gut auskennen, dass das gut klingt und das war mir dann irgendwie zu aufwendig, also ich habe mich dann eben für Klassik entschieden ... weil mir geht es eben so, wenn ich etwas mache dann möchte ich es gescheit machen und nicht nur so halb. (Lea, Klarinette & Fagott)

Als dritten wichtigen Unterscheidungspunkt geben die Musikerinnen dieser Gruppe ihre musikalischen Tätigkeiten als Rückzugsmöglichkeit an.

> I: [...] wie war das in der Jugendzeit? Kindheit? war da Musik irgendwie wichtig? im Freundeskreis oder so?
>
> P: bei meiner Mutter war's sicher wichtig, im Freundeskreis, also wenn ich so an die Schulkollegen denke, nein, überhaupt nicht, nein, leider nicht, da war das nicht so... da war ich immer eher ein Bisschen allein unterwegs... aber für mich war's ganz, ganz wichtig... ich hab das sehr gern gemacht und es war für mich immer so ein Bisschen eine Rückzugsmöglichkeit, oder so etwas was ich kann, was andere nicht können [lacht], aus dem heraus ist das entstanden, das war so ein Bisschen eine Motivation, ich hab da etwas, was ganz cool ist, also das war sicher glaub ich ein Antrieb bei mir...
>
> I: und was waren sonst noch für Motivationen zu spielen?
>
> P: ja einfach der Erfolg auch... ja, wenn man etwas toll macht, das Lob, die Anerkennung, das bringt einen weiter, das war sicher, ganz klar, das war's... (Bernadette, Schlagwerk)

Wie aus dem vorigen Zitat schon hervorgeht, stellen das Streben nach Erfolg und Karriere und enormer Ehrgeiz das Hauptmerkmal zur Abgrenzung dieser Gruppe dar. Dies zeigt sich auch darin, dass sie ihre Arbeit oftmals auf formelle Ziele ausrichten.

> [...] was mir schon auch wichtig ist sind natürlich Erfolge, also oder Ziele wo man hinarbeiten kann (...) Ja, ich habe immer sehr gerne bei Wettbewerben gespielt, wobei ich das so gerne gemacht habe, weil ich meistens gewonnen habe. (Lea, Klarinette & Fagott)

Eine Unterscheidung gibt es noch innerhalb dieser Gruppe: Die Klarinettistin sieht ihre Weiblichkeit als eher vorteilhaft für ihre Karriere, während die Schlagwerkerin dies als nachteilig darstellt. Dies liegt unserer Analyse zufolge daran, dass erstere eine typische und zweitere eine atypische Frauenrolle einnimmt. Charakteristisch für diese Gruppe ist hier jedoch wieder, wie die Schlagwerkerin auf Hindernisse reagierte: sie versuchte noch besser zu

werden. So beschreibt sie zum Beispiel, dass sie am Anfang ihres Studiums nicht zu dem Professor in die Klasse durfte, zu dem sie wollte - dieser hatte sie abgelehnt, er wollte kein Mädchen in seiner Klasse haben. Erst als sich ihr enormer Fleiß und Ehrgeiz herumsprachen, durfte sie nochmals bei ihm vorspielen.

5.2.3 Ambitionierte Berufsmusikerinnen mit männlichem Habitus

Dieser letzte Typ wurde aufgrund einer Schlagwerkerin gebildet. Diese unterscheidet sich in ein paar Punkten ganz wesentlich von den übrigen ambitionierten Musikerinnen.
Wie die Schlagwerkerin der vorher beschriebenen Gruppe gibt sie auch an, oft mit Vorurteilen und Klischees konfrontiert zu werden, im Gegensatz zu dieser reagiert sie aber mit einer sehr schlagfertigen und humorvollen Art und Weise darauf.

> [...] also einen Spruch hab ich schon öfter gehört, (...) also genau diesen Satz: 'Für ein Mädl spielst gar nicht schlecht!', und meine Antwort da drauf ist: 'Ich spiel auch nicht schlecht für einen Mann!' (Kerstin, Schlagwerk)
>
> [...] 'werden sie in dieser Band diskriminiert?“, sag ich: 'klar, sonst würd ich da nicht mitspielen!' (Kerstin, Schlagwerk - bei einem Interview ihrer Band)
>
> [...] und da war halt einer und ja, und der hat uns halt interviewt [...] 'ja, was ist denn der Unterschied zwischen einem Mann und einer Frau in einer Band?', und ja, hab ich gsagt: 'das ist ganz klar, das ist die Geschichte mit den Eiern... (...) wenn jemand jetzt, sagen wir unser Gitarrist [...] spielt ein Gitarrenriff und das fährt so richtig schön dahin und das groovt, dann sagt man: ‚wow, das hat Eier!' so, ja, und der hat ja auch welche, das ist ja auch ein Mann und wenn ich jetzt einen Rhythmus spiel, einen Groove und das fährt, dann sagt man auch ‚das hat Eier', obwohl ich jetzt persönlich keine hab' (Kerstin, Schlagwerk)

Ihr Auftreten ist durch einen sehr männlichen Habitus gekennzeichnet, auch ihre Interessen sind klischeehaft männlich. So interessiert sie sich für Computer und Technik generell, ist handwerklich versiert und geht in ihrer Freizeit fischen. Auch weigert sie sich strikt dagegen als Feministin bezeichnet zu werden.

> [...] ich weiß nicht wie oft ich von Frauen schon gehört hab: ‚ja und du bist doch sicher Feministin und Emanze!?' und was weiß ich was, da sag ich: ‚ma bitte, hört's mir doch auf mit dem Scheiß!' – ‚ja, warum spielst du nur mit Männern?' – ich hab einmal in einer Frauenband gespielt, weil ich blöderweise nach einem Bier zuviel:‚ja okay, ich spiel halt mit!' gsagt hab, und die haben mich dann beim Wort genommen – nie wieder mach ich das!
>
> I: warum nicht?

> P: ja weil das eine Katastrophe ist, die meinen es reicht irgendwie nett auszuschauen und sich so da oben rauf zu stellen, also… gut, vielleicht bin ich jetzt unfair, aber bei denen war's, oder bei vielen Frauenbands ist mir schon aufgefallen, dass die einfach nicht gut spielen oder zu wenig üben oder halt andere Ansprüche an sich selber oder an die Musik stellen, wo ich sag, dass ist mir einfach zu wenig, weil da ist mir die Zeit zu schade. (Kerstin, Schlagwerk)

> [...] weil es gibt nichts schlimmeres, als einen Haufen Stuten-Bissiger-Weiber, da brauchen wir uns gar nichts vor zu machen, die Feinde sitzen im eigenen Lager. (Kerstin, Schlagwerk - über die Zusammenarbeit mit Männern bzw. Frauen)

Grundsätzlich zeichnet sie sich durch eine sehr selbstbestimmte Art aus, so gibt sie zum Beispiel an, mit vier Jahren schon den Wunsch geäußert zu haben, Schlagzeug zu spielen. Diese Charakteristik äußert sich auch in einem dominanten Auftreten, welches sie in ihrer Rolle als Schlagzeugerin gut ausleben kann.

> [...] dieses Durchsetzungsvermögen vom Klang her, und als Schlagzeuger, wenn ich merk die Jungs rennen mir davon, dann steig ich halt auf die Bremse und dann muss ein jeder mit, das geht gar nicht anders, als Bassist tut man sich da ein Bisserl schwerer. (Kerstin, Schlagwerk - über die Wahl ihres Instruments und die Rolle in der Band)

Passiv Musik zu hören interessiert sie nicht sonderlich, sie ist lieber selbst aktiv musikalisch tätig.

> [...] wenn du Mitten drin sitzt, also mitspielen ist viel lustiger, als es sich an zu horchen oder an zu schaun, also da bin ich überzeugt davon… also ich tät nie freiwillig in die Oper gehen, mir was anschaun! (...) wenn ich da nicht mitspiel, geh ich da nicht hin! Ich geh auch nicht gern auf Rock-Konzerte ehrlich g'sagt, weil ich den Kravall nicht vertrag. (Kerstin, Schlagwerk)

6 Fazit

Als letzten Teil unserer Arbeit möchten wir die wichtigsten Fragestellungen und Beobachtungen noch einmal herausarbeiten. Daher folgt nun an erster Stelle ein Vergleich unserer Ergebnisse mit denen einer quantitativen Studie von Siedenburg aus 2006. Darauf folgend werden die auffälligsten Beobachtungen unserer Analyse kurz zusammengefasst, um dann last but not least zu unserer anfänglich aufgeworfenen zentralen Fragestellung – zur Dominanz der männlichen Musiker - zurückzukehren.

6.1 Veränderung des Frauenanteils im Musikunterricht bis zum späteren Musiker – ein Vergleich mit den Ergebnissen Siedenburgs

Vergleicht man Unterrichtsklassen in Musikschulen stellt man fest, dass der Anteil der Frauen überdurchschnittlich hoch oder zumindest ausgeglichen ist. In Diskrepanz dazu steht jedoch der Anteil der Frauen, die später musikalisch aktiv werden und beispielsweise, wie in unserer Studie in Bands spielen oder als DJ tätig werden. Männer haben die Frauen zahlenmäßig überholt. Ich möchte versuchen einige mögliche Gründe hierfür mithilfe der quantitativen Studie von *Siedenburg* (2006) zusammenzufassen:

Frauen haben zwar in ihrer Kindheit mehr musiziert als Männer, d.h. sie haben erstens früher mit ihrem Instrumentalspiel begonnen und häufiger in der Schule oder in der Familie gespielt als Männer, aber Männer spielen wenn sie älter sind häufiger als Frauen. *Siedenburg* führt das im Wesentlichen auf 5 Punkte zurück, die sich zum Teil auch mit unseren Vermutungen und empirischen Ergebnissen decken.

Erstens haben Mädchen ein viel früheres Einstiegsalter in ihr Instrumentalspiel als Jungen. Die Entscheidung welches Instrument gespielt werden soll (oft wird für Mädchen Blockflöte ausgesucht), wird häufig von den Eltern weiblicher Schülerinnen getroffen. Der Lernweg wird in der Zukunft auch sehr oft beibehalten, was möglicherweise zu einer Hemmung des kreativen Potentials führt.[42]

Zweitens spielt die Instrumentenwahl eine wichtige Rolle. *„Wer ausschließlich Blockflöte spielt, wird aller Wahrscheinlichkeit auch nicht in einer Rockband aktiv werden"*[43]. *Siedenburg* spricht in diesem Zusammenhang von einer Folgeerscheinung geschlechtstypischer Instrumentenwahl.

Drittens gibt es geschlechtsspezifische Unterschiede im formellen und informellen Lernen. Gerade im populärmusikalischen Bereich ist es häufig der Fall, dass Musiker autodidaktisch aktiv sind und beispielsweise während der Proben improvisieren. Wie auch unsere Untersuchung gezeigt hat, werden Frauen seltener autodidaktisch tätig als Männer und haben im Gegensatz dazu häufiger Musikunterricht.

Viertens beschreibt *Siedenburg* den Einfluss der Formen des Musizierens, welches in einem engen Zusammenhang zum dritten Punkt steht. Mädchen haben häufiger Musikunterricht und lernen somit auch häufiger von Noten zu spielen. Diese Musizierform wird später beibehalten, was eine gewisse Fixierung auf das Spielen nach Noten manifestiert, welche eine spätere autodidaktische Tätigkeit um einiges erschwert.[44] Männer erlernen ihr Instrument häufig nach dem Gehör und haben mehr Schwierigkeiten beim Lesen von Noten.

Fünftens führt *Siedenburg* an, dass sich Geschlechtsunterschiede im Einfluss von Vorbildern ergeben könnten und verweist auf den Mangel an weiblichen Vorbildern für Frauen.

---

[42] vgl. Siedenburg 2006, S.98
[43] ebda, S.98
[44] vgl. Siedenburg 2006, S.100

6.2 Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse unserer Studie

Im Folgenden soll auf die wichtigsten Ergebnisse unserer Studien noch einmal eingegangen werden:
Obwohl Frauen gleich häufig ein Instrument spielen wie Männer, sind sie sowohl im Bereich der Rock/Pop Bands, als auch in der elektronischen Musikszene nach wie vor eine Minderheit. Von über 700 Befragten Bandmusikern waren nur rund 10% weiblich und auch die elektronischen MusikerInnen sind hauptsächlich männlich.
Neben dieser ungleichen Verteilung der Geschlechter lassen sich aber auch geschlechtsspezifische Unterschiede in Bezug auf die Instrumentenwahl und die Motive des Musikmachens festmachen. Männliche Schüler gaben an, sich in Bezug auf das Spielen eines Instrumentes eher durch Freunde und Medien beeinflussen zu lassen als weibliche Schüler. Eltern und Freunde hatten bei beiden Geschlechtern einen großen Einfluss.
Bei den 14 Musikerinnen, die wir anhand von Interviews zu ihren musikalischen Tätigkeiten befragten, gaben beinahe alle an, von den Eltern beeinflusst worden zu sein. Für die Musikerinnen, die eine klassische musikalische Karriere einschlugen, war der formelle Ausbildungsweg von prägender Bedeutung, während bei denen, die eher unkonventionellere Wege beschritten – DJanes oder Rockmusikerinnen – der Freundeskreis eine große Rolle spielte.
Im Hinblick auf die Instrumentenwahl haben sich Bass und Schlagzeug als „männerdominierte“ Instrumente herausgestellt, während Gesang und Blockflöte als weiblich klassifiziert werden können. In der elektronischen Musikszene kann man außerdem die eher konventionellere Methode der Turntables als bevorzugte Variante der Frauen bezeichnen, während Männer bedeutend öfter als Frauen auch Computer und Effektgeräte miteinbeziehen. Ein möglicher Grund für diese Tatsache könnte das fehlende Technikinteresse der DJanes sein, welches sich im Zuge unserer Befragung bestätigt hat. Weibliche DJanes haben weniger Interesse an der Technik als ihre männlichen Kollegen, gleichzeitig kennen sie sich, genauso wie die weiblichen Bandmusikerinnen, auch schlechter in der Technik aus als Männer.
In der Analyse der Interviews zeigte sich die Tendenz, dass je höher der professionelle Anspruch der Musikerinnen, desto geringer ist deren Interesse komponierend und improvisierend tätig zu sein. Die Ergebnisse ihrer kreativen Tätigkeiten scheinen ihrem enorm perfektionistischen Anspruch nicht zu entsprechen. Eine Ausnahme stellten hier die Musikerinnen mit einer unkonventionellen Rolle dar: diese zeigten sich in diesen Bereichen am engagiertesten. Auch die zwei DJanes, die wir interviewten, streben beide an, selbst Musik zu produzieren. Diese Gruppe der ambitionierten Hobbymusikerinnen hatte sich auch im Gegensatz zu allen anderen ihre Kenntnisse zumindest teilweise autodidaktisch angeeignet.
Bei den quantitativen Ergebnissen zeigt sich hier, dass Bandmusikerinnen und DJanes häufiger Musikunterricht hatten als ihre männlichen Kollegen und über bessere Kenntnisse über Noten verfügen, während Männer häufiger autodidaktisch tätig sind, also sich das Instrument selber beigebracht haben.

Ein weiteres Ergebnis unserer Studie ist, dass Frauen sich signifikant öfter an Bandaktivitäten beteiligen, sei es bei der Mitgestaltung von Texten oder bei der Auswahl von den Liedern. Dies mag aus ihrem höheren Sozialgefühl heraus entstehen. Damit einher geht ein weiteres Ergebnis, nämlich dass Frauen Werten wie Gemeinschaft und Freundschaft innerhalb einer Band eine wichtigere Rolle zuschreiben, als es Männer tun. Gleichzeitig, und das war für uns sehr überraschend, sind Frauen aber auch Werte wie Erfolg und Karriere wichtiger als ihren männlichen Kollegen.

6.3 Unsere Erklärung der männlichen Dominanz

An diesem letzten Punkt möchte ich noch einmal auf die zentrale Fragestellung, die schon in der Einleitung aufgeworfen wurde, eingehen: warum vor allem im populären musikalischen Betätigungsfeld von heute Frauen noch immer so stark unterrepräsentiert sind.
Nach wie vor erfolgt in sehr vielen Fällen auf die Neugierde von Buben die Reaktion des Umfeldes: „probier’s doch mal aus!“, während bei Mädchen doch eher auf Bedachtheit und eine vorsichtige Herangehensweise plädiert wird. - Unterstützt wird diese Annahme durch unsere Ergebnisse, dass Buben weit häufiger als Mädchen autodidaktisch tätig werden. - Dieser Umstand lässt Buben in der Regel mutiger werden, was zur Folge hat, dass diese sich selbstbewusster und flexibler in wenig formell geregelten Bereichen zurechtfinden. Und der Bereich der Popularmusik ist gerade ein solch „unsicheres“ Betätigungsfeld. Bei der Erfüllung des Wunsches OrchestermusikerIn zu werden steht jedem und jeder ein formell festgelegter Ausbildungsweg zur Verfügung, während der Weg zur DJane bzw. zum DJ oder zu einer Rock-Karriere in unserer Gesellschaft nur sehr schwach organisiert ist. Daher erscheint es plausibel, dass sich Mädchen hier zurückhaltender zeigen, da sie auch in anderen Bereichen dazu angehalten werden, sich auf „sicherem Boden“ zu bewegen. Sollten sie allerdings zu der Meinung gelangen, dass sie gut genug sind, um sich in diesem Bereich zu bewähren, zeigen sie sich karriere-orientierter als ihre männlichen Kollegen. - Diese Annahme wird auch durch die Ergebnisse unserer Online-Befragung unterstützt.
Weiters ergaben die Ergebnisse unserer Analysen, dass es einen direkten Zusammenhang gibt, zwischen Technik-Interesse und technischen Kenntnissen, und dass Männer sowohl mehr Interesse als auch bessere Kenntnisse in technischen Belangen aufweisen als Frauen. Es ist völlig gleichgültig, ob sich eine Violinistin für Ton-Technik interessiert oder nicht, die Qualität ihres Könnens wird dadurch nicht beeinflusst. Eine DJane, die sich nicht für technische Belange interessiert, wird allerdings keine gute DJane sein, und auch für eine Rock-Gitarristin ist es nicht unwichtig, sich zumindest ein paar technische Grundkenntnisse anzueignen. Somit scheint es auf der Hand zu liegen, dass sich diese starke Orientierung an der Technik negativ auf die Motivation von weiblichen Musikerinnen auswirkt.
Abschließend sei hier noch einmal zusammengefasst, dass wir im Gegensatz zu Siedenburg also auf der Grundlage unserer quantitativen und qualitativen Ergebnisse zu der Ansicht gelangt sind, dass die geschlechtsspezifische

Instrumentenwahl an sich nicht primär ausschlaggebend ist. Vielmehr sehen wir die wesentlichen Ursachen zum einen in der unterschiedlichen Sozialisation von Burschen und Mädchen und zum anderen in der starken Technologisierung populärer Musik begründet.

7 Literaturverzeichnis

Blankenburg, Elke Mascha: *Mit Mut und Phantasie. Frauen suchen ihre verlorene Geschichte*. Straßlach 2001 (4. Auflage).

Bloß, Monika: *…so spielen wie ein Mann – Oder: Weiblichkeit als Kulturbarriere? Eine Untersuchung mit Berliner Rockmusikerinnen*, aus: Zwischen Rausch und Ritual. Berlin 1994, S.70-79.

Broschüre der TU Graz: *Facts and Figures 2005,* Graz 2006 unter: http://portal.tugraz.at/portal/page?_pageid=75,884052&_dad=portal&_schema=PORTAL, am 02.06.2007

Broschüre der UNI Graz: *Facts and Figures 2005/06*, Graz 2006 unter: http://www.uni-graz.at/ains2www_facts.htm, am 02.06.2007

Bunz, Mercedes, 2005: *Frauen + Männer = Clubkultur*, in: De:Bug, Nr. 4, DEBUG Verlags GmbH, Berlin, S. 10-21, unter: http://www.sabotage.de/text/club/cont2.html, am 25.05. 2007.

fm4.orf.at/soundpark, am 14.02.2007

Haas, Gerlinde/Marx, Eva: *210 österreichische Komponistinnen.* Salzburg 2001.

Österreichische Jugendwertestudie, 2000.

McRobbie, Angela, *In The Culture Society. Art, Fashion and Popular Music*, London/New York 2003 (2. Auflage).

Niketta, Reiner; Volke, Eva: *Rock und Pop in Deutschland: Ein Handbuch für öffentliche Einrichtungen und andere Interessierte*. Essen 1994.

Pape, Winfried; Pickert, Dietmar: *Amateurmusiker: Von der klassischen bis zur populären Musik*. Frankfurt am Main 1999.

