

9. Spotify

»Das Verbindungsglied zwischen dem Sammeln und dem Eigentum ist die Kategorie des ›Bei-Sich-Behaltens.« (Stagl 1998: 39)

»Eine geringere Betonung der physischen Natur von Objekten und Prozessen führt dazu, dass das Nutzungsrecht als mindestens so wichtig wahrgenommen wird wie das Eigentumsrecht.« (Floridi 2014)

Der Kulturkritiker Byung-Chul Han hält das Glatte für die Signatur der Gegenwart (vgl. Han 2016: 159). Es verbinde die Skulpturen von Jeff Koons, das iPhone und Brazilian Waxing miteinander. Von der Oberfläche her betrachtet, scheint sich Spotify nahtlos in diese Reihung einzufügen. Fast ganz in Schwarz gehalten, erstrahlt die Benutzeroberfläche auf der ebenmäßigen Mattscheibe des Computers oder Smartphone-Touchscreens. Anders als Platten- oder CD-Cover nehmen die Icons der Hüllen, die hier abgebildet sind, keine Gerüche an, sie bekommen keine Risse, Flecken oder abgenutzte Ränder, ganz gleich wie oft man auf sie klickt oder tippt, sie mit dem Daumen nach oben oder unten, rechts oder links verschiebt. Abdrücke oder Verunreinigungen, die durch fettige oder schmutzige Finger, Staub oder Ähnliches entstanden sind, lassen sich mit einem Hemdsärmel mühelos von der glatten Oberfläche wischen. Auch die Musik springt oder rauscht nicht wie manch beschädigter oder von Alterserscheinungen gezeichneter Tonträger. Sie erklingt meist störungsfrei. Nur hin und wieder stoppt ein Musikstück kurzzeitig. Pufferpause. Der Datenstrom ist unterbrochen, fließt nicht mehr ungehindert, muss neu geladen werden.

Wie die materielle Erscheinung der Musik, die beim Streaming an digitale Devices und nicht an Tonträger gebunden ist, weisen auch etwaige Störungen eine neue Ästhetik auf. Deren Ursache ist nicht Verschmutzung oder materieller Verschleiß, sondern meist eine zu schlechte oder fehlende Inter-

netverbindung. Manchmal verhindert auch ein leerer Akku oder eine nicht bezahlte Handyrechnung den Zugang zur Musik, der sonst beinahe orts- und zeitunabhängig gegeben ist.

Musik-Streaming hat sich während der Zeit meiner Forschung popularisiert. Der Umgang mit Programmen wie Deezer, Apple Music, Soundcloud – allen voran aber Spotify – ist innerhalb weniger Jahre Teil alltäglicher Medienpraktiken geworden. Spotify wurde 2006 von Daniel Ek und Martin Lorentzon in Schweden gegründet, seit 2012 ist das Programm auch in Deutschland verfügbar. 2019 dominiert Spotify mit über 124 Millionen Abonnent:innen und 271 Millionen aktiven Nutzer:innen den internationalen Streamingmarkt (Brandt 2020). Spotify basiert auf einem sogenannten Freemium-Modell. Das Programm kann entweder in einer kostenlosen Basisversion oder einer Premiumversion genutzt werden. In beiden Fällen bekommen Nutzer:innen Zugang zu rund 50 Millionen Songs, die aus der Cloud gestreamt werden können; so viele sind derzeit auf Spotify verfügbar (Stand: März 2020). Angenommen, jedes Lied dauerte nur zwei Minuten, man müsste rund 190 Jahre lang rund um die Uhr Musik hören, um den Bestand abzuspielen – die Songs nicht eingerechnet, die jeden Tag neu ins Programm aufgenommen werden. Das Repertoire wächst stetig durch weitere Neuerscheinungen und die Lizenzierung älterer Veröffentlichungen durch den Streamingdienst. Gegen eine monatliche Zahlung von derzeit 9,99 Euro entfallen für Premiumnutzer:innen Werbeunterbrechungen, die in der Basisversion zwischen den Songs eingespielt werden. Musik kann außerdem offline geladen und so beispielsweise während eines Fluges auch ohne Internetverbindung gehört werden. Zudem ist die Klangqualität des Streams in der Premiumversion hochwertiger.

Während meiner Forschung tasteten sich in meinem Umfeld immer mehr Menschen an Spotify heran. Freund:innen, Verwandte, Kolleg:innen, Interviewpartner:innen und ich selbst traten in dieser Zeit erstmals mit der Benutzeroberfläche des Programms in Kontakt, die den ersten Berührungspunkt dazu darstellt, auf diese Art mit Musik umzugehen, wie es für viele Menschen heute alltäglich ist. Byung-Chul Han übt in seinem eingangs zitierten Essay Kritik an der Oberfläche, die er – darauf lassen seine Ausführungen schließen – mit Oberflächlichkeit gleichsetzt. Denn das Glatte beschränke sich nicht auf das Äußere. Der Touchscreen, schreibt er, sei ein Ort der »Entmystifizierung« (Han 2016: 162) und des »totalen Konsums« (ebd.), der keine Distanz mehr zulasse, weil eben alles betoucht werden könne. Nichts Widerständiges, Aufregendes, Erschütterndes oder Negatives lasse das Glatte zu. Es repräsentiere eine »Welt reiner Positivität« (ebd.: 163), in der ›Like‹ und ›Share‹ die höchsten

aller Gefühlsausdrücke seien. Man begegne dort folglich nicht dem Anderen, sondern nur sich selbst, denn es bringe lediglich hervor, was einem ohnehin gefalle.

Solche Abhandlungen sind symptomatisch für Medientransformationen. In Byung-Chul Hans vagen Formulierungen schwingt viel Kritik an digitaler Technik, sozialen Medien und Algorithmen mit, die synonym für einen Niedergang zu stehen scheinen, der auf sozialer, kultureller und ästhetischer Ebene um sich greife. Für empirisch arbeitende Kulturwissenschaftler:innen sind solche Äußerungen anregend und herausfordernd zugleich, denn ethnografischen Untersuchungen halten kulturpessimistische Argumentationen dieser Art nur selten stand.

