

Doktorand*innen-
Jahrbuch 2022

WORK IN PROGRESS MOBK ON БРОКБЕ??

12 Beiträge kritischer Wissenschaft
Schwerpunktthema:
Jahre **Räume Um_Denken**

Herausgegeben von
Marcus Hawel & Sara Khorshidi

sowie dem Herausgeber*innenkollektiv:
Frauke Baratz
Mathias Foit
Leila Khodabakhsh
Marc Ortmann
Fiona Schmidt
Franziska Schneider
Nikita Zagvozdkin

WORK IN PROGRESS. WORK ON PROGRESS
Doktorand*innen-Jahrbuch 2022 der Rosa-Luxemburg-Stiftung

WORK IN PROGRESS. WORK ON PROGRESS.

Beiträge kritischer Wissenschaft

Schwerpunktthema:

Räume Um_Denken

Doktorand*innen-Jahrbuch **2022**

der Rosa-Luxemburg-Stiftung

Herausgegeben von Marcus Hawel
und Sara Khorshidi

Herausgeber*innenkollektiv:

Frauke Baratz, Mathias Foit, Leila Khodabakhsh,
Marc Ortmann, Fiona Schmidt, Franziska Schneider
und Nikita Zagvozdkin

www.vsa-verlag.de

www.rosalux.de/studienwerk

Das Doktorand*innen-Jahrbuch wird aus Mitteln
des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) finanziert.

Die Doktorand*innen-Jahrbücher 2012 (ISBN 978-3-89965-548-3),
2013 (ISBN 978-3-89965-583-4), 2014 (ISBN 978-3-89965-628-2),
2015 (ISBN 978-3-89965-684-8), 2016 (ISBN 978-3-89965-738-8),
2017 (ISBN 978-3-89965-788-3), 2018 (ISBN 978-3-89965-890-3),
2019 (ISBN 978-3-96488-042-0), 2020 (ISBN 978-3-96488-084-0)
2021 (978-3-96488-133-5) der Rosa-Luxemburg-Stiftung
sind ebenfalls im VSA: Verlag erschienen und können unter
www.rosalux.de als pdf-Datei heruntergeladen werden.



Dieses Buch wird unter den Bedingungen einer Creative Commons License veröffentlicht: Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs 3.0 Germany License (abrufbar unter www.creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/legalcode). Nach dieser Lizenz dürfen Sie die Texte für nichtkommerzielle Zwecke vervielfältigen, verbreiten und öffentlich zugänglich machen unter der Bedingung, dass die Namen der Autoren und der Buchtitel inkl. Verlag genannt werden, der Inhalt nicht bearbeitet, abgewandelt oder in anderer Weise verändert wird und Sie ihn unter vollständigem Abdruck dieses Lizenzhinweises weitergeben. Alle anderen Nutzungsformen, die nicht durch diese Creative Commons Lizenz oder das Urheberrecht gestattet sind, bleiben vorbehalten.

© VSA: Verlag 2022, St. Georgs Kirchhof 6, 20099 Hamburg
Druck und Buchbindearbeiten: CPI books GmbH, Leck
ISBN 978-3-96488-166-3

Inhalt

Herausgeber*innenkollektiv	
Einleitung: Räume Um_Denken	9
ZUSAMMENFASSUNGEN	26
ERKENNTNISTHEORIE UND METHODDIK	
Leon Junker	
Ich muss sein!	39
Zum Status nihilistischer Theorien in der Debatte um personale Identität	
Marc Ortmann	
Über Literatureffekte	56
Rosa Luxemburg und Leo Tolstoi	
Dolores Zoé Bertschinger	
Die Gramsci-Hall-Linie	73
Beitrag zu einem geschichtsmaterialistischen Praxisbegriff für die Cultural Studies	
POLITISCHE ÖKONOMIE	
Michael Beykirch	
Produktionsverhältnisse und Produktionsweise als Kategorien zur Untersuchung postkapitalistischer Alternativen	91
Eine Illustration am Beispiel der solidarischen Landwirtschaft	
Bianca Ludewig	
Transmedia Festivals	105
Hybride Musikevents der Gegenwart und Digitalisierung	
Alexander Lenk	
Widerstand an unternehmerischen Hochschulen	123

TRANSFORMATION VON STAATLICHKEIT

Jakob Ole Lenz

- Saul Ascher, Preußen und der Bonapartismus** 137
Beitrag zur Eruierung einer komplizierten Beziehung

Dastan Jasim

- Zivile Kultur und Unterstützung von Demokratie
durch Kurd*innen im Iran, Irak und der Türkei** 154

POLITIK DES RÄUMLICHEN

Diren Taş

- Turkey's Military Urbanism and Neocolonial Architecture
in Kurdish Cities** 173

Elisa Gerbsch

- Wohnungsfragen als räumliche Dimensionen
sozialer Ungleichheit** 188
Eine kritisch-geographische Einführung in Entwicklungen
und Begriffe ostdeutscher Wohn- und Arbeitsverhältnisse

Mathias Foit

- »Manchmal glaubt man,
die Hölle hat allen Insassen Urlaub erteilt«** 202
Queere Stadtbilder der Ostgebiete des Deutschen Reichs
und die Frage der Metronormativität

KÖRPER – MACHT – IDENTITÄT – GENDER

Can Merdan Dogan

- Zwischen Nationalflaggen und der Regenbogenflagge** 221
Inszenierung von Homosexualität beim Eurovision Song Contest
in den 2000er-Jahren

Sabrina Saase

- Psychotherapie als privilegierte Form der Sozialen Arbeit?** 234
Wie eine Polyamorie sozialer Bewegungen rund um
Antipsychiatrie, Feminismus und Intersektionalität
das Verhältnis psychosozialer Disziplinen verändert

Franziska Hille

Depathologisierung, Intersektionalität und Revolution	251
Einige Erläuterungen in Kurzform zu Begriffen und Konzepten meiner Dissertation im Kontext von <i>Mad Studies</i> , Kapitalismuskritik und queer_feministischen Perspektiven	

NACHWORT

Marcus Havel/Sara Khorshidi

Der Raum und Körper des Politischen	267
--	-----

Autor*innen & Herausgeber*innen	291
--	-----

Veröffentlichte Dissertationen von Stipendiat*innen aus den Jahren 2021-2022	301
---	-----

Register »WORK IN PROGRESS«	313
--	-----

Bianca Ludewig

Transmedia Festivals

Hybride Musikevents der Gegenwart und Digitalisierung

In meiner Forschung werden erstmals Transmedia Festivals als eine neue Form urbaner Events konzeptualisiert, über die es bislang kaum Literatur gibt. Transmedia Festivals sind seit der Jahrtausendwende in Europa immer beliebter und zahlreicher geworden. Während meiner Forschung habe ich rund 20 Festivals besucht und zehn davon im Rahmen meiner Studie intensiver beforscht.¹ Im Fokus waren die künstlerischen Formen und Praktiken sowie die Arbeitsbedingungen und Organisationsstrukturen, aber auch kulturpolitische und wirtschaftliche Strukturen, in welche die Festivals eingebettet sind. Das Ziel meiner ethnografischen Studie ist, anhand von Transmedia Festivals aufzuzeigen, wie sich in der Gegenwart kulturelle, ästhetische, politische, technologische und ökonomische Dimensionen zunehmend verschränken. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass Selbstbestimmtheit, Kreativität, Mobilität, Flexibilität, Improvisation oder Innovationsfreude heute kein Gegenbild zu Arbeit darstellen, sondern vielmehr zum Leitbild einer neuen, größtenteils prekären Arbeitswelt geworden sind. Obschon viele Transmedia Festivals sich gesellschaftspolitisch positionieren, haben viele Akteur*innen ein neoliberales Leitbild weitgehend verinnerlicht oder zumindest stillschweigend akzeptiert, sodass Ideologien, Hierarchien und Machtpositionen im Feld gleichzeitig hinterfragt und reproduziert werden.