Plesch, Tine: *Frauen im Popbusiness*. in: testcard – beiträge zur popgeschichte. Mainz 2004, S. 24-32.

Rosenbrock, Anja,: *Frauen in Amateurbands. Eine empirische Untersuchung im Giessener Raum*. aus Rösing et al. (Hrsg): Populäre Musik im kulturwissenschaftlichen Diskurs. Karben 2000, S.91-107.

Siedenburg, Ilka, 2005: *„Früh übt sich…?, Geschlechtstypische Lernwege von Lehramtsstudierenden mit dem Unterrichtsfach Musik.* In: FZMw, Jg. 8, S 80-102, unter: http://www.fzmw.de, am 08.06. 2007.

Zötsch, Claudia: *Powergirls und Drachenmädchen – Weibliche Symbolwelten in Mythologie und Jugendkultur*. Münster 2003 (3. Auflage).

Herler M., Sackl S., Wiesenhofer H.

Die Entstehung einer Jugendmusikszene am Beispiel des Bezirks Voitsberg

Unsere Forschungsarbeit beschäftigt sich mit dem Boom der Jugendmusikszene im Raum Voitsberg. Während es 1998 etwa fünf Bands im Bezirk gab, die öffentlich auftraten, hat sich mittlerweile eine vitale Szene entwickelt die ungefähr 50 Bands fasst, welche im Raum Voitsberg sowie außerhalb Konzerte geben. Mit dieser Entwicklung ging die Entstehung von mittlerweile vier Jugendmusikvereinen einher, welche sich die Förderung dieser Bands zum Ziel setzten, indem sie versuchen Proberäume für einzelne Bands zu finden, Auftrittsmöglichkeiten anbieten und Internetforen zum gegenseitigen Austausch oder zur Suche nach neuen Bandmitgliedern zur Verfügung stellen. Seit dem Jahre 2002 findet auch alljährlich ein Musikfestival statt, das sich steigender Beliebtheit erfreut und sich über Kartenverkäufe selbst finanziert.

Grundsätzlich kann die Jugendmusikszene des Raumes Voitsberg in drei Subszenen unterteilt werden: Die Modszene (bzw. Britpopszene), die Punkszene und die Heavy-Metal-Szene. Jede dieser Szenen umfasst sechs bis acht Bands, welche sich untereinander austauschen. Sie sind daher nicht so abgeschlossen, wie es in Großstädten meist der Fall ist. Neben diesen drei Szenen gibt es auch noch Bands aus anderen Genres wie Rock, Grunge, Funk, Austropop und vieles mehr. Vor allem die Interaktion zwischen den einzelnen Bands und Genres bzw. Szenen wird im Folgenden interessant sein.

Eine wichtige Vorraussetzung für eine belebte Jugendmusikszene sind mögliche Auftrittsorte, welche im Bezirk Voitsberg in den letzten Jahren ebenfalls zugenommen haben. Vor wenigen Jahren noch boten nur die Jugendzentren der größeren Orte, wie das JUKO Köflach oder das JUZ Bärnbach Auftrittsmöglichkeiten. Mit dem Boom der Bands wurden jedoch auch einige Lokalbetreiber auf die wachsende Szene aufmerksam und etablierten regelmäßige Konzertabende. Zu nennen wären hier die Lokale *Shakespeare* und das *Up & Town* in Voitsberg, der *Mad Club*, das *Casa Verona* und das *Café Ohm* in Bärnbach, sowie der *Reinischkeller* in Köflach. Auch das *Alte Tonkino* in Bärnbach konnte erfolgreich wieder belebt werden und bietet für bis zu 500 Besucher ausreichend Platz.

Ziel dieser Forschungsarbeit war es, jene Faktoren zu ermitteln, welche zu dieser Entwicklung beigetragen haben. Zu diesem Zweck wurden zahlreiche Interviews mit Band- und Vereinsmitgliedern sowie mit Mitarbeitern von Jugendinstitutionen durchgeführt. Außerdem wurden Konzerte besucht, um ein genaueres Bild der Szene zu erhalten und die Interaktionen zwischen Bands und Publikum beobachten zu können. Zusätzlich wurde der Inhalt von Band- und Vereinhomepages einer Analyse unterzogen. Dadurch war es uns möglich, einen guten Einblick in die Entstehungsgeschichte und die aktuellen Strukturen der Musikszene im Bezirk Voitsberg zu bekommen.

1 Dimensionen der Untersuchung

1.1 Die Bands

Im Zentrum der Studie stehen die einzelnen Bands, welche die Basis der Szene bilden. Hierbei sind einerseits deren innere Motivation sowie die Ambitionen der Bandmitglieder von Interesse, andererseits auch deren Kontakte innerhalb der Jugendmusikszene, also zu anderen Bands, den Fans, den Jugendmusikvereinen etc. Beachtung wird auch der Präsentation der Bands nach Außen geschenkt. Da vor allem das „Styling“ und die Kleidung symbolhaft gesehen und untersucht werden können, ist es möglich, daraus Schlüsse auf die Zugehörigkeit zu einem Genre zu ziehen. Wichtig ist außerdem zu erfahren, wie sehr sich die Mitglieder einer Band mit der Gruppe bzw. Szene identifizieren und welchen Stellenwert die jeweilige Band für sie hat, d. h. ob musikalische Ambitionen oder gar kommerzieller Erfolg als Motive für eine Bandgründung dominieren oder der Spaß am Musizieren mit Freunden eher im Vordergrund steht. Es besteht die Annahme, dass bei erfolgreichen Bands eine Kombination aus Erfolgsorientiertheit und Freundschaft vorliegt. Diese Vermutung kann mit der Interaktionsanalyse von Bayles gestützt werden. Bayles hat dabei herausgefunden, dass bei der Interaktion in kleinen (Arbeits-)Gruppen mit 5-6 Personen, welche gut funktionieren und erfolgreich sind, instrumentelle Phasen von emotional-entspannenden Phasen abgelöst werden. Das heißt, innerhalb einer Band sind emotionale Aspekte, wie die freundschaftliche Beziehung zwischen den Mitgliedern genauso wichtig für den Erfolg wie die Leistungsmotivation.[1] Relevante Aspekte sind auch die öffentliche Verbreitung bzw. die Selbst-Präsentation im Internet (Homepages), sowie Zeitungsartikel und Artikel in Musikmagazinen und anderen Medien sowie eigene CDs und DVDs der Bands.

Im Rahmen unserer Studie führten wir auch eine Inhaltsanalyse von Bandhomepages durch. Hierbei wurde besonders auf jene Daten geachtet, die Rückschlüsse auf die Interaktion der Bands mit den Fans bzw. der Szene erlauben, wie z. B. Foren, Gästebücher oder Links. Ferner wurden von der Professionalität der Homepages Rückschlüsse auf die Professionalität der Bands bzw. deren Erfolgsmotivation geschlossen.

Die Jugendmusikszene des Bezirks Voitsberg kann in drei große Gruppen unterteilt werden: In die Gruppe der Mods, der Punks und der Heavy-Metal-Fans. Um diese drei Gruppen klar auseinander halten zu können, werden im Folgenden auf der Basis von Literatur zur Jugendmusikforschung die Grundcharakteristika aller drei Gruppen kurz dargestellt:

(1) *Die Mods*: Die jugendliche Subkultur der Mods ist in den Sechzigern in Großbritannien entstanden. Sie waren die Ersten, die Elemente aus dem Stil westindischer Immigranten übernommen haben. Der Mod war ein typischer Dandy (= Schönling) der Arbeiterklasse und achtete dabei vor allem auf kleine Details. *„Er definierte sich durch den Winkel seines Hemdkragens, durch den präzise bemessenen Schlitz seines maßgeschneiderten Jacketts oder die Form seiner handgearbeiteten Schuhe. […] Arbeit war unbedeutend, nebensächlich; Eitelkeit und Arroganz waren erlaubte, ja sogar erwünschte Eigenschaften.“*[2] Zu ihrer Kleidung gehören nach wie vor konservative Anzüge in respektablen Farben sowie der Parka. Wichtige Attribute sind vor allem die Vespa und der Union Jack.[3] Ihr musikalischer Stil ist beeinflusst von der Beatmusik der Sechziger (z.B. *The Beatles*), welche unter dem Begriff Britpop in den 1990er Jahren einen Wiederaufschwung erlebt hat (wichtige Bands u.a.: *Blur, Oasis*). Heutige bekannte Britpop-Bands sind u. a. *Mando Diao* und *Sugarplum Fairy*. Der Begriff Britpop wird hier in einem sehr weiten Kontext verwendet und umfasst auch mit dem Britpop verwandte Genres wie den Indie-Pop und den Garage-Rock.

(2) *Die Punks*: Um die Mitte der siebziger Jahre wurde die Rockmusik in Großbritannien vom so genannten *Glam Rock* dominiert, dessen Kennzeichen u. a. Arroganz, Eleganz und die Weitschweifigkeiten des Superstar-Lebens waren. Eine Gegenbewegung dazu bildete die Punk-Bewegung, welche eher durch den Arbeiterlook, Gammeligkeit und Derbheit gekennzeichnet war. Die Kleidung der Punks ist durchzogen von Löchern und Schmutz, wichtige Accessoires sind Ketten, Sicherheitsnadeln, Springerstiefel und Ledergurte, sowie eine raubeinige Gassensprache. Ein wichtiges Merkmal ist außerdem die Irokesenfrisur. Punks erheben meist den Anspruch eine wichtige politische Meinung zu haben, die auch in vielen Texten von Punk-Bands zu finden ist. Auf der anderen Seite wird die Regierung und Politik oft verhöhnt und jede Zugehörigkeit zur „Britishness“ abgelehnt. Ein gutes Beispiel dafür die ist die Verunglimpfung der britischen Bundeshymne durch die *Sex Pistols* („God shave the Queen“). Neben den *Sex Pistols* zählen noch *The Clash* und *The Ramones* zu den Urvätern des Punk. Im Laufe der Zeit wurde die Musik der Punks durch Bands wie Die Toten Hosen und Die Ärzte im deutschen Raum sowie *Green Day* und *The Offspring* im amerikanischen Raum in den Mainstream aufgenommen.[4]

(3) *Die Metaler*: Rockmusik im Allgemeinen wurde ursprünglich von Männern wie von Frauen als eine neue, befreiende Artikulationsform der Sexualität erlebt. Heavy Metal ist eine Bezeichnung für eine Spielart der Rockmusik, mehr noch aber für einen in Verhalten und Kleidungsstil resonierenden Jugendstil, dessen Erscheinungsbild unter anderem durch das Bedeutungsmuster einer besonderen Auffassung von Maskulinität geprägt ist. Zum typischen visuellen Erscheinungsbild gehörten zu Beginn dieser Subkultur eng anliegende schwarze Lederhosen, Lederjacken wie auch T- oder Muskelshirts, welche Schultern und Oberarme betonen. Die Oberbekleidungsstücke waren

[1] vgl. Bales 1972

[2] vgl. Hebdige 1983, S. 27
[3] vgl. Hebdige 1983, S. 16-19
[4] vgl. Hebdige 1983, S. 39

mit auffälligen Rückenaufnähern, Ansteckern, Flaggen etc. versehen. Ein wichtiges Kennzeichen der Metaler waren früher wie heute ihre langen, offen getragenen Haare. Hinzu kommen Accessoires wie nietenbeschlagene Gürtel oder Armbänder, Handschuhe und Stiefel, die dem Military-Look entnommen worden sind. Kleidung hat Darstellungsfunktion und es lassen sich auch bezogen auf die bevorzugte Kleidung der Metaler bestimmte Funktionen bestimmen wie ritterliche Männlichkeit, sexuelle Reife, aggressive Dominanz, demonstrative Macht, Uniformität, Prahlerei.[5] Als Begründer des Heavy Metals gelten Bands wie *Black Sabbath* und *Iron Maiden*. Heute gibt es eine differenziertere Heavy-Metal-Szene, mit vielen Sub-Stilen wie Speed Metal, Black Metal, Nu Metal, Death Metal oder Thrash Metal; zu den bedeutendsten Bands zählen u. a. *Slayer, Metallica* und *Sepultura*. Auch der Kleidungsstil hat sich im Laufe der Zeit verändert und die Sub-Stile unterscheiden sich voneinander. Eine Gemeinsamkeit ist aber sicherlich die schwarze Kleidung sowie weite Hosen, meist im Military-Look, welche der Subkultur der Skater entnommen wurden.

Ein Ziel dieser Untersuchung ist, inwiefern die ursprünglichen Merkmale der einzelnen Subkulturen auch im Bezirk Voitsberg vorkommen bzw. wie sie sich davon unterscheiden. Des Weiteren werden die Interaktionen zwischen den Bands, zwischen den Vereinen sowie zwischen den Bands und den Vereinen untersucht.

1.2 Die Vereine zur Förderung der Musikkultur

Ein besonderes Merkmal der Voitsberger Jugendmusikszene stellt die Existenz von vier Jugendmusikvereinen dar, die sich zum Ziel gesetzt haben, die heimischen Bands auf unterschiedliche Weise zu fördern. In diesem Forschungsbericht wird daher versucht herauszufinden, wie stark diese Vereine zum Boom der Bands beigetragen haben, was die persönlichen Ziele der Vereinsmitglieder und insbesondere der Vereinsgründer sind und in welchem Ausmaß sie öffentlich subventioniert werden. Es soll untersucht werden, ob die Beziehungen zwischen den Vereinen auf gegenseitiger Kooperation bzw. Freundschaft beruht, oder ob ein Konkurrenzdenken vorherrschend ist und inwieweit diese Beziehungen Auswirkungen auf die Szene haben. Es besteht die Annahme, dass die Existenz dieser Vereine eine zentrale Rolle für das Entstehen des Booms der Bands spielt, da es sich hierbei um ein sehr spezielles Merkmal des Raums Voitsberg im Vergleich zu anderen Bezirken handelt.

1.3 Das Publikum/die Fans

Ein weiterer Bereich unserer Studie beschäftigt sich mit dem Publikum bzw. den Fans. Mit Hilfe der teilnehmenden Beobachtung bei Konzertabenden sowie Interviews wird eine Beschreibung der Konzertbesucher erstellt. Dabei

[5] vgl. Binas 1992, S. 96-112

werden die drei Szenen Britpop, Punk und Heavy Metal getrennt betrachtet und untersucht, in wieweit diese Szenen eine abgeschlossene Fangemeinde besitzen oder inwieweit das Publikum einer Szene auch anderen Genres offen gegenüber steht. Ebenfalls in Erfahrung gebracht werden soll, wie bedeutend eine organisierte Fangemeinde für den (kommerziellen) Erfolg einer Band ist, und inwiefern diese die Band prägen bzw. wie sehr sich die Fans mit der Band, ihrer Musik und ihren Texten identifizieren. Auch hierbei spielt die Analyse der Webforen und Internetgästebücher eine besondere Rolle. Daneben wird die Interaktion zwischen dem Publikum und den Bands in die Analyse miteinbezogen.

1.4 Rahmenbedingungen des Booms der Musikszene

Damit sich eine derart boomende Musikszene entwickeln kann, wie dies im Bezirk Voitsberg der Fall ist, müssen auch entsprechende Rahmenbedingungen gegeben sein. Notwendig ist dabei ein Interesse von Seiten der Öffentlichkeit an der Aufrechterhaltung bzw. Unterstützung einer Jugendmusikszene. Es soll untersucht werden, inwieweit die Gemeinden des Bezirks Voitsberg einen Teil ihres Budgets nutzen, um den musikbegeisterten Jugendlichen die Möglichkeit zu geben, Proberäume zu benutzen, ihnen Auftrittsmöglichkeiten zu bieten und sie bei der Konzertorganisation finanziell zu unterstützen. Dieser Bereich umfasst die allgemeine Kulturpolitik im Jugendsektor inklusive der Subventionspolitik. Auch wenn Proberäume häufig privat vorhanden sind (z. B. Garagen, Kellerräume usw.), spielt vor allem die Gelegenheit für Auftritte eine große Rolle, um den Bekanntheitsgrad zu erweitern. Veranstaltungen dieser Art sind aber im privaten Rahmen schwer möglich. Daher wird davon ausgegangen, dass es ohne die Jugendmusikvereine und allgemeine finanzielle Unterstützung von außen nicht so leicht möglich ist, eine belebte Szene zu schaffen und zu erhalten.
Zusätzlich wird auch die geografische Lage des Bezirks zu den Rahmenbedingungen gezählt. Es wird angenommen, dass die relative Nähe zu Graz eine wesentliche Rolle bei der Gründung von Jugendmusikgruppen spielt. Die Entfernung von ca. 35 km ermöglicht den Jugendlichen ohne allzu großen Aufwand, an Konzerten ihrer Vorbilder teilzunehmen und dennoch ist die Distanz groß genug um eine eigene Szene ins Leben rufen zu wollen. Ferner ist anzumerken, dass der Bezirk Voitsberg ungefähr 50.000 Einwohner hat, wovon etwas 30.000 auf die drei Städte Voitsberg, Köflach und Bärnbach entfallen; diese bilden auch das Zentrum der Jugendmusikszene.

2 Grafische Darstellung des Forschungsdesigns

Ausgehend von der Annahme, dass zahlreiche Aspekte eine Rolle spielen um das Entstehen einer lebendigen Musikszene zu unterstützen, besteht die Überlegung wie diese einzelnen Faktoren miteinander verknüpft sein könnten. Die folgende grafische Darstellung beschreibt diese Rahmenbedingungen und zeigt mögliche Wechselbeziehungen. Sie besteht aus einer Mischung von Vorüberlegung und Ergebnisdarstellung.

Die großen Eckpfeiler eines Szenebooms stellen die Infrastruktur, der Erfolg von einzelnen Bands sowie das Vorhandensein von Bands und Fangemeinden/Publikum im Allgemeinen dar. Im Bezirk Voitsberg werden dabei vor allem Bands aus den drei Genres Heavy Metal, Britpop und Punk mit den jeweiligen Musikerbezeichnungen Metaler, Mods und Punks untersucht. Die Gemeinsamkeit dieser drei Musikrichtungen sehen wir in der „Gitarrenlastigkeit“, das heißt alle drei Genres stehen in Verbindung mit dem Instrument E-Gitarre und der Rockmusik im Allgemeinen. Somit ist eine Interaktion zwischen den einzelnen Genres möglich und eine Person könnte rein theoretisch auf Grund der ähnlichen Bandkonstellationen hinsichtlich der Instrumente sowohl in einer Punk-, Heavy Metal- als auch in einer Britpopband spielen. Dieser Austausch wäre mit anderen Genres wie Hip Hop oder Techno nur schwer realisierbar, da diese Genres andere bzw. keine Instrumente verwenden und sich auch hinsichtlich des Stils und der verwendeten Zeichen sehr von den gitarrenlastigen Genres unterscheiden.

Wir nehmen außerdem an, dass der Erfolg einzelner Bands unter anderem durch Gruppenkohäsion und Authentizität zustande kommt. Damit meinen wir, dass einerseits ein Zusammenhalt zwischen den einzelnen Mitgliedern einer Band bestehen muss um erfolgreich zu sein und andererseits die Band nach außen hin ihre Einstellungen auf eine ehrliche Art und Weise präsentieren muss. Dies betrifft sowohl die gespielte Musik (eigene Songs werden hierbei höher bewertet als Cover-Versionen) wie auch das Aussehen, die Kleidung, das Auftreten und das „Image“ einer Band.

Ferner spielen Vorbilder und Idole eine wichtige Rolle, damit sich eine Band daran orientieren kann und Motivation findet, um Musik zu machen und dafür Freizeit und Geld zu investieren. Eine positive Konkurrenz zwischen verschiedenen Bands kann als Antrieb gesehen werden und die Szene beleben. Außerdem ist es für jede Band wichtig, bei Auftritten Fans zu gewinnen, um sich unter den anderen Bands hervorheben zu können. Aber auch ein gewisses freundschaftliches Verhältnis zwischen den Bands kann wichtig für eine aktive Musikszene sein, da man gemeinsam bessere Konzerte u. ä. organisieren kann als alleine.

Eine vorhandene Infrastruktur ist notwendig, um den Bands organisatorische Angelegenheiten zu erleichtern. Den größten Beitrag dazu leisten engagierte Einzelpersonen, die sich zur Aufgabe gemacht haben, Bands zu unterstützen, indem sie Vereine gründeten. Diese offiziell organisierten Gruppen bieten Auftrittsmöglichkeiten für Bands, stellen Proberäume zur Verfügung und helfen den Bands bei der Promotion für einzelne Konzerte. Diesen Einzelpersonen bzw. Vereinen ist es auch möglich, die Aufmerksamkeit der öffentlichen Kulturpolitik und öffentliches Engagement zu wecken.