Nimmt man das Beispiel Spotify in den Blick, ist die Benutzeroberfläche lediglich der Ort, an dem Menschen mit dem Programm und den dort verfügbaren Inhalten in Verbindung treten. Sie verrät auf den ersten Blick nicht viel über das, was unter ihr liegt, und auch nichts über die Geschehnisse, die eintreten, wenn Benutzer:innen mit ihr zusammentreffen und mit dem Dahinterliegenden in Interaktion treten.

Ziel dieses Tracks ist es deshalb, die Oberfläche an einigen Stellen zu durchbrechen, darunterliegenden Infrastrukturen nachzugehen, kulturelle Einschreibungen, die in das Programm eingeflossen sind, freizulegen und Nutzungsweisen von Menschen in den Blick zu nehmen, die mit dem Programm interagieren (vgl. Du Gay 1997: 5).

Ausgehend von einer Oberflächenbeschreibung werde ich an drei Stellen exemplarisch Tiefenbohrungen vornehmen. Ich konzentriere mich dabei auf Eigenschaften beziehungsweise Funktionen, die Streamingdiensten zueigen sind und die mir bezüglich der Frage, welchen Einfluss diese Technologie auf das Sammeln nimmt, als besonders wichtig erscheinen.

(1) Zunächst werde ich Alexander vorstellen. Er nutzt Spotify von der ersten Stunde an und steht exemplarisch für einen neuen Umgang mit Musik, der durch Streaming ermöglicht wird. Musikhören und -verwalten wird hier Teil eines Serviceangebots und es ist Alexander wichtiger, immer über Musik verfügen zu können, als sie zu besitzen. Er entwickelt sich in diesem Zusammenhang von einem Sammler zum Kurator des Angebots des Streamingdienstes. (2) Dann werde ich mich der vorherrschenden Organisationseinheit des Streamings nähern: der Liste. Listen werden von Nutzer:innen angelegt, von Spotify bereitgestellt und algorithmisch produziert. Sie werden für viele zu den eigentlichen Sammelobjekten und führen in ihrer Flexibilität zu einer Aufweichung etablierter Kanons. (3) Unter dem Einfluss von Algorithmen

werden Listen zu dynamischen Gebilden. Die Algorithmen agieren als Gatekeeper und Assistenten, die dabei helfen, durch die Menge des Angebots zu navigieren. Spotify nimmt mit diesem kuratorischen Angebot Nutzer:innen das Sammeln ab und wird dabei selbst zum Sammler von Daten. Dadurch erfährt die technische Hinterlegung des Sammelns eine neue Qualität. Wie Menschen mit diesen Algorithmen interagieren, verdeutlichen schließlich einige Anekdoten.

Klicken an der Oberfläche

Mit einem Klick auf das grüne Desktop-Symbol von Spotify öffnet sich ein fast ganz in Schwarz gehaltenes Fenster. Am oberen Rand befindet sich eine Suchleiste, gekennzeichnet durch eine Lupe, in der direkt die Suche nach Künstler:innen, Songs oder Playlisten gestartet werden kann. Am unteren Rand ist die Bedieneinheit für den Musikplayer angeordnet. Icons, die ›Play‹, ›Pause‹, ›Forward‹ und ›Rewind‹ symbolisieren, sind hier die dominanten Elemente. Diese Zeichen sind bereits seit den 1960er Jahren etabliert. Sie fanden erstmals bei Steuerungseinheiten von Tonbandgeräten Verwendung und sind heute durch eine ISO-Zertifizierung weltweit standardisiert. Spielt man auf Spotify ein Lied ab, informiert ein Zeitstrahl über dessen Länge und zeigt an, wie weit der Abspielvorgang fortgeschritten ist, eine Darstellung, die auch von digitalen Mediaplayern wie Youtube bekannt ist. Außerdem gibt es zwei Buttons für die Funktionen ›Shuffle‹ und ›Repeat‹. Im Shuffle-Modus wird die Song-Reihenfolge auf Alben oder in Playlisten durcheinandergewürfelt. ›Repeat‹ startet eine Liste automatisch von vorne, wenn sie zu Ende ist. Diese Funktionen sind bereits von CD-Playern bekannt, der Shuffle-Modus ist im Zusammenhang mit MP3-Playern zu einer beliebten Funktion geworden (›iPod/Ordnen). Rechts unten lässt sich über einen stilisierten Schieberegler die Lautstärke regulieren. So andersartig Spotify in seiner technischen Funktionsweise verglichen mit analogen Abspielgeräten und auch MP3-Playern ist, so bekannt sind verwendete Symbole und Funktionen. Technik, das wird hier anschaulich, ist immer Teil kultureller Bedeutungssysteme, innerhalb derer sie für Menschen verstehbar und zugänglich wird (vgl. Du Gay 1997: 25).

Am linken Rand der Oberfläche befindet sich eine schmale Menüsäule, die einen schnellen Zugriff auf die Inhalte von Spotify ermöglichen soll. Einmal ausgewählt, werden diese in der zweiten, zentralen Spalte des Screens angezeigt. Klickt man beispielsweise auf den Menüpunkt ›Browse‹, erscheinen mittig eine ganze Menge quadratischer Icons, die an Plattencover erin-

nern. Nutzer:innen können sich Musik hier beispielsweise sortiert nach »Genres und Stimmungen« anzeigen lassen. Das Icon eines Ghetto-Blasters steht für »Hip Hop«, der typisch asymmetrische Umriss der ikonischen E-Gitarre Fender Jaguar für »Indie/Alternative«, zwei stilisierte Plattenspieler mit Mischpult symbolisieren »Electronic/Dance«. »Jazz« wird durch eine Trompete visualisiert, »Punk« durch eine Sicherheitsnadel. Popmusik, das wird hier augenscheinlich, ist viel mehr als Sound, eine Welt voller Zeichen. Weiter verspricht Spotify, passende Musik für »Fitness«, »Abendessen« und »Romantik« parat zu haben (symbolisiert durch eine Hantel, ein Tischgedeck und ein Herz) sowie den richtigen Soundtrack für »Herbstgefühle« und die Gemütslage »Life sucks«.