Ich habe ethnografisch geforscht und hier vor allem mit der Methode der *Dichten Teilnahme*² gearbeitet, die eine radikalisierte Form der *Teilnehmenden Beobachtung* und *Zeugenschaft* ist, die auf Mitarbeit und Mitmachen fußt. Deshalb habe ich im Rahmen meiner Forschung unter anderem ein viermonatiges Praktikum und diverse Schichten als *Volunteer* oder *Guide* absolviert. Meine Teilnahme habe ich durch Feldnotizen und Fotografien festgehalten. Eine wichtige Ergänzung waren of-

¹ Ars Electronica, Hyperreality/Wiener Festwochen, Heart of Noise, donaufestival und Elevate Festival in Österreich; CTM, Berlin Atonal und Cynetart in Deutschland; UH Fest in Ungarn und Rokolectiv Festival in Rumänien.

² Gerd Spittler: Teilnehmende Beobachtung als Dichte Teilnahme. Zeitschrift für Ethnologie, #126, 2001, S. 1–25.

fene Interviewformen, die ich als gemeinschaftliche Sozialanalyse³ und dialogische Wissensproduktion verstehe.⁴

Wenn ich von Festivalakteur*innen spreche, umschreibt dies keine einheitliche Gruppe, denn viele der Akteur*innen sind gleichzeitig Veranstalter*innen, Kurator*innen, Künstler*innen, Musiker*innen, Journalist*innen und Akademiker*innen – sie sind manchmal angestellt, aber meist freiberuflich tätig oder beides gleichzeitig. Ein Begriff, der in diesem Feld für diese heterogene Gruppe verwendet wird, ist *Professionals*. Die Direktor*innen und Kurator*innen sind in der Regel Männer und haben oftmals andere Perspektiven und Interessen als die vielen Freelancer im Orbit der Festivals oder als die Praktikant*innen und *Volunteers*, die meist in einem Abhängigkeitsverhältnis zur Festivalleitung stehen.

Besonders haben mich Konflikte, Probleme, Widersprüche und Ambivalenzen beschäftigt, die für Feldforscher*innen immer ein besonders aussagekräftiges Datum sind. Aber genauso waren auch die Potenziale, Möglichkeiten und Handlungsräume von Relevanz, die Transmedia Festivals eröffnen und sie auch charakterisieren.

Ich werde im Verlauf dieses Textes zunächst erläutern, was Transmedia Festivals sind, was sie charakterisiert und ausmacht. Im Anschluss werde ich anhand eines Beispiels, nämlich der Digitalisierung, Auswirkungen von Ökonomisierungsprozessen auf den Konzert- und Festivalsektor diskutieren.

Eine Kultur hybrider Experimente

Transmedia Festivals zielen, ebenso wie viele Feste, auf die Sinne: Sie funktionieren als außeralltägliche Ereignisse, die Erlebnisgewohnheiten durchbrechen. Transmedia Festivals sind weder auf spirituelle Erlebnisse noch auf politische Erfahrungen ausgerichtet, und auch nicht übermäßig auf Vergnügen; vielmehr suchen die Teilnehmer*innen und Besucher*innen nach neuen künstlerischen Formen und ästhetisch Außergewöhnlichem.

Transmedia Festivals sind multimediale und hybride Events, bei denen sich Diskurse und Praktiken verschiedener und sich doch nahestehender Szenen überkreuzen. Die Besonderheit der Transmedia Festi-

³ Vgl. Pierre Bourdieu: Das Elend der Welt [1997], Konstanz 2005, S. 784.

⁴ Das empirische Material umfasst rund 100 Interviews, 500 Seiten Feldnotizen und 2500 Fotografien.

vals liegt im Zusammenbringen und -denken von Musik mit anderen Künsten, aber auch mit Diskursen, Medien und Technologien. Hier wird eine Idee über multiple Medien und Künste kommuniziert. Die Festivals finden im urbanen Raum statt, wo Orte aus Kunst, Kultur und Nachtleben bespielt werden. Neben langjährigen Kooperationen mit Kulturorten, werden auch spektakuläre neue Orte aufgesucht, so beispielsweise Kirchen, Dachterrassen, Kellergewölbe, leer stehende Fabriken oder Umspannwerke.

Digitalisierungsprozesse sind für diese Festivals maßgeblich, denn die ersten dieser Festivals, die schon länger bestehen, entwickelten sich parallel zum Prozess der Digitalisierung und haben diesen ästhetisch begleitet; und die Neuesten sind stark in der digitalen Welt verwurzelt. Die künstlerischen Praktiken haben viel mit den Medien der Künstler*innen zu tun. Durch die neuen technologischen Möglichkeiten werden verschiedene Medien,⁵ Formate, Maschinen und Praktiken miteinander verschaltet und neue ästhetische Möglichkeiten ausgelotet. In ihrer Entstehung gehen Transmedia Festivals weniger auf *cutting edge* Musikfestivals zurück, zu denen sie auch gehören, sondern folgen einer Agenda der Kunstschaue, also Weltausstellungen, Biennalen, Triennalen oder documenta-ähnlichen Formaten. Viele der Kurator*innen haben eine Biografie, die mit Kunst oder Medien verbunden ist. Und viele der Festivalproduzent*innen und -Besucher*innen sind Teil einer hochmobilen, individualisierten und gebildeten Arbeiter*innenschaft, die das postindustrielle urbane Leben verkörpern. Transmedia Festivals haben in ihrer Ausrichtung mehr Gemeinsamkeiten mit künstlerischen Spartenfestivals als mit Open-Air-Festivals, herkömmlichen Musikfestivals, Karneval oder Volksfesten.

