

Nicht quatschen. Tanzen!

Deutschlands Diskotheken im Aufwind

Von Reginald Rudolf

Noch vor einem Jahrzehnt galt die Diskothek in der kulturellen Landschaft als amüsischer Exportbazillus Amerikas.

Heute sind die etwa 8000 Diskotheken zwischen Kiel und Konstanz eine vitale Alternative in jener Freizeitkultur geworden, die sich vom Altvorderen-Entertainment zwischen Opern-Okkultismus und Pantoffelkino abwendet: 225 Millionen Minuten Musik sind Anno '77 in Deutschlands Diskos ausgestrahlt worden. Über 100 Millionen junge Leute pilgerten an die Schallstätten bloßer Unterhaltung und Kommunikation.



Erfolg mit dem Glenn-Miller-Re-Make „In The Mood“:
Disco-Trio „Pretty Maid Company“

Beide, Konservative wie Übermorgen-Phantasten, fürchten den freien Markt, in dem der mündige Jungbürger nicht die ausgetretenen Kulturpfade entlangwandelt oder den Lockungen der Marxomanen nicht erliegt. So haben beide Politpole deutscher Kulturgäue die Hatz auf Diskotheken angeblasen, die Denunziation dieser Freizeitstätten als ... „uniforme Gleichschaltungszentren“ (Frankfurter Rundschau), in denen das „Treibgut zerstückelter Kulturbräuche“ (FAZ) dem Jungvolk gleichsam aufgehalst wird.

Der Ärger ist verständlich, zumal in einem Land, in dem die Trennung zwischen Unterhaltung und Kultur zur Schizophrenie perfektioniert wurde. Es gehört zum guten Ton, Heino öffentlich zu verfluchen und heimlich zu hören. Für Unterhaltung gilt Flachzwang. Ist sie flach genug, werden spezialisierte Glossisten zum verbalen Abschlagen der zum Flachsein genötigten Kurzweil angeheuert.

Die einstigen Krachkasinos in Kellergewölben gehören ebenso der diskophilen Vergangenheit an wie die hochwertigen Elite-Diskotheken mit Super-HiFi-Apparaturen, bei denen vom Besucher vorausgesetzt wurde, daß er die Fähigkeit besitze, das Gras wachsen zu hören. Die Disko '78 ist ein raffinierter Zerstreuungs- und Kommunikationsbetrieb mit Schallkomfort und Videoluxus. Auge und Ohr werden im Organverbund ohne Anspruch aufs Korn genommen: die totale Unterhaltung ist das Ziel, nichts sonst.

Nichts sonst regt auch die Lordkulturbewahrer von rechts wie die linken Linienrichter so auf wie diese totale Unterhaltung. Die verpönten Traditionshüter sehen ihr Publikum hinter den Diskotüren, die ja immer auch was Nacktes verbergen, verschwinden. Die Funktionäre linkelnder Endlösungsprojekte beklagen ebenfalls potentiellen Kundenschwund vor allem unter jungen Leuten, denen smarter Sound lieber ist als ein politisch Lied.

Der tatsächlichen Entwicklung der Diskothekenszene im Zusammenhang mit der Etablierung einer eigengesetzlichen Popkultur, die nur wenig mit der überkommenen Totenkultur zu tun hat, steht die Propaganda der offiziellen Kultur-Interpreten entgegen. Die Entwicklung an der Basis der Unterhaltung wird systematisch mit einem ideologischen Gewand zugedeckt: man hat nicht auf dieses Terrain bloßer Zerstreuung ohne Ekel und kritische Haltung zu schauen.

Dies gilt freilich nicht allein für die Diskothekenszene, sondern für alle Regungen und Reminiszenzen der Popkultur. Sie wird als marktgängig diffamiert. Der Markt ist der Leibhaftige für die Kulturkritik. Was am Markt geht, ist verdächtig. Der sogenannte Simmel-Effekt wird angewandt: wer Erfolg hat, so die Gralhüter der Kultur „höherer Ebene“, macht sich sozusagen unter der Gürtellinie ans Publikum heran.