Durchtippen und weiterklicken sind Programm. Die Icons führen zu Künstler:innen, die im jeweiligen Genre populär sind, und zu unzähligen Playlists, in denen man sich auf vergleichbare Weise verlieren kann wie beim Stöbern im Plattenladen (»Stöbern«). Weitere Menüpunkte sind mit »Bibliothek« und »Playlists« überschrieben. Nutzer:innen haben hier die Möglichkeit, sich Künstler:innen, Songs und Alben zu »merken« sowie Playlists zu erstellen und zu verwalten, in denen Songs individuell kompiliert werden können (»Ordnen/Stöbern«). In diesem Menüpunkt greifen Nutzer:innen also auf ihre individuellen Sammlungen zu.

Schließlich befindet sich auf der rechten Seite eine Spalte, die mit »Aktivität deiner Freunde« überschrieben ist. Ich erfahre auf meinem Spotify-Profil: Bernhard hört gerade *Song for a Secret* von The Jesus and Mary Chain, Sönke *Miss Kittin* von Frank Sinatra, Lena *XTC* von DJ Koze und Hugo hat vor drei Stunden *Tryouts for the Human Race* von den Sparks gestreamt. »Meine Freunde«, das sind Kontakte aus meinem Facebook-Profil, mit dem Spotify verknüpft ist. Ich »folge« ihnen und sehe in Echtzeit, was sie gerade hören, genauso wie sie sehen können, was ich höre, vorausgesetzt, sie folgen auch mir. Möchte ich das umgehen, habe ich die Möglichkeit, die sogenannte »Private Session« zu aktivieren. So kann ich unbeobachtet meinen heimlichen musikalischen Leidenschaften nachgehen und Musik hören, ohne dass Follower davon erfahren. Nur vor den Algorithmen kann ich nichts verstecken. Sie sammeln unermüdlich Daten über das Verhalten der Nutzer:innen.

Alexander: Musik als strömende Ressource

Alexander hat Spotify fest in seinen Alltag integriert. Er nutzt die Plattform seit 2012, beinahe vom ersten Tag, an dem es in Deutschland verfügbar war.

Davor hat er schon davon gelesen und sehnsüchtig darauf gewartet, Spotify ausprobieren zu können. In anderen Ländern ist der schwedische Anbieter schon früher online gegangen. Aufgrund lizenzrechtlicher Verhandlungen mit Musiklabels habe sich der Start in Deutschland verzögert, erklärt er mir. Alexander ist gut informiert. Er arbeitet als Redakteur in der Werbebranche, liest täglich Zeitung, Magazine und Blogs. Er ist sehr an Popkultur interessiert und man könnte ihn als *early adopter* bezeichnen. Anders als beispielsweise Byung-Chul Han steht Alexander neuen Technologien grundsätzlich offen gegenüber; so auch dem Musikstreaming. Er hat das Gefühl, stark von diesem Angebot zu profitieren:

»Ich habe früher viel Geld in Musik investiert. Die meisten CDs liegen jetzt bei den Eltern rum – oder im Auto, da habe ich einen CD-Player. Eine Weile habe ich dann illegal Musik geladen. Erst über Napster, dann über so ob-skure russische Seiten. Kurz habe ich Deezer ausprobiert, habe dann aber zu Spotify gewechselt, sofort als es in Deutschland verfügbar war. Nach einem Monat habe ich gleich ein Premium-Abo gekauft.«

Sein Zugang zu Musik hat sich seither stark verändert. Er beschreibt ihn als »direkter« und »beschleunigter«.

»Ich habe immer schon gerne und viel und stilistisch sehr breit Musik gehört. Ich war früher so einer, der bei Media Markt mit 15 CDs an die Anhörtheke gekommen ist und alles durchgehört hat. Zum Leidwesen der Angestellten. Weil leisten konnte ich mir damals nur selten CDs. Spotify ist da natürlich super ... auch wenn man zum Beispiel was in Musikzeitschriften liest, dann ist das alles sehr theoretisch. Und jetzt hört man da einfach rein.«

Alexander mag diese Art, mit Musik umzugehen, sie kommt seinem vielfältigen Musikgeschmack entgegen. Wie viele in diesem Feld hat auch er noch einige CDs aus seiner Jugend und kauft ab und an Vinylschallplatten. Doch das Medium, mit dem er tatsächlich im Alltag umgeht, ist Spotify. Alexander nutzt das Programm meist auf dem Smartphone bei der Arbeit, beim Sport und im Auto. Zu Hause und im Büro bedient er es auch von seinem Laptop aus. Sein Umgang mit Musik ist beinahe zeit- und ortsunabhängig. Diese Entwicklung, die technisch im Walkman und iPod ihre Anfänge genommen hat, potenziert sich im Streaming (→iPod). Mit dem Smartphone, das heute sehr viele Menschen immer bei sich tragen, wird auch die technische Möglichkeit, sich mit Musik zu umgeben, omnipräsent. Der Medienwissenschaftler Jere-

my Wade Morris spricht in diesem Zusammenhang unter Bezug auf Anahid Kassabian von »ubiquitous listening« (vgl. Morris 2011: 4).