Weitere Bestandteile der Infrastruktur sind das Marketing (Vermarktung und Verkauf von CDs, Band-Shirts und Artikel mit dem Logo der Band), das Publikum (Fans und eventuell Fanclubs) und eine gewisse „Zeitgeistkorrespondenz“. Letzteres beschreibt eine mögliche Reaktion einer Band auf ihr Publikum: Songs, die dem Publikum bei Konzerten gut gefallen, werden auch weiterhin von der Band gespielt werden. Hingegen werden Songs, die beim Publikum keine besonderen Reaktionen zeigen, eventuell aus dem Live-Programm herausgenommen.

Es ist aber nicht nur die Interaktion zwischen Publikum und Band, die eine lebendige Musikszene fördern kann, sondern auch die Interaktion zwischen den Bands bzw. zwischen den Jugendmusikvereinen sowie sonstigen Jugendinstitutionen. Alle diese Beziehungen tragen dazu bei, dass eine Musikszene als ein weitläufiges Geflecht an Kontakten angesehen werden kann.

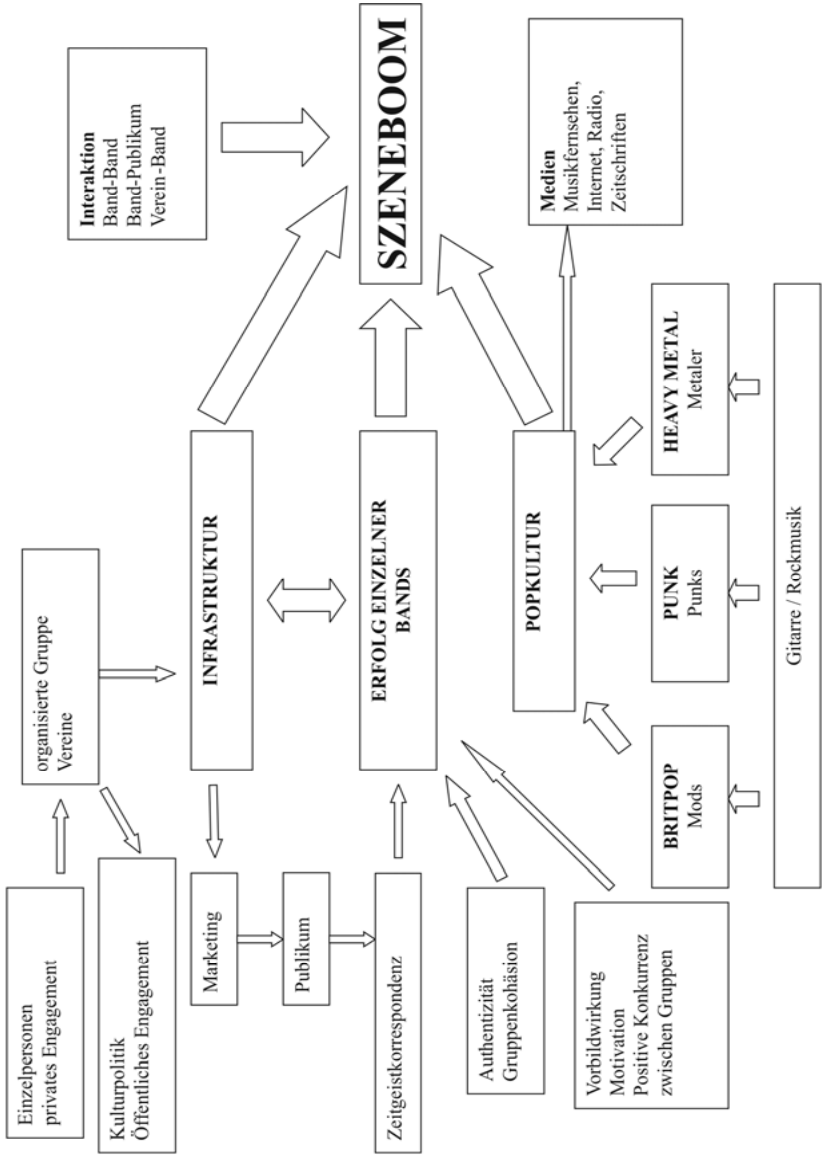


Abbildung 1: Forschungsdesign

3 Ergebnisse

Alle mit den Bands durchgeführten Interviews wurden nach der Transkription einer Analyse nach Leitfaden unterzogen. Damit wurde es möglich, die wesentlichsten Punkte der Interviews zusammenzufassen und eventuelle Gemeinsamkeiten und Unterschiede der verschiedenen Interviewpartner hervorzuheben. Bei der Auswertung stand immer das Ziel der Erhebung im Vordergrund, nämlich die primären Gründe, die zur Entstehung einer vitalen Jugendmusikszene beigetragen haben bzw. ständig beitragen, näher in Erfahrung zu bringen.
Der Interviewleitfaden befasst sich mit folgenden thematischen Schwerpunkten:
Geschichte der Band und die musikalische Entwicklung ihrer Mitglieder:

- (Erster) Kontakt mit dem Musikinstrument, Rolle der Musikschule;
- Persönliche Motivation in einer Band zu spielen;
- Form des Zusammenkommens (Freundeskreis, Internetforen etc.);
- Stilrichtung der Band;
- Konzerte; bisherige CD-Veröffentlichungen etc.;
- Ziele der Band;
- Vorbilder der Band.

In Bezug auf die „Außenkontakte“ der Bands wurden die folgenden Bereiche thematisiert:

- Form und Häufigkeit des Kontakts mit anderen Bands, insbesondere mit Bands aus dem Bezirk Voitsberg;
- Kontakt mit Vereinen, Lokalbesitzern, sowie Kulturbeauftragten/Politikern usw.;
- Form der Unterstützung durch die Vereine bzw. durch die Kulturpolitik;
- Kontakt mit Publikum/Fans;
- Kontakt und Beschreibung der unterschiedlichen Musikszenen welche im Bezirk anzufinden sind.

3.1 Bands

Bei der Auswahl der Bands für die Interviews wurde auf das Kriterium der Dauer ihres Bestehens geachtet. Da ältere Bandmitglieder mehr Erfahrung haben und auch mehr über die Geschichte der Szene erzählen können, wurden für die Erhebung vor allem Bands interviewt, die mindestens fünf Jahre existieren. Um das Spektrum zu erweitern, wurden aber auch einige jüngere Bands interviewt.
Die Anzahl der Bandmitglieder schwankt je nach Besetzung zwischen drei und fünf Mitgliedern, wobei die Besetzung gelegentlich wechselt und es vorkommen kann, dass ein Musiker bereits bei mehreren Bands Mitglied war oder zeitgleich Mitglied in mehr als einer Band ist. Auch der Bandname wird auf Grund von neuen Bandkonstellationen öfters geändert, weswegen es

häufig schwierig ist, den Überblick über die Szene zu bewahren. Der Musikerwechsel an sich bzw. die „Doppelmitgliedschaft“ stellen für die einzelnen Mitglieder meist kein Problem dar und dies zeigt, dass grundsätzlich eine Interaktion zwischen den Bands sowie ein freundschaftliches Miteinander gegeben sind. Ein Bandmitglied dazu: *„Die Szene im Bezirk ist lebendig. Viele Leute haben kurzfristig bei der einen oder anderen Band mitgespielt und haben dann gewechselt. Vor allem die Bands mit denen ich aufgewachsen bin, die es jetzt alle nicht mehr gibt, da hat jeder mit jedem irgendwann einmal zusammengespielt eigentlich“*. Interessant dabei ist, dass der Wechsel eines Mitglieds auch zwischen den drei Genres ohne Probleme möglich ist.
Bei fast allen befragten Bands stellte sich heraus, dass unter den Mitgliedern bereits vor der Gründung der Band eine Freundschaft bestand, und dies ein wesentlicher Faktor für den Zusammenhalt der Gruppe ist. Auch wenn gelegentlich Musiker ausgetauscht werden oder zwischen den Bands wechseln, die Freundschaft bleibt in vielen Fällen trotzdem erhalten. Geprobt wird allgemein nicht öfter als ein Mal in der Woche, wobei grundsätzlich die Meinung besteht, dass gerne öfter geprobt werden würde. Die Meinung eines Bandmitgliedes zu diesem Thema: *„Aufgrund von Studium und beruflicher Tätigkeit ist eine Professionalität einfach nicht gegeben, dass wir weiterkommen würden, aber wir proben in letzter Zeit wieder häufiger, um auch die eigenen Lieder spielen zu können, weil das ist meistens viel schwieriger als irgendwelche Covers (lacht)“.* Dennoch nehmen sich immer wieder alle Mitglieder einer Band die Zeit, um gemeinsam für Auftritte zu proben. Auch wenn dadurch vor allem in der Phase vor Konzerten durch die gesamte Organisation und das Drucken von Plakaten und Flyern Stress für die Mitglieder entsteht: *„[…] aber keiner sagt, dass wir das tun müssen (lacht), wir machen es ja freiwillig“.*
Die Songs entstehen bei fast allen Bands in Arbeitsteilung, d. h. dass meist eine Person die Texte erstellt und die Musik von einer oder mehreren Personen dazu geschrieben wird. *„Wir schauen meistens, dass es als Erstes a gute Musik gibt und dann wird a Text dazugeschrieben oder es gibt an guten Text, dem halt noch die Musik fehlt, kommt drauf an“.* Nur in einzelnen Fällen entstehen die Songs in einer Art „Jam-Session“, wo im Vorhinein nichts geplant ist und einfach drauflos gespielt wird.
Interessant und für uns überraschend ist, dass der Großteil der Bandmitglieder Unterricht an einer öffentlichen Musikschule oder Privatunterricht genommen hat. In den meisten Fällen waren es traditionelle Instrumente wie Hackbrett, Ziehharmonika und Blockflöte, die von Grund auf erlernt wurden. Meist im Alter von 13-15 Jahren wurde dann mit typischen Rockband-Instrumenten wie Schlagzeug, Bass- oder E-Gitarre begonnen, aber auch diese Instrumente wurden häufig an einer Musikschule erlernt bzw. nach autodidaktischem Beginn mit Hilfe eines Lehrers perfektioniert. Die einzige Ausnahme sind die Sänger einer Band, die meist keinen Unterricht genommen haben. Wenn man dies mit gängigen Studien wie die von Ilka Siedenburg vergleicht, stellt dieses Ergebnis eine Besonderheit dar, denn Siedenburg hat herausgefunden, *„dass im Bereich der Populären Musik überwiegend autodidaktisch oder informell gelernt wird, während in der Europäischen Kunstmusik formale*

Unterrichtsmethoden den Regelfall bilden".[6] Inwiefern unser Ergebnis zur Entstehung einer belebten Jugendmusikszene beiträgt, konnte aber in unserer Untersuchung nicht näher herausgefunden werden.

Zum Großteil sind die Bands im Bezirk Voitsberg sehr professionell organisiert. Sie haben häufig öffentliche Auftritte, besitzen informationsreiche, gut aufgebaute Homepages, bieten häufig Merchandise-Artikel und eigene CDs an. Dabei ist anzumerken, dass die Bereitstellung von Informationsmaterial im Internet und die Produktion eigener Aufnahmen häufig durch „Spezialisten" im Freundeskreis ermöglicht wird, die das entsprechende Know How und die notwendige Ausrüstung (Mischpult, Mikrophone, etc.) besitzen. Besteht keine professionelle Organisation einer Band, so liegt dies meist daran, dass die Motivation der Band in diesem Fall einzig und allein der Spaß am Musik machen ist. Es ist in diesen Fällen dann nicht geplant, einmal von der Musik leben zu wollen. Dazu ein Bandmitglied: *„[…] aber unsere Band, die kann man nicht mit den Professionelleren vergleichen, weil wir spielen halt einfach, wenns uns Spaß macht".*

Nationale Vorbilder gibt es meist keine. Sind internationale Vorbilder vorhanden, so orientieren sich die Bandmitglieder weniger an der Musik als an der Bühnenshow oder am Konzept der Band. Dazu ein Bandmitglied: *„So richtige Vorbilder haben wir keine, aber ‚Rammstein' und ‚Slipknot' sind hier schon zu nennen, aber eher wegen der supergeilen Bühnenshow, nicht wegen der Musik".* Nur wenige Bands hatten bereits Auftritte in Radio und Fernsehen, und wenn, dann in den Sendestationen des Bezirks. Meist wird im Vorhinein von Konzerten in Lokalzeitungen berichtet oder kurze Interviews bei Sendern wie Radio Soundportal gegeben. Der Bekanntheitsgrad vieler Bands im Bezirk ist innerhalb der Szene sehr groß, so wurden bei allen Befragungen zahlreiche Namen von Bezirks-Bands genannt. Drei Bands wurden hierbei besonders häufig genannt und werden indirekt oft als Vorbilder hinsichtlich des Erfolgs gesehen. Diese drei Bands waren bei Bandwettbewerben auch außerhalb des Bezirks in der vergangenen Zeit vertreten und haben dabei sehr erfolgreich abgeschnitten.

Die Beziehung zu den anderen Bands aus anderen Genres ist selten freundschaftlich, aber es besteht auch kaum Konkurrenzdenken. „Es gibt echt wenig ‚Konkurrenzfeeling', vor allem bei unserer Band gibt es kaum eine vergleichbare Band mit einer ähnlichen Musikrichtung in unserem Alter und in unserer Region, daher fällt dann die Konkurrenz auch weg". Bei Bands aus dem gleichen Genre ist teilweise eine positive Konkurrenz vorhanden, d. h. man respektiert sich und ist meist auch befreundet, aber dennoch versucht man die anderen Bands stilistisch oder durch das Aufnehmen einer CD u. ä. zu übertrumpfen. Im Großen und Ganzen findet aber ein friedliches Nebeneinander der einzelnen Bezirks-Bands statt.

Auch die Einstellung zu den Vereinen ist grundsätzlich positiv, wobei einzig und allein die Streitereien zwischen den Vereinen als negativ angesehen werden. Die Existenz der Vereine an sich wird als unterstützend und für die Musikszene als belebend gesehen. Dazu ein Bandmitglied: *„[…] das mit den Vereinen, das ist schon okay, weil so Konzerte auf die Füße gestellt werden,*

[6] Siedenburg 2005, S. 89

die in diesem Ausmaß wohl nicht zustande kommen würden". Anzumerken ist, dass die Existenz der Vereine von einigen Bands auch sehr negativ bewertet wird; den Vereinsmitgliedern wird dabei vorgeworfen, dass sie nur für das eigene Ego und Ansehen im Bezirk Konzerte veranstalten. Dazu eine Band: *„Die Vereine im Bezirk sind echte Pseudo-Scheiße! Die mischen sich nur in Angelegenheiten ein, die nur die Bands was angehen".* Aus den Interviews geht hervor, dass solche Meinungen auf Grund von schlechten persönlichen Erfahrungen dieser Bands mit den einzelnen Vereinen entstanden sind und eher die Ausnahme als die Regel darstellen. Positiv wird hinsichtlich der Vereine gewertet, dass die Vereinsmitglieder oft nicht älter sind als die Mitglieder der Bands. *„Das Positive an den Vereinen im Bezirk ist, dass es von Gleichaltrigen gemacht wird und so der Kontakt einfach besteht, es ist freundschaftlich weil du die ganzen Leute einfach schon besser kennst. Die sind dann meistens auch selbst Musiker oder DJs und sind in der Szene drin und haben dann eine Ahnung von der Musik und von der Szene".* Dennoch wurde häufig angemerkt, dass es bereits zu viele Vereine gibt, die ein Übermaß an Auftrittmöglichkeiten bieten, so dass bei vielen Konzerten qualitativ schlechte Bands die Möglichkeit haben aufzutreten, was nicht Sinn und Zweck dieser Konzerte sein sollte. Die gängige Meinung ist, dass weniger Konzerte besser wären und dafür eine höhere Qualität garantieren würden. Ferner ist ein Übersättigungsprozess festzustellen und viele geben an, dass es aus Zeit- und Geldgründen nicht mehr möglich ist, alle Konzerte im Bezirk zu besuchen.

Alle befragten Bands hatten ein breites Wissen über die Szene des Bezirks, was sowohl Vergangenheit als auch die gegenwärtige Situation betrifft. Fast immer wurden die drei hauptsächlich vorhandenen Genres Metal, Punk und Britpop genannt, gelegentlich wurde Britpop auch als „Alternative Music" bezeichnet. Ersichtlich ist bei den gespielten Genres ein Trend in Richtung Punk, dazu ein Bandmitglied: *„So wie ich das mitbekomme, ist es hauptsächlich der Punk, der jetzt im Anwachsen ist, was mich persönlich ein bisschen stört, weil das ist überhaupt nicht mein Geschmack, aber davon gibts ziemlich viel momentan."* Zu der Feststellung, dass es im Bezirk Voitsberg sehr viele Mods zu geben scheint, meinte ein Bandmitglied: *„Die Mods hat es bei uns im Bezirk schon immer gegeben, in Graz ist das kaum, das ist vor allem bei uns heraußen vertreten".*

Erwähnenswert ist der relativ geringe Kontakt zu Kulturbeauftragten, eher noch zur eigenen Gemeinde zwecks Auftrittsmöglichkeiten, Sponsoring, etc. Dies zeigt, dass grundsätzlich ein Interesse an der Unterstützung der eigenen Bands im Bezirk besteht, was wiederum eine weitere Motivation für die Bezirksbands darstellt. *„[…] die Gemeinde schaut, dass wir z. B. das Tonkino in Bärnbach für einen Auftritt gratis bekommen, also die stehen schon hinter uns, und auch das Land hat manchmal finanziell schon etwas beigetragen, aber da kann man sich nicht drauf verlassen".* Allerdings zeigen die geringen Kontakte zu Kulturbeauftragten des Landes Steiermark, dass die Szene sich doch noch großteils innerhalb des Bezirks abspielt und (noch) nicht über die Grenzen des Bezirks hinausgeht.

Die Mehrheit der Bands geht davon aus, dass ihre Band in Zukunft weiter bestehen wird. Entweder haben sie das Ziel, erfolgsorientiert weiterzuarbeiten

oder grundsätzlich nicht von der Musik leben zu wollen, sondern das ganze Projekt „Band“ als Hobby zu betrachten und Spaß an der Musik zu haben. Meistens sind bereits Konzerttermine für das nächste halbe Jahr sowie die Aufnahme von Demo-CDs geplant, d. h. die Existenz der Band ist für einen gewissen Zeitraum vorab gesichert.
Durch die Inhaltsanalyse der Homepages wurden unter anderem der Professionalitätsgrad der Bands und deren Ambitionen festgestellt. Außerdem konnten Rückschlüsse auf den Bekanntheitsgrad der Band und deren Auftrittshäufigkeit gezogen werden. Allgemein ist ersichtlich, dass ein Großteil der Bands professionell organisiert ist, wie dies aufgrund der Repräsentation im Internet sowie selbst produzierter CDs und Merchandise-Produkte ersichtlich ist. Häufig finden sich Songs und Videos der Bands, welche Einblicke in das bisherige Schaffen gewähren. Fotos und Songtexte ergänzen das Angebot für die Fans. Durch die Analyse der Homepages konnte außerdem festgestellt werden, dass die Präsenz der Bands im Internet auffallend hoch ist. Bis auf wenige Bands haben alle mindestens eine Homepage. Meist bestehen Internetseiten mit Informationen bei öffentlichen Anbietern wie MySpace.com, zusätzlich gibt es selbst erstellte Homepages, die teilweise noch in Arbeit sind. Mit Hilfe der Links u. ä. auf den einzelnen Homepages konnte außerdem festgestellt werden, dass die Vernetzung zwischen den einzelnen Bands sehr groß ist und über die einzelnen Genres hinausgeht. Dies ist vor allem auf den MySpace-Seiten unter der Rubrik „Freunde“ ersichtlich.

