

norde

tendenzen beobachten

#20



- 01 Impressum
- 02 Medizin: Cognitive Enhancement
- 05 Interview: FairMusic
- 08 Kultur: Glokalität des Clubtanzes
- 10 Aufzugwissen

Redaktion:
Ji-Hun Kim
Jan-Peter Wulf

Layout:
Barbara Hanff

Kontakt:
node.contact@gmail.com

Web:
<http://nodeland.org>

Editorial

Liebe node-Leserin, lieber node-Leser,

willkommen zur ersten node im Jahr 2008. Und weil es so kalt und trüb da draußen ist, geht es diesmal um Drogen, Musik und Tanzen. Klingt gut, was?

Im Ernst: In allen drei Bereichen zeichnen sich interessante Tendenzen ab. **Cognitive Enhancement**, Mental Boost, Mind Doping, Smart Drugs... unter diesen Stichworten tun sich im Bereich der Drogen aktuell ganz neue Welten auf: Statt eines hedonismusgetriebenen Konsums oder der Einnahme zur körperlichen Ertüchtigung, der ganze Sportbranchen definiert, geht es hierbei um mentale Fitness. Wie immer stammen die Wirkstoffe aus der klinischen Anwendung und werden, teils in Originalform, teils als Derivat, für bessere Konzentration beim Pokern, beim Lernen für die Uni oder für eine bessere PowerPoint-Performance geschluckt. In den USA fast schon Bestandteil der gut sortierten Hausapotheke, kennen hiesige Toxikologie-Lehrbücher die kleinen Muntermacher mitunter noch gar nicht.

Musik und Drogen haben sich schon immer etwas zu sagen gehabt, aber Musik und faire Produktion? Eine neue Etikettierung soll nun, egal ob physischer oder digitaler

Tonträger, markieren, ob die Künstler in gerechter Weise an den Erträgen des Verkaufs beteiligt werden. Den Initiator von **FairMusic**, **Peter Rantasa**, haben wir dazu interviewen können.

Der dritte Beitrag stellt fest: Jugendkulturen können nicht nur kommerzialisiert werden, sie können auch gleich so auf die Welt kommen. Beispiel: **Tecktonik™**, der neue Tanzstil, geboren in den Banlieues von Paris undsoweiter. Ob das dann jedoch gedeiht, wie vom Retortenpapa des Hypes gewünscht, ist fraglich. Lesen Sie **Die Glokalität des Clubtanzes** mit einer schonungslosen Dechiffrierung spätkapitalistischer Verwertungsmuster.

In den Aufzug steigen wir diesmal nicht ohne unseren „Expresso“ zum Aufpumpen und die wahnwitzige Erkenntnis, dass kirchliche Freiheit und staatliche Verbote zu obskuren Phänomenen führen, die sich hoffentlich alsbald in Rauch auflösen werden.

Angenehme Lektüre wünscht wie immer
Die node-Redaktion

DOPING GEHT IN DEN KOPF

WIE COGNITIVE ENHANCEMENT UND MIND DOPING DIE OPTION ZUM BESSEREN MENSCHEN VORTÄUSCHEN

Modafinil (Provigil), **Adderall** und **Inderal** waren bislang nur Psychopharmakologen ein Begriff oder denjenigen, die aus therapeutischen Gründen auf jene Medikamente angewiesen gewesen sind. **Ritalin** ist da schon eher bekannt. Hier war die Diskussion vielschichtig darüber, ob man Kinder und Jugendliche anhand solcher Drogen von ADHS-Symptomen befreien kann bzw. darf. Nun scheint es so, dass diese Medikamente das Potential zur Lifestyledroge haben und in vielen leistungsorientierten Gesellschafts- und Berufsbereichen ist es bereits Usus geworden, sein Gehirn zu dopen und sich der so genannten Mental Boosters zu bedienen.

Cognitive Enhancement

Medizinische Evolutionen verhalten sich häufig so, dass die erforschten Begebenheiten sich von den ursprünglichen Intentionen ablösen, um anderen, nicht-therapeutischen Interessen zu dienen. Bei der **Plastischen Chirurgie** war der Schritt von der Wiederherstellung Kriegsversehrter des ersten Weltkriegs hin zu ästhetischen Brustvergrößerungen schneller vollzogen, als von vielen prognostiziert. Auch **Kokain** wurde Ende des 19. Jahrhunderts noch als lokales Anästhetikum klinisch angewendet und der Gebrauch war zu jener Zeit noch nicht strafbar.

In letzter Zeit hat **Viagra** und die explodierende Nachfrage danach gezeigt, dass nicht nur impotente Altherren, sondern gerade virile Männer (also diejenigen, die an und für sich „gesund“ sind) den Gebrauch der Erektionsunterstützung in Anspruch nahmen. Was ungesunden Körpern helfen kann, kann die Leistung eines gesunden Körpers nur verstärken, so die Idee dahinter.

„Was ungesunden Körpern helfen kann, kann die Leistung eines gesunden Körpers nur verstärken, so die Idee dahinter.“

Ganz ähnlich verhält es sich mit den oben aufgeführten Präparaten. Beim konventionellen Körper-Doping, wie mit Anabolika und anderen wird versucht, muskuläre oder andere körperliche Eigenschaften zu manipulieren und vor allem zu verstärken. Beim **Cognitive Enhancement** geht es vielmehr darum, unter Zuhilfenahme bestimmter Mittel die optimale Leistung des Gehirns zu aktivieren. Man wird durch diese Mittel leider nicht schlauer, aber kann das Maximale an kognitiver Leistung eines Einzelnen versuchen abzurufen.