»Music is omnipresent in our lives, both in terms of how much is available for listening and in terms of the number of devices, places and contexts in which we encounter music. [...] Music is so thoroughly interwoven into our everyday activities that it is possible to lose track of the specificity of musical experiences. The idea of ubiquitous listening acknowledges that most of our listening happens ›alongside or simultaneous with other activities‹.« (Ebd.)

Diese Analyse trifft auch auf Alexander zu. Der individuelle Zugriff auf Musik ist durch Spotify keine besondere Erfahrung mehr wie in seiner Jugend das Stöbern im Media Markt und der Umgang mit seiner CD-Sammlung. Das Programm ist bereits fest in seinen Alltag eingebunden, der ständige Umgang mit Musik ist zur Routine geworden (vgl. Hengartner 2012: 123).

»Ich kann jederzeit hören, was ich will, und bin nicht darauf angewiesen, was im Radio läuft. Mich inspiriert Musik so viel mehr. Es hilft mir, mich zu konzentrieren, mich zu entspannen, mich in Stimmungen zu versetzen. Das Angebot von Spotify ist so groß, da finde ich immer was Passendes und kann Neues entdecken.«

Die Kulturwissenschaftlerin Anja Nylund Hagen zeigt in ihrer Studie zu Musikstreaming, dass Menschen wie Alexander Musik heute als wichtiger denn je empfinden: »[M]usic meets us where we live, everywhere, all the time.« (Hagen 2015b: 97) Musik verwebt sich mit Alltagserfahrungen, die die Wahrnehmung der Welt und das eigene Be- und Empfinden stark beeinflussen können (vgl. z.B. DeNora 2000, Bull 2006a). Musik gewinnt durch die ständige Verfügbarkeit somit an Präsenz und tritt in den Vordergrund, während die Bedeutung ihrer physischen Träger – sowohl als technische Medien wie auch als Fetisch-Objekte (→ Vinyl) – an Bedeutung verlieren.

Diese Entwicklung setzen manche Sammler:innen mit einem Bedeutungsverlust von Musik gleich. Olaf beispielsweise, ein Gesprächspartner, der selbst Spotify nutzt, aber seine physische Sammlung präferiert, bewertet Musikstreaming folgendermaßen:

»Die Auswahl ist so riesig, das überfordert die Leute doch. Wenn ein Stück bei Spotify nicht nach 5 Sekunden zündet, dann klicken die meisten deshalb auch sofort weiter. Das sehe ich auch bei meinen Kindern. Früher war das anders. Da hat man sich mehr Zeit für Musik genommen. Das liegt auch

am Medium, davon bin ich überzeugt ... Noch abschreckender finde ich aber, dass einem die Musik bei Spotify und Co. nicht gehört. Klar kann man Listen anlegen, aber die können morgen weg sein. Die sind in der Cloud. Wo soll denn das sein? Ich verstehe ja die Vorteile, die das bringt, aber mit Sammeln hat das für mich nichts zu tun.«

Die materielle Kultur des Musikstreamings und ihre Infrastrukturen sind so sehr in Alltage eingeschrieben, dass sie als selbstverständlich erscheinen und oft unsichtbar bleiben. Server, Internetleitungen, Mobilfunkmasten und Endgeräte wie Computer, Tablets und Smartphones sind allesamt Bestandteile des Netzwerks, das es ermöglicht, Songs aus der ›Cloud‹ zu streamen. Auch wenn die ›Cloud‹ als metaphorischer Ort sprachlich auf einen unbestimmten, wolkigen Raum verweist, ist sie aus technischer Sicht kein wolkiges Gebilde. Sie besitzt eine sehr handfeste Materialität. »Underneath the idea of an ethereal and distributed network of connections and traffic lies the cold hard physicality of warehouses, servers, generators and climate control devices«, schreibt Jeremy Wade Morris und zitiert seinen Kollegen Vanderbilt, der zusammenfasst: »In reality, the cloud is giant buildings full of computers and diesel generators. There's not really anything white or fluffy about it.« (Vanderbilt zit.n. Morris 2011: 3) Die Existenz dieser Infrastrukturen wird in der Regel unhinterfragt akzeptiert. So wie man ein Glas Wasser aus dem Hahn lässt und dabei nicht an die Leitungen, Pumpen, Wasseraufbereitungsanlagen, Abflüsse usw. denkt, die dazu notwendig sind, greifen auch Nutzer:innen beim Musikstreaming auf eine für sie unüberschaubare und gleichzeitig unsichtbare Infrastruktur zurück, die nur selten, etwa im Störfall, ins Bewusstsein rückt (vgl. Star 1999: 380).

Nutzer:innen sind somit in einem bestimmten Ausmaß von den Anbietern abhängig. Nach einem Relaunch kann beispielsweise die Benutzeroberfläche eines Programms anders aussehen und liebgewonnene Funktionen können verändert worden sein. All das passiert ohne das Wissen und die Einwilligung der Abonnent:innen, deren Macht über digitale Interfaces, die Teil ihres Alltagslebens geworden sind, somit stark begrenzt und prekär ist (vgl. Morris 2011: 5). Weitreichender ist, wenn ein Abonnement nicht verlängert wird, technische Fehler auftreten oder ein Anbieter gar den Dienst einstellt. Dann werden Zugriffsrechte auf Musik zeitweise oder dauerhaft gestört oder enden ganz. Persönlich angelegte Listen können so verloren gehen.