In den vielen Jahren der dichten Teilnahme im Rahmen der Feldforschung und durch zahlreiche Interviews mit Kurator*innen wurde deutlich, dass ein weiterer wichtiger Einfluss für viele Transmedia Festivals die Clubkultur der 1990er-Jahre war. Aus der Rave Kultur entwickelten sich experimentelle Stilrichtungen der Elektronischen Musik im Zusammenspiel mit visuellen Künsten und Medienkunst. Eine gemeinsame Basis der Experimente war der Computer als neues Produktionsmittel in den Künsten, aber auch weitere Maschinen, die durch Elektrizität Sounds oder Bilder erzeugen. Die Entdeckung neuer Medien wurde historisch

⁵ Medien verweise ich als Sammelbezeichnung für Kommunikationsmittel und -konzepte, hier vor allem im Sinne von technologisch gestützten Kommunikationsmitteln.

von den künstlerischen Avantgarden begleitet und befördert, weshalb die historischen Avantgarden durch ihre vielschichtigen Experimente ein zentraler Einfluss für Elektronische Musik, Medienkunst und für Transmedia Festivals sind. Dies spiegelt sich in vielen präsentierten Werken, vor allem in der Verschaltung von Bild und Ton, in der Tendenz zur Hybridisierung und der Erforschung von Wahrnehmungsräumen zwischen Musik und Kunst. Das Transmediale wird vor allem über eine Programmgestaltung erreicht, die eine Mischung aus Performances, Konzerten, DJ-Sets, aber auch Filmen, Diskussionen, Vorträgen, Installationen, Kunstausstellungen oder Workshops bietet. Künstlerische Praxis und aktuelle Diskurse werden auf speziellen Events zur Diskussion gestellt, aber vor allem wird jenseits der Bühnen von den Hörer*innen darüber debattiert. Daher können Festivals auch als Orte von Demokratisierung und Öffentlichkeit funktionieren. Andererseits beruhen sie ebenso auf Abgrenzung und Distinktion zu anderen Szenen, Genres und Formaten, weshalb Transmedia Festivals gleichzeitig als Filter und Gatekeeper wirken. Inwieweit Festivals tatsächlich als Möglichkeit zur Demokratisierung genutzt werden können, hängt von diversen Faktoren ab. Denn der Ablauf eines Festivals lässt sich zwar planen, aber nicht dessen individuelle Wirkungsweise. Die Realisierung der bereitgestellten Potenziale ist deshalb nie garantiert, sondern stets offen.

Die Akteur*innen suchen auf den Festivals nach den neuen musikalischen Praktiken und künstlerischen Formaten, nach *up-and-coming* Artists, nach Diskursen und Informationen zu musikalischen Trends, aber ebenso nach Möglichkeiten der Finanzierung und Vernetzung oder schlicht nach Unterhaltung und Gemeinschaft. Events und Festivals gewinnen in einer zunehmend fragmentierten Gesellschaft an Bedeutung,⁶ weil sie das unverbindliche Zusammenkommen und die Verstärkung von Kontakten ermöglichen, weil man sich durch gemeinsame Interessen wie Musik vernetzen kann. Die Mehrheit, der von mir untersuchten Festivals, versteht sich primär als spezielles Musikfestival-Format. Die musikalischen Inhalte, die auf diesen Events präsentiert werden, werden von den Hörer*innen in der Regel zusammenfassend als elektronisch-experimentelle Musik bezeichnet; aus ihr speist sich die Hauptmotiva-

⁶ Vgl. u.a. Ulrich Beck: Individualization. Institutionalized Individualism and its Social and Political Consequences. London 2011; Zygmunt Bauman (2011): Culture in the Liquid Modern World, Cambridge 2011. Ronald Hitzler: Posttraditionale Vergemeinschaftung. Über neue Formen der Sozialbindung. In: Berliner Debatte. Zeitschrift für sozialwissenschaftlichen Diskurs. INITIAL 9, 1998, S. 81-89.

tion der meisten Akteur*innen, sowohl für die berufliche Tätigkeit im Kulturfeld als auch für den Festivalbesuch.

Ich bezeichne die Gemeinschaften, die auf den Transmedia Festivals entstehen oder dort zusammenkommen, als Audiosoziale Gemeinschaften. Im Rückgriff auf das Konzept des Audiosozialen, das der britische Philosoph und Musikproduzent Steve Goodman, besser bekannt als *Kode9*, 2005 formulierte.⁷ Der Begriff der Audiosozialen Gemeinschaft konkretisiert diese Szenen nicht nur auf Musik, sondern es stehen dabei elektronische Musikstile und deren wirkmächtige Eigenschaften im Fokus. Hier ist die Materialität, Körperlichkeit, Affektivität und Immersion, also die Möglichkeit zur Versenkung in Sound und Musik ausschlaggebend, wo Vibrationen, Rhythmen, Intensitäten oder Geschwindigkeiten die Hörenden und Tanzenden affizieren. Goodmans Idee des Audiosozialen berücksichtigt außerdem die vorherrschenden Wirtschaftsformen, das heißt die diversen Varianten des Kapitalismus. Denn diese erzeugen im urbanen Gefüge Ängste, Unsicherheiten und Paranoia,⁸ die durch Musik gemanagt und dadurch vermindert werden können. Goodman spricht diesbezüglich von einem Audio-Exorzismus und der Forscher Paul Jasen spricht von »affect engineering«.⁹

Die Möglichkeiten des hybridisierten Hörraums¹⁰ werden auf Transmedia Festivals ausgelotet. Affektive und hypnotische Effekte zeichnen nicht nur die Musik, sondern genauso die Videoarbeiten aus, die zusammen mit musikalischen Werken beispielsweise in Form von sogenannten *A/V Live Performances* präsentiert werden. Neben Club Kultur ist Sound Art ein zentraler Einfluss für die Festivals. Sound Art formierte sich verstärkt ab den späten 1950er- und frühen 1960er-Jahren, als Sound erstmals mit Fluxus zaghaft in den Kunstkontext gelangte. Oder als der Philips Pavillon auf der Weltausstellung 1958 eine Installation aus über 450 Lautsprechern, Dias und Filmen präsentierte. Neben Installationen kultivierten Fluxus Künstler*innen die Happenings, die als weiterer Ein-

⁷ Steve Goodman: Speed Tribes. Netwar, Affective Hacking and the AudioSocial. In: Thomas Düllö; Franz Liebl (Hrsg.): Cultural Hacking, Wien/New York 2005, S. 139–156.

⁸ Vgl. auch Institute for Precarious Consciousness/ Plan C (2014): We Are All Very Anxious. We Are Plan C [online]: <https://www.weareplanc.org/blog/we-are-all-very-anxious/>, (12.1.2018).

⁹ Paul Jasen: Low End Theory. Bass, Bodies and the Materiality of Sonic Experience, New York/London 2016.