Viele Interessensgruppen

Die konsumierende Zielgruppe ist divers. So ist mittlerweile in Kreisen von Piloten, klassischen Musikern, Pokerspielern, Forschern, Studenten und führenden Managern das Nehmen von jenen Hirntunern verbreitet. An vielen US-amerikanischen Universitäten gehört der Konsum von Ritalin vor Klausuren schon fast zum guten Ton. **Methylphenidat**, so der Name des Wirkstoffs des ADHD-Medikaments, verbessere zwar das räumliche Arbeitsgedächtnis, bei Tests in Cambridge zeigte sich jedoch, dass bei Wiederholungen sich auch die Wartezeit der Lösungen verkürzt. Dies soll heißen, dass die Ritalinkonsumenten weitaus fehleranfälliger waren als die übrigen, weil sie die Antwortkreuze im Test viel zu schnell setzten. In der L.A. Times im vergangenen Dezember erklärte dazu **Paul Phillips**,

Profi-Turnierpokerspieler, dessen bisheriges Preisgeld sich auf über 2,3 Millionen Dollar beläuft: „Es ist keine Frage. Durch sie bin ich ein viel besserer Spieler geworden!“, und meint damit den Konsum von Adderall und Provigil (Modafinil). Das eine ist ein Aufmerksamkeitsdefizit-

Medikament auf Amphetaminbasis, das andere wird normalerweise Narkolepsiepatienten verschrieben. Gerade das Spielen von Pokerturnieren, welches häufig zwölf Stunden oder mehr am Tag andauert und sich teils über eine gesamte Woche hinzieht, würde durch das Cognitive Enhancement positiv beeinflusst, so die Meinung des 35-jährigen Amerikaners.

Drugs and... E-Musik

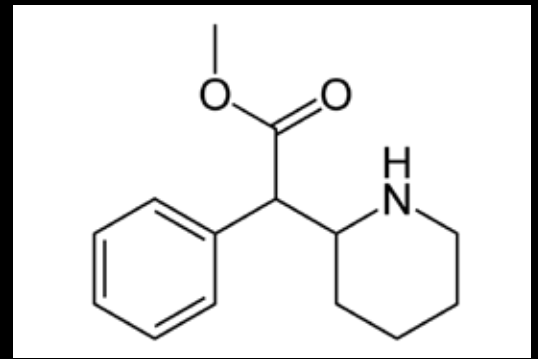
In Kreisen der klassischen Musik ist hingegen ein anderes Mittel sehr beliebt. Und zwar handelt es sich hierbei um das so genannte Inderal, welches ein Betablocker ist und bei Herzpatienten angewandt wird, um Bluthochdruck und Herzrhythmusstörungen zu kontrollieren. Inderal blockt die

der **Pennsylvania University** mit **Bromocriptin**, einem Parkinsonmittel, ergaben folgendes: Verabreichte man dieses Mittel Probanden mit schlechtem Arbeitsgedächtnis, so wurden zwar Erfolge erzielt, handelte es sich allerdings um einen Probanden mit guten kognitiven Fähigkeiten, so fielen die Ergebnisse unter Bromocriptin schlechter aus als sonst. Bisher entdeckte Nebenwirkungen dieser Mittel können neben starken Kopfschmerzen auch Benommenheit, Appetitlosigkeit bis hin zu Atemstörungen sein (Stenoseatmung). Der Kopf des Mind-Dopers dankt es also mit Kopfweh... welch Ironie.

Enormes Marktpotenzial

Dieser Trend befindet sich jedoch erst in der Anfangsphase

1 Adderal 2 Inderal 3 Ritalin



Adrenalinrezeptoren im Gehirn und bewirkt, dass z.B. vor Auftritten zwar das Adrenalin durch den Körper fließt, jedoch nicht den bekannten Rausch auslöst, der Nervosität und unter anderem zittrige Finger hervorruft, die die Konzertmusiker vorm Auftritt immens ablenken können (Lampenfieber). Mittlerweile wird vermutet, dass sich fast drei Viertel aller Konzertmusiker in Nordamerika mit Hilfe von Inderal vor Auftritten neu zu konzentrieren versuchen. Betablocker haben auch in zweiichtigen Berufszweigen einen guten Ruf. Drogenschmuggler nehmen solche Präparate, um bei Grenz- und Zollkontrollen das Adrenalin unter Kontrolle zu haben, um auffälliges Augenzucken und Schweißausbrüche zu eliminieren.