Etablierte Vorstellungen vom Sammeln werden in diesem Zusammenhang infrage gestellt. Musikhören wird hier wie das Abfragen von E-Mails, das Nutzen von Wetter-Apps oder das Heraussuchen der schnellsten Route für eine Reise zu einem digitalen Serviceangebot. In manchen Mobilfunkverträgen ist ein Streaming-Abo bereits inklusive. Die Ökonomie der Musikindustrie basiert hier also nicht mehr auf dem Tausch ›Geld gegen Tonträger‹, nach dem CDs, Schallplatten und Musikdateien ins Eigentum des Sammlers oder der Sammlerin übergehen. Nutzer:innen erwerben bei Streaminganbietern lediglich ein temporäres Zugriffsrecht auf Musikdateien sowie die Möglichkeit, das Angebot individuell anzuordnen und zu organisieren. Morris ist deshalb der Ansicht:

»Collecting music within the confines of an online music service provider puts the status of the collection in question. Keeping music collections in the cloud means never really knowing where those files reside, and never fully controlling their management and organization.« (Morris 2011: 6)

Menschen wie Olaf trauen diesen Infrastrukturen und den Unternehmen, die sie aufrechterhalten, nur bedingt. Er bevorzugt deshalb den physischen Besitz von Musik. Er hat das Gefühl, so über seine Sammlung verfügen zu können und die Kontrolle über sie zu behalten. Alexander hingegen geht es um die Möglichkeit, jederzeit Zugriff auf Musik zu haben. Seine CD-Sammlung kann er im Alltag nicht uneingeschränkt nutzen. Obwohl er sie besitzt, hat er für seine Zwecke eben gerade keine Kontrolle darüber; auf das Angebot von Spotify und die Listen, die er dort angelegt hat, hingegen schon – vorausgesetzt, die technischen Infrastrukturen funktionieren und Spotify hält sein Angebot aufrecht.

Materielles Eigentum, das in der analogen Logik eine zentrale Kategorie darstellt, erfährt so im Zuge von Musikstreaming eine Transformation und wird, zumindest im juristischen Sinn, hinfällig. Dafür genießen Menschen wie Alexander Zugriff auf so viel Musik wie nie zuvor. Er bewertet das als wertvoller, als eine eigene Musiksammlung tatsächlich zu besitzen (vgl. Hagen: 2015a: 4).

Playlisten und das Ende des Kanons

Spotify stellt mehr als zwei Milliarden Playlisten bereit. Diese Zahl offenbart, dass die Liste die vorherrschende Organisationseinheit innerhalb des Programms darstellt. Viele Nutzer:innen legen Musik in Playlisten ab, ordnen sie

so, sortieren sie um oder löschen sie wieder. Für manche werden die Playlists sogar zu den eigentlichen Sammelobjekten (vgl. Hagen 2015a: 4, »Ordnungen«). Andere Listen werden von professionellen Kurator:innen kompiliert, beispielsweise von Musiklabels oder Musikredakteur:innen und sogenannten »Playlist Managern«, die Spotify beschäftigt. In immer größerem Umfang kommen jedoch komplexe Empfehlungsalgorithmen zum Einsatz. Spotify möchte so für jeden Abonnenten und für jede Abonnentin ein möglichst maßgeschneidertes Musikangebot bereitstellen.

Listen sind eine althergebrachte Organisationsform, wenn es ums Sammeln geht. Sammler:innen legen beispielsweise Suchlisten an, in denen begehrte Sammelgegenstände aufgeführt sind, die ihnen in der Sammlung noch fehlen. Andere führen Inventarlisten, in denen sie ihren Sammlungsbestand verwalten und bestimmte Sammelgegenstände mit Vermerken zum Zustand, Ort des Erwerbs, Preis usw. versehen. Auch in der Popkultur hat das Format der Liste eine lange Tradition. Die berühmtesten Listen der Popmusik sind wohl die Billboard Charts, die seit 1958 wöchentlich anzeigen, welche Singles oder Alben von Eins bis Hundert am meisten über den Verkaufstresen gegangen beziehungsweise gestreamt worden sind. Auch Radio- und TV-Sender kompilieren Top-Listen aller Art und Musikmagazine und -blogs veröffentlichen besonders zum Jahresende allerlei Bestenlisten. Auf Spotify finden sich zahlreiche solcher »traditioneller« Listen: die globalen Top 50, die deutschen Top 50 und die Hitlisten aller möglichen anderer Länder sowie »Viral Charts«. Diese dokumentieren, welche Songs in einem Land am häufigsten gehört und geteilt wurden, also »viral« gegangen sind. Auch Best-of-Listen bestimmter Künstler:innen und Genres finden sich reichlich.

In diesen Listen manifestieren sich Kanons, die auf quantitativen oder qualitativen Kriterien fußen können, je nachdem, ob erreichte Verkaufszahlen beziehungsweise Streamingzahlen (»Top 50«) oder beispielsweise musikhistorische Bedeutsamkeit (»This is Northern Soul«) ausschlaggebend für ihre Inhalte sind. Für Musikhörer:innen- und Sammler:innen schaffen solche Listen Orientierung, sie bringen Ordnung in die Angebotsvielfalt und stellen Gewichtungen her. Doch die symbolischen Ordnungen der Popkultur, die sich in den unmittelbaren Nachkriegsjahrzehnten etabliert haben und die in solchen Listen Ausdruck finden, bleiben bei Spotify nur noch als eine von vielen möglichen Ordnungen erhalten (»Pop als Feld«). Ein Student antwortete auf die Frage, ob er ein Lieblings-Genre hätte: »Ich kann dir leichter aufzählen, was ich nicht mag, als was ich mag.« Er hat über 200 Playlists auf Spotify angelegt. Die, so sagt er, seien größtenteils »eklektisch«. Er würde weniger

Musik bestimmter Genres bündeln, als sie vielmehr hinsichtlich bestimmter »Stimmungen« oder »Attitudes« zusammenstellen.