3.2 Jugendmusikvereine

Im Bezirk Voitsberg existieren zurzeit vier Jugendmusikvereine, welche sich zum Ziel gesetzt haben, die Musikszene im Bezirk zu fördern. Den Grundstein zu dieser Entwicklung legte Mathias Rak mit der Gründung des *Alternative West Festival* im Jahre 2002, aus dem dann in weiterer Folge der „Ur“-Verein des Bezirks, der *Youth Culture Club*, hervorgegangen ist. Ziel war es die Jugendmusikszene der Region wieder zu beleben, den lokalen Bands eine Auftrittmöglichkeit zu geben und somit das musikalische „Vakuum“, das sich Ende der Neuziger ausgebreitet hatte, zu beenden. Anfang der 1990er gab es bereits eine florierende Szene rund um einige erfolgreiche Bands wie den *Orange Baboons*. Mit deren Auflösung starb die Szene aber weitgehend aus. Lokale, in denen Jugendbands spielen konnten, gab es praktisch nicht mehr, einzig die Jugendzentren in den größeren Orten wie das JUKO in Köflach boten eine Spielmöglichkeit. Motive für die Vereinsgründung waren außerdem die rechtliche Absicherung sowie steuerliche Vorteile. Die Bereitschaft unter den Jugendlichen, diese Jugendmusikvereine zu unterstützen, war von Beginn an gegeben. Dazu ein Vereinsmitglied: *„Unser Ziel war es, ein Grundgerüst zu machen und von Anfang an waren sofort Leute da, die uns unterstützt haben“.*
Aus diesem Ur-Verein hat sich in weiterer Folge auf Grund von Streitigkeiten ein zweiter Jugendmusikverein, die *Creative Youth Community*, im Jahr 2005 abgespalten, welcher ähnlich wie der Ur-Verein *Youth Culture Club* auch vor allem Musikveranstaltungen mit den zahlreichen Bezirksbands durchführt. Dieser zweite Verein hatte ferner die Idee reine Punk-Abende zu veranstalten,

woraus schließlich im Jahr 2006 der dritte Jugendmusikverein zur Förderung von Musik, *Hellmood Entertainment*, entstanden ist. Fast zeitgleich wurde das Musiklabel *Tornado Music* gegründet, welches bei der Aufnahme und der Vermarktung von Alben oder Singles von Bezirksbands, aber auch von Bands aus ganz Österreich und teilweise sogar aus Deutschland, beteiligt ist. Diese Vereinigung hat daher nicht wie die anderen drei Jugendmusikvereine das primäre Ziel, Konzerte zu organisieren, sondern übernimmt die Produktion von CDs.
In den Interviews wurde teilweise der Eindruck vermittelt, dass die einzelnen Vereine guten Kontakt zueinander haben und in mancher Hinsicht miteinander kooperieren. Dennoch gab es in der Vergangenheit einige Meinungsverschiedenheiten, die zu unterschiedlichen Wegen und komplett getrennten Projekten führten. Auch wenn drei der vier Vereine die Organisation von Auftrittsmöglichkeiten als ihre Hauptaufgabe betrachten, hat sich bezüglich der unterstützten Musikgenres doch eine Art „Spezialisierung“ entwickelt. So veranstaltet die *Creative Youth Community* primär Metal-Konzerte, während sich *Hellmood Entertainment* auf die Organisation von „Mods“-Konzerten und -Partys spezialisiert hat. Die Kooperation zwischen den Vereinen wird unter dem Punkt „Netzwerk zwischen den einzelnen Jugendinstitutionen“ näher dargestellt.

3.3 Jugendeinrichtungen

Neben den vier Jugendmusikvereinen gibt es im Bezirk Voitsberg außerdem vier Jugendeinrichtungen (Jugendservice Bärnbach, JUKO Köflach, Jugendservice Köflach und Streetwork Voitsberg), welche alle mehr oder weniger in die Musikszene des Bezirks involviert sind. Die beiden Jugendservicestellen sowie das JUKO Köflach haben gegenüber dem Streetwork Voitsberg den Vorteil, dass diese Einrichtungen von den jeweiligen Gemeinden sowie von der öffentlichen Hand unterstützt werden. Aus diesem Grund können sich vor allem jene drei Jugendinstitutionen aktiv an der Musikszene beteiligen und somit Bands und Veranstaltungen der Jugendmusikvereine sponsern. Ferner sind hier die beiden Einrichtungen *StyrianArt* und das Bezirksjugendmanagement (BJM) zu erwähnen, welche sowohl Veranstaltungen der Jugendmusikvereine als auch der Jugendeinrichtungen finanziell und durch Werbung unterstützen.

3.4 Netzwerk zwischen den Jugendinstitutionen

Im Folgenden wurden die Beziehungen zwischen den vier Jugendmusikvereinen und den vier genannten öffentlichen Jugendorganisationen in Form eines Netzwerkdiagramms grafisch veranschaulicht. Grundlage dieser Darstellung sind gemeinsame Projekte, gegenseitige Unterstützungsformen und andere Kooperationen.
Zwischen den vier Jugendeinrichtungen gibt es ein gutes Verhältnis und keinerlei Konkurrenzdenken. Die Zusammenarbeit dieser Institutionen wird unter anderem durch eine jährliche Veranstaltung, dem „Fun Festival“, verstärkt, bei welchem alle vier Jugendeinrichtungen gemeinsam mit dem

Bezirksjugend-management, dem Verein *Youth Culture Club* und der Landjugend des Bezirks Voitsberg sportliche und musikalische Aktivitäten zu einem Event verbinden. Jede Einrichtung hat hierbei einen eigenen Aufgabenbereich, welcher an diesem Tag betreut wird und übernimmt dafür auch die jeweiligen Kosten.

Zwischen den vier Jugendmusikvereinen gibt es teilweise gute Kontakte, meistens aber keinerlei Zusammenarbeit. Dazu ein Vereinsmitglied: *„Es wäre zwar schön, wenn alle Vereine zusammenarbeiten würden, aber im Prinzip gibt es das Bedürfnis danach nicht, und es wurde auch noch nie miteinander konkret darüber gesprochen“.* Die drei Vereine *Hellmood Entertainment*, *Youth Culture Club* und *Tornado Music* haben ein freundschaftliches Verhältnis zueinander. Vor allem zwischen *Hellmood Entertainment* und *Tornado Music* kommt es häufig zu Kooperationen, für das Alternative West Festival 2007 ist auch eine enge Zusammenarbeit zwischen dem *Youth Culture Club* und *Tornado Music* geplant. Der Verein *Creative Youth Community* hat bisher noch nie mit einem anderen Verein zusammengearbeitet und ist als eigenständiges Projekt innerhalb dieser Szene anzusehen.

Auch zwischen den Jugendmusikvereinen und den Jugendeinrichtungen gibt es Verbindungen. Hier werden die Vereine häufig von den Jugendeinrichtungen finanziell, durch Werbung, organisatorisch etc. unterstützt, da viele Jugendeinrichtungen gute Kontakte zu Gemeinden oder Veranstaltungsorten besitzen. Der Jugendservice Bärnbach arbeitet eng mit dem *Youth Culture Club* zusammen und unterstützt hier vor allem das Alternative West Festival, aber auch kleinere Konzerte, die in Bärnbach stattfinden. Meist werden Werbeaussendungen an alle 15- bis 25-jährigen Jugendlichen getätigt oder einzelne Veranstaltungen finanziell unterstützt. Der Jugendservice Bärnbach hat auch Projekte von der *Creative Youth Community*, *Hellmood Entertainment* und *Tornado Music* auf dieselbe Art unterstützt. Das JUKO Köflach unterstützt die beiden großen Vereine (*Creative Youth Community*, *Youth Culture Club*) bei vielen Projekten. Der *Youth Culture Club* hatte unter anderem im Gebäude des JUKO Köflach für einige Monate ein eigenes Büro, um das Alternative West Festival besser planen zu können. Die *Creative Youth Community* benutzte die Räume des JUKOs vor kurzem für eine Vernissage. Auch finanziell werden die beiden Vereine vom JUKO unterstützt. Der Jugendservice Köflach arbeitet ebenfalls regelmäßig mit dem Verein *Creative Youth Community* zusammen, unter anderem bei der Veranstaltung „Bands Opportunity“, welche seit zwei Jahren am Köflacher Stadtfest durchgeführt wird. Die Jugendeinrichtung Streetwork Voitsberg arbeitet kaum mit den Jugendmusikvereinen zusammen, da die finanziellen Möglichkeiten für die Unterstützung der Vereine fehlen. Wichtig für die vier Jugendmusikvereine ist ferner die Einrichtung *StyrianArt* in Köflach, welche aller Vereine finanziell unterstützt und Plakate sowie Flyer für Veranstaltungen druckt.

Die Unterstützung der Jugendmusikvereine durch die öffentlichen Jugendinstitutionen im Bezirk Voitsberg scheint somit ein nicht unwesentlicher Faktor für das außergewöhnlich dichte Angebot an Konzerten, Festivals u. ä. zu sein.

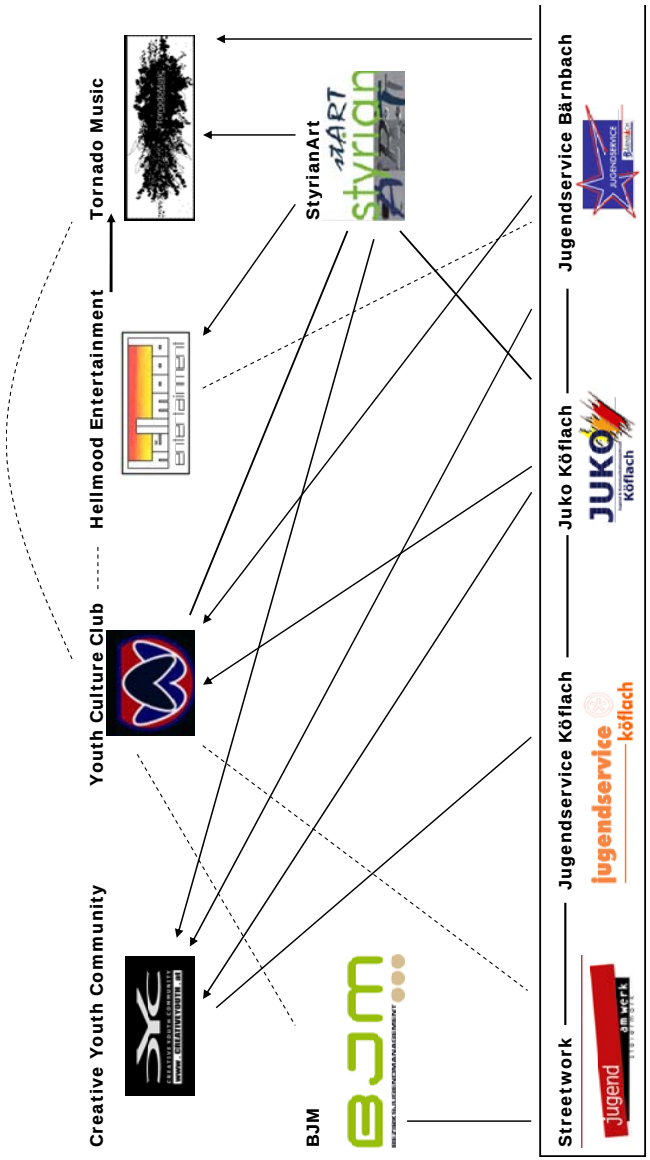


Abbildung 2: Netzwerk der Jugendinstitutionen

3.5 Publikum

Das Publikum wurde vor allem über teilnehmende Beobachtungen diverser Konzertabende und über Interviews näher analysiert. Interessant im Bezug auf die Voitsberger Szene ist hier vor allem die getrennte Betrachtung des Punk-, Heavy Metal- und Britpop-Publikums. Das Britpop-Publikum bzw. die Britpopszene ist die am meisten abgeschlossene Szene, welche vor allem durch den Verein *Hellmood Entertainment* wieder belebt worden ist. Dieser Verein sowie diverse Privatpersonen organisieren mindestens ein Mal pro Monat ein Britpop-Event, welches nicht nur Live-Konzerte von Britpop-Bands aus dem Bezirk oder von außen, sondern auch DJ-Abende sowie Privatpartys umfassen kann. Abgeschlossen ist diese Szene deshalb, weil diese Events vor allem von Britpop-Anhängern bzw. Mods besucht werden und nur von wenigen Leuten aus anderen Szenen. Ferner sind auf anderen Konzerten oder Veranstaltungen in Relation dazu eher wenige Mods anzutreffen.
Die Heavy-Metal-Szene ist im Vergleich zur Mods-Szene offener aber dennoch auch geschlossen, wobei der Grad der Abgeschlossenheit hierbei stark vom „Härtegrad“ der Musik selbst abhängt. Je härter der Stil der Heavy-Metal-Bands ist, desto abgeschlossener, je kommerzieller der Stil ist, desto offener ist die Szene. So wurde beobachtet, dass bei einem Konzertabend, an welchem vor allem Death Metal bzw. Black Metal gespielt worden ist, das Publikum vor allem aus Metal-Fans bestand (schwarze Kleidung, langes Haar, Bands-Shirts etc.), wohingegen an Abenden mit kommerziellem Metal ein gemischtes Publikum anwesend war. Hinzugefügt werden muss ferner, dass das Heavy-Metal-Publikum kaum Konzertabende besucht, auf welchen nur andere Genres gespielt werden. Die Heavy-Metal-Szene ist daher teilweise abgeschlossen.
Die Punk-Szene im Bezirk Voitsberg besitzt das offenste Publikum und ist somit die offenste Szene. Punk-Fans sind auf allen Konzertabenden zu finden und stehen meist jeder Art von Musik offen gegenüber. Ferner besteht das Publikum bei Punk-Konzerten nicht nur aus Fans dieser Szene, sondern ist meistens gemischt.
Einzelne Personen aus der gesamten Szene des Bezirks Voitsberg lassen sich auf Grund ihres Äußeren sehr leicht einem der drei Genres zuordnen. Dabei kann man vor allem durch den Kleidungsstil, aber auch durch die Frisur Rückschlüsse auf den Musikgeschmack ziehen. Die meisten Kennzeichen, welche in der eingängigen Literatur beschrieben worden sind[7], findet man auch im Bezirk Voitsberg wieder, wenngleich vieles im Laufe der Zeit etwas modifiziert worden ist.
Mit Hilfe der Inhaltsanalyse der Homepages konnte auch ein Eindruck über die Beziehung zwischen Band und Publikum gewonnen werden. Auf den Homepages befinden sich zahlreiche Informationen über den Kontakt der Band zu den Fans bzw. den Konzertbesuchern. Darunter befinden sich Berichte über Konzertabende, bestehende Fanklubs, Treffen von Fans und gemeinsame Unternehmungen von Fans. Die Anzahl der Besucher auf den

[7] vgl. Punkt 1.1

Internetseiten der Bands wurde als Indikator für den Erfolg bzw. Bekanntheitsgrad herangezogen. Wir nehmen an, dass ab einer gewissen Besucheranzahl pro Jahr (mindestens über 5000) nicht mehr nur Freunde und Bekannte die jeweilige Homepage besuchen, sondern auch Musikinteressierte außerhalb des unmittelbaren Freundeskreises. Je höher die Anzahl der Homepage-Besucher daher ist, desto mehr den Bandmitgliedern unbekannte Fans besitzt eine Band.

4 Zusammenfassung

Wenngleich die Erkenntnisse dieser Erhebung über den Bezirk Voitsberg nicht universell auf andere Bezirke oder Szenen übertragbar sind, kann davon ausgegangen werden, dass einzelne Charakteristika des Bezirks Voitsberg auch zur Entstehung einer anderen Jugendmusikszene beitragen können. Eine gute Voraussetzung ist im Bezirk Voitsberg vor allem das große Angebot an Lokalitäten, welche für Konzerte genutzt werden können. Diese Auftrittsorte befinden sich innerhalb des Ballungszentrums des Bezirks Voitsberg, das von den drei Städten Voitsberg, Bärnbach und Köflach gebildet wird und unterscheiden sich hinsichtlich des Fassungsvolumens, d. h. es sind Konzerte sowohl für 50 als auch für 1000 Leute möglich. Außerdem begünstigt die geografisch Lage das Entstehen einer Jugendmusikszene im Bezirk Voitsberg: zum einen gibt es die Möglichkeit des Austausches mit einer größeren Stadt wie Graz, zum anderen ist eine ausreichende Distanz vorhanden, welche eigenständige Entwicklungen ermöglicht.
Zweifelsohne ist die Bereitschaft und das Engagement von Einzelpersonen ein wichtiger Faktor, welche Konzerte bzw. Festivals organisieren. Diese Tätigkeiten haben im Bezirk Voitsberg entscheidende Impulse zur Gründung größerer Netzwerke und Vereine beigesteuert. Diese vier Jugendmusikvereine stellen aus mehreren Gründen den wichtigsten Faktor für die boomende Jugendmusikszene dar:

(1) Vereine erhalten leichter als einzelne Bands Gelder von der öffentlichen Hand bzw. von den Jugendinstitutionen des Bezirks, um Konzerte zu veranstalten oder CDs zu produzieren.
(2) Vereine können als Team besser und schneller Konzerte organisieren als Einzelpersonen oder einzelne Bands.
(3) Das Vorhandensein von Vereinen, welche allen Bezirks-Bands die Möglichkeit von öffentlichen Auftritten ermöglichen wollen, hat zum Entstehen einer Vielzahl von neuen Bands seit dem Jahr 2005 beigetragen.
(4) Auf Grund der Vereine wurden auch die Politik im Allgemeinen sowie einzelne Gemeinden auf die Vielzahl von Bands und Konzerte aufmerksam und haben unter anderem einen Nachwuchswettbewerb für steirische Bands organisiert, was die Szene wiederum belebt hat.
(5) Auch die einzelnen Jugendinstitutionen des Bezirks Voitsberg sind seit der Gründung der Vereine in die Musikszene integriert und haben die Möglichkeit Konzerte u. ä. zu unterstützen.

(6) Zwischen den Vereinen ist außerdem eine positive Konkurrenz festzustellen, weswegen die einzelnen Veranstaltungen in den letzten Jahren immer professioneller geworden sind und außerdem ein breites Spektrum an Konzerten entstanden ist.

Eine weitere Vorraussetzung für das Entstehen und vor allem für das Bestehen einer Jugendmusikszene ist die zusätzliche Unterstützung der Organisation von Konzerten sowie die finanzielle Unterstützung der Jugendmusikvereine durch die öffentlichen Jugendinstitutionen. Dadurch ist ein großes Netzwerk zwischen den Jugendmusikvereinen, Jugendinstitutionen und auch Bands entstanden, welches die Musikszene im Bezirk Voitsberg begünstigt. Auch die Unterstützung von öffentlichen Bezirkszeitungen ist hier zu nennen, welche diverse Veranstaltungen durch gratis Werbeeinschaltungen unterstützen.
Neben der Bereitschaft zur Gründung von Bands und auch Jugendmusikvereinen muss auch ein Grundinteresse an Musik bei anderen Personen im Bezirk gegeben sein, da die meisten Konzerte sehr gut besucht werden. D. h. es muss ein gewisses Publikum bzw. Fans vorhanden sein, damit Konzerte keine Negativbilanz und somit Verluste für die Veranstalter mit sich bringen.
Eine Besonderheit des Bezirks Voitsberg stellt sicherlich die Spezialisierung innerhalb der Szene dar. Dabei sind vor allem die drei Genres Britpop, Heavy Metal und Punk zu nennen, welche klar voneinander unterschieden werden können und dennoch auf eine gemeinsame Wurzel zurückgehen: die Rockmusik im Allgemeinen, welche durch eine gewisse Gitarrenlastigkeit gekennzeichnet ist. Das Konzertangebot wird durch das Vorhandensein dieser drei Sub-Szenen reicher, da einzelne Vereine Konzertabende mit Bands sowohl aus nur einem Genre als auch aus verschiedenen Genres veranstalten. Zwischen den einzelnen Genres gibt es kaum ein Konkurrenzdenken, positive Konkurrenz lässt sich aber sehr wohl innerhalb eines Genres finden.
Ein überraschendes Ergebnis ist die Leistung der öffentlichen Musikschulen im Bezirk Voitsberg, da ersichtlich wurde, dass die Mehrheit der Bandmitglieder wider aller Erwartung die Instrumente nicht autodidakt, sondern in den Musikschulen des Bezirks und teilweise im Konservatorium in Graz, erlernt haben. Wir vermuten deshalb, dass der meist frühe Kontakt mit er Musik einen möglichen Einfluss auf das Entstehen einer Band haben könnte, was wiederum zum Boom der Jugendmusikszene im Bezirk Voitsberg beigetragen haben könnte. Diese Vermutung wäre allerdings mit Hilfe einer weiteren Studie zu überprüfen.

5 Literaturverzeichnis

Bales, Robert F.: *Die Interaktionsanalyse. Ein Beobachtungsverfahren zur Untersuchung kleiner Gruppen.* In: Rene König (Hrsg.): Beobachtung und Experiment in der Sozialforschung, Köln 1972, S. 148-155. (8. Auflage)

Binas, Susanne (1992): *„Keep it hard, keep it heavy“. Zu einigen Aspekten soziokorporeller Kommunikationsmuster im Prozess der Geschlechtersozialisation.* In: PopScriptum, 1/92, S. 96-112.

Hebdige, Dick: *Subculture – Die Bedeutung von Stil*. In: Diedrichsen, Hebdige, Marx (Hrsg.): Schocker – Stile und Moden der Subkultur, Hamburg 1983, S. 8-120.