Die ethische Dimension

Es stellt sich die Frage: Kann man das Mind Doping befürworten? Ist es verwerflich, das Beste aus seinem Hirn herauszuholen, wo **Koffein** und **Baldrian** in dem Sinne doch auch Doping sind? Wenn nun Feuerwehrleute oder Piloten sich in brenzligen Situationen mit Provigil besser im Griff haben sollten und somit Schäden einschränken können, dann spräche einiges für den Konsum. Allerdings sind die Untersuchungen noch nicht derart fortgeschritten, um zu erkennen, wie die Mittel auf gesunde Organismen wirken und ob es langzeitspezifische Nebenwirkungen gibt. Auch ist, wie am Beispiel von Ritalin deutlich wurde, ein gewünschter Effekt nicht immer gewährleistet. Tests an

und die mächtigen Pharmazieunternehmen sind einem erhöhten Umsatz nie abgeneigt. Schnelle Marketingoffensiven und hoher Gewinn treiben auch die Ambitionen der Medikamentenhersteller an. Dies ist kein Geheimnis. **Stephan Schleim**, einer von Deutschlands führenden Forschern im Bereich des Cognitive Enhancement, berichtete, das Unternehmen **Cephalon**, welches das erwähnte Narkolepsiemittel Provigil vertreibt, bemühe sich, seine Abnehmermasse wie folgt zu vergrößern: Der in Nordamerika verantwortlichen Behörde wurde vorgeschlagen, neue Klassifikationen für Schlafstörungen einzuführen, darunter das Syndrom „Langschläfer“ und das „subwakefulness syndrome“, was übersetzt wohl schlicht und ergreifend Müdigkeit bedeutet. Die Behörde lehnte diesen halbseidenen Vorschlag zwar ab, in Zukunft werden jedoch noch einige „klinische Forschungsstudien“ erscheinen, die so etwas belegen könnten. Wäre dem nicht so gewesen, wäre Provigil jedem Nordamerikaner zugänglich geworden. Was nun wirklich lifestylefördernd ist oder nicht, ist schwierig auszumachen. Ebenso, ob die Menschheit noch eine weitere Armada von Hilfsmittelchen braucht.

Nichtschlaf als Wettbewerbsvorteil?

Aus den medizinischen Forschungslaboren der **DARPA** wurde vor kurzem eine neue Offenbarung verkündet und hört auf den Namen **Orexin A**. Dies ist zwar noch nicht in Apotheken zu finden, verspricht aber der Menschheit, einem

altbekanntem und in der heutigen, leistungsorientierten Zeit fast unbrauchbarem Laster den Garaus zu machen, nämlich dem Schlaf. Die DARPA ist die [Forschungsagentur des amerikanischen Verteidigungsministeriums](#) und hat bereits einige weltbewegende Innovationen hervorbringen können. In den 60er Jahren entwickelte sie ein neuartiges Netzwerk, um die Kommunikationsstrukturen gegen atomare Anschläge resistenter zu machen. Heute kennt es jeder als das Internet.

Bei Orexin A handelt es sich nicht um die typischen Hallo-Wachmacher wie Koffein oder [Ephedrin](#), sondern um ein natürlich vorkommendes Hormon im Gehirn. Wird Orexin A nun nasal mit einem Spray verabreicht, sei es in der Lage, Schlaf vollständig wiederherzustellen bzw. zu ersetzen und ist somit von noch größerem Interesse für das US-Militär als z.B. Provigil.

Tests mit Primaten sahen wie folgt aus: Man entzog diesen für ca. 36 Stunden den Schlaf und verabreichte der einen Gruppe Orexin A und der anderen ein Placebo. Zudem gab es eine Gruppe mit ausgeschlafenen und ausgeruhten Affen. Mit allen wurden dieselben kognitiven Tests absolviert. Das Ergebnis: Die ausgeruhten und die Orexin A-Primaten wiesen identische Ergebnisse auf, wobei die Placebo-Affen große Probleme hatten, nur ansatzweise richtig zu liegen. In dieser Studie im [Journal of Neuroscience](#) wurde ebenso erklärt, dass PET-Scans (Positronen-Emissions-Tomographie) gezeigt hätten, dass die Gehirne ebenfalls „wach“ wären.

Auch zeigt das Anwenden von Orexin A ausschließlich bei müden Organismen Wirkung. Ein normaler, wacher Körper verfügt über ausreichend „natürliches“ Orexin. Würde dies, Nebenwirkungen wurden bislang nicht bekannt, bei Menschen ähnliche Ergebnisse erzielen, so kann man davon ausgehen, dass die moderne Gesellschaft sich einem neuen Leistungsklassenkampf konfrontiert sähe. An Universitäten ist bereits jetzt der Unmut über die Ritalinkonsumenten groß. Sind „normale“ Studenten im Nachteil? Wie sieht es in der Arbeitswelt aus wenn der Provigil-Praktikant länger und ausdauernder arbeiten kann als der Abstinenzler? Wenn sogar der Schlaf bald gänzlich eliminiert werden könnte, welcher Topmanager hält sich am längsten auf den **Forbes**-Listen der Bestverdienenden?