¹⁰ Siehe Michael Harenberg: Virtuelle Instrumente im akustischen Cyberspace. Zur musikalischen Ästhetik des digitalen Zeitalters, Bielefeld 2012.

fluss zu deuten sind.¹¹ Noch prägender war Andy Warhols Idee, Kunst mit Party zu vermischen und die Party als experimentellen offenen Raum zu nutzen, um künstlerische Fragen aufzuwerfen. Warhols *Exploding Plastic Inevitable* (EPI) war eine Reihe von Multimedia-Veranstaltungen, die von 1966 bis 1967 stattfanden. Diese umfassten Musikperformances, Dia- und Filmprojektionen, mehrfarbige Lichtshows, Tänzer, performative Darbietungen oder Zuschauer als bewegliche Projektionsflächen. Der konventionelle Rahmen von Ausstellungen und ihren Präsentationsformaten sollte verlassen werden. *Exploding Plastic Inevitable* erweist sich im Rückblick als ein zentraler Einfluss für Transmedia Festivals. Der Experte für audio-visuelle Kunst Holger Lund resümiert 2017: »The doors that Warhol pushed open are now wider ajar than ever before, and the spaces for events that follow are being accessed by ever more people, actors and viewers alike«. ¹²

Digitalisierung und kulturelle Klassengesellschaft als Herausforderungen

Wie meine empirische Forschung gezeigt hat, werden Social Media und Internetkommunikation von allen Festivals verwendet, zur Verwaltung von Kontakten, zum Gestalten von Netzwerken, zum Zweck der Promotion, für Eventankündigungen oder die Suche nach neuer Musik. Digitale Netzwerke und Social Media haben tiefgreifende Veränderungen für die Sphäre des Veranstaltungswesens herbeigeführt, sowohl für die Organisator*innen als auch für die Künstler*innen. So ist ein Dasein, das ein ökonomisches Überleben durch künstlerische Tätigkeit anstrebt, heute ohne solche Profile, die eine Valorisierung über Likes und Follower vollziehen, nicht mehr möglich.¹³ Das gilt ebenso für das Organisieren von Events und Festivals, die ohne die digitale Eventfunktion nicht mehr denkbar sind. Immer mehr *must haves* an Apps und Anwendungen kommen dazu und eine immer breitere Aufstellung in unterschiedlichen sozialen Netzwerken und Kanälen ist daher unter Festivals und Künstler*innen üblich. Visuelle Darstellungen sowie das *Streaming* von

¹¹ Siehe auch Paul Hegarty: *Noise/Music. A History*, New York et al. 2007.

¹² Holger Lund: *Visual Music in the Context of Multimedia Parties* [2009], <http://www.lundaudiovisualwritings.org/multimedia-parties> (15.5.2020).

¹³ Siehe beispielsweise Nik Afansajew, Nik & Daniel Erk. *Die Nachtschicht. Techno in Berlin ist ein großer Zirkus – und ein sagenhaftes Business. Wie mischt man mit ohne sich zu verkaufen? Tagespiegel Berliner #6*, 2018, S. 14–23.

Klängen und Bildern gewinnen an Relevanz, und damit auch die Plattformen, die das ermöglichen. Diese Tendenz hat die Corona-Pandemie nochmals beschleunigt.

Auch wenn neue Technologien und Anwendungen von Transmedia Festivals in der Vergangenheit stets genutzt wurden, hat die Notwendigkeit der Nutzung digitaler Infrastrukturen und Plattformen innerhalb des Forschungszeitraums extrem angezogen. Für die Festivalarbeit bedeuten digitale Technologien zunächst augenscheinlich eine Erleichterung in der Verwaltung, Strukturierung und Ordnung von Kontakten, Aufgaben und Inhalten. Aber daraus resultieren genauso neue Notwendigkeiten und Abhängigkeiten. Zurückkommend auf mein Forschungsinteresse an den Ambivalenzen, offenbarten sich in Bezug auf *Social Media* und Netzwerke ebenfalls Widersprüche zu der eigenen Philosophie des Experimentierens. Wie lässt sich dieser Status quo mit dem Bruch zum Gewohnten, dem kritischen Hinterfragen oder avantgardistischen Ambitionen zusammendenken? So waren Alternativen zum Status quo (zum Beispiel dezentrale digitale Netzwerke oder *Open Source Software*) im Forschungszeitraum kaum ein Thema auf den Diskursprogrammen der Festivals. Ausnahmen waren die *Ars Electronica* mit ihrem Schwerpunkt auf Technologie sowie das *Elevate Festival*. Die Themen Software und Digitalisierung waren beim *Elevate* oft im Diskursprogramm vertreten, und darüber hinaus hat das Festival selbst an alternativen Strukturen gearbeitet. So erläuterte Daniel Erlacher 2015 im Interview: »Wir haben seit 2009 eine eigene Software entwickeln lassen, mit der wir arbeiten. Da sind wir untereinander vernetzt und kommunizieren darüber. [...] Auch für das Elevate Awards Voting nutzen wir eine eigene Software. In den Jahren haben wir uns einiges erarbeitet. Auch das Livestreaming und Übersetzen haben wir über Freie Software entwickelt und verfeinert.«¹⁴

Abseits davon wird kaum nach dezentralen, fairen Möglichkeiten für Musik in der digitalen Welt gesucht oder dazu diskutiert, weder in der Club-Kultur noch in der Experimentalszene. Die Aufmerksamkeit und Achtsamkeit der Festivals fließt immer mehr in die neoliberale Lebensbewältigung, anstatt in das Imaginieren von Alternativen. Denn die meisten Festivals folgen dem Gebot des Wachstums, weshalb sie permanent mehr Finanzierung benötigen, was in der Folge bedeutet: Mehr EU-Projekte, mehr Kooperationen, mehr Netzwerke, mehr Partnerschaften.

¹⁴ Interview Daniel Erlacher 2015.

Und damit – weniger Zeit und Ressourcen für andere Themen, Inhalte oder Probleme.¹⁵

Zygmunt Bauman¹⁶ betont ebenso wie Andreas Reckwitz¹⁷ die Rolle der Performanz in der Gegenwart, dass Identität zur Aufgabe wird, die man performen muss. Zygmunt Bauman beschreibt dieses gesellschaftliche Moment als »war for recognition«. Das Resultat dieser rasenden Selbstpräsentation ist laut Bauman die Angst, eine unbedeutende Person zu sein, die Angst vor Exklusion: »There is a big difference between network and Gemeinschaft [...]. The offline social connections are weakening, become brittle. And the reaction to this new void is the creation of ever more connections online.«.¹⁸ Reckwitz spricht von einer Kulturökonomisierung der Arbeitsformen, wo an Einzigartigkeitsgütern gearbeitet und sich an kulturellen Elementen und Design orientiert wird, meist in projektförmiger Arbeit mit starker intrinsischer Motivation. Die Arbeitswelt der Moderne werde dadurch mit Kultur und Affektivität aufgeladen. Reckwitz beschreibt, wie die kulturelle Produktion immer mehr zur Performanz wird. Performanzarbeiter*innen sind für Reckwitz Schauspieler*innen, Sänger*innen, Therapeut*innen, Schriftsteller*innen, Architekt*innen und so weiter. Performanz existiert aber auch im Inneren von Organisationen. Hier würden alle vor- und miteinander performen. Gerade die Projektarbeit der Organisationen würde mit erheblichen Performanzanforderungen an die Arbeitssubjekte einhergehen. Gleichzeitig sorgt die Orientierung an der Performanz des Arbeitssubjekts innerhalb von Organisationen dafür, »dass auch dort die Wettbewerbskonstellation auf Dauer gestellt wird: niemand kann sich mehr auf seinen Qualifikationen ausruhen, wenn immer wieder neu die Besonderheit der Performanz gefragt ist.«.¹⁹ Das Ergebnis sei Ungewissheit und Verunsicherung. Dadurch werde Arbeit immer weniger zur Leistung und immer mehr zu einer Kultur des Erfolgs.