Siedenburg, Ilka (2005): *„Früh übt sich…?“. Geschlechterspezifische Lernwege von Lehramtstudierenden mit dem Unterrichtsfach Musik.* In: FZMw Jg. 8, S. 80-102.

Fleiss Jürgen, Hiebler Mario

Musik. Erlebnis. Ritual.

Erlebniskonstruktion am Beispiel der High-End Musikhörer.

1 Einleitung

Stellen sie sich jemanden vor, der bereit ist, hunderttausende Euros auszugeben, um sich eine Stereoanlage zu kaufen. Abgesehen von der Tatsache, dass viele gar nicht wissen, dass es möglich ist, solche Summen für eine Stereoanlage zu investieren, wird man diesem Handeln wohl meist mit einer gewissen Skepsis aber auch Neugier gegenüberstehen. Man wird wohl im Allgemeinen davon ausgehen, dass für diese Menschen die Musik einen ganz besonderen Stellenwert in ihrem Leben einnehmen muss. In diesem Aufsatz soll ein genauerer Blick auf jene Menschen geworfen werden.
Erster Ausgangspunkt für unseren Blickwinkel und die Behandlung des Themas wird das Werk von Gerhard Schulze „Die Erlebnisgesellschaft“[1] sein, da der Zweck einer Stereoanlage das Musikhören ist, was als Erlebnis betrachtet werden kann. Die relevanten Aspekte der Theorie Schulzes werden in Punkt 3 des Aufsatzes erläutert.
Das beträchtliche Maß an Zeit und finanziellen Mitteln, welches von diesen Menschen investiert wird, ist wirklich außergewöhnlich groß. Daher können wir davon ausgehen, dass damit wohl auch ein ganz besonderes Erlebnis verbunden sein muss.
Die Besonderheit und der zelebrierte Charakter wird damit gefasst, dass wir das Musikhören als Ritual begreifen werden, eine Sichtweise, die unserer Ansicht nach dem Charakter des Musikhörens dieser Personen am Ehesten gerecht wird. Dazu wird auf die Arbeiten von Durkheim[2] und Collins[3] zurückgegriffen, die Gegenstand von Punkt 4 sein werden.
Nach diesen theoretischen Grundlagen soll ein Überblick über die High-End Szene im Allgemeinen gegeben werden.
Aufbauend auf dieser Vorarbeit soll im Hauptteil der Arbeit dann versucht werden, einen allgemeinen Ansatz zu entwickeln, wie „besondere Erlebnisse“ im Alltag dieser Personen geplant und ausgeführt werden. Im Blickpunkt liegt hier vor allem die Planbarkeit und Planung von Erlebnissen, die Schwierigkeiten, welche damit verbunden sind und den Gegenstrategien, um diesen Schwierigkeiten entgegenzuwirken.

[1] vgl. Schulze 2005
[2] vgl. Durkheim 1994
[3] vgl. Collins 2004

2 Zur Erhebung

Unsere Forschung versteht sich als qualitative Sozialforschung. Die Grundlage bilden zehn qualitative Interviews von je rund einer Stunde Gesprächsdauer. Dabei wurde versucht eine möglichst große Bandbreite einzubeziehen – so variierte das Alter der von uns Interviewten von 20 bis 55 Jahren, mit Stereoanlagen in den Preisklassen von einigen tausend bis zu hunderttausend Euro. Durchgeführt wurden die Interviews in den Wohnungen – meist im Hörraum – unserer Interviewpartner, was einen Einblick in ihre Lebensweise erlaubte. Ergänzt wurden die qualitativen Interviews durch Gespräche mit Händlern und Verkäufern.
Weitere Daten wurden im Zuge der teilnehmenden Beobachtung in Geschäften erhoben. Auch wurde ein so genannter Workshop besucht, der von einem Händler abgehalten wurde. Er diente dazu, interessierten Kunden die klanglichen Unterschiede zwischen verschieden Technologien und Geräten aufzuzeigen. So gelang es auch, einen Eindruck des Kaufverhaltens zu bekommen.

3 Erlebe dein Leben. Charakter unserer Zeit.

Die von Schulze 1992 veröffentlichte Gegenwartsdiagnose „Die Erlebnisgesellschaft“ traf in der Soziologie auf breite Resonanz.
Gegenstand des Werkes ist unter anderem ein grundlegender Wandel unserer Gesellschaft und der Ausrichtung des Handelns ihrer Mitglieder seit der Nachkriegszeit. Volkmann stellt hier zwei Entwicklungen als zentral heraus: Veränderungen im Alltagsleben der Menschen und im Angebot auf den Märkten.[4]
Im Alltagsleben reduzierte sich die Arbeitszeit der Menschen drastisch, die Freizeit nahm entsprechend zu. Gleichzeitig stieg das Einkommen. Die Konsumenten entdeckten nach Schulze „die Unbeschränktheit […] des Musikhörens, des Reisens […]“.[5] Rössel spricht hier vom „gewaltige[n] Wohlstands- und Freizeitschub […], der die materiellen Beschränkungen des Alltagslebens für eine große Zahl von Menschen drastisch reduziert hat“.[6]
Gleichzeitig weitete sich das Angebot an Waren und Dienstleistungen aus. Es kommt zu einer Explosion des Angebots, welches dem Konsumenten zur Verfügung steht.[7]
Durch diese Erweiterung der Konsummöglichkeiten kommt es nach Schulze zu einem Wandel der Lebensauffassungen. Dies führt dazu, dass sich die Perspektive der Menschen verlagert. Die Frage danach, wie man ein Ziel erreicht, wird durch die Frage welches Ziel man eigentlich erreichen will ersetzt.[8]

[4] vgl. Volkmann 2000, S. 76f
[5] Schulze 2005, S. 539
[6] Rössel 2003, S. 83
[7] vgl. Schulze 2005, S. 58 & Volkmann S. 77f
[8] vgl. Schulze 2005, S. 33 & 424f

Früher war das Handeln der Menschen durch Außenorientierung geprägt. Ein Produkt wurde an seinem Gebrauchswert gemessen.[9] Funke illustriert dies sehr klar:

> „In Zeiten gesellschaftlicher Armut ist es rational, Handeln auf das eigene Überleben hin zu orientieren. Man ißt, um satt zu werden, kleidet sich, um vor Kälte geschützt zu sein […]. Die Ziele des Handelns liegen darin, jene Mittel zu erwerben, die das eigene Fortdauern sichern.“[10]

Ein außenorientierter Konsument würde z.B. eine Brille kaufen, um damit besser sehen zu können, oder ein Auto um damit von A nach B zu fahren. [11]
Durch die oben beschriebenen Veränderungen kommt es zu einem Wechsel von der Außen- zur Innenorientierung. Das Kriterium für den Kauf ist nicht der Gebrauchs-, sondern der Erlebniswert der Produkte.[12] Es kommt zu einer Zunahme der Erlebnisorientierung, Individuen handeln erlebnisrational. Man handelt, um in sich selbst psychische oder physische Prozesse auszulösen, man will sein eigenes Innenleben verändern.[13] Damit werden die Ziele des Handelns ebenfalls in einen selbst verlagert. Die Qualität eines Produktes ist nun nicht mehr ohne den konkreten Käufer bestimmbar. Dieser kauft die Brille nun, weil er sich damit schön fühlt, oder das Auto, weil es ein tolles Fahrgefühl hat.
Diese innenorientierten Bewertungen treten umso mehr in den Vordergrund, je größer das Angebot an Artikeln mit demselben außenorientierten Gebrauchswert ist. Das Bedürfnis besser zu sehen ist noch immer ausreichend dafür, eine Brille kaufen zu wollen. Bei der Kaufentscheidung geht es damit um einen innenorientierten Aspekt.[14]

3.1 Subjekt. Situation. Erlebnis.

Im folgenden Abschnitt soll der wesentliche Zusammenhang zwischen der Situation, in der sich ein Subjekt zu einem beliebigen Zeitpunkt befindet, und dem daraus resultierenden Erlebnis diskutiert werden.
Das Alltagsverständnis geht hier von einer naiven Eindruckmanipulation aus. Dabei wird versucht, Erlebnisse durch die Veränderung äußerer Umstände zu verändern bzw. zu verbessern. Nach Schulze hängt die Erlebnisintensität jedoch in überwiegendem Maße von der subjektiven Wahrnehmung des Subjekts ab, die Situation alleine ist nicht ausreichend. Diese Wahrnehmung kann zum einen von Subjekt zu Subjekt sehr unterschiedlich sein. Zum anderen kann ein und dieselbe Situation von derselben Person zu unterschiedlichen Zeitpunkten völlig verschieden wahrgenommen werden. Dem Subjekt wird damit eine wesentlich aktivere Rolle eingeräumt, die Theorie

[9] vgl. Schulze 2005, S. 58
[10] Funke S. 311
[11] vgl. Schulze 2005, S. 427
[12] vgl. Funke S. 311
[13] vgl. Schulze 2005, S. 40f & S. 59
[14] vgl. Schulze 2005, S. 427ff

der Eindrucksmanipulation wird erweitert durch die Erlebnistheorie der Verarbeitung. Äußere Umstände sind immer in einen subjektiven Kontext zu einem bestimmten Zeitpunkt eingebunden. Ein spezifisches Erlebnis resultiert daraus.

> „Erlebnisse werden nicht vom Subjekt empfangen, sondern von ihm gemacht. Was von außen kommt, wird erst durch Verarbeitung zum Erlebnis.“[15]

Die Erlebniswahrnehmung ist nun je nach Zustand des Subjekts sehr unterschiedlich. Es werden wünschenswerte Erlebnisse als Handlungsziel angestrebt. In der Praxis ist dies allerdings mit einer Vielzahl von Problemen behaftet. Die für unsere Untersuchung entscheidenden sollen im Folgenden kurz vorgestellt werden.

Unsicherheit
Durch die große Wahlmöglichkeit auf dem Erlebnismarkt stellt sich die Frage, was man eigentlich will. Es ist nicht möglich, immer mit Erfolg erlebnisorientiert zu handeln.[16] Auch wenn man sich an der Erfahrung früherer Erlebnisse orientieren kann, also zum wiederholten Mal in dieselbe Bar geht, so gibt es doch keine Garantie für ein gelungenes Erlebnis.[17] Eine identische Situation führt nicht automatisch zu einem identischen Erlebnis, was Erlebnisse sehr schwer kalkulierbar macht. Auch zeigt dies wieder die Subjektbezogenheit des Handelns. Ein Erlebnis beruht auf der Interpretation der Situation durch das Subjekt. Auch ist nach Schulze das Subjekt selbst nicht immer dasselbe, es muss sich verändert haben, wenn eine identische Situation nicht immer dasselbe Erlebnis erzeugt.[18] Auch die Kontrollierbarkeit der Situation selbst ist begrenzt.[19]

Kumulation
Gleichartige Erlebnisse können auch nicht beliebig oft wiederholt werden, ohne dass sich die Erlebnisintensität dadurch verringert. Daher ist es nicht möglich, dass Besondere zu etwas Alltäglichem zu machen. Diese „paradoxe Intention […] führt zu einer Erhöhung der Erlebnisgeschwindigkeit auf Kosten der Erlebnistiefe.“[20] Es sind daher zeitliche Zwischenräume erforderlich um die Erlebnisintensität zu erhalten.
Wenn stets dieselben Reize und Situationen dazu führen, dass es zu einem Gewöhnungseffekt kommt, muss die Erlebnisintensität jedoch auch mit zeitlichen Zwischenräumen immer noch abnehmen.[21] Nach Volkmann sind gerade immer neue Reize eine Grundvoraussetzung für intensives Erleben. Auch wächst das Enttäuschungsrisiko mit diesem Sinken der

[15] Schulze 2005, S. 44
[16] vgl. Schulze 2005, S. 61f
[17] vgl. Volkmann 2000,S. 80
[18] vgl. Schulze 2005, S. 62f
[19] vgl. Schulze 2005, S. 46
[20] Schulze 2005, S. 434
[21] vgl. Schulze 2005, S. 434f

Erlebnisintensität.[22] Immer gleiche Erlebnisse sind somit erstens an sich keine Garantie für ein positives Erlebnis, und führen zudem zu einer Gewöhnung, was ihre Intensität generell verringert.
Da sich kurz aufeinander folgende gleichartige Erlebnisse negativ auf die Erlebnisintensität auswirken, diese aber dennoch angestrebt werden, besteht die Möglichkeit, diesem Problem mit Hilfe von Abwechslungsstrategien zu begegnen. Damit sind keine großen Veränderungen gemeint, sondern lediglich kleine Differenzen.

> „Man kauft neue Kleider, bleibt aber seinem Typ treu. Um etwas Neues zu erleben, verbringt man seine Ferien auf Rhodos, nachdem man im letzten Urlaub auf Kreta war.“[23]

Die Strategie der Variation soll weiter unten am Beispiel unserer empirischen Untersuchungen genauer ausgeführt werden und mit einer weiteren Eigenheit dieses Prozesses ergänzt werden: Der Strategie der Optimierung.

4 Ritual und Emotion

Der Zusammenhang zwischen Ritualen und Emotionen findet sich schon beim soziologischen Klassiker Emile Durkheim wieder. Basierend auf Studien über australische Ureinwohner geht Durkheim davon aus, dass deren Zusammenkünfte zu erhöhter emotionaler Erregung führen. Durch diese Emotionen wird eine Kraft außerhalb des Individuums wahrgenommen – Mana - welche durch ein Totem oder ein anderes sakrales Objekt symbolisiert wird. Haben sich der Glaube an Mana und ihre Repräsentation durch Totems etabliert, können durch Rituale, welche sich auf diese Totems beziehen, spezifische Wirkungen hervorgerufen werden. Collins drückt dies wie folgt aus:

> “Durkheim noted, that a successful social ritual makes the individual participant feel strong, confident, full of impulses to take the initiative“[24]

Durkheim geht nun davon aus, dass man durch die Verehrung des Totems in Wirklichkeit die Gesellschaft und sich selbst verehrt, da Mana nichts anderes ist, als die Kraft, die durch Interaktionen der Stammesmitglieder entsteht.
Zentral ist dabei die Tatsache, dass kulturelle Symbole mit einer sakralen Qualität ausgestattet werden – Symbole, die religiösen Ursprungs sind, sind in der Lage, intensive Emotionen hervorzurufen.
Spätere Theoretiker gingen davon aus, dass diese kulturellen Symbole nicht religiöser Natur sein müssen, um derartige Emotionen zu wecken. Auch müssen die Symbole nicht mehr physisch präsent sein. So können Phrasen oder Ideen zu kulturellen Symbolen werden. [25]
Elemente von Durkheims Denken fanden Eingang in die Theorie von Randall Collins:

[22] vgl. Volkmann 2000,S. 80
[23] Schulze 2005, S. 435
[24] Collins 2004, Preface xii
[25] vgl. Turner & Steets 2005, S. 70ff

> „Like Durkheim, Collins argues that co-presence, mutual awareness, common focus of attention, rhythmic synchronization, common mood and symbolization of the group will arouse emotions“[26]

Collins führt den Begriff der „emotionalen Energie“ ein. Er geht davon aus, dass Individuen positive emotionale Energie erfahren wollen. Interaktionsrituale sind ihm zufolge dazu geeignet, den Level positiver emotionaler Energie zu erhöhen.[27] Obwohl das, was die Teilnehmer des Rituals erleben nur von begrenzter Dauer ist, sind jene emotionalen Effekte, die hervorgerufen werden – die emotionale Energie – langfristig.[28]
Als Zutaten des Rituals werden von Collins die physische Co-Präsenz der Teilnehmer, Abgrenzung gegenüber Außenseitern, die geteilte Stimmung und der gemeinsame Fokus der Aufmerksamkeit genannt. Diese Zutaten führen dann zu Gruppensolidarität, Symbolen die diese sozialen Beziehungen darstellen und zu einer verstärkten emotionalen Energie für die an dem Interaktionsritual teilnehmenden Individuen, den Ergebnissen des Rituals.[29]
Für unsere Argumentation von Bedeutung ist nun der Grundgedanke, dass es durch Rituale möglich ist, die emotionale Energie eines Individuums zu verstärken.[30] Wie der Bezug der High-Ender[31] und ihres Musikrituals zu Gruppenzugehörigkeit und Gesellschaft aussieht, beziehungsweise welche gesellschaftlichen Zusammenhänge durch ihre Symbole repräsentiert werden, soll im Folgenden nicht Gegenstand der Untersuchung sein. Zentral ist der rituelle Charakter, mit dem Musik konsumiert wird.
Ziel der folgenden Argumentation ist es, die unbewusste Praxis der High-Ender beim rituellen Musikhören zu verdeutlichen, das - wie die Rituale die Collins und Durkheim beschreiben - dazu dient, emotionale Energie zu akkumulieren. Es geht hier nicht um ein Ritual, welches die physische Präsenz anderer Individuen benötigt, um seine Funktion zu erfüllen, sondern das Musikritual wird großteils alleine ausgeführt. Dennoch richtet sich auch dieses Ritual auf Symbole aus: Die Musik beziehungsweise die Wiedergabetechnik.
Das positive Erlebnis, von dem Schulze spricht, lässt nun durchaus Ähnlichkeit mit Collins Konzept der emotionalen Energie erkennen. Bei Schulze streben die Menschen danach, möglichst positive Erlebnisse zu haben – erlebnisrational zu handeln - während Collins davon ausgeht, dass Individuen jene rituellen Interaktionen suchen, welche den Level der emotionalen Energie erhöhen. Dies soll nun mit der Darstellung der High-End Szene verknüpft werden, indem wir davon ausgehen, dass das Ritual des Musikhörens, welches in der High-End Szene praktiziert wird, sowohl ein positives Erlebnis darstellt als auch zur Erhöhung der emotionalen Energie dient. Wir setzen die beiden Begriffe synonym, was sicherlich nicht den Tatsachen entspricht, für diese Darstellung jedoch ausreichend ist.

[26] Turner & Stets 2005, S. 74
[27] vgl. Turner & Steets 2005, S. 73ff
[28] vgl. Flam 2002, S. 158
[29] vgl. Turner & Steets 2005, S. 73 - 85
[30] vgl. Punkt 7.2.1
[31] Als High-Ender werden im Weiteren die Mitglieder der von uns untersuchten Szene bezeichnet. Für eine genauere Erläuterung zur Begriffswahl vgl. Punkt 5.

5 High-End: Profil einer Szene

Geht man eine belebte Straße entlang, so gibt es viele Möglichkeiten, die Menschen, die einem begegnen[32], einzuordnen. Fast unbewusst unterscheiden wir zwischen erfolgreicher Business-Frau, Punks und so weiter. Indizien wie die Kleidung helfen uns dabei, diese Zuordnungen vorzunehmen.
Zugehörige der High-End-Szene würde jedoch kaum jemand auf der Straße erkennen. Sie zeichnet keine besondere Kleidung, Frisur oder sonstigen Merkmale aus. Charakteristisch für sie ist die Liebe zur Musik und die Bereitschaft, viel Zeit und Geld zu investieren, um hier Perfektion zu erreichen.
Die Musik, die gehört wird und die technischen Mittel, die zu ihrer Wiedergabe verwendet werden, sind das Ergebnis sorgfältiger Auswahlprozesse. Selten bis nie richtet man sich nach der Masse, nach dem „Kommerz“ und grenzt sich bewusst davon ab.
Als wesentliche Gemeinsamkeit der High-Ender - im Vergleich zum Massenkonsumenten - gilt der Erwerb der Anlage bei einem High-End Händler. Damit verbunden ist eine umfangreiche, persönliche und exklusive Beratung mit Probehören. Weiters unterscheiden sich die angebotenen Marken vom Massenangebot. Der Hauch des Besonderen und Einzigartigen umgibt die gesamte Szene.
Die Summen die investiert werden variieren sehr stark, von rund tausend bis zweihunderttausend Euro. Wir nennen die Szene High-End Szene, wohlwissend, dass viele ihrer Mitglieder sich gegen diese Bezeichnung wehren würden. High-End beginnt für sie bei sehr unterschiedlichen Preisgrenzen, selten jedoch im vierstelligen Bereich.
Dennoch scheint die Bezeichnung angemessen, zeichnet die Mitglieder der Szene doch ihr Streben aus, den perfekten Klang zu finden, aus dem Musikhören ein besonderes, nicht alltägliches Erlebnis zu machen. Die Bezeichnung High-End verdeutlicht auch den Standort der Szene außerhalb des Massenkonsums in Großmärkten.
Die Zugangsweisen zu „High-End“ können sehr unterschiedlich sein: Der Musikliebhaber, für den die Klangperfektion seiner Stereoanlage wichtig ist, um die Emotionalität seiner Musik noch intensiver zu erleben. Der Cineast, der mit seinem High-End Surround System vielen Kinos Konkurrenz macht, oft zu Lasten einer perfekten Musikwiedergabe, wie sie eine gleichpreisige, reine Stereoanlage liefern würde. Der Technikfreak, für den die Wiedergabetechnik, ihre Aktualität und Leistungsfähigkeit schon fast ein Eigenleben entwickelt. Guter Klang scheint für ihn schon fast ein Wert an sich zu sein. Für andere ist der Besitz einer hochwertigen Stereoanlage einfach nur ein Teil des Lebensstils. Sie besitzen sie, weil es einfach dazugehört und wendet aber nicht die Zeit und Energie auf, mit welcher sich die „richtigen High-Ender“ – deren Interviews die Grundlage unserer Abhandlung bilden - damit auseinandersetzen.
Dieses High-End Streben findet sich nun nicht nur in der von uns untersuchten Szene. Man kann hier an verschiedenste Gruppen denken: Autotuning, PC-Freaks und andere.