Diese kommende Form der immer stärker werdenden Lifestyle-Pharmakultur wirft viele moralische Fragen auf, die noch längst nicht beantwortet werden können, da sie sich meist noch gar nicht im Diskurs befinden. Das, was in Hollywood und der Literatur schon so häufig skizziert wurde (**THX 1138, Die Insel, Soylent Green, Brave New World** und unzählige weitere Beispiele), klopft bedrohlich an unsere Tür. Wie heißt es in einer bekannten Popkulturerzählung noch: „**Schlafen ist Kommerz.**“



1 Provigil 2 Orexin A

FAIRPLAY IN DER MUSIK

NEUE STANDARDS FÜR BESSERE KÜNSTLERRECHTE

Interview

Mehr Gerechtigkeit ist en vogue. Als Teil des neuen Chic, zu dem sich oft auch das neue ökologische Bewusstsein gesellt, findet vielerorts ein kleines Umdenken im Konsum statt: Shirts, Kaffee, Flugreisen, sogar das Surfen im Internet kann ökologisch oder anthropologisch bewusst vorgenommen werden. Die Leidenschaft, die Weltverbesserer in den Achtzigern an den Tag legen mussten, braucht der American Apparel-Träger heute nicht mehr, wenn er seinen Fair Trade-Macchiato in einer Coffeebar im Schanzenviertel, im Westend oder im „Bionade-Biedermeier“ des Prenzlauer Bergs trinkt. Im Gegenteil: Eine bessere Welt ist käuflich, neuerdings sogar – testweise – als Magazin. Ivy (www.ivyworld.de) versteht sich als mediales Sprachrohr für diesen „Lifestyle für eine bessere Welt“, und bietet im Grunde nur all das, was gängige Publikumszeitschriften bieten: Produkte, Trends, interessante Leute. Aber eben jeweils mit dem kleinen, unsichtbaren Siegel „das ist fair, das ist gut“ versehen.

Das Unbehagen der Kultur

Eigentlich erstaunlich: Bei kulturellen Produkten, konkret bei Musik, sieht das noch anders aus – obwohl doch gerade diese Dinge Ausdruck der persönlichen Befindlichkeit, ja, Weltanschauung sind? Trotz aller Umbrüche in der Musikindustrie, deren Weg aus der viel zitierten Krise nur ein radikaler Umbau sein kann, wie wir im Gespräch mit **Gerd Leonhard** in **node 12** feststellen konnten – faire Standards für die Produktion gab es bislang nicht.

Was den Ökotrend angeht: Hier gibt es erste Beispiele. Auf der **MIDEM 2008** sollen die Festivals **Live Earth**, **Roskilde** und **Paléo** für ihren [Beitrag zum Kampf gegen den Klimawandel](#) ausgezeichnet werden. Und Künstler wie **Jose Gonzales** oder **Radiohead** planen, [ihre zukünftigen Tourneen CO2-neutral](#) durchzuführen.

Stichwort Radiohead: Deren Unterfangen, ihr neues Album [In Rainbows](#) gleich selbst digital zu vermarkten, kommt da gerade recht. Mittlerweile ist nur noch die Discbox erhältlich. Doch kürzlich bemerkte **Thom Yorke** in einem Interview, dass dieser digitale, selbst geschaffene Vertriebskanal mehr eingebracht habe, als alle Downloads der bisherigen Alben zusammen. Was allerdings nicht schwierig war – denn im Künstlervertrag, den die Band seinerzeit mit der **EMI** ausgehandelt hatte, war eine Gewinnbeteiligung an den digitalen Downloads gar nicht vorgesehen.

Um diese unbehaglichen Zustände nicht nur durch Interventionen einzelner – ein weiteres Beispiel wäre [Madonnas Ausstieg bei Warner](#) und ihre Vermarktung beim Konzertveranstalter **Live Nation**, in den sie sich auch gleich eingekauft hat - auf einer breiten Ebene zu gewährleisten, hat das Musikinformationszentrum Austria, kurz **MICA**, jetzt erste Standards für fair gehandelte Musik festgelegt. Das [FairMusic](#)-Logo soll zunächst jeder Tonträger und jeder Download erhalten, der unter gerechten Bedingungen produziert worden ist.

Dafür wurde auch gleich ein Manifest formuliert, dessen Punkte lauten:

1. Unbeschränkte künstlerische Freiheit in der Musik
2. Freier Zugang zu musikalischem Ausdruck
3. Festlegung (Urheber)vertragsrechtlicher Mindeststandards
4. Adäquater Gebrauch von Technologie zur fairen Verteilung von Tantiemen.
5. Fairness und Gerechtigkeit im Musikbusiness muss ein Schlüsselmoment kultureller Vielfalt sein
6. Volle Anerkennung des kulturellen Charakters musikalischer Produkte, anstatt sie auf rein ökonomische Eigenschaften zu reduzieren

7. Fairness und Gerechtigkeit in Musikbusiness müssen Normalität werden, nicht die Ausnahme bleiben

Wie sieht nun faire Musik in der Praxis aus? **Peter Rantasa**, Geschäftsführender Direktor von MICA – music austria und Begründer des FairMusic-Konzepts war so freundlich, uns einige Fragen dazu zu beantworten.

node: Herr Rantasa, Sie haben mit FairMusic ein Zertifikat für „gerecht“ produzierte Musik entwickelt. Wann ist Musik fair?

Rantasa: Ausgehend von unserer Analyse der Musikwirtschaft können wir vier Kernpunkte festlegen, anhand derer wir diese Fairness messen können. Zum ersten sind das die Produktionsbedingungen – und zwar aus Sicht des Konsumenten. Das soll heißen: Wann kann ich als Käufer davon ausgehen, dass das Geld bei demjenigen Künstler auch ankommt, dessen Produkt ich erwerbe? Aktuell ist das längst nicht immer so: Im Schnitt ist es ein Euro beim Kauf einer CD. Wir wollen, dass 50% des Erlöses des Großhandelspreises (Labelabgabepreises) dem Kreativen zugeht, die andere Hälfte dem Label. Online gilt das genauso: 50% des Erlöses eines Labels aus dem Download sollen an den Künstler gehen.

