

Inhalt

| | |
|---|----|
| Vorwort | 9 |
| 1 Einleitung | 11 |
| 1.1 Problem und Perspektive..... | 11 |
| 1.2 Stand der Forschung..... | 13 |
| 1.3 Konzeptualisierung der Vorgehensweise | 16 |
| 1.3.1 Konstitutive Fragestellungen | 16 |
| 1.3.2 Methodologisch-methodische Problemstellung..... | 17 |
| 1.3.3 Verwendetes Datenmaterial..... | 19 |
| 2 Jugendkultur in sozialwissenschaftlicher Perspektive | 23 |
| 2.1 Jugend: Eine Begriffsbestimmung..... | 23 |
| 2.2 Das Paradigma des Übergangs..... | 25 |
| 2.3 Das Paradigma der Gegenkultur..... | 27 |
| 2.4 Der Wandel der Jugendkultur | 30 |
| 2.4.1 Individualisierung..... | 30 |
| 2.4.2 Kommerzialisierung | 31 |
| 2.4.3 Mediatisierung..... | 32 |
| 2.5 Das Paradigma der Normalität | 33 |
| 3 Entstehung und Entwicklung von Techno | 35 |
| 3.1 Arbeitsdefinition von Techno als musikalischer Praxis | 35 |
| 3.2 Die Geschichte von Techno | 36 |
| 3.2.1 Die Anfänge elektronischer Musik | 36 |
| 3.2.2 Elektronische Pop-Musik | 37 |
| 3.2.3 Elektronische Tanzmusik in den USA..... | 40 |
| 3.2.3.1 Disco | 40 |
| 3.2.3.2 HipHop | 43 |
| 3.2.3.3 House | 48 |
| 3.2.3.4 Techno | 50 |

| | |
|--|------------|
| 3.2.4 Elektronische Tanzmusik in Großbritannien | 51 |
| 3.2.5 Elektronische Tanzmusik in der BRD | 55 |
| 3.3 Ausdifferenzierung der elektronischen Tanzmusik | 57 |
| 4 Produktion, Distribution und Rezeption von Techno | 61 |
| 4.1 Produktion | 61 |
| 4.1.1 Das Instrumentarium | 61 |
| 4.1.2 Die Integration des Instrumentariums | 63 |
| 4.1.3 Die Auswirkungen auf die ästhetische Praxis | 64 |
| 4.2 Distribution | 67 |
| 4.2.1 Labels | 67 |
| 4.2.2 Vertriebsformen | 70 |
| 4.2.3 Ladenlokale | 72 |
| 4.3 Rezeption | 73 |
| 4.3.1 Diskotheken | 75 |
| 4.3.2 Raves | 80 |
| 4.3.3 Stilisierungen des Selbst | 84 |
| 4.3.4 Exkurs: Zum Verhältnis von Risiko, Repression und Selbsthilfe | 88 |
| 5 Medien der Techno-Szene | 93 |
| 5.1 Flyer | 93 |
| 5.2 Fanzines | 97 |
| 5.2.1 Gratis-Hefte | 98 |
| 5.2.2 Musik-Magazine | 100 |
| 5.2.3 Szene-Zeitung | 104 |
| 5.3 Computervermittelte Kommunikation | 105 |
| 5.3.1 Digitale Dependancen | 107 |
| 5.3.2 Web-Zines | 108 |
| 5.3.3 Event-Sites | 110 |
| 6 Die Love Parade | 113 |
| 6.1 Entstehung und Entwicklung | 113 |
| 6.2 Die Argumentation der Akteure | 129 |
| 6.3 Einordnung der expressiven Elemente | 136 |
| 6.4 Exkurs: Zum Verhältnis von Repression und Politisierung | 144 |
| 6.4.1 Fallbeispiel „Großbritannien“ | 144 |
| 6.4.2 Fallbeispiel „Frankfurt am Main“ | 148 |

| | |
|---|------------|
| 7 Zusammenfassung und Diskussion | 153 |
| 7.1 Mediatisierung | 153 |
| 7.2 Kommerzialisierung | 155 |
| 7.3 Individualisierung | 158 |
| 8 Literatur | 163 |