¹⁵ Siehe beispielsweise Artemis Vakianis: Kooperationen als wichtige Überlebensstrategie und zentrale Arbeitsstruktur für Festivals am Beispiel des steirischen herbst. In G. Wolfram, (Hrsg.) Kulturmanagement und Europäische Kulturarbeit, Bielefeld 2012, S. 155-168.

¹⁶ Zygmunt Bauman: From Privacy to Publicity, <https://re-publica.com/de/session/privacypublicity-changing-mode-being-world> (3.1.2017).

¹⁷ Andreas Reckwitz: Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne, Berlin 2017.

¹⁸ Siehe #16.

¹⁹ Siehe #17, Reckwitz 2017, S. 212.

Durch *Social Media* wird die private und berufliche Performance bewertet und valorisiert. Die Berliner DJs Sarah Farina und Ellen Alien hatten 2018 die Bedeutung von Social Media für das Musikgeschäft hervorgehoben. Und Farina umreißt die aktuelle Situation überdeutlich, wenn sie sagt: »Likes und Follower sind die neue Währung.«²⁰ Die Aussage stimmt zwar, aber tatsächlich verbirgt sich die neue Währung hinter den *Likes* und *Followern*, denn die neue Währung sind die Daten der Nutzer*innen. Der Kontrollverlust über die eigenen Daten, der Verlust von Privatsphäre, wenn wir Musik *promoten*, *streamen*, *downloaden* oder *teilen* ist stillschweigend zum Normalfall geworden. Obwohl Alternativen zu den großen Plattform-Konzernen existieren und beständig (weiter-)entwickelt werden, bleiben sie klandestine Nischen, auch für die Transmedia Festivals.

Alternative Plattformen bestehen aus dezentral verteilten Servern und freier Software. Bisher kann das sogenannte *Fediverse*,²¹ ein Zusammenschluss verschiedener freier Dienste und Netzwerke, die miteinander kommunizieren können, nicht mit den zentralisierten kommerziellen Netzwerken konkurrieren. Nicht nur weil die Handhabung weniger konsumentenfreundlich ist, sondern vor allem, weil zu wenig Menschen dort aktiv sind. Und dort, wo die Massen sind, wird aus den Nutzerdaten Profit generiert. Individuell an Alternativen zu arbeiten, ist kaum möglich.

Waren in den Jahren um die Jahrtausendwende kritische Diskurse zu den neuen Technologien noch häufig auf Transmedia Festivals präsent, so ist dies nach deren massenhafter Verbreitung zum Erliegen gekommen, nicht nur weil sie alltäglich wurden, sondern weil es zu einer wirtschaftlichen Dimension des Kulturellen kam. Durch die Digitalisierung brach die Musikindustrie zu Beginn des neuen Jahrtausends ein und Gewinne kamen nun kaum noch aus Tonträgerverkäufen, sondern müssen seitdem aus Konzerten und *Live-Performances* generiert werden, die nun alle Beteiligten finanzieren müssen. Deshalb waren Festivalveranstalter verstärkt damit beschäftigt, die neuen ökonomischen Zwänge zu bewältigen, wie Jan Rohlf, einer der CTM Festivalleiter, bestätigt: »Also der kommerzielle Druck auf Veranstalter ist dann enorm gewachsen, weil es mittlerweile die Haupteinnahmequelle für alle Beteiligten in der Musikwirtschaft geworden ist.«²² 2009 hatte sich das CTM Festival zuletzt mit dem Thema Digitalisierung auseinandergesetzt, und zwar in

²⁰ Siehe #13, Nik Afansajew & Daniel Erk 2018, S.18.

²¹ <https://fediverse.party/> (20.3.2021).

²² Interview Jan Rohlf 2018.

der Ausgabe *Structures – Backing-Up Independent Audio-Visual Cultures*. Im Editorial des Katalogs heißt es: »CTM09 will be taking a look at the critical impact of progressive digitalisation and the crisis it has triggered in the music industry, and asking what risks and opportunities lie in store for today's independent music and media arts scenes. The spotlight will be on the role, current situation and future potential of micro and network structures, the true laboratories and matrixes of new artistic forms, interdisciplinary practices and innovative concepts«. ²³ Aber zwölf Jahre später ist das Thema Technologie fast komplett aus dem Blickfeld der meisten Transmedia Festivals geraten, auch weil sie zum Alltag und Normalität wurde.

Für den Konzertveranstalter Berthold Seliger ist das Bedürfnis, das eigene Leben mittels Konsumgüter zu kuratieren, und dazu gehört auch Musik, der Fluch unserer Tage. Dies liegt ihm zufolge daran, dass die Kulturindustrie Hand in Hand mit der Technologiebranche und der Bewusstseinsindustrie arbeitet und diese das Erstellen immer intimerer Daten und Informationen provozieren. Big Data ist heute ein wesentlicher Teil des Konzert- und Festivalgeschäfts. Dazu gehört auch die Digitalisierung im Bereich des Ticketverkaufs. So ist Live Nation inzwischen der größte Konzertveranstalter der Welt. Live Nation und andere Konzerne kaufen verstärkt seit den 2000ern Konzertfirmen, Festivals, Kartenportale und Agenturen – sie erzeugen so Wachstum durch Übernahmen. ²⁴ Berthold Seliger beschreibt in seinem Buch »Vom Imperiengeschäft«, wie sich Ticketing-Konzerne mit der Zeit zu Live-Entertainment-Konzernen entwickelt und das internationale Konzertgeschäft übernommen haben.

Denn durch die Digitalisierung haben sich hier zahlreiche Möglichkeiten zur Preisgestaltung aufgetan. Die Ticketunternehmen tragen dabei keinerlei Risiko, da es sich um ein reines Provisionsgeschäft handelt, bei dem die Veranstalter*innen das ganze Risiko tragen. In der Branche gibt es ein enormes Wachstum: 2005 wurden etwa 3,5 Millionen Online-Tickets verkauft und 2018 schon über 50 Millionen. ²⁵ Während *Live Nation* in Großbritannien mehr als 25 Prozent aller Festivals mit mehr als 5000 Zuschauern kontrolliert, dominieren in Deutschland die CTS-Firmen zwei Drittel der großen Festivals. Im Gegensatz zum Konzertmarkt, der schon weitgehend abgeschöpft ist, bietet der Ticketingmarkt ext-

²³ Jan Rohlf, Editorial, CTM Katalog Structures, Berlin 2009.

²⁴ Vgl. Berthold Seliger: Vom Imperiengeschäft. Konzerte-Festivals-Soziales. Wie Großkonzerne die kulturelle Vielfalt zerstören, Berlin 2019, S. 16ff.