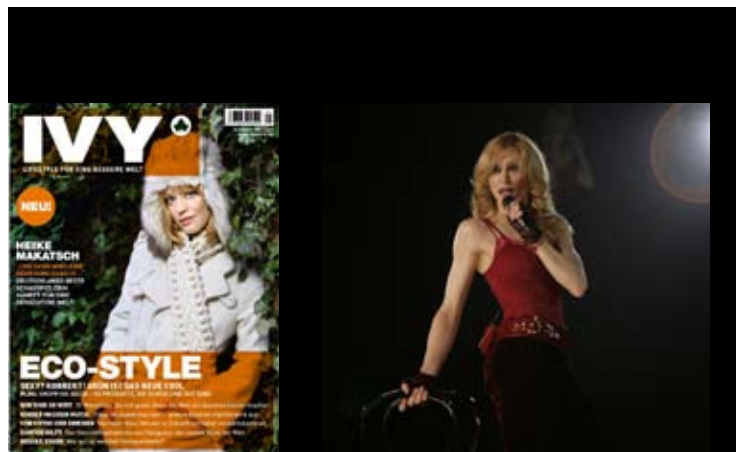
Der zweite Kernpunkt ist die künstlerische Freiheit. Wieder aus Konsumentensicht: Ich will, dass der Künstler einen

node: Bei „fair“ kommen einem gerecht entlohnter Anbau von Kaffee und anderen Rohstoffen in den Sinn. Gibt es „fairen“ Death Metal ebenso wie faire World Music? Trifft das Fairness-Konzept überhaupt für jede Musik zu?

Rantasa: Grundsätzlich kann FairMusic sich nur auf die Produktionsbedingungen konzentrieren, wie eben dargelegt, es gibt keine ästhetische Dimension. Allerdings: Durch „quality labelling“, also Qualitätsauszeichnung, von Labels werden natürlich Nischenanbieter gefördert. FairMusic schmiedet eine „artist – fan coalition“, wenn also der Fan sieht dass der Urheber einen fairen Anteil des bezahlten Geldes bekommt, dann stärkt dies die Bindung – und da wohl eher kleinere, denn sehr große Labels die Standards erfüllen werden, ist auf diesem Wege marginalisierte Musik stärker gefördert als der Mainstream. Das aber quer durch alle Genres.

node: Bis eine CD im Laden steht, passiert eine Menge: Da hängen Studiomitarbeiter, Techniker, Mitarbeiter im CD-Werk, Vertrieb, Marketing, Promoagenturen und viele weitere Menschen dran. Stehen der Künstler und sein Recht im Vordergrund oder wird die gesamte Fairness in der Wertschöpfungskette berücksichtigt?

Rantasa: Die Angestellten in der Tonträgerindustrie sind meist gewerkschaftlich und arbeitsrechtlich geschützt.



1 IVY Magazin 2 Madonna 3 Fair Music Logo



authentischen Ausdruck finden kann. Er soll bestimmen, was er spielt, wie seine Musik klingt, und nicht die Plattenfirma. Drittens das, was man unter Weltmusik versteht: Bislang fließt das Geld in die Industrieländer, auch bei Künstlern aus Ländern des Südens. Faire Musik will, dass das Geld zurückfließt.

Und viertens: bessere Chancen für die Vielfalt. Die vier Majors (EMI, Sony, Warner, Universal, d. Red.) haben ca. 80% Marktanteil, aber nur 20% des Repertoireanteils. Kleine Labels, die somit 80% des Weltrepertoires verwalten, sind auf dem Weltmarkt deutlich benachteiligt, österreichische Minilabels beispielsweise haben global kaum Chancen.

„Die vier Majors (EMI, Sony, Warner, Universal) haben ca. 80% Marktanteil, aber nur 20% des Repertoireanteils. Kleine Labels sind auf dem Weltmarkt benachteiligt.“

Künstler hingegen sind meist deutlich weniger geschützt, da muss ich mir nur einen der üblichen Künstlerverträge anschauen, um zu sehen, welche Rechte die Musiker haben oder nicht. Dennoch ist der Einbezug aller Beteiligten langfristig durchaus denkbar. Vieles in der Musikindustrie ist

ja bereits im Umbruch, „has gone through a revolution“, wie ja schon die Europäische Kommission in einer Studie festgestellt hat.

node: Wie sind die ersten Resonanzen aus der Welt der Labels?

Rantasa: Die gesamte Initiative ist von gut reputierten NGOs getragen, steht also in einem institutionellen Zusammenhang.

Aber auch die kleineren Labels und IMPALA, der europäische Verband der Independentlabels, beschäftigen sich intensiv mit dem Thema. Wir haben 2007 den ersten FairMusic Award vergeben und von allen Beteiligten, Preisträgern und Besuchern sehr positive Resonanz erhalten.

node: Alternative Urheberrechtssysteme wie Creative Commons, auf die Sie auch verweisen, erlangen zwar eine stets wachsende Popularität, mit den konventionellen Verwertungssystemen wie GEMA steht dieses Prinzip jedoch auf Kriegsfuß. Inwiefern ist Ihre Kampagne eine Opposition zur gegebenen Kulturindustrie? Wie sehen Sie die Möglichkeiten, dass eine von der UNESCO geförderte Idee tatsächlich praktikabel wird?

