

Inhalt

Einleitung | 9

I. Zum Stand der Forschung: Ein Überblick | 17

1. »Jugend-Subkultur«: Ein Forschungsparadigma und seine Kritik | 17
2. Neuere Konzepte: Clubkulturen, Neo-Tribes, Musikszene(n) | 25
3. Ökonomien der Jugendkulturen und Kulturarbeitsmärkte | 31

II. Theoretischer Rahmen für die empirische Untersuchung | 41

1. Kultur als »soziale Praxis« | 41
2. Musikszene(n): Felder der kulturellen Produktion | 43
3. Kulturelles Kapital in Musikszene(n) | 45
4. Das Wissen der DJs | 51
5. Die Logik der Felder | 53

III. Methodologie und Erhebungsinstrumente | 57

1. Grounded Theory: Grundprinzipien | 57
2. Grounded Theory: Untersuchungslogik | 60
3. Erhebungsinstrumente der feldspezifischen Analyse | 62
4. Erhebungsinstrumente der fallspezifischen Analyse | 63
 - 4.1 Beobachtung, Begleitung und Leitfadeninterview | 66

IV. Darstellung der Untersuchungsergebnisse | 69

1. Genese, Struktur und Organisationsweise lokaler Musikszene(n) | 69
 - 1.1 Theoretische Bestimmung des Begriffs Musikszene | 69
 - 1.2 Wiener Techno-Szene | 73
 - 1.3 Wiener Szene für experimentelle elektronische Musik | 83
 - 1.4 Wiener Drum'n'Bass-Szene | 85
2. DJ-Tätigkeit | 88
 - 2.1 Der Plattenladen und die Tonträgersammlung der DJs | 89
 - 2.2 Die Praxis des DJ-ings | 95
 - 2.3 Die (Selbst-)Konstruktion »guter« DJs | 113
 - 2.4 Wie kommen DJs zu ihren Auftritten? | 125

- 3. Die Musikproduktion im »Wohnzimmer-Studio« | 135
 - 3.1 Das »Song Getting« elektronischer Musikstücke | 136
 - 3.2 Musikproduktion und Kreativität | 155
 - 3.3 Die Suche nach dem Plattenlabel für die Veröffentlichung von Tonträgern | 162
 - 3.4 Die Bedeutung der Tonträger für die DJ-Karriere | 173
- 4. Netzwerke | 178
 - 4.1 Clubhosts und Organisationseliten | 179
 - 4.2 Einladungspolitik der Clubhosts | 181
 - 4.3 Netzwerke von DJ-Frauen: Female Pressure | 188
- 5. Selbstvermarktung | 199
 - 5.1 Das verwertbare DJ-Profil | 200
 - 5.2 Selbststeuerung der Karriere durch Selbstvermarktung | 207
 - 5.3 Die Arbeits- und Zeiteinteilung der DJs | 213

**Von der Schwierigkeit, ein/e erfolgreiche/r DJ zu werden –
Resümee und Ausblick | 219**

Literatur | 233

Anhang | 251