²⁵ Vgl. ebd., S. 23ff.

reme Gewinnpotenziale: 2017 erwirtschaftete *CTS Eventim* 25,5 Millionen mit Events und 178 Millionen Gewinn mit dem Ticket-Verkauf. Die Gewinn-Potenziale ergeben sich vor allem durch die Verknüpfung von Event und Ticketing, da man dann ein Monopol auf die Preisgestaltung und Infrastruktur hat.²⁶ Wer schon seit den 1990er-Jahren auf Konzerte geht, dem/der dürfte nicht entgangen sein, dass die Preise für große Konzerte exorbitant gestiegen sind.²⁷ Denn als Marktführer kann man neue Ticketing-Modelle entwerfen, wie beispielsweise das *Dynamic Pricing*, das bereits von Hotels und Fluglinien bekannt ist. *Live Nation* und *Ticketmaster* erwarten durch die Einführung des *Dynamic Pricing* Gewinn-Zuwächse in Höhe von 500 Millionen Dollar.²⁸

Wie gehen nun die Transmedia Festivals konkret mit dem Ticketing Thema um? Darauf gibt es keine kurze Antwort, denn so verschieden wie die Festivals sind, ist auch der Umgang mit dem Ticketing. Anhand des CTM-Festivals in Berlin möchte ich beispielhaft eine Herangehensweise veranschaulichen. Die CTM-Direktoren hatten viel ausprobiert und im Forschungszeitraum mit dem Ticketing-Anbieter Eventbrite gearbeitet, um gezielt *Eventim* und *Ticketmaster*, den Dienst von *Live Nation*, zu vermeiden. Denn »die machen da den riesen Reibach, weil der gesamte Mainstream-Musikmarkt gehört denen. Und als das dann aufkam, das man andere Ticketing Anbieter wie Eventbrite in sein System integrieren konnte, war das ein riesen Schritt«,²⁹ erklärt Jan Rohlf, CTM Festival Direktor, 2018 im Gespräch. Wenngleich Eventbrite das kleinere Übel ist, so ist Eventbrite nur oberflächlich eine Alternative.

Denn *Eventbrite* geht ganz ähnlich wie die großen Dienstleister vor und wächst extrem schnell. Das US-amerikanische Event-Management- und Ticketing-Unternehmen wurde 2006 in San Francisco gegründet und etablierte ab 2012 internationale Niederlassungen. 2018 ging *Eventbrite* an die Börse und kaufte infolge ebenfalls kleinere Ticketing Firmen, Tech und Event Start-Ups. 2021 wurden mit *Eventbrite* 5,4 Millionen Events in 180 Staaten erstellt.³⁰ Jan Rohlf räumt im Gespräch ein, dass es auch jenseits davon Lösungen gäbe: »Aber, wenn du denkst, dass diese Präsenz in weitverzweigten Netzen für deine Kundschaft wichtig ist, dann musst du den Weg über so einen Anbieter gehen. Die machen ja alle

²⁶ Vgl. ebd., S. 35ff.

²⁷ Siehe auch #44.

²⁸ Ebd.

²⁹ Interview Jan Rohlf 2018.

³⁰ <https://www.eventbrite.com/blog/press/> (10.4.2022).

auch Marketing, also haben viele Kanäle, wodurch dein Ticket sichtbar wird, online und offline. So hat Eventbrite eine Kooperation mit Spotify. Und wenn du mit einem Artist ein Konzert machst und der wird gehört, dann taucht da direkt ein Link zum Event und Ticket auf. [...] Die haben auch Google Rankings und weitere Kooperationen.«³¹ Nachdem das CTM-Team vieles ausprobiert hatte, setzten sie ab 2014 für etwa fünf Jahre auf eine Mischung aus anonymen lokalem Kartenhausverkauf und Eventbrite für die Online-Infrastruktur.

2020 verkauft das CTM Festival seine Tickets nicht mehr über Eventbrite. Auf der Suche nach einem Anbieter jenseits von invasiven Monopolstrukturen mit geringen Ticketing-Gebühren war man nun auf STAGER gestoßen, die auch eine Coworking-Software für Veranstalter*innen anbieten. Auf die Frage, warum man gewechselt habe, erwidert Rohlf: »Weil [...] wir alles in einer Umgebung machen können, obschon die Software noch in der Entwicklung ist. Also das Leistungsspektrum ist nicht so breit, wie das von Eventbrite. Aber das sind Leute, die wir kennen. Die kommen aus einem Umfeld, mit dem wir seit vielen Jahren vernetzt sind, aus einem Kulturzentrum in Rotterdam. Und die hatten ein Startkapital bekommen, um für ihren eigenen Betrieb und andere Veranstalter in den Niederlanden, so ein System zu entwickeln,« erklärt Rohlf.³²

Die CTM-Direktoren finden, dass Ticketing ein spannender Bereich ist, in den man sich hineinver tiefen sollte, weil man über das Ticketing eine große Datenmenge erreichen kann. Und Rohlf führt weiter aus: »Du weißt ja – es ist eine wichtige Ressource, mit der kann man eine Menge machen. Je nachdem, wie man drauf ist. Und es gibt auch Anbieter, die einem das nahe legen und dafür Tools entwickeln.«³³ Und einige Anbieter liefern auch gleich die App dazu. Rohlf sagt, die Frage des Ticketing bleibe bei CTM aktuell, und schildert weiter. »Wir sind da momentan nicht State of the Art, würden manche sagen, wir nutzen die Potenziale nicht.«³⁴ Damit ist gemeint, dass CTM sich noch nicht dazu entschlossen hat, die Userdaten der Festivalbesucher*innen zu verkaufen und weitergehend zu verwerten: »Deine Kunden werden dann Teil eines Datenpools, dann kann man bezahlte Kampagnen machen, Facebook Funktionen und so weiter. Also, wir verzichten darauf im Moment und müssen dann mal sehen. Es kommen regelmäßig Leute auf uns zu,

³¹ Interview Jan Rohlf 2018.

³² Ebd.

³³ Ebd.

³⁴ Ebd.

die uns Dinge vorschlagen, es ist ein wichtiger Businesszweig«,³⁵ sagt Rohlf abschließend.

Eine weitere Entwicklung am Festivalmarkt ist, dass viele neue Festivalproduzierende auf den Markt drängen und die Konkurrenzspirale anheizen. Dazu gehören vor allem Warenmarken, Investment Firmen und Investor*innen, aber auch Städte oder staatliche Institutionen. Unter den neuen Eventproduzierenden findet Seliger vor allem eins: »neoliberalen Gequatsche.«³⁶ Und zwar, weil der Musik- und Festivalsektor gerade im Trend ist. Auf der Suche nach profitablen Anlagegeschäften für Reiche und Superreiche sind neben Immobilien auch Festivals in den Blick der Investor*innen geraten. Private Equity heißt das Zauberwort im Anlagenmanagement und in der Beteiligungsbranche. Private Equity-Unternehmen und Investmentfonds locken die Inhaber und Manager kleiner und mittelgroßer Events, mit verführerischen Zahlungen für Beteiligungen an Festivals. So kauften Private-Equity-Gesellschaften inzwischen Aktienanteile oder Mehrheiten bekannter Festivals wie *Sziget*, *Sonar*, *Lollapalooza*, *Melt* oder *Splash*.³⁷ Und das ist nicht weiter verwunderlich, wenn viele Veranstalter*innen über 40 Jahren keine Rente bekommen werden, weil sie vor allem selbstständig im Kulturfeld gearbeitet haben. Die Aktionär*innen sind Unternehmen, die Risikoanlagen und Hedgefonds anbieten. Es werden Beteiligungen an »Live Events im Erlebnisbereich« verkauft. Dabei werden Konzeption, Marketing, Sponsoring, Services sowie Produktion gebündelt und verschaffen Marken einen »starken Auftritt« – indem »innovative Erlebniswelten« konzipiert werden, wo sich Musikmachende »direkt in die Herzen der Konsumenten spielen«. ³⁸ Profit und Phrase gehen Hand in Hand.