Rantasa: Aus meiner Sicht ist ein solides Urhebervertragsrecht der dringlichste Punkt. Dieser fokussiert darauf, den Künstler auch unter den gegebenen Rahmenbedingungen besser zu stellen. Aber auch der gegenwärtige Entweder-oder-Charakter der Musikverwertung beschäftigt uns. Im Gegensatz zur GEMA oder der AKM ermöglicht zum Beispiel die Niederländische Verwertungsgesellschaft Buma/Stemra gleichzeitig eine Creative Commons-Nutzung der Künstler. Das ist sehr fortschrittlich.

node: Labels entwickeln sich von reinen Plattenfirmen immer mehr hin zu Musikverlagen – gerade hat Madonna Warner verlassen und ist zum Konzertveranstalter Live Nation gewechselt. Wird es ein FairMusic-Logo für Konzerte, für die Vermarktung von Noten, für Merchandising geben?

Rantasa: Am schnellsten greift das Labelling wahrscheinlich bei CDs und à la carte-Downloads. Es werden dafür konkrete Standards für Fairness formuliert, wie es sie bei Fairtrade etwa für Kaffee oder Schnittblumen gibt – und seit kurzem neben rein agrikulturellen Produkten auch für Fußballer. Verlage und Konzertveranstalter werden später aber ebenfalls hinzukommen.

node: Sie werden jetzt einen Code of Conduct, eine Art

freiwilliger Selbstverpflichtung, an die Labels weiterreichen. In diesem sind die Grundzüge des FairMusic-Ansatzes niedergelegt und Firmen, die ihn unterschreiben, dürfen dann auch das Logo führen. Wie wird das Einhalten des Codes (selbst-)kontrolliert?

Rantasa: Kein Label wird freiwillig etwas unterschreiben und sich dann nicht daran halten, das wäre ja gegen sein Eigeninteresse. Eine freiwillige Selbstverpflichtung ist kein rechtlich bindendes Instrument und es ist auch nicht praktikabel, dies intensiv zu kontrollieren. Ein Selbstregulativ wird sein, dass sich ohnehin FairMusic Labels kein unfaires agieren erlauben werden können, denn würde dies öffentlich, dann hätten sie ein massives credibility-Problem, das kann sich also kein Label leisten.

node: Radiohead haben mit ihrem letzten Album quasi den Weg „ich mache meine Musik selbst fair“ eingeschlagen. Bekämen unbekannte Acts, die selbst produzieren, auch ein FairMusic-Logo für diesen Weg?

Rantasa: Klar. Selbstproduzierte Künstler-CDs können das Logo sofort bekommen, wenn die Musiker auf uns zu kommen.

node: Letzte Frage: Wie sieht FairMusicTelevision aus?

Rantasa: FairMusic ist ein Pilotprojekt, das sich auch in anderen kulturellen Bereichen wird anwenden lassen können. Beim Musikfernsehen wird das Künstlerrecht auch über das Urheberrecht abgegolten, der Rest wird zwischen Sender und Label ausgehandelt. Aktuell erleben wir ja eine „Moralisierung der Märkte“, wie der Kulturwissenschaftler Nico Stehr es genannt hat. Denkbar wären in diesem Zusammenhang „fair music channels“ nur mit FMA-Produktionen, zum Beispiel für die LOHAS-Zielgruppe (lifestyle of health and sustainability, d. Red.). Die Nachfrage der LOHAS-Generation nach fairen Produkten ist ja in hohem Maße vorhanden.

node: Herr Rantasa, vielen Dank für das Interview!

„Aus meiner Sicht ist ein solides Urhebervertragsrecht der dringlichste Punkt. Dieser fokussiert darauf, den Künstler auch unter den gegebenen Rahmenbedingungen besser zu stellen.“

1 FairMusic Award 2007 2 Peter Rantasa 3 Radiohead



ICH MÖCHTE TEIL EINER JUGENDBEWEGUNG SEIN

ÜBER DIE GLOKALITÄT DES CLUBTANZES

Kultur

Frankreich zeichnete sich in der vergangenen Zeit durch poppige Medieninszenierung in den hiesigen Schlagzeilen aus. Zunächst Herr Sarkozy mit seinem perfektionierten Schröderismus, dem Bewusstsein, sich visuell und anderweitig zu präsentieren. Inklusive Ray Ban. Konsequenterweise dann noch seine Liaison und Heirat mit Eric Clapton-Ex Carla Bruni. Und nun auch noch das „neue“ Tanzmonster namens **Tecktonik**, das von Sat.1, FAZ und dem Liebling-Magazin als das neue „Subkulturen-Ding“ aus Paris präsentiert wird.

In den deutschsprachigen Internetforen wird schon fleißig diskutiert. Wie gehen die Schritte? Wird es nun in Deutschland auch das große Ding werden? Bei so viel Publicity schauen gar die medienumgarnten Jungs von **Ed Banger Records** neidisch aus der Wäsche. Hier soll es gehen um die **Glokalität** von Tanzszenen und was den eigentlichen Unterschied zu anderen Tanzphänomenen ausmacht.