Genregrenzen und Kanons, die teils soziale beziehungsweise szenespezifische Entsprechungen hatten und haben, weichen in diesen Zusammenhängen zunehmend auf – auch durch die technische Möglichkeit, auf so viel unterschiedliche Musik zugreifen und sie in alle möglichen denkbaren Zusammenhänge bringen zu können. »Erlaubt die Offenheit der Playlists nicht Entdeckungen über die Zäune geschmacklicher Vorurteile hinaus?«, fragt ein Autor der NZZ in einem Text, den er mit »Genießen ohne Grenzen« überschrieben hat. Er ist der Ansicht: »Der Fan, stur und störrisch wie er ist, ist wohl ein Auslaufmodell in der kulturell wie sozial komplexen Gegenwart mit ihrem Gebot zu steter Flexibilität.« (Bernays 2017) Tatsächlich konnten Menschen noch nie so unkompliziert auf ein so grenzenloses Archiv an Musik zugreifen wie heute (vgl. Hagen 2015a: 2). Die Liste als althergebrachtes Organisationswerkzeug der Moderne gewinnt in diesem Zusammenhang an Dynamik. Die zusammengestellten Listen können nicht nur große stilistische Offenheit aufweisen, sie verselbstständigen sich unter dem Einfluss von Algorithmen zusehends. Erreicht eine Playlist auf Spotify beispielsweise ihr Ende, stoppt die Musik nicht einfach oder startet von vorne, das Programm verlängert die Liste automatisch und spielt algorithmisch angetrieben Musik ab, die sich in die Reihung einfügt. Personalisierte Listen gehen in dieser Hinsicht noch einen Schritt weiter. Ein besonders eindrückliches Beispiel hierfür ist »Dein Mix der Woche«.

»Dein Mix der Woche« und das Sammeln der Anderen

»Genau Deine Musik«. Mit diesem Satz begrüßt mich die Spotify-App. »Je mehr Musik du hörst, desto bessere Empfehlungen bekommst du«, informiert das Programm weiter. Auf dem Handy-Display erscheinen quadratische Icons: »Dein Release Radar«, »Dein Mixtape 1«, »Dein Mixtape 2«, »Dein Mixtape 3«, »Deine Zeitkapsel«, »Dein Mix der Woche«. Unter dem nächsten Menüpunkt »Entdecken« steht: »Weil du dir The Growlers angehört hast [empfiehlt Spotify The Oh Sees]« –oder »Wir empfehlen dir basierend auf Ja-Königja Jens Friebe«. Die darunterliegende Reihe ist mit »Könnte dir auch gefallen« überschrieben: »Garage Jams«, »This is: LCD Soundsystem«, »This is: Holger Czukay«, »Indie Songs for Slackers«.

Noch vor wenigen Jahren bestand die Konkurrenz zwischen den Streaming-Anbietern darin, das größte Angebot an Musik zum besten

Preis zur Verfügung zu stellen. Hierin haben sich die Unternehmen weitgehend angeglichen (vgl. Popper 2015). Mit wenigen Ausnahmen stellen Musiklabels und Künstler:innen ihre Songs für die Streaming-Anbieter zur Lizenzierung frei, auch wenn Spotify immer wieder vorgeworfen wird, an Musiker:innen nur sehr geringe Beträge pro Stream auszuschütten. Der Wettbewerb zwischen den Streamingdiensten dreht sich inzwischen darum, das Angebot für Nutzer:innen möglichst individualisiert aufzubereiten und zu kuratieren. Algorithmen, die diese Empfehlungen errechnen, werden dafür zu immer wichtigeren Werkzeugen (vgl. Morris 2015: 450). Ein Autor der Wirtschaftswoche lobt Spotify in diesem Zusammenhang. Was sich viele von der Digitalisierung versprechen würden – ein »perfekt personalisiertes Produkt« – würde Spotify bereits anbieten (vgl. Hajek 2018). Er bezieht sich dabei vor allem auf »Dein Mix der Woche«. Diese Liste kompiliert Spotify jeden Montag für alle seine Nutzer:innen. Sie umfasst 30 Songs und eine Spieldauer von circa anderthalb bis zweieinhalb Stunden. Zur Erläuterung schreibt Spotify: »Dein wöchentlicher Musikmix. Genieße Neuentdeckungen und Juwelen früherer Jahrzehnte, die wir extra für dich ausgewählt haben. Jeden Montag gibt es eine neue Auswahl speziell für dich!« Im Interview mit dem Magazin Wired erklärt ein Spotify-Mitarbeiter: »Wir schauen uns an, was du dir anhörst, und alles, was du bei Spotify machst, um daraus dein musikalisches Ich zu errechnen. [...] Dieses Geschmacksprofil ist unser Versuch, so gut wie möglich zu verstehen, welche Art von Musik dir gefällt.« (Lemm 2015) Spotify registriert exakt, wer wann welches Lied gehört, weggeklickt, in eine Playlist gezogen, leiser oder lauter gedreht hat. Zwei Wochen benötigt Spotify offenbar, um den Geschmack eines neuen Nutzers oder einer neuen Nutzerin kennenzulernen. So lange dauert es, bis die Algorithmen das »musikalische Ich« errechnen und die personalisierte Liste anbieten können. »Wir wollten etwas schaffen, das sich menschlich anfühlt, aber auch bei der Größe von Spotify funktioniert«, sagt der Projektleiter Matt Ogle über »Dein Mix der Woche« (Lemm 2015). Er solle an frühere Zeiten erinnern, als Freunde sich noch analog mit Musik versorgt und dabei genau gewusst hätten, was dem anderen gefällt.