Das von Seliger ausgemachte »neoliberale Gequatsche« soll darüber hinwegtäuschen, dass sich das Konzertwesen heute vollkommen von der Musik abgekoppelt hat. Deshalb existiert für Seliger das Konzert- und Festivalgeschäft, wie wir es einmal kannten, nicht mehr.³⁹ Je mehr Veranstalter*innen sich an das System binden, umso mehr bedenkliche Abhängigkeiten entstehen durch Netzwerkeffekte. Daher müssten laut Seliger die Konzert- und Ticketing-Konzerne entflochten und letztendlich zerschlagen werden. »Und je früher und je entschiedener, desto

³⁵ Ebd.

³⁶ Seliger 2019, S. 199.

³⁷ Vgl. ebd., S. 103ff.

³⁸ Ebd., S. 103.

³⁹ Vgl. ebd., S. 115.

besser«,⁴⁰ meint Seliger. Noch haben die Festivals in meinem Sample keine Anteile verkauft, auch, weil sie bisher nicht mainstreamig genug ausgerichtet sind.

Auf Suche nach Antworten zu digitalen Alternativen, die auf Transmedia Festivals kaum zu finden waren, hatte ich mich im Verlauf meiner Forschung verstärkt dafür interessiert, wie Hacker die Situation sehen und ob hier an Ideen und Anwendungen gearbeitet wird. Deshalb besuchte ich mehrmals den *Chaos Communication Congress* (C3). Hier hörte ich 2015 erstmals von dezentralen Sozialen Netzwerken. Selbstredend ist der C3-Kongress keine heile Welt, aber er fühlt sich in vielerlei Hinsicht zeitgemäßer an als so manches Transmedia Festival. Und der Kongress bietet für viele Themen rund um Eventorganisation und digitale Anwendungen Anregungen zur Nachahmung. Er ermöglichte es mir, aus Expert*innenkreisen Einschätzungen zum Verlauf der Digitalisierung zu bekommen. Diese stimmen nicht unbedingt optimistisch, sondern machen vielmehr Handlungsbedarf deutlich.

Dies betonen auch weitere Expert*innen wie José van Dijck, Medien- und Kommunikationswissenschaftlerin an der Universität Utrecht. Sie sagte in einem Vortrag 2019 zum Stand der Dinge in Europa, dass seit langem bestehende gesellschaftliche Werte, die eine offene Gesellschaft fördern, in der Online-Welt gefährdet sind. Nicht nur weil Plattformen diese Werte umgehen und aushöhlen, sondern weil Europas Online-Welt fast vollständig von einem privaten US-amerikanischen Plattform-System abhängig ist. Hinzu kommt ein breites Unwissen darüber, wie die Plattformen funktionieren. Denn wir sprechen meist nur über eine Ebene, aber die fünf großen amerikanischen Plattformen – *Google, Apple, Amazon, Microsoft, Facebook* – deren System wir nutzen, agieren auf drei Ebenen. Die Plattformen verästelten sich in Sektoren wie Gesundheits- und Bildungswesen, Nachrichten oder Verkehr, in die alle großen Plattformen investieren. Damit privatisieren sie die Öffentlichkeit. Eine Grundforderung muss deshalb sein, dass die Software und Daten den Bürger*innen gehören. Wenn die Plattformen sich nicht an Regeln und Werte halten, müsse man, so van Dijck, eigene Open Source-Strukturen bauen. Diese können dann zwar nur national oder lokal realisiert werden, aber die Vorteile wären trotzdem größer als die Nachteile.⁴¹

⁴⁰ Ebd., S. 127.

⁴¹ Vgl. José van Dijck: Europa und Plattform-Gesellschaften, <https://www.hiig.de/events/jose-van-dijck-europe-and-responsible-platform-societies/> (25.11.2020).

Der Kommunikationswissenschaftler und Direktor des Reuters Institut für Journalismus Rasmus Kleis Nielsen glaubt ebenfalls, dass wir uns in einem Strukturwandel befinden, und zwar vergleichbar mit der Industrialisierung. Nielsen sagte 2020 in einem Vortrag: »What is really important now is that we are facing an epochal set of decisions that will determine the infrastructure of free expression and the policies of regulation for the rest of my adult life. We will determine this within the next five to ten years«. ⁴² Immer wieder betont er, dass unsere Entscheidungen den Plattform-Konzernen die Macht geben: »These choices over time produce structures. [...] And there is an urgent need to discuss platform governance. Not only about what platforms we have but also about what platforms we want. [...] We are in a world where economics, culture and technology underpin the platforms«. ⁴³ Niensens Äußerung macht deutlich, dass wir Kultur in der Gegenwart nicht mehr getrennt von Technologie und Wirtschaft denken können. Das hatte auch van Dijck deutlich gemacht, da die Plattformen bereits tief in Bereiche wie Kultur, Gesundheit oder Bildung vorgedrungen sind.

Während Plattform-Konzerne, Entertainment-Giganten und Private Equity-Unternehmen invasiv die Kommunikations- und Veranstaltungslandschaft umbauen, entwickelt sich in Europa erneut ein System der Klassen. Denn der Konzertmarkt ist laut Seliger längst segregiert, und »richtet sich vornehmlich an Besserverdienende und Reiche, in den USA wie in Europa«. ⁴⁴ Die Gleichheit der Fans, die immer auch elementarer Teil des Konzerterlebnisses gewesen sei, ist für Seliger mittlerweile aufgehoben. Während Seliger 1982 noch vor der Bühne stehen konnte, können das heute nur noch jene, die dafür auch viel Geld bezahlen. Seliger verweist wiederholt auf die großen Einkommensunterschiede, auf die steigenden Mieten und darauf, dass Menschen, mit niedrigen Einkommen, sich keine Konzerttickets für 100 Euro leisten können, zumindest nicht sehr oft. Profiteure machen sich laut Seliger die Ausdifferenzie-

⁴² Rasmus Kleis Nielsen: The power of platforms and how publishers adapt, <https://www.hiig.de/events/rasmus-kleis-nielsen-die-macht-der-plattformen-und-wie-sich-verlage-anpassen/> (3.11.2020).

⁴³ Ebd.