[32] Man denke hier an den Begriff der „Begegnung“ („encounter“) im Sinne Goffmans.

An Stilrichtungen werden bei unseren Interviewpartnern Klassik und Jazz bevorzugt, wobei der Geschmack der High-Ender meist über diese speziellen Musikrichtungen hinausgeht. Damit ähneln unsere Interviewpartner den „Omnivores“, welche von Gebesmaier vorgestellt werden.

> „Tatsächlich ergeben die empirischen Untersuchungen ein Muster der Toleranz, das […] gegenüber den unteren Schichten relativ wenige Genres dezidiert ausschließt […] Bei musikalischen Genres, die allzu deutlich mit niedrigem Status verbunden sind, stößt die Offenheit der „Omnivores“ auf Grenzen.“[33]

Im Unterschied zu den Omnivores konsumieren unsere Interviewpartner jedoch sehr ausgewählt aus diesem breiten Musikangebot. Populäre Radiosender, Hitparaden etc. werden kaum gehört, man sucht auch aus den anderen Stilrichtungen sehr spezielle Musikstücke. Sie distanzieren sich nicht nur von Musik, die mit niedrigem Status verbunden ist, sondern auch klar von kommerzieller populärer Musik im Allgemeinen:

> I3: P: Ja, ich höre hauptsächlich klassisch und Jazz. Und anspruchsvolle Weltmusik, also um jetzt das Wort Folk jetzt nicht zu sehr in eine Richtung zu strapazieren. Aber auch natürlich authentische heimische Volksmusik auch, natürlich.
>
> I: Das wäre?
>
> P: Zum Beispiel Broadlahn. Und, ja. Ich will nicht sagen die Oberkrainer jetzt usw., weil das ist ja Kommerz, nicht […].

Geht man von Bourdieus Theorie aus, das mit der klassenspezifischen Sozialisation auch der klassenspezifische Geschmack übernommen wird, so kann argumentiert werden, dass eine Zugehörigkeit zur Oberschicht den Einstieg in die High-End Szene, als Musikliebhaber, fördert. Bourdieu assoziiert mit den höheren Schichten die Musikrichtungen Klassik und Jazz.[34]
Gerade Klassik und Jazz sind dominierende Musikrichtungen unserer Interviewpartner, sie verfügen über die Matura oder einen Hochschulabschluss und sind sicherlich nicht der Unterschicht zuzurechnen. Auch die Distanz zu allzu kommerzieller Musik und Volksmusik scheint diese These zu unterstützen.
Mit dem Musikgeschmack Richtung Klassik und Jazz geht nach Judith Becker nun ein bestimmter „Habitus of Listening“ einher, einer bestimmten Art und Weise wie Musik gehört und wahrgenommen wird:

> „Our Habitus of listening is tacit, unexamined, seemingly completely ‚natural’. We listen in a *particular* way without thinking about it […]“[35]

[33] Gebesmair 2001, S. 209f
[34] vgl. Bourdieu 1982, S. 212f sowie Rehbein 2006, S. 164ff sowie Krais & Gebauer 2002, S. 38
[35] Becker 2001, S. 138 (Hervorhebung im Original)

Ihr Konzept des „Habitus of Listening“ basiert auf Bourdieus Konzeption des Habitus als inkorporierte Handlungsmuster.[36] Der Habitus of Listening des westlichen Klassik-Hörers wird von ihr mit den Begriffen „physical stillness, focused attention and inner withdrawal“[37] beschrieben.[38]
Tatsächlich ist dies auch die Art und Weise, wie ein Großteil unserer Interviewpartner für gewöhnlich seine Musik genießt. Dieser Habitus of Listening, das ruhige konzentrierte Zuhören, die Wichtigkeit von Nuancen und Details, spielt sicherlich eine Rolle für die rituelle Ausprägung, welche das Musikhören in der High-End Szene annimmt.

5.1 Das rituelle Musikhören in der High-End Szene

Ausgehend von Schulzes Erlebnisbegriff soll in diesem und den folgenden Absätzen anhand eines konkreten Beispiels ein Erlebnis rekonstruiert werden. Der Charakter des Erlebnisses, welches hier ausgewählt wurde, lässt sich am besten als rituell beschreiben, in dem Sinne, in dem auch Durkheim und Collins diesen Begriff verwenden. Daher werden wir im Weiteren von rituellen Erlebnissen sprechen, welche sich durch hohe Planbarkeit und Planung auszeichnen. Sie stehen im Gegensatz zum Alltag, werden von den High-Endern bewusst als außeralltäglich wahrgenommen. Einer unserer Interviewpartner beschreibt die Bewusstheit des Musikerlebnisses im Gegensatz zum Alltag, in dem „alles an einem vorbeiläuft“:

> I2: […] also wennst Musik hörst, dann setzt dich in erster Linie wirklich bewusst hin und nimmst es bewusst auf. Ja, das musst machen, weil sonst lauft das ganze an dir vorbei wie halt alles rundherum im Leben an dir vorbei lauft.

Es soll jedoch nicht der Eindruck entstehen, dass dies die einzige Art und Weise ist, wie in der High-End Szene Musik gehört wird. Aber auch wenn Musik von den High-Endern in vielerlei Situationen und Arten eingesetzt wird, so kommt dem rituellen Hören doch eine besondere Bedeutung zu.
In unserem Fall ist diese Art des Hörens besonders gut dazu geeignet, aufzuzeigen, wie ein intensives, von anderen Erlebnissen relativ isoliertes Erlebnis geplant und ausgeführt wird.
Das rituelle Musikhören zeichnet sich dadurch aus, dass es alleine genossen wird. Facetten und Details bekommen eine ganz entscheidende Bedeutung. Auch die Vorbereitung selbst hat bereits Erlebnischarakter und ist Teil des Rituals:

[36] vgl. Bourdieu & Wacquant 1996, S. 154
[37] Becker 2001, S. 142
[38] vgl. Becker 2001, S. 136 - 143

> 5 P: […] das ist die Erklärung dafür warum die Vinylplatte einen ganz einen eigenen Stellenwert hat für viele hat, die die Vinyl noch heute spielen die sagen, die sagen alle dasselbe, es ist der Akt. Wie eine Schallplatte raus nimm aus einem Cover, wie das Cover ausschaut, dass ich das in die Hand nehmen kann, das ist was! […]
>
> I: Also jetzt einmal die klangliche Seite und die andere Seite ist das ganze darum herum.
>
> P: Das Drumherum. Hundertprozentig! Drumherum! Weil, klassisches Beispiel, ich mach das auf [öffnet eine CD], und wenn ich Pech habe, bricht… also dieses Geräusch sag ich, kann nie wertig sein! Das hat keinen Wert. Wenn ich aber irgendeine LP hernehme, das ist einfach die Haptik, Es ist bereits die Haptik vom Cover wenn sie das angreifen. Wenn sie ein Cover angreifen, das rausnehmen, das ergibt ein anderes Wertigkeitsgefühl.

Die Summe all dieser Details macht das Musikerlebnis aus. Das Ziel dieses Musikrituals ist - wie bereits oben bei Collins und Durkheim angedeutet - das Verstärken von Emotionen, von emotionaler Energie.
Durch die Abgegrenztheit vom Alltag wird dieses rituelle Musikerlebnis zum idealen Ausgangspunkt für unseren Versuch, eine Erlebniskonstruktion nachzuvollziehen.

6 Versuch einer Skizze der Erlebniskonstruktion

Bestimmte Erlebnisse passieren nicht einfach, hinter ihnen steckt eine Konstruktionsarbeit.
Dass man auf Erlebnisse hinarbeitet ist seit Schulze nichts neues. Genau dies fasst er mit seinem erlebnisrationalen Handeln.[39] Jedoch bleibt hier noch unklar, wie dies funktioniert und welche Vorraussetzungen für eine solche Konstruktion notwendig sind.

6.1 Was macht ein Erlebnis aus?

Schulze stellt fest, dass der „Genuß immer aus den Details singulärer Situationen und Erlebnisgegenstände erwächst“.[40] Dies ist ein Aspekt, der für unsere Argumentation von essentieller Bedeutung sein wird. Jedoch geht Schulze davon aus, dass sich die Subjekte für die grundsätzliche Entscheidung, welches Erlebnisangebot konsumiert werden soll, nicht am Erlebnis einzelner Momente orientieren, sondern an abstrakteren Selektionsprinzipien.[41]
Dies mag für die ganz grundlegende Selektion aus dem riesigen Erlebnisangebot stimmen, ist diese Wahl jedoch erst einmal getroffen, wird das, was Konsumenten in einzelnen Momenten erleben wieder von essentieller Bedeutung für ihre Konsumentscheidung.

[39] vgl. Schulze 2005, S. 40f
[40] Schulze 2005, S. 433
[41] vgl. Schulze 2005, S. 433

High-Ender orientieren sich auch an Abstraktionen, wie bei Schulze weiter oben beschrieben, allerdings nur zur ersten Orientierung. Die endgültige Kaufentscheidung hängt von real erfahrenen Erlebnissen und eben nicht von jenen abstrakten Selektionsprinzipien ab.

6.2 Der Begriff der Erlebnisvariablen

Wie bereits im vorigen Punkt gezeigt, ist ein Erlebnis immer abhängig von Details der Situation. Dies ist vor allem in Bezug auf unsere Daten von größerer Bedeutung, als dies bei Schulze der Fall ist. Die Details der Situation werden für die folgende Argumentation insofern von Bedeutung sein, da versucht wird, eine Theorie zur Konstruktion von Erlebnissen zu entwickeln. Damit sind Erlebnisse gemeint, die vom High-Ender ganz bewusst konstruiert werden. Ihnen kommt eine ganz besondere Bedeutung zu und dies rechtfertigt auch die große Investition von Zeit, Planung und Geld.
Die Details der Situation, die relevant für das Erlebnis sind, sind es natürlich auch für seine Konstruktion. Sie sind die Ansatzpunkte, an denen die High-End Hörer ihre Situation modifizieren. Diese sollen im Folgenden als Erlebnisvariablen bezeichnet werden. Variablen deshalb, weil diese Details der Situation im Zuge der Konstruktion verändert werden sollen. Mit Erlebnisvariablen soll zusätzlich auf die Verbindung zwischen dem Detail, welches die Variable repräsentiert, und dem angestrebten Erlebnis hingewiesen werden.
Die Einführung von Erlebnisvariablen ist insofern sinnvoll, da niemals alle Aspekte der Situation für das Erlebnis von Bedeutung sind. Die Variablen fassen die für das Gelingen des Erlebnisses relevanten Details der Situation.

6.3 Erlebnisvariablen und Erlebnisfaktoren

Die Erlebnisvariablen, die sich in der High-End Szene zeigen, lassen sich in verschiedene Erlebnisfaktoren zusammenfassen, da viele Variablen eine „Familienähnlichkeit“ kennzeichnet.[42]
So zeichnet die Variablen „Sauberkeit des Hörraums“, „Beleuchtung des Hörraums“, „Einrichtung des Hörraums“, „Aussehen der Stereoanlage“ und „Anwesenheit anderer Personen“ eben jene Familienähnlichkeit aus. Diese familienähnlichen Variablen können unter dem Faktor „Hörumfeld“ subsumiert werden. Der Faktor „Hörumfeld“ umfasst somit die verschiedenen relevanten Details - die Erlebnisvariablen. Die Ausprägung ist ein konkreter, real existierender Fall der Variable. So kann der Hörraum an einem Tag auf eine gewisse Art und Weise aussehen, dann wird die Einrichtung verändert oder er

[42] vgl. Wittgenstein 1988, S. 241
Anm.: Obwohl der Grundgedanke unserer Faktoren ein ähnlicher wie jener des multivariaten Verfahrens der Faktorenanalyse ist, handelt es sich hier um keine statistische sondern um eine qualitative Konstruktion, die dazu dient, die Konstruktionsleistung der Individuen besser zu erklären. Der Begriff des Faktors kann in seiner Bedeutung in etwa als: „Bewirker, ein Bestandteil, der in Verbindung mit anderen ein Produkt ergibt; der wirksame Bestandteil“ (Wörterbuch philosophischer Begriffe) gesehen werden.

wird gesäubert. Dies stellt dann einen anderen konkreten Zustand der Variablen dar. Die Ausprägung der Variablen hat sich verändert.
In der High-End Szene kristallisieren sich hier drei relevante Erlebnisfaktoren heraus, die für ein gelungenes Musikerlebnis von Bedeutung sind. Zum einen ist dies natürlich die Musik selbst, welche ausgewählt und gehört wird. (Erlebnisfaktor Musik)
Der zweite Erlebnisfaktor umfasst die Mittel, die eine Reproduktion der Musik überhaupt erst möglich machen. Eine Variable, die zu diesem Faktor gehört, ist zum Beispiel „Klangqualität“. Diese ist ein Produkt der Stereoanlage und der Aufnahmequalität der CD. Die CDs selbst gehören somit zu den technischen Mitteln. Die Musik die auf ihnen gespeichert ist, ist ein Bestandteil des Faktors „Musik“. Eine weitere Variable wäre das Aussehen der Stereoanlage. (Erlebnisfaktor „technische Mittel“)
Tabelle 1 zeigt die einzelnen Erlebnisvariablen, aus welchen sich das Ritual des Musikliebhabers zusammensetzt. Die Darstellung erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit, basierend auf den von uns erhobenen Daten scheinen sie alle jedoch für das Gelingen des Rituals von Bedeutung zu sein.

Tab.1: Überblick über die Variablen und Faktoren der High-End Szene

Variable	Art der Manipulation	Faktor
Sauberkeit des Hörraumes	Kurzfristig	Hörumfeld
Anwesenheit anderer Personen	Kurzfristig	
Beleuchtung des Hörraumes	Kurzfristig	
Aussehen der Stereoanlage	Langfristig	
Einrichtung des Hörraumes	Langfristig	
Klangqualität der Stereoanlage	Lang- u. Kurzfristig	Technische Mittel
Klangqualität des Datenträgers	Langfristig	
Lautstärke in der gehört wird	Kurzfristig	
Aussehen der Stereoanlage	Langfristig	
Modifizierbarkeit der Stereoanlage	Langfristig	
Wissen über Technik	Langfristig	
Musikauswahl	Kurzfristig	Musik
Musiksammlung	Langfristig	
Wissen über Musik	Langfristig	
Assoziationen mit Musik	Langfristig	

Die Unterteilung der Variablen ist hier sehr grob vorgenommen. Es wäre noch eine sehr viel detailliertere Unterteilung denkbar. So kann Aussehen der Stereoanlage zum Beispiel noch in Farbe, Form, Integration in den Raum und Ähnliches unterteilt werden. Analog bei „Wissen über Technik“: Manche High-Ender wissen hier sehr gut über die technischen Funktionsprinzipien bescheid, nach denen ihre Komponenten konstruiert wurden. Andere besitzen detailliertes Wissen darüber, wer ihre Boxen herstellt und über den Fertigungsprozess:

> I3: Richard Shahinian baut die, irgendwo, Massachusetts oder so irgendwo, es ist ein Akustikentwickler der baut schon seit Jahrzehnten also für Studios, und für große Auditorien eben für Theater und für diese Zwecke, Opernhäuser usw. die werden mit dieser Technik ausgestattet. Und neben, als Nebenprodukt entstehen Hifi, also High-End Geräte auch. […] Ein Hersteller, der nur in Kleinmengen baut, und eben Präzision und diese Qualität, die es eben nicht in Großserien möglich. Dadurch steigt natürlich der Preis. Dadurch, dass das Gehäuse sehr aufwendig gebaut wird, und eben über einen monatelangen Prozess die Innenzargen usw. hergestellt werden, so wie Bösendorfer z.B. Klaviere baut.

6.4 Warum Erlebnisfaktoren? Eine Begründung

Theoretische Begriffe sollten nie um ihrer selbst willen eingeführt werden. Somit muss begründet werden, warum ein theoretisches Konstrukt wie jenes der Erlebnisfaktoren geschaffen wird.
Wir haben angeführt, dass es drei relevante Erlebnisfaktoren für das rituelle Musikhören des High-End Hörers gibt. Hier muss nun noch eine zusätzliche Eigenschaft dieser Faktoren dargelegt werden - ihre relationale Wichtigkeit. Damit ist gemeint, dass die Faktoren nicht gleichwertig nebeneinander stehen. Für das Gelingen des rituellen Musikerlebnisses sind jene Variablen, die wir unter dem Faktor „Musik“ subsumieren, wichtiger und essentieller als jene Variablen des Faktors „Hörumfeld“. Oder, um das rituelle Musikhören anhand der drei Faktoren zu charakterisieren: Die Faktoren „Musik“ und „technische Mittel“ besitzen eine höhere Wichtigkeit als jener des „Hörumfelds“. Dies ist nur eine Tendenz innerhalb der Szene. Anhand von zwei Idealtypen lässt sich dies verdeutlichen.
Der erste Idealtyp, der hier vorgestellt wird, ist jener des Musikliebhabers. Er charakterisiert sich durch ein sehr großes Hintergrundwissen über die Musik selbst. Er ist in der Musikgeschichte bewandert, kennt Lebensläufe und Entstehungsgeschichte der Werke, die er hört. Der tolle Klang seiner Anlage ist für ihn ein reines Mittel, das die Emotionalität der Musik noch stärker transportieren soll. Der ganze Klang ist jedoch nichts wert, sollte die Musikauswahl nicht als gut empfunden werden und die Emotion nicht in sich tragen. Somit ist der Musikliebhaber auf der Suche nach perfektem Klang, jedoch definiert sich perfekt für ihn sehr spezifisch. Der perfekte Klang des Musikliebhabers ist sein ganz persönlicher, der sein Musikerlebnis so gut wie möglich steigert. Für ihn hat der Faktor „Musik“ die zentrale Bedeutung, der Faktor „technische Mittel“ dient dazu, den Faktor „Musik“, in diesem Zusammenhang vor allem die Musikauswahl, zu unterstützen. Anders ausgedrückt: Die Technik ist ein Mittel zum Zweck.
Der zweite Idealtyp ist der des Technikfreaks. Sein dominanter Faktor ist jener der „technischen Mittel“. Für ihn hat die Musik dieselbe untergeordnete Bedeutung wie die technischen Mittel beim Musikliebhaber. Der Faktor „technische Mittel“ soll durch den „Faktor Musik“ verstärkt werden. Der Gebrauchswert wird bei ihm zu einem innenorientierten Erlebnis. Die Musik braucht er dazu, um die klangliche Perfektion seiner Stereoanlage zu erleben. Musik und Technik tauschen ihre Rollen.

Die Beziehung der Faktoren zueinander kann nicht nur zur Konstruktion von Idealtypen verwendet werden, sondern auch um ähnliche Erlebnisse miteinander zu vergleichen. Ein ähnliches Erlebnis meint hier ein Erlebnis, bei dem dieselben grundlegenden Faktoren eine Rolle spielen.
So beschreibt einer unserer Interviewpartner folgende Situation:

> I6: Wenn ich zum Beispiel mit einem Boot unterwegs bin, mit einem Segelboot, und ich irgendeiner tollen Bucht bin und ich habe einen CD-Player dabei und spiele dort eventuell irgendein Stück und es kommt so mäßig rüber aber es passt für diese Situation auch wieder ganz toll.