Algorithmen lösen menschliche Kurator:innen wie Freund:innen, Kritiker:innen oder Musikhändler:innen zunehmend ab. Besonders im Zusammenhang mit Streamingdiensten sind nicht-menschliche Akteure inzwischen mindestens so bedeutsam wie menschliche »cultural intermediaries« (vgl. Morris 2015: 450). Die für Nutzer:innen undurchschaubaren Algorithmen werden zu zentralen Gatekeepern (vgl. Roberge/Seyfert 2017: 18), die darüber

entscheiden, welche Musik zu welchem Zeitpunkt welche Personen erreicht. Das macht sie zu machtvollen Akteuren. Gleichzeitig verlieren althergebrachte Kurator:innen an Einfluss. Der Betreiber eines Schallplattenladens bemerkt in diesem Zusammenhang:

»Die Arroganz, die Plattenladenbetreiber früher hatten, die können wir uns gar nicht mehr leisten. Ich meine, jeder, der heutzutage irgendwie mit wachen Augen und Ohren durch die Gegend geht, kann alles mitkriegen. Ich sag manchen Leuten auch gerne mal halb im Scherz: ›Du, wenn dir das und das gefällt, dann guck doch mal bei Amazon, was die dazu sagen.‹ Ist doch wirklich so. Diese Algorithmen, die wissen doch viel mehr, als ich dir sagen könnte. Früher war das vielleicht wirklich so, dass man vielleicht noch das Gefühl hatte, mehr Wissen zu haben als der durchschnittliche Kunde. Aber jeder, der im Internet zu Hause ist, kriegt eh alles mit.«

Um möglichst treffsicher zu agieren, greifen Empfehlungsalgorithmen von Spotify auf ein großes Set an Daten zurück. Im März 2014 hat Spotify das Start-up The Echo Nest aufgekauft, das sich auf automatische Musikanalyse spezialisiert hat. In wenigen Sekunden analysiert die Software einen Song nach Timbre, Rhythmus, Tonart, Tonhöhe, Tonumfang usw. und ordnet ihn einer Auswahl an über 1.600 Genres und Subgenres zu (vgl. Hajek 2018). Doch akustische Eigenschaften stellen nur den ersten Schritt dar, Songs zu klassifizieren. Zu ähnlich klingt oft Musik, die kulturell weit auseinanderliegt. Offensichtlich sind beispielsweise klangliche Ähnlichkeiten politisch eher links und rechts gerichteter Rockmusik. Es kommt also auf die kulturellen Kontexte an, in denen Musik verortet ist. Die Algorithmen von Spotify scannen deshalb Musikmedien, Social-Media-Plattformen, Blogs, Kundenrezensionen und Online-Foren und analysieren Einträge daraufhin, welche Begriffe mit bestimmten Künstler:innen, Alben oder Songs in Verbindung stehen. The Echo Nest nennt diese Informationen »Cultural Data« (Morris 2015: 453).

»For example, if terms like ›dreamy‹ or ›ethereal‹ are frequently used to describe a Beach House album, The Echo Nest assumes there is a connection between these words and the band's sound.« (Morris 2015: 453f.)

So gelingt es, Musik kulturellen Clustern zuzuordnen und Hörer:innen Vorschläge zu unterbreiten, die über Genre Grenzen hinausgehen. Spotify ist so in der Lage, Listen zu kompilieren, die nicht einfach ›immer mehr vom Gleichen‹ beinhalten, sondern Listen, deren Inhalte in ähnlichen kulturellen Zu-

sammenhängen stehen. Der Spotify-Mitarbeiter resümiert: »Wir müssen uns längst nicht mehr begnügen mit: ›Weil du dieses Album gehört hast, probiere mal dieses andere.« Wir können einfach sagen: ›Hier ist Musik für Dich!« (Lemm 2015)

Mit Listen wie »Dein Mix der Woche« nimmt Spotify seinen Nutzer:innen das Sammeln ab und wird dabei selbst zum Sammler. Daten über das Verhalten der Nutzer:innen, deren soziale Verbindungen untereinander sowie die musikalischen und kulturellen Parameter der Musikstücke sind allesamt begehrte Sammelobjekte des Unternehmens. Sie dienen nicht nur dazu, möglichst maßgeschneiderte Playlisten anzubieten, sie sind zudem von immensem Wert für Marketingzwecke auch außerhalb des Bereichs der Musik. Wer den Musikgeschmack einer Person so detailreich durchdringt, kann auch Aussagen über deren Präferenzen auf anderen Feldern treffen.

»The increased ability to segment musical tastes and to use the data gleaned from musical practices makes each listening instance an economic opportunity for a host of unseen actors. The new digital traces created by skipping, blocking or rating a track serve as indicators that get rolled back into a much larger data profile for further targeting and refining.« (Morris 2015: 455)

Spotify-Nutzer:innen treten somit nicht nur in ein größtenteils unsichtbares technisches Netzwerk aus digitalen Infrastrukturen ein, sondern auch in ökonomische Zusammenhänge, die für sie weitgehend undurchsichtig bleiben.

Umgehen mit dem Unbekannten

Menschen interagieren mit Algorithmen, auch wenn sie nur mutmaßen können, wie diese »wirklich« funktionieren. Sie haben eine Idee davon und entwickeln manchmal ein Verhältnis zu den technischen Akteuren, deren Beschaffenheit Unternehmen wie Spotify streng geheim halten. Alexander ist wie viele meiner Interviewpartner:innen begeistert vom »Mix der Woche«. Er erwartet ihn wöchentlich mit Vorfreude:

»Ich höre den jede Woche. Montag oder Dienstag ist das für mich festes Programm auf der Arbeit. Meistens höre ich den zwei Mal durch. Wenn mir was gefällt, mache ich einen Haken davor und ziehe es dann in eine Playlist. Da ist schon immer einiges drin, was mir wirklich gut gefällt, muss ich wirklich sagen. Acht bis zehn Songs ziehe ich mir da bestimmt jede Woche raus. Da hab' ich schon tolle Sachen entdeckt.«

Um den »Mix der Woche« herum recherchiert er angeregt. Wenn ihm ein Song gefällt, informiert er sich weiter über den Künstler oder die Künstlerin.