⁴⁴ Seliger 2019, S. 45. Dies verdeutlicht Seliger indem er seinen Besuch eines Rolling Stones-Konzertbesuchs Anfang der 1980er Jahre mit einem erneuten im Jahr 2018 vergleicht. 1982 kosteten die Karten 38 D-Mark plus 2 DM Vorverkaufsgebühr Einheitspreis, 2018 kostete die billigsten Tickets 98 Euro und die teuersten 799 Euro plus Gebühren.

rung zunutze und die Fragmentierung des Musikgeschäfts sei zur »Perfektionierung eines Systems von Unterschieden« geworden.⁴⁵

Innerhalb meiner Forschung zur Kultur- und Festivalarbeit kristallisierte sich die Frage nach der Relevanz von Klasse in der gegenwärtigen Arbeitswelt und Gesellschaft immer mehr heraus. Andreas Reckwitz formuliert eine spätmoderne Klassenstruktur, wo Prozesse der Valorisierung und Entwertung prägend sind, was auch weiter oben in Bezug auf Plattformkonzerne aufgezeigt wurde, die durch digitales Ticketing, das Sammeln und Verkaufen von Daten sowie durch Social Media immer weiter ausgebaut und perfektioniert werden. Digitalisierungsprozesse und Kultur werden hier verzahnt, was Reckwitz als ästhetischen Kapitalismus beschreibt, indem die Ästhetisierung von Gesellschaft bereits verinnerlicht wurde. Denn die Konsumwelt erwartet ästhetisch ansprechende Produkte und die ständige Bereitstellung von Neuartigem. Dies sei heute »zur wichtigsten Anforderung geworden«,⁴⁶ der sich Organisationen und Institutionen bereits gleichermaßen unterworfen hätten (was auch zunehmend in Bezug auf Digitalisierungsprozesse und ihre einseitige Ausgestaltung zu beobachten ist). Die Thesen von Reckwitz spitzen sich mit den Jahren zu, wenn er 2017 bereits eine kulturelle Klassengesellschaft beschreibt. So habe sich die noch in den 1980er und 1990er-Jahren von Soziolog*innen angenommene Pluralisierung gleichberechtigter Lebensstile aus heutiger Sicht als »optische Täuschung« erwiesen⁴⁷ und die Kulturalisierung und Singularisierung des Sozialen in der Spätmoderne markierten nicht das Ende, sondern vielmehr den Anfang einer neuen Klassengesellschaft:⁴⁸ »Die sozialen Asymmetrien und kulturellen Heterogenitäten, welche dieser Strukturwandel der Moderne potenziert, seine nichtplanbare Dynamik von Valorisierungen und Entwertungen, seine Freisetzung positiver und negativer Affekte lassen Vorstellungen einer rationalen Ordnung, einer egalitären Gesellschaft, [...] wie sie manche noch hegen mögen, damit als das erscheinen, was sie sind: pure Nostalgie.«⁴⁹

Am 26. April 2022 wurde bekannt, dass Elon Musk eines der letzten großen Social Media-Netzwerke übernehmen möchte, das noch nicht Teil der Plattform-Giganten war, nämlich *Twitter*. Der Vollzug des Kaufes

⁴⁵ Seliger 2019, S. 51-52.

⁴⁶ Andreas Reckwitz: Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung. Berlin 2012, S. 11.

⁴⁷ Reckwitz 2017, S. 276.

⁴⁸ Ebd.

⁴⁹ Ebd., S. 442.

wurde nach einer gerichtlich verordneten Frist am 28. Oktober 2022 offiziell durch Twitter bestätigt.⁵⁰ Das macht deutlich, dass ein Richtungswechsel nicht in Sicht ist. Und viel zu Wenige wissen bisher überhaupt, dass es Alternativen zu zentralisierten Plattformen und Sozialen Netzwerke gibt. Transmedia Festivals könnten hier zentrale Impulsgeber werden, wenn es darum geht, Alternativen zu befördern. Auch benötigt es ein kollektives Überlegen und diskutieren darüber, wie Musikbelange dezentralisiert werden können und was dafür gebraucht wird. Und wie Profite wieder zu jenen kommen, die Musik machen und Kultur organisieren. Dafür ist ein 60-Minuten-Slot im Diskursprogramm alle fünf oder zehn Jahre aber nicht ausreichend, solche Themen müssen wiederholt und nachhaltig positioniert werden.

Selbst Martin Honzik vom *Ars Electronica Festival*, das oft bei Akteur*innen in der Kritik steht, nicht ausreichend kritisch zu sein, verlässt im Interview den diplomatisch-euphorischen Duktus des Netzwerkers, um die Enge der Gegenwart zu beschreiben, wenn er sagt: »Die technologisierte und vernetzte Welt – das hat sich einfach bewahrheitet. Dadurch, dass sich der Kapitalismus hier nochmal potenziert hat, hat sich das in eine Sache entwickelt, die massiv kompliziert ist. [...] [I]ch frage mich, wie der Drop-out aussehen wird. Welche subversiven Kräfte und Kreativität entwickeln wir, um diesen Systemen wieder entkommen zu können? Ich glaube ganz fest daran. Das ist jetzt noch nicht da, aber diese Gegenreaktion muss noch kommen«.⁵¹

Bei den Transmedia Festivals ist zwar teilweise ein Bewusstsein über die Problemlagen im eigenen Segment vorhanden, aber bis zu Gegenreaktionen, die auch die eigene Situation oder gar die von weiteren betroffenen Gruppen problematisieren, ist es noch ein langer Weg. Dabei haben Festivals, mit ihren existenten Organisationsstrukturen und Netzwerken eine viel größere Handlungsmacht als ein Individuum. Kultur und Kapitalismus, Ästhetik und Monopolisierung müssen viel stärker zusammengedacht werden, weil privatwirtschaftliche Unternehmen, diese Entwicklung, die man auch als gentrifizierende Ästhetisierung deuten kann, kontinuierlich vorantreiben, wie Festivaldirektor Rohlf verdeutlicht: »Auch ohne diese Marken gäbe es wahrscheinlich eine Entwicklung hin zu diesem Interesse an diesen hybrideren Musikformen [...], aber durch die Brands wird das massiv beschleunigt und in die Öff-

⁵⁰ <https://taz.de/Elon-Musk-hat-Twitter-gekauft/!5891261/> (28.10.2022).

⁵¹ Interview Martin Honzik 2019.

fentlichkeit geschoben«. ⁵² Die Monopolisierungstendenzen durch Konzerne und Marken treiben die Preise für Künstler*innen und Konzerte in die Höhe. Und gleichzeitig verursacht die Erhöhung der Immobilienpreise, dass die Preise in den Clubs steigen. Dies sorgt für eine Verdrängung unabhängiger Clubs und Kulturzentren aus den Innenstädten. Diese Tendenzen, die Transmedia Festivals zwar noch in geringem Ausmaß betreffen, da es sich nicht um Events oder Kunst für die Massen handelt, zeigen sich dennoch deutlich durch sie und an ihnen. Es ist eine Entwicklung, die bereits da ist und voranschreiten wird, dessen sollte man sich in Zukunft bewusst sein, auch wenn es darum geht, welche digitalen Tools und Plattformen wir nutzen und wie wir als Veranstalter*innen unsere Konzerttickets verkaufen oder sie als Publikum erwerben.

⁵² Interview Jan Rohlf 2018.