Hier haben wir es mit einem Musikerlebnis zu tun, welches sich vom rituellen Musikerlebnis klar unterscheidet. Die Verwendung von Erlebnisfaktoren macht den Unterschied klar fassbar. Der Faktor „Hörumgebung“ ist hier der wichtigste. Der Faktor „technische Mittel“ ist bei diesem Erlebnis zweitrangig, die Mittel müssen nur vorhanden sein - es geht nur um ihren Gebrauchswert, in dem Sinne wie Schulze diesen Begriff verwendet.
Ein weiterer Zweck der Erlebnisfaktoren ist es, Erlebnisse generell miteinander zu vergleichen. Dies soll an der Vergleichsgruppe der Drogenfreaks gezeigt werden:

> „Die Laienpharmakologie psychedelischer Drogen lässt sich als eine Methode charakterisieren, mit der Drogenbenutzer die folgenden Aspekte ihrer Realität einschätzen: die Wahlmöglichkeiten unter verschiedenen Drogenarten, die Wahlmöglichkeiten im Falle ein- und derselben Drogenart, die Wahlmöglichkeit der Einnahme überhaupt, die Wahl des Zeitpunkts der Einnahme bezüglich des physischen und psychischen Zustandes […] die Angemessenheit der Umgebung für das Erleben psychedelischer Erfahrungen […].“[43]

Zimmermann und Wieder beschreiben das Erlebnis von Drogenfreaks. Man sieht in dieser Passage, dass die Freaks ebenfalls über bestimmte Erlebnisvariablen verfügen, welche sie zur Konstruktion eines Erlebnisses manipulieren. So kann auch hier der Faktor „Drogenerlebnisumfeld“ als relevant gesehen werden
Auch wenn das Erlebnis auf den ersten Blick als ein ganz anderes erscheint, sieht man, dass es auf einem allgemeineren Niveau durchaus Gemeinsamkeiten gibt. Dies schließt natürlich nicht aus, dass sich Faktoren und einzelne Variablen unterscheiden oder durch andere ersetzt werden, das Grundprinzip ist jedoch dasselbe.

[43] Zimmermann & Wieder 1974, zitiert nach Mehan & Wood 1976 S. 40

6.5 Die positive und negative Ausprägung der Erlebnisvariablen

Wird eine Variable manipuliert, so verändert sich ihre Ausprägung. Eine Ausprägung der Variable „Sauberkeit des Hörraums“ ist der konkrete Zustand, in dem sich der Hörraum beim rituellen Musikerlebnis befindet.
Setzt man die Ausprägung der Variable in Bezug dazu, als wie gelungen das Musikerlebnis wahrgenommen wird, so kann man zwischen positiver und negativer Ausprägung unterscheiden. Eine positive Ausprägung soll eine Ausprägung sein, die für die Güte des Musikerlebnisses förderlich ist. Eine negative Ausprägung meint, dass die Variable dann die Qualität des Musikerlebnisses verringert.
Ob eine Variable positiv oder negativ ausgeprägt ist, hängt von der individuellen Bewertung des Hörenden ab. Eine Ausprägung ist also dann positiv, wenn diese als für das Gelingen des Musikerlebnisses als hilfreich aufgefasst wird.
Damit ist nicht gemeint, dass es sich hier um dichotome Ausprägungen handelt! Vielmehr gibt es zwischen zwei Extremen die ganzen Schattierungen von Möglichkeiten, wie sich die Ausprägung der Variable auf das Musikerlebnis auswirkt.

6.6 Die bewusste Manipulation der Ausprägung

Wir gehen nun davon aus, dass diese konkreten Ausprägungen, die Variablen annehmen, nicht zufällig sind, sondern ganz bewusst manipuliert werden.
Die Manipulation der Situation, von der Schulze sehr allgemein spricht[44], erfolgt in der High-End Szene durch die Manipulation der einzelnen Erlebnisvariablen. So kann sich die Erlebnisvariable „Musikauswahl“ durch einen Wechsel von einem schlechten zu einem guten Musikstück, die Ausprägung der Variable von negativ zu positiv verändern.
Ein anderes Beispiel wäre, wenn die dem Faktor „Hörumgebung“ zugerechnete Variable „Sauberkeit des Hörraums“ sich von „nicht aufgeräumt“ zu „aufgeräumt“ verändert. Dadurch verändert sich die Hörumgebung und mit ihr die Interpretation des gesamten Erlebnisses und auch der anderen Variablen bzw. Faktoren.
Einer der Interviewpartner beschreibt, wie sich das Umfeld durch die Sauberkeit des Raumes verändert und sich so das Empfinden der Musik ebenfalls verändert:

> I5: Und ich bin mir auch ganz sicher, wenn sie eine gute Anlage, gleich klingend, in einen Raum stellen würden, der chaotisch ist, der nicht zusammengeräumt, nicht aufgeräumt ist, hat des, selber da, passt das, spielen dieselbe Musik, dann klingt sie für sie anders, weil sie ein anderes, ein anderes Empfinden dazu haben, als wenn sie sich hinsetzen, wo das ganze ein entsprechendes Umfeld hat.

[44] vgl. Schulze 2005, S. 430

Damit zeigt sich eine weitere Eigenschaft der Variablen: Ihre Interdependenz.
Die konkrete Ausprägung einer Variable hat Auswirkungen auf die Wahrnehmung der Ausprägungen von anderen Variablen. So kann es durchaus vorkommen, dass eine bestimmte Stereoanlage gekauft wird, was eine konkrete Ausprägung von z.B. der Variable „Klangqualität“ bedeutet, wiederum Auswirkungen auf die Bewertung der Ausprägungen der anderen Variablen hat. So kann die Stereoanlage mit der höchsten Bewertung in der Klangqualität den Raum so verändern, dass die Ausprägung der Variable „Aussehen der Stereoanlage“ dann eine negative Ausprägung wäre. Das wäre der Fall, wenn die Stereoanlage als optisch nicht ansprechend wahrgenommen wird. Ein anderes Beispiel hierfür wäre, dass durch die hohe Wiedergabequalität Schwächen in der Aufnahme der Musik aufgedeckt werden, was zu einer schlechteren Bewertung der bisher bevorzugten Musik führt und zu einer höheren Bewertung von Musik mit hoher Aufnahmequalität. Die einzelnen Erlebnisvariablen sind somit interdependent.
Jede Erlebnisvariable kann weiters sowohl kurz- als auch langfristig manipuliert werden.[45] Kurzfristige Manipulation ist jederzeit möglich, langfristige Manipulationen müssen über längere Zeit geplant werden.[46]
In Bezug auf die Erlebnisvariable „Musikauswahl“ lässt sich hier sagen, dass der Aufbau der Musiksammlung eine Einwirkung auf die Möglichkeiten, wie diese Variable ausgeprägt sein kann, ist. Man baut langfristig eine Musiksammlung auf. Einer kurzfristigen Manipulation entspricht dann die konkrete Auswahl einer CD für das unmittelbar bevorstehende Musikerlebnis, was einer konkreten Ausprägung der Variable entspricht. Ein anderes Beispiel dafür wäre, wenn vor dem Musikerlebnis noch letzte Einstellungen an der Wiedergabetechnik vorgenommen werden. Die langfristige Manipulation bestimmt die Möglichkeiten, die durch die kurzfristige Manipulation gegeben sind.

6.6.1 Zur Bedeutung des Hörers für das Musikerlebnis

Wenn wir für die Planbarkeit von Erlebnissen argumentieren, so müssen wir uns der Behauptung Schulzes stellen, der diese Planbarkeit tendenziell durch das Argument der Veränderlichkeit des Subjekts in Frage stellt. Zumindest für das von uns untersuchte Erlebnis des rituellen Musikhörens bieten sich hier Lösungsansätze an.
Dem High-Ender selbst kommt bei der Planung und Zelebrierung des Erlebnisses eine zentrale Bedeutung zu. Dies gilt in zweierlei Hinsicht: Zum einen ist es der Hörer, welcher die Situation bzw. das Ritual als Erlebnis interpretiert - von ihm hängt es ab, ob eine Situation als positives Erlebnis interpretiert wird.

[45] vgl. Tab.1
[46] Dies scheint tendenziell dem zu entsprechen was Schulze unter „Einwirken“ auf die Situation und dem „Wählen“ versteht. Für unsere Argumentation ist im Sinne der Einheitlichkeit die Verwendung von kurz- und langfristiger Manipulation sinnvoller, da unsere Erlebniskonstruktion beides auszeichnet, während nach Schulze das Wählen in der Erlebnisgesellschaft zunimmt. Auch lässt sich der Zusammenhang zwischen kurz- und langfristiger Manipulation so besser zeigen.

Zum anderen – und dies ist nun der entscheidende Punkt - bezieht man sich selbst bei der Erlebnisplanung mit ein. So ist die eigene Stimmung die Grundlage dafür, welche konkrete Musik ausgewählt wird. Sie wird zur Stimmung passend gewählt, was möglich ist, da die Manipulation dieser Variable kurzfristig erfolgt.
Dies ist die Möglichkeit der High-Ender, wie dem Problem des Scheiterns aufgrund der Variabilität des Subjekts, welches Schulze beim erlebnisrationalen Handeln aufführt, entgegenzuwirken. Kurzfristig manipulierbare Variablen können immer an die aktuelle Stimmung angepasst werden. Bei großen Ausgaben für langfristige Manipulationen wird ebenfalls ein sehr großer Aufwand betrieben, um die Unsicherheit zu vermeiden.[47]
Um die richtige Musik zur Stimmung auszuwählen, ist auch hier wieder ein Wissen darüber notwendig, wie man Musik auf der Grundlage der eigenen Stimmung wahrnehmen wird. Dies muss nicht immer beim ersten Musikauswahlversuch gelingen. Sehr oft wird auch im Trial and Error Verfahren die Musik einige Male gewechselt, bis sie als positiv wahrgenommen wird.
Diese Planung führt zu einem weiteren zentralen Punkt in Bezug auf die Planung von positiven Erlebnissen: Dem Wissensbestand.

6.6.2 Wissensbestand als notwendige Bedingung

Um diese Konstruktionsarbeit auf eine Art und Weise zu verrichten, die ein gelungenes Musikerlebnis fördert, ist ein spezifischer Wissensbestand notwendig. Die Wirkungen der konkreten Ausprägungen werden antizipiert. Der Wissensbestand wird durch symbolisches und reales Erleben[48] und der Reflexion darüber aufgebaut. Dadurch wird der Wissensbestand erweitert und verfeinert.
Grundsätzlich können zwei verschiedene Arten von Wissen unterschieden werden, die wichtig für Erlebniskonstruktion sind.

- Wissen darüber, welche Manipulationen möglich sind
- Wissen darüber, wie unterschiedliche Manipulationen auf den High-Ender wirken - das Wissen, wie etwas auf einen selbst wirkt.

Das Wissen darüber, welche Manipulationen möglich sind, kann über die Recherche erworben werden. Das Wissen, wie etwas auf einen wirkt, kann nur durch direktes Erleben aufgebaut werden. Man muss Erfahrungen sammeln, um die Wirkung der Manipulation auf einen selbst zu antizipieren.
Dies ist kein sicheres Wissen, sondern nur ein wahrscheinliches. Es bleibt immer eine gewisse Unsicherheit bestehen. Umso weiter jedoch das Wissen und die Erfahrung ausgebaut werden, desto geringer wird dieses Risiko und umso genauer und detailreicher wird die Vorstellung davon, wie man sein Erlebnis gestalten will.
Weiter unten soll noch an einem konkreten Beispiel gezeigt werden, wie dieser Prozess des Wissensaufbaus und der Vermeidung von Unsicherheit in der High-End Szene vonstatten geht.

[47] vgl. Punkt 7
[48] vgl. Punkt 7.1.1

Eine ähnliche Verwendung des Wissensbestandes lässt sich auch bei der Vergleichsgruppe der Drogenfreaks, die von Zimmermann und Wieder beschrieben werden feststellen:

> „[W]enn es zu jenen Aktivitäten kommt, die von Freaks sehr hoch bewertet werden, wie das Einnehmen von Drogen, […] so existiert ein sorgfältig ausgearbeiteter Bestand an überlieferten Wissen. Freaks und andere benutzen dieses Wissen, wie man Drogen einnimmt […] indem sie auf verständige, bedachte und planvolle Art und Weise verschiedene Konsequenzen entwerfen, Ergebnisse vorhersagen […]“[49]

Diese starke Ähnlichkeit der Gruppe der Drogenfreaks und der High-End Hörer lässt darauf schließen, dass sich ein generelles Muster abzeichnen könnte, welches Erlebniskonstruktionen, zumindest bei rituellen Erlebnissen, an sich zukommt.

6.7 Kritische und unkritische Variablen

Es ist sehr oft der Fall, dass wenn die Musik, die gehört wird nicht als angenehm oder gut empfunden wird, das gesamte Musikerlebnis scheitert. Die Variable „Musikauswahl“ ist somit wichtiger als andere Variablen. Es können die anderen Elemente des Erlebnisses noch so gut sein, es scheitert dennoch bei einer als schlecht wahrgenommenen Musik. So gibt ein Klassik- und Jazzliebhaber an, dass die perfekteste Anlage nichts nützt, wenn ihn die Musik nicht anspricht:

> I9: Also [Schlager-Sänger] auf einer High-End Anlage wird nicht viel passieren.

Dies soll nun eine kritische Variable genannt werden. Die positive Ausprägung einer kritischen Variablen ist für das Gelingen des Erlebnisses unerlässlich. Wenn kritische Variablen nicht positiv ausgeprägt sind, scheitert die gesamte Erlebniskonstruktion. Ob eine Variable eine kritische Variable ist, hängt vom einzelnen High-Ender ab.
Auch hier lässt sich wieder eine Zuordnung zu den oben eingeführten Idealtypen – Musikliebhaber und Technikfreak – vornehmen. Für den Musikliebhaber wird ein Erlebnis als gescheitert gelten, wenn die Ausprägung der Variable „Musikauswahl“ negativ ist. Die „Musikauswahl“ ist die kritische Variable des Musikliebhabers. Beim Technikfreak ist die Variable „Wiedergabequalität“ eine kritische Variable, die das Musikerlebnis bei negativer Ausprägung scheitern lässt. Somit lassen sich Erlebnisse auch durch die Beschreibung der kritischen Variablen einteilen.
Nach dieser allgemeinen Behandlung der Erlebniskonstruktion und der Manipulation von Variablen soll im nächsten Absatz am Beispiel unserer empirischen Ergebnisse genauer auf diese Aspekte eingegangen werden.

[49] vgl. Zimmermann & Wieder 1974, zitiert nach Mehan & Wood 1976, S. 38

7 Die Manipulation der Erlebnisvariablen in der High-End Szene

Das Musikerlebnis der High-End Hörer unterscheidet sich nun in dreierlei Hinsicht von anderen Erlebnissen.
Zum einen in dem möglichen Grad der Planbarkeit, welcher dem rituellen Musikhören eigen ist.
Zum anderen wird der Grad an Planbarkeit in sehr hohem Maße genützt. Es wird versucht die Situation in jedem relevanten Aspekt zu kontrollieren. Man will die Unsicherheit in Bezug auf das positive Musikerlebnis auf ein Minimum reduzieren. In der langfristigen Manipulation gelingt dies vor allem nur mit einem sehr großen Aufwand an Zeit und finanziellen Mitteln. Hier ist die Recherchetätigkeit und das Probehören verschiedenster Komponenten ein zentraler Aspekt.
Drittens wird die Kontrolle in der Form eines rituellen Zelebrierens des Erlebnisses ausgelebt.
Ein Aufwand, wie er in der High-End Szene betrieben wird, scheint im Alltag eher selten zu finden zu sein. Dies mag zum einen daran liegen, dass der Grad an Planbarkeit für andere Erlebnisse meist geringer als in der High-End Szene ist. Man stelle sich zum Beispiel die Vorbereitung auf einen Tagesausflug vor. Sollte sich die Stimmung während der Fahrt zum Ausflugsziel verändern, gibt es in diesem Fall keine so einfache Korrekturmöglichkeit wie den Wechsel der CD. Auch zeichnet einen Ausflug eben nicht jene Planbarkeit des rituellen Musikhörens aus, wobei der vorhandene Planungsspielraum sicherlich auch genützt wird, wenn dem Erlebnis ein entsprechender Wert zugemessen wird.
Geht man von alltäglichen kleinen Erlebnissen aus, kommt hier noch hinzu, dass ein so großer Aufwand an Zeit und Geld einfach nicht für jedes Erlebnis aufwendbar wäre. Durch Zeit und Aufwand wird es jedoch möglich, die Unsicherheit in Bezug auf zukünftige Erlebnisse möglichst zu verringern.
Nachfolgend soll gezeigt werden, wie die Möglichkeit der Planung in der High-End Szene am Beispiel der langfristigen Manipulation der „Technischen Mittel“ genützt wird und wie die Planung in der High-End Szene konkret aussieht.
Vor allem die langfristige Manipulation der Situation ist in dieser Szene mit einem erheblichen Aufwand verbunden, was dazu dienen soll die Unsicherheit bei zukünftigen Erlebnissen zu minimieren. Wir argumentieren nun, dass gleichzeitig mit dem Prozess der langfristigen Manipulation auch jener Wissensbestand geschaffen wird, der für die Konstruktion des Musikerlebnisses unerlässlich ist. Dieser Wissensbestand ist, wie bereits oben ausgeführt, eine notwendige Bedingung, um die Einwirkung überhaupt planvoll durchführen zu können.

7.1 Die langfristige Manipulation am Beispiel der „technischen Mittel“

Um diese Manipulation zu beschreiben soll eine idealtypische Entwicklung in der High-End Szene als Prozess dargestellt werden. Der Prozess untergliedert sich in die Phasen Recherche, Probehören und Händlerberatung, dem Kauf und dem rituellen Erleben der Musik. Diese Phasen, welche idealtypisch in dieser Reihenfolge nur beim Einstieg in die Szene stattfinden, finden in der Praxis der High-Ender sehr oft abwechselnd, überschneidend und sich wiederholend statt. Dem Kauf folgt oft sehr bald eine neue Recherchephase, in der wieder über Verbesserungen nachgedacht wird.[50]
Im Laufe dieses Prozesses verändert sich die Bewertung der Ausprägungen ebenso wie der Wissensbestand. Man sammelt sowohl Wissen, wie etwas auf einen wirken wird, als auch das Wissen über die möglichen Arten der Manipulation. Um den Aufbau des Wissensbestandes und den generellen Unterschied zwischen der Recherche und dem realen Probehören von Anlagen darzustellen, wird an dieser Stelle auf das Konzept des symbolischen Erlebens bei Hayakawa eingegangen.

7.1.1 Symbolisches und reales Erleben

Der Sprachphilosoph Hayakawa geht davon aus, dass Menschen, die sehr viel lesen, mehr erleben, mehr gelebt haben, als jene, die dies nicht tun. Durch das Lesen wird ein Bild geschaffen, das einen in die Lage versetzt, zu empfinden, wie andere Menschen das Leben erleben. Dies fällt unter die Kategorie der „affektiven Kommunikation“. Sie dient dazu, Erlebnisse anderer nachzuempfinden. Hayakawa spricht hier auch von stellvertretender Erfahrung.[51] Das folgende Zitat verdeutlicht, was mit symbolischem Erleben gemeint ist:

> „GULLIVERS REISEN gelesen haben, heißt, mit Jonathan miterlebt haben, wie sich einem Menschen der Magen umdreht, wenn man sieht, wie sich die Menschen aufführen. HUCKELBERRY FINN von Mark Twain lesen, heißt empfinden, wie es ist, wenn man auf einem Floß den Mississippi hinuntertreibt. […] Hier liegt der große Auftrag, den die affektive Kommunikation erfüllt: sie setzt uns instand zu empfinden, wie andere Menschen das Dasein erlebt haben […]“[52]

Auch wenn Hayakawa beim symbolischen Erleben primär von Romanen spricht, gehen wir davon aus, dass dies ebenfalls auf das in unserer Szene gebräuchliche Lesen von Testberichten, in denen Experten ihre Eindrücke von Stereoanlagen beschreiben sowie der Lektüre von Produktbroschüren, wo Erlebnissituationen abgebildet und beschrieben sind, übertragbar ist.
Wie sich der Leser des Romans mit der Hauptfigur identifiziert und ihre Erlebnisse miterlebt, so ist dies auch auf die Recherchetätigkeit umlegbar. Reales Erleben unterscheidet sich nun natürlich vom symbolischen Erleben.

[50] Eine Interpretation dessen findet sich in Punkt 7.3
[51] vgl. Hayakawa 1976, S. 179f
[52] Hayakawa 1976, S. 179

Romanschreiber stellen nach Hayakawa nur jene Erlebnisse vor, die für das, was der Autor transportieren will, relevant sind.[53] Analog zeigen auch die High-End Erlebnisanbieter in ihrer Werbung entsprechend ausgewählte Erlebnisse.
Wenn im Folgenden auf die Recherchetätigkeit der High-End Hörer eingegangen wird, so sehen wir dies als ein „stellvertretendes Erleben", das dazu dient, erste Erfahrungen in der High-End Szene zu sammeln.