Eines vorneweg: Es ist nicht der Stil selbst, denn der ist so neu leider nicht. Tecktonik hat seinen Ursprung in der Pariser Diskothek **Metropolis** und kann sogar einen Erfinder namens **Cyril Blanc** aufweisen, seines Zeichens Kreativdirektor jenes Großraumtanzschuppens. Tecktonik, auch kurz TCK genannt, wurde vor allem durch Internetvideoportale bekannt, angetrieben durch den Motor, den wir in **node 15** als **Neo-Skilling** beschrieben haben: Ein bestimmtes Können wird durch das Internet schneller und leichter bekannt und populär, und seine virale Verbreitung führt darüber hinaus schnell zu Nachahmern. Die beliebtesten Clips weisen bis zu 2 Millionen Klicks auf.

Think Global, Act Local

Den neuen Tanzsport könnte man als Bastard aus 90er-Loveparade-Armeeverwirbeln, **Popping**, **Locking**, **B-**

Boy-Elementen, **Madonnas** „Vogue“ und Jazz Dance bezeichnen, bedient sich also allerlei Stilen, wildert geradezu in ihnen, würde **Claude Lévi-Strauss** sagen.

Das französische Teeniegezappel konkurriert dabei gegen einen Stil, der geographisch ein bisschen nördlicher anzusiedeln ist. Der so genannte **Jumpstyle** war in den letzten Jahren in Belgien, Holland und Nordrhein-Westfalen äußerst angesagt (und ebenso durch Videoportale popularisiert worden). Damit wird das Prinzip der Glokalität deutlich. Das Management-Motto „Think Global, Act Local“ lässt sich auch auf körperliche Jugendbewegung anwenden, denn basieren tun beide Richtungen auf den klassischen Uniformitätstanzstilen, wie es schon **Gabber**, **House**, **Rave** und **Melbourne Shuffle** vorgemacht haben:

„... der atomisierte Raver in Nordnorwegen kann sich durch das Netz der Pariser Tecktonicszene (wenn es die denn gibt) zugehörig fühlen.“

Die wochenendliche Rekonvaleszenz von der proletarischen Arbeit und die dazugehörige körperliche Disziplinierung. Bestenfalls führt diese dazu, Konformität

auszustrahlen, um als Individuum einer bassgeschwängerten Kommunion beizuwohnen. Einfacher gesagt: Beherrsche ich den Tanzstil, der am Wochenende relevant ist, bin ich Teil der Bewegung jenseits meines Standes, meiner Ausbildung, meines Kontostandes. Und dass sich da lokale Differenzen abzeichnen, ist nicht nur logisch, sondern führt auch zu einem örtlich auszumachenden Szenebewusstsein. Global wiederum werden sie erst durch das **Neo Skilling** wahrgenommen – so entsteht Glokalität und der atomisierte Raver in Nordnorwegen kann sich durch das Netz der Pariser Tecktonik-Szene (wenn es die denn gibt) zugehörig fühlen.

Kampf der Tanzkulturen

Ähnlich der Grabenkämpfe in den USA, die zwischen Breakdance und Krump (alt gegen neu – east coast gegen west coast) ausgefochten wurden, existieren im Netz zahlreiche Competitions wie Hardstyle vs. Jumpstyle,

Jumpstyle vs. Tecktonik, Tecktonik vs. Breakdance usw. Die Unterschiede sind meist minimal, aber gerade das macht den Reiz des Wettkampfes aus: Schließlich ist es ja der nahe stehende Gegner, der dich nach dem Prinzip der kleinsten Differenz nervös macht. Wie beim Fußball: Das Spiel ist dasselbe, aber Bayern wird eben niemals Schalke sein und umgekehrt, und beide werden das für ewig befürwortenswert halten. Also: Wettkampf.

Ebenfalls minimal in der Differenz: Die Klanguntermalung von Jumpstyle und Hardstyle. Hier dominiert der harte, schnelle, trötende Großhallentechno. Feine Unterschiede machen den Kohl hier nicht fett, denn die Musik selbst agiert weiterhin international. Der DJ reist durch die Welt, der gemeine Clubgänger ist verwurzelt in seiner Heimat. Da ist es wichtig, die lokale Kollektivität zu affirmieren. Und das äußert sich vor allem durch die Tanzform.

TCK: Durchkommerzialisiert

Hört man sich die Musikuntermalung der **TCK-Darbietungen** auf **YouTube** an, so fällt auf, dass diese teils sehr divers ausfallen. Von dem bereits erwähnten harten Trancetechno, der auch für Tecktonik zum Einsatz kommt, bis hin zu knarzigen New Rave-Sounds, neuerdings in der cluborientierten Version auch Electro House genannt: alles dabei. In Frankreich wurde kürzlich der vierte (!) **Tecktonik-Sampler** von der EMI veröffentlicht. Und wenn Tecktonik-Papst Blanc meint, der Sound seiner Erfindung würde die Härte Nordeuropas mit der Nonchalance Südeuropas vereinen, so wird beim Hören deutlich, dass eine stilistische Konsistenz nicht auszumachen ist. Von 110 bpm bis 140 bpm sind verschiedenste Stile und Tempi zu finden und im Clubzusammenhang versteht es sich eigentlich von selbst, dass zumindest Tempoamplituden sich im mixbaren Bereich (+/-8) zu befinden haben.