»Ich stürze mich regelrecht rein. Das geht tief dann. Das ist wie auf Wikipedia, es geht immer weiter. Sechs Stunden später wacht man dann wieder aus dem Internet auf.«

Spotify stellt Informationen zu Künstler:innen bereit: eine Diskografie, Links zu ähnlichen Künstler:innen, anstehende Konzerttermine, eine Künstler:innen- beziehungsweise Bandbiografie und die Anzahl der monatlichen Hörer:innen auf Spotify. Was die Diskografien und Biografien angeht, traut Alexander dem Programm jedoch nicht. Er recherchiert eher auf Wikipedia oder der auf Musik spezialisierten Seite Allmusic.com. Alexander agiert dabei selbst wie der Algorithmus, der die Kommentarlisten durchsucht, nach Attributen, die Hörer:innen den Künstler:innen oder Songs zuordnen.

Ausgehend von den algorithmisch produzierten Vorschlägen, verliert sich Alexander so in seiner Recherche und entdeckt wiederum neue Musik (»Stöbern«).

David Beer ist der Ansicht, Algorithmen »prägen kulturelle Begegnungen und ganze kulturelle Landschaften. Sie sind tätig und machen Geschmäcker sichtbar« (Beer zit.n. Roberge/Seyfert 2017: 18). Er wirft dabei die Frage auf, »welche Macht Algorithmen bei der Herausbildung von Geschmäckern und Präferenzen zukommt« (ebd.). Im Falle von Alexander zeigt sich: Algorithmen helfen ihm dabei, sich im Angebot von Spotify zu orientieren und seinen täglichen Musikkonsum zu strukturieren. Sie leiten ihn an und werden so durchaus, wenn auch in nur schwer quantifizierbarem Ausmaß, zu Geschmacksproduzenten. Algorithmisch gestützt entwickeln sich seine musikalischen Interessen und seine kulturellen Kapitalien weiter.

Auch Sönke, ein anderer Interviewpartner, ist regelmäßiger Hörer von »Dein Mix der Woche.« Er lässt sich von den Vorschlägen der Algorithmen nicht nur inspirieren und antreiben, er versucht sie zu beeinflussen:

»Eine Weile lang war ich so scharf auf einen guten Mix der Woche, dass ich manche Musik einfach nicht angehört habe. Manche »Guilty Pleasures« – also so richtig schlimme Sachen – habe ich mir dann verkniffen. Ich wollte nicht, dass das in meinen Mix einfließt. Wenn ich Besuch habe, mag ich es bis heute nicht, wenn Leute über meinen Account hören. Das verfälscht dann total meinen Algorithmus.«

Sönke interagiert mit »seinem Algorithmus«. Er enthält ihm bewusst Informationen vor, von denen er annimmt, sie könnten einem optimalen Ergebnis – einer Playlist, die ohne den Einfluss von »richtig schlimme[n] Sachen« kompiliert wurde – im Wege stehen. Sönke übt Verzicht für einen in seinen Augen perfekten Mix der Woche. Einmal habe er den Algorithmus »an den Rand gebracht« – mit dem Soundtrack zu *Magical Mystery oder: Die Rückkehr des Karl Schmidt*. Der Film basiert auf einem Roman von Sven Regener und dreht sich um eine Clique, die ihre Vergangenheit in der 90er-Jahre-Technoszene aufleben lässt. Der Soundtrack ist musikalisch sehr heterogen und umfasst frühe Techno-Tracks genauso wie Countrymusik.

»Wie soll der [der Algorithmus] das checken? Das ist stilistisch so ein Durcheinander. Ich habe den Soundtrack öfter durchgehört. Ich habe das Gefühl, das ist eingeflossen. Der Mix der letzten zwei Wochen war auf jeden Fall sehr divers.«

Sönke personifiziert den Algorithmus. »Er« sei es, der etwas macht, der auf das eigene Verhalten reagiert. Sönke nutzt und erkundet seinen Spielraum, beobachtet, welche Auswirkungen seine Handlungen haben. Er hat das Gefühl, mit dem Algorithmus zu interagieren und ihn austricksen zu können.

Von den Algorithmen gehen Handlungsanweisungen aus, auf die Sönke und Alexander unterschiedlich reagieren. Beide haben Taktiken entwickelt, mit dem Programm und den algorithmischen Vorschlägen umzugehen. Die prägen sowohl Alexanders als auch Sönkes Umgang mit Musik. Sie bewerten deren Einfluss aber tendenziell positiv und fühlen sich, anders als Byung-Chul Han in seinem Essay argumentiert, nicht als Opfer einer zunehmenden Technisierung. Sie genießen vielmehr die Auswahl, die ihnen zur Verfügung steht, und empfinden Vergnügen in der Auseinandersetzung mit der Technik. Sie erscheint in ihren Augen in erster Linie nicht als bedrohlich, sondern als unterhaltsam.

Einsichten unter die Oberfläche

Spotify führt zu einem neuen Umgang mit Musik, der die Praxis des Sammelns transformiert. Nutzer:innen wie Alexander jagen auf Spotify nicht raren Tonträgern oder schwer auffindbaren Songdateien hinterher. Das riesige Angebot des Streaminganbieters liegt ihnen offen. Dieses lässt sich als eine »fremde« Sammlung verstehen. Distinktiv bleibt Musikhören und -sammeln in diesem Zusammenhang dennoch. Auch wenn alle Nutzer:innen auf dassel-

be Angebot zugreifen können, gleicht keine Sammlung an Playlisten der anderen. Um Orientierung zu schaffen und Priorisierungen zwischen Wichtigem und Unwichtigem, Erinnerungswertem und Beiläufigem herzustellen, legen Nutzer:innen Songs in Listen an. Algorithmen treten zudem als wirkmächtige Akteure in Kraft und fördern neue Vorschläge zutage. Sie übernehmen die Rolle von Gatekeepern und Geschmacksproduzenten und beeinflussen direkt und indirekt das Verhalten ihrer menschlichen Nutzer:innen. Die technische Hinterlegung des Musiksammelns tritt im Zusammenhang mit Streamingdiensten somit besonders offen zutage.