7.1.2 Symbolisches Erleben – Die Recherchephase

Die erste Phase vor dem Kauf der Stereoanlage ist die Recherche-Phase. Sie dient dazu erste Informationen über die Möglichkeiten der Manipulation zu sammeln. In dieser Phase wird noch auf symbolisch vermittelte Erfahrungen und Wissen zurückgegriffen.
Diese Recherche wird in der High-End Szene sehr intensiv und in verschiedenen Medien betrieben. Die Hersteller schaffen bewusst Erwartungen in Bezug auf ihr Produkt, was der von „Erlebnisanbietern suggerierten Bedeutung"[54], wie Schulze dies nennt, entspricht. Diese Vermittlung ist eine symbolische und findet natürlich nicht nur in der High-End Szene statt. Tagtäglich sind wir mit einer kaum noch überschaubaren Symbolflut konfrontiert, die uns bestimmte Produkte und auch die damit verbundenen Erlebnisse vermitteln wollen.
Testberichte in Hifi-Zeitschriften werden von einem Großteil unserer Interviewpartner gelesen, jedoch stehen sie diesen Testberichten tendenziell kritisch gegenüber. Viele beschreiben einen Entwicklungsprozess weg vom Vertrauen in Testberichte hin zur Wichtigkeit des eigenen Urteils.

> I2: Dann fangt man an Zeitschriften zu lesen, von da wird man dann beeinflusst und dann kaufst halt irgendwelche Testsieger, und dann bist irgendwie nicht zufrieden und dann kommt wieder das neue und neue. Und irgendwann vergisst du dann diese ganzen Testsiegergeschichten, verlasst dich auf dein Gehör und auf den Händler den du hast.

Testberichte sind eine eher grobe Orientierung, die im Laufe der Zeit durch die eigene reale Wahrnehmung ersetzt werden. Dies ist dadurch zu erklären, dass die Anlage an den eigenen Geschmack angepasst werden muss. Bei der Suche nach dem ganz eigenen, persönlich perfekten Klang, spielt auch der Erfahrungs- und Wissensbestand eine Rolle. Man baut Wissen darüber auf, in welcher Weise eine Manipulation der Variablen des Faktors „technische Mittel" überhaupt möglich ist.
Hat man einen Vergleich zwischen dem symbolischen Erleben und dem realen Erleben hergestellt, also etwas, was vorher symbolisch erlebt wurde real erlebt, gibt man dem realen Erleben den Vorzug. Dies ist insofern sinnvoll, da ein Erlebnis nach Schulze die Interpretation einer Situation durch das Subjekt ist. Wird die Situation direkt ohne eine symbolische Vermittlung erlebt, kann man besser abschätzen, wie man auf die Situation reagiert. Eine symbolische

[53] vgl. Hayakawa 1976, S. 180
[54] Schulze 2005, S. 101

Vermittlung erlaubt weniger Sicherheit in Bezug auf das zukünftige Erlebnis, als dies ein reales Erlebnis ermöglicht, da durch das reale Erleben die Wirkungen der einzelnen Ausprägungen der Erlebnisvariablen in einer realen Situation direkt erfahren werden.
Die Recherche ist in der High-End Szene sehr stark ausgeprägt. Die Investition ist so groß, dass diese oft über ein ganzes Jahr oder länger andauernde Recherchetätigkeit gerechtfertigt ist. Eine Korrektur dieser langfristigen Manipulation ist mit sehr großen finanziellen Verlusten beim Wiederverkauf der Stereoanlage verbunden. Deshalb will man die Unsicherheit auf ein Minimum reduzieren. Eine ausgedehnte Recherche ist eine der Strategien, mit der dies gewährleistet werden soll.
Das „verlassen […] auf dein Gehör"[55] ist beim Lesen von Testberichten und Werbebroschüren ebenfalls nicht möglich. Es wird allerdings durch das Probehören beim Händler möglich, wo durch das reale Erleben die Sicherheit des zukünftigen Erlebnisses vergrößert wird.
Ein interessanter Aspekt dieser lange andauernden Recherche ist, dass die High-Ender hier oft sehr selbstkontrolliert handeln und den Kauf solange hinauszögern, bis eine für sie ausreichende Sicherheit gegeben ist.

7.1.3 Reales Erleben – Händler und Probehören

Ein einzelnes Probehören beim Händler, was eine reale Erfahrung darstellt, gibt bereits mehr Sicherheit, als dies durch das symbolische Erleben möglich ist. Der High-Ender ist das erste Mal mit einer Situation konfrontiert, die der für die Zukunft geplanten Situation, also der tatsächlichen Hörsituation zu Hause, die zum Erlebnis werden soll, sehr ähnlich ist.
Wenn eine Stereoanlage - als Ausprägung der Erlebnisvariable „Klang der Stereoanlage" - gehört wird, so erfolgt eine Bewertung dieser Ausprägung. Diese Bewertung lässt sich zum einen auf die persönlichen Präferenzen des High-Enders zurückführen, jedoch erfolgt die Bewertung immer in Bezug auf vergleichbare Ausprägungen. So werden beim Probehören mehrere Anlagen miteinander verglichen. Eine gute Anlage definiert sich dadurch, wie sie im Verhältnis zu den anderen gehörten Anlagen wahrgenommen wird. Die Bewertung beim Probehören findet somit relational statt.
Hier muss es notwendigerweise bereits vor dem Hören zu einer Selektion kommen, da es unmöglich wäre, jedes Produkt, das der Händler führt, zu hören. Diese Vorauswahl ergibt sich zum einen aus der Recherchephase und den beim Händler vorhandenen Produkten, zum anderen wird die wichtigste Selektion jedoch vom Händler selbst vorgenommen, der den Kunden in dieser Hinsicht berät. Viele unserer Interviewpartner sprachen in diesem Zusammenhang von der Notwendigkeit, einen Händler zu haben, dem sie vertrauen können.
Die entscheidende Variable für die Auswahl ist meist die Wiedergabequalität der Stereoanlage. Diese wird in der Regel dem konkreten einzelnen Produkt zugeordnet, jedoch kommt es auch vor, dass die Eigenschaften einzelner Produkte auf die Marke übertragen werden. Eine gewisse Klangqualität ist

[55] Interview 2

somit nicht mehr Eigenschaft eines einzelnen Produkts, sondern eine Eigenschaft der Marke, was dazu führt dass die Produkte eine spezifische Eigenschaft besitzen, weil sie von einer bestimmten Marke sind.
Dies ist jedoch nur ein singuläres Erlebnis und gibt dem High-Ender noch immer nicht die Erlebnissicherheit, die er für einen Kauf als ausreichend erachtet. Darum folgt dem Probehören beim Händler vor allem bei großen Investitionen das Probehören zu Hause. Dies hat erstens den Vorteil, dass dieses Probeerlebnis, welches die Erlebnissicherheit gewährleisten soll, mit dem tatsächlichen Erlebnis identisch wird. Zum anderen ist es nun möglich, nicht nur ein einzelnes Erlebnis zu testen, sondern eine ganze Serie von Erlebnissen. Dadurch können die verschiedenen Ausprägungen der Variablen des Faktors „technische Mittel“ auch im Zusammenspiel mit verschiedensten Ausprägungen der anderen Variablen getestet werden, etwa wie die konkrete Anlage im Zusammenspiel mit verschiedenen Stimmungen des High-Enders harmoniert, oder wie die unterschiedlichsten Musikrichtungen auf ihr klingen. Hier sei noch einmal auf die Interdependenz der Erlebnisvariablen hingewiesen.
Dieser enorme Aufwand zeigt, dass Misserfolge in der High-End Szene im Wesentlichen nicht in Kauf genommen werden. Die Akteure der High-End Szene versuchen, die Unsicherheit so weit wie möglich zu minimieren. Daher kommt es zur Abkehr von den symbolisch vermittelten Erlebnissen der Erlebnisanbieter und man wechselt zum realen Erleben als Entscheidungsgrundlage für den Kauf der technischen Mittel der Musikreproduktion. Durch das Heranführen des Probeerlebnisses an das reale Erlebnis in einer ganzen Serie von Erlebnissen soll diese Unsicherheit auf ein Minimum reduziert werden.

7.2 „kurzfristige Manipulation“ am Beispiel der Musikauswahl

Ein Beispiel für eine kurzfristige Manipulation ist die Auswahl der Musik für das rituelle Musikerlebnis. Die Auswahl der richtigen Musik ist entscheidend für ein gelungenes Musikerlebnis. Musikauswahl ist sehr oft eine kritische Variable, die bei negativer Ausprägung die Chance auf ein gelungenes Musikerlebnis zunichte macht. Ein Beispiel dafür gibt die folgende Interviewpassage:

> I8: […] das Lied an sich muss mich berühren emotional, und das ganze muss die Anlage transportieren können. Wenn irgendeine fade Musik gut präsentiert wird, passiert genauso wenig.

Die Musik, die gehört wird, kann kurzfristig ausgewählt werden, aber nur anhand der Musiksammlung, die bereits aufgebaut wurde - was einer langfristigen Manipulation entspricht. Grundlage für die Auswahl der Musik ist immer die Stimmung des High-Enders, welcher hier als unabhängige Variable in Bezug auf die dann abhängige Variable Musikauswahl agiert. Die Möglichkeit des High-Enders, seine eigene Stimmung in die Planung miteinzubeziehen und andere Variablen darauf abzustimmen, trägt maßgeblich zur großen Planbarkeit des Musikerlebnisses bei.

> I5: Emotionen kann sie auslösen, man muss jetzt aufpassen ob diese Emotionen die sie auslöst, mit dem was man selber zu diesem Zeitpunkt haben will übereinstimmt. Ja oder nein. Wenn sie nicht übereinstimmt löst sie trotzdem Emotionen aus, wo ich sage: Ich halte das jetzt nicht aus, das ist mir zuviel. Die Emotion habe ich trotzdem. Nur im anderen Zeitpunkt will ich das sogar haben. Weil da soll das schneiden, da solls einen, da solls meine Revolutionsstimmung unterstützen, unter Anführungszeichen. Und im anderen Fall soll es, wenn ich in einer anderen Stimmung bin, die Stimmung nach Harmonie, noch entspannen, unterstützen.

7.2.1 Die Bewertung der Ausprägung der Variable „Musikauswahl“

Nach DeNora ist nicht nur die Musik selbst ein Kriterium für die Bewertung der Musik, sondern auch Wissen und Assoziationen spielen eine wichtige Rolle. Ein Beispiel dafür sind vergangene Erlebnisse mit dieser Musik, spezielle Ereignisse, die dabei stattgefunden haben, oder weil das Stück „father’s favourite“[56] war.[57] Auch wird Musik, die gehört wird, nicht nur mit real Erlebten, wie dies auch von DeNora ausgeführt wird, assoziiert[58], sondern mit anderen Ereignissen, die nur symbolisch erlebt wurden.
Ein weiterer Punkt, der die Bewertung der Musik verändert, ist das Wissen, welches man über die gehörte Musik besitzt. So kann zum Beispiel das Wissen über den Lebenslauf des Komponisten und die Entstehungsgeschichte eines Stückes die Bewertung erheblich verändern. Ein anderes Beispiel dafür, wie Wissen über die Musik die Wahrnehmung beeinflusst, zeigt sich in der folgenden Interviewpassage:

> I6: Zum Beispiel wenn ein Gitarrenstück extrem technisch schwierig, und trotzdem super klingt, oder die Paganini-Stücke, also die auf der Geige extrem schwierig sind, wo es auch teilweise ein bisserl daneben geht. Aber wenn ich weiß wie schwierig das ist, und wenn ich das höre wie der das interpretiert, und auch die Schwebungen die ein bisserl daneben liegen, dann macht das für mich eine gute Musik aus.

Da er weiß wie schwierig das Stück zu spielen ist, bewertet er Fehler im Stück anders.
Man hat in der Praxis jedoch durch sein Wissen keine absolute Sicherheit bei der Wirkung, welche die Musik auslösen wird. Man hat gewisse Vorstellungen, wie das Erlebnis geplant werden soll, aber die Unsicherheit ist nicht ausschaltbar. Es wird jedoch vor allem bei der langfristigen Manipulation, wenn sie mit großen Kosten verbunden ist, wie oben beschrieben, versucht, diese Unsicherheit auf ein Minimum zu reduzieren.
Bei der kurzfristigen Veränderung der Musik kann ein solcher Fehler jedoch sofort behoben werden. Man versucht so lange seine Musik richtig auszuwählen, bis die Erlebnisvariable Musik positiv ausgeprägt ist und die Musik somit ein positives Erlebnis hervorruft.

[56] DeNora 2002, S. 169
[57] vgl. DeNora 2002, S. 169f
[58] vgl. DeNora 2006, S. 65f

7.3 Abwechslungsstrategien und Optimierungsprozesse

Weiter oben wurde auf die von Schulze aufgeworfenen Probleme bei der Erlebnisplanung und dem erlebnisrationalen Handeln aufgezeigt. Eine Strategie, welche das Problem der Variabilität des Subjektes löst wurde in den vorherigen Punkten aufgezeigt. Der High-Ender integriert sich selbst in die Planung des Erlebnisses.
Was zu behandeln bleibt ist das Problem der Kumulation. Erlebnisse neigen dazu, mit der Wiederholung zu verblassen, worauf mit der Strategie der Variation reagiert wird. Dies ist auch in der High-End Szene der Fall. Das als Ritual zelebrierte Musikerlebnis setzt sich aus unterschiedlichsten Details zusammen. Durch diese Details muss es nie genau wiederholt werden, man hat eine Mannigfaltigkeit von Möglichkeiten, wie man es verändern, es anders zelebrieren kann. Nimmt man als Beispiel die Variable „Klangqualität der Stereoanlage“, so kann ihre Ausprägung durch verschiedenste Mittel und Details verändert werden:

> I2: Und das, was dann die gehobenen Anlagen unterscheidet von den weniger gehobenen oder kleineren ist halt dann die Liebe ins Detail, net. Weil du musst auf jeden Stecker achten. Du solltest auf jedes Füßerl, auch das Rack klingt, man glaubt’s nicht. Die Anlage ist früher auf einem Board gestanden, das hat scheiße geklungen. Und wenn du dem CD-Player die Füße wegnimmst, diese komischen grauslichen da, die braunen, dann klingt das auch ganz anders, das kann man alles nachvollziehen.

Wie diese Interviewpassage jedoch zeigt, erfolgt die Veränderung nicht beliebig, wie dies bei Schulzes Beispiel des Wechselns zu einem ähnlichen Radiosender der Fall zu sein scheint. Sie ist gerichtet. Es wird nicht nur eine Veränderung, sondern eine Verbesserung angestrebt, welche einer Erlebnisabstumpfung entgegenwirken soll. Der Reiz des Neuen wird durch den Reiz des Besseren ersetzt. Der High-Ender gibt sich in der Regel in Bezug auf die Anlage nicht mit etwas anderem, sondern nur mit etwas besserem zufrieden. Man kann hier von einem Optimierungsprozess sprechen, der gleichzeitig natürlich auch die Funktion der Variation erfüllt. Dieser Perfektionsgedanke hat einen Entwicklungsprozess zur Folge, in dem die High-Ender oftmals an die Grenzen ihrer finanziellen Möglichkeiten stoßen.

8 Resümee

Der Aufsatz stellt einen sehr spezifischen Blickwinkel auf das dar, was wir als High-End Szene bezeichnet haben. Was offen bleibt, sind die Emotionen selbst – bzw. psychischen oder physischen Prozesse im Sinne von Schulze -, welche durch das Ritual des Musikhörens ausgelöst werden. Auch weist das Datenmaterial auf sehr starke Aspekte der Distinktion innerhalb der Szene und nach außen hin, welche sicherlich erörternswert wären.
Das Erlebnis des High-Enders lässt sich in unseren Augen am Besten als rituell begreifen. Die Liebe zu Details und Nuancen in der Szene scheint diese Betrachtungsweise nahezulegen.

Wir konzentrierten uns auf die Rekonstruktion des für die High-Ender typischen Erlebnisses - ihres Rituals - und versuchten eine Analyse davon zu liefern. Auf dieser Grundlage wurden die Erlebnisvariablen und Erlebnisfaktoren, die zu einer klareren Darstellung und einem besseren Verstehen des Vorgehens der High-Ender beitragen sollen, eingeführt.
Eine genauere Betrachtung dieses Konzepts in seiner praktischen Anwendung in der High-End Szene zeigte die Möglichkeit der Planung von Erlebnissen und der Minimierung von Unsicherheit. Zentrale Bedeutung kommt hier der Integration der eigenen Stimmung in die Erlebnisplanung in Bezug auf die kurzfristig manipulierbaren Variablen zu. Das Ritual wird in Abhängigkeit der eigenen Stimmung gestaltet, mit dem Ziel, die bestehende Stimmung zu verstärken.
Ein weiterer zentraler Aspekt ist die Vermeidung von Unsicherheit bei langfristigen Manipulationen durch Recherche und Probeerlebnisse – Probehören beim Händler und Probehören zu Hause. Ein Scheitern des Erlebnisses soll möglichst ausgeschlossen werden.
Wir hoffen damit einen zumindest ethnographischen Beitrag durch die Beschreibung der Szene und dem Verhalten und den Werten ihrer Mitglieder geliefert zu haben. Erste abstraktere Überlegungen ausgehend von unseren Daten wurden ebenfalls vorgestellt, welche, wie wir glauben, den Weg in Richtung Verstehen von rituellen Erlebnissen weisen könnten.

9 Literatur

Becker, Judith: *Anthropological Perspectives on Music and Emotion*. in: Jusling, Patrik N.: Music and Emotion. Theory and research, New York 2001

Bourdieu, Pierre: *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt am Main 1996 (8. Auflage)

Bourdieu, Pierre & Wacquant, Loic J.D.: *Reflexive Anthropologie*. Frankfurt am Main 1996

Collins, Randall: *Interaction Ritual Chains.* Princeton, New York [u.a.] 2004

DeNora, Tia: *Music in everyday life*. Cambridge 2006 (5. Auflage)

DeNora, Tia: *Aesthetic Agency and Musical Practice: New Directions in the Sociology of Music and Emotion*. in: Jusling, Patrik N. (Hrsg.): Music and Emotion. Theory and research. New York 2001

Durkheim, Emile: *Die elementaren Formen des religiösen Lebens.* Frankfurt am Main 1994

Flam, Helena: *Soziologie der Emotionen. Eine Einführung.* Konstanz 2002

Funke, Harald *Erlebnisgesellschaft*, in: Kneer, Georg/Nassehi, Armin/Schroer, Markus (Hrsg.): Soziologische Gesellschaftsbegriffe. Konzepte moderner Zeitdiagnosen. München 200 (2. Auflage)

Gebesmair, Andreas: *Grundzüge einer Soziologie des Musikgeschmacks*. Wiesbaden 2001

Glaser, Barney G. & Strauss, Anselm L.: *Grounded Theory. Strategien qualitativer Sozialforschung.* Bern 2005 (2. Auflage)

Hayakawa, S.I.: *Sprache im Denken und Handeln.* Darmstadt 1976 (5. erweiterte Auflage)

Schulze, Gerhard: Die *Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*. Frankfurt am Main 2005 (2. Auflage)

Krais, Beate & Gebauer, Gunter: *Habitus*. Bielefeld 2002

Rehbein, Boike: *Die Soziologie Pierre Bourdieus*. Konstanz 2006

Regenbogen, Arnim & Meyer, Uwe: *Wörterbuch philosophischer Begriffe*. Hamburg 2005

Rössel, Jörg: *Die Erlebnisgesellschaft zwischen Zeitdiagnose und Sozialstrukturanalyse*. In: Österreichische Zeitschrift für Soziologie, Jg. 28, Heft 3, 2003

Turner, Jonathan H. & Stets, Jane E.: *The Sociology of Emotions*. New York 2005

Volkmann, Ute: *Das Projekt des schönen Lebens – Gerhard Schulzes „Erlebnisgesellschaft"* in: Schimank, Uwe & Volkmann, Ute [Hrsg.]: Soziologische Gegenwartsdiagnosen I. Stuttgart 2000

Wittgenstein, Ludwig: *Tractatus logico-philosophicus. Werkausgabe Band 1. Tractatus logico-philosophicus. Tagebücher 1914-1916. Philosophische Untersuchungen.* Frankfurt am Main 1988 (4. Auflage)

Zimmermann und Wieder: *Generational Experience and the Development of Freak Culture.* In: Journal of Social Issues, Jg. 30, 1974, S. 137 – 162. zitiert nach: Mehan & Wood: *Fünf Merkmale der Realität.* In: Weingartner, Elmar [Hrsg]: Ethnomethodologie. Beiträge zu einer Soziologie des Alltagshandelns. Frankfurt am Main 1976