Dies macht auch die Signifikanz des vermeintlich neuen Trends deutlich: Zum ersten Mal wurden ein Tanz und die Bezeichnung dafür (TCK/Tecktonik) **markenrechtlich weltweit** geschützt. Dazu gehören die genannten Compilations mit ihren stilistischen Ungereimtheiten, das Logo mit dem Adler und dem rosa Herzen in der Brust und alle weiteren **Merchandisingartikel** wie Schweißbänder und T-Shirts, die im **Webshop** der „offiziellen“ **Webseite** erstanden werden können. Hier entwächst eine Subkultur nicht aus der Musik, sondern aus einem Branding. Eine aufgesetzte Jugendbewegung: Identitätsangebote per Bauchladenverkauf.

Subkulturelles Kapital, die Währung der Jugendkulturen, wird dabei erst gar nicht generiert, hier geht es direkt um Geld. Wer Teil der Bewegung sein will, muss zahlen. Und dabei erlebt das subkulturelle Kapital zwangsläufig eine Inflation, wird wertlos. Denn: Inwiefern die virale Verbreitung über das Internet unter kapitalisierten Interessen im Geflecht von Club (Metropolis), Marke, medialer Inszenierung, Hypes durch Video-Fame und ihrer Protagonisten wie **Treaxy** und **Vavan** sowie der bemühten, geradezu steinzeitkapitalistischen Monopolisierung vonstatten geht, das ist in Zeiten von Web2.0 schwerlich auszumachen. An den Kreisen der kritischen Popinteressierten ist das nicht vorbeigezogen: Blogs, die sich dem Anti-Tecktonik verschreiben, sind mindestens genauso zahlreich geworden wie die Plattformen, welche weiterhin versuchen, TCK als weltweiten Boom zu etablieren, zu globalisieren.

Dabei wird allerdings Tecktonik wohl bald an seine Grenzen stoßen und nicht, wie geplant, weltweit die Clubs erstürmen. Denn wenn die neue Welt eine Aussage transportieren will, ist es die der Individualität. Wie individuell ein derart gebrandeter Trend nun wirklich sein kann, das bleibt fürs erste offen.

1 Tecktoniklogo 2-3 Tecktoniktanz 4 Tecktonikshop 5 Jumpstylelogo 6 Jumpstyle 7 DVD Doku zu Melbourne Shuffle



Aufzugwissen

Coffee to go, handgepresst

Die mobile Kaffeekultur hat längst die gute alte Provinzkonditorei erreicht, selbst hier kann man sich seinen Kaffee zum Mitnehmen bestellen. Allerdings muss man das Kännchen (draußen gibt es schließlich nur Kännchen!) wieder zurückbringen. Wem das alles zu blöd ist und wer es auch nicht mehr besonders lässig findet, sich an einem Pappbecher wahlweise das Gesicht zu verbrühen oder so lange mit dem Teil durch die Gegend zu flanieren, bis der Kaffee lau und deshalb nicht mehr ganz frisch ist: **Handpresso** ist die Lösung. Dazu muss das Gerät wie eine Luftpumpe auf Druck gebracht werden, heißes Wasser aus der Thermoskanne in das Reservoir, Pad drauf und durch das Filter pressen. Wer gerne Liegefahrrad fährt oder solarbetriebene Teekoher für richtungsweisend hält: Guten Kaffeedurst. Alle anderen: weiter die Zunge verbrennen. Oder vielleicht einfach mal hinsetzen und in Ruhe trinken.

www.handpresso.fr

Ashes to ashes

Immer mehr Kirchen stehen leer und werden deshalb

abgerissen oder für neue Zwecke genutzt. Zum Beispiel als Gastronomie, wie das **Glück und Seligkeit** in Bielefeld. Das Rauchverbot sorgt jetzt dafür, dass auch umgekehrt ein Schuh draus wird: In Kappeln in Schleswig-Holstein (das ist da, wo Der Landarzt gedreht wurde) hat ein Wirt nämlich seine ohnehin schon ominös anmutende Spelunke mit dem Klischeenamen **Mausefalle**, nach eigener Beschreibung Szene Kneipe, Sports Bar, Cocktails (ist das eine Betriebsbezeichnung?), Pizzeria, Steak-House und Bierbörse in einem, in eine Freikirche umgewandelt. Und zwar die „Christlich-Jüdische Kirche Deutschlands“, die „das Verbrennen von Tabak als eine religiöse Handlung“, ansieht. Schließlich gebe es ja auch Weihrauch bei den Christen und Raucherstäbchen bei den Buddhisten. Klingt alles einigermaßen bescheuert und geschmacklos, ist aber effektiv: 400 Mitglieder hat die Glaubensgemeinschaft schon, und als eingetragener Verein, das machen ja viele Kneipen derzeit, sei der Rauch auch erlaubt, so ein Schreiben der Staatskanzlei Kiel. Das hätte der Laden aber auch ohne Umwege über eine derartig blödsinnige Blasphemie haben können.

1 Handpresso 2 Mausefalle