Das Neckische an dieser Argumentation ist die immanente Publikumsverachtung, die vor allem jene zur Schau stellen, die an jeder Biegung das Wort „Volk“ und „volksnah“ im Munde führen. Ist Kultur volksnah, wird sie vom Volk freiwillig ohne Bevormundung gekauft, dann drehen die Musenvögte die Realität artistisch in einem einzigen Satz um und definieren eben dieses Volk als verführt oder schlicht als zu jung und zu dumm. In jeder linken oder rechten Diktatur wird deshalb zuvörderst jeder freie Kunst- und Kulturmarkt geschlossen und alle Künste und Freizeitregungen verordnet.

Die Diskothek versteht sich als typisches Marktsegment im Freizeitraum. Auf höchst vitale und perfekte Art sollen in den Diskotreffs junge Leute alltäglich verausgabte Arbeitskraft wieder-

Laute Musik regt an

Es wurde gesagt, daß Lärm die Entspannung dadurch erschwert, daß er anregend wirkt. Diese anregende Wirkung ist bei hohen Pegeln und bei stark rhythmischer Musik am stärksten und sie ist durchaus mit derjenigen durch Getränke vergleichbar. Solche Stimulierung durch Musik wird teilweise bewußt gesucht und Beat- und Rockmusik eignen sich bestens dafür. Für dieses Phänomen wurde der Begriff „Schall-Appetenz“ geprägt. Erstaunlich ist dabei, daß die Stimulation durch Schall einerseits erwünscht ist und gesucht wird (Schall-Appetenz), andererseits als lästig gewertet wird, wie z. B. beim Lärm, der aus der Nachbarschaft kommt.

(Aus der Informationsschrift des Umweltbundesamtes „Lärm“)

herstellen. Auf den T-Shirts der Schall-Jünger prangen daher Slogans wie „Nicht quatschen. Tanzen!“

Zum Komfort der modernen Mehrzweck-Diskotheken mit Gastronomie und angeschlossener Tanzschule zählt neuerdings auch ein starker Trend zu nostalgischen Versatzstücken und Oldtimer-Stil. In Wuppertals Renommier-Disko „Blue Note“ bedienen weißbehandschuhte Ober. In den Disko-Tanzschulen wird Umgangsform ganz groß geschrieben. Man entdeckt hier auch keinen Widerspruch zu einem Cocktail namens „Lumumba“ (Kakao mit Cognac) oder dem Jeans-Look sonst. Es wird alles angenommen, was die Begegnung ohne Reden fördert. War früher der Jazzkeller Stätte brisanten Sich-an-Schweigens zuhörender Fans, so sind das heute die Diskotheken. Körper- und Kleidersprache sind hier nach US-Stil zur Perfektion gebracht worden. Die Nuancierung dieser Sprache von Sachen und die Differenzierung dieses für sich sprechenden Stummseins der Subjekte bleibt natürlich jenen Sondie-

Disco Oriental mit den sizilianischen Brüdern La Blonda



rungsposten verborgen, die nach einem halben Dutzend soziologisierender Stichproben-Tests die Diskothekenszene noch schlechter begreifen als dies vorher schon in stilisierten Vorurteilen der Fall war.

Hollywoods jetzt rund um die Erde flimmernden Disko- und Musikfilme zeigen vor, was die Diskothek heute ist: Tummelplatz einer Generation, die ein von Pop und Soul, Beatnicks und Farbigem, Jazz und Freaks, von Sex und Science Fiction geprägtes Lebensgefühl ohne jene Tradition verwirklichen will.

50 Millionen in DDR-Diskotheken

Rund 50 Millionen Besucher sind jährlich in den Diskotheken der DDR zu Gast. Damit hat sich diese junge Form der Unterhaltungskunst – vor genau 10 Jahren hob der Oktoberklub in Berlin die erste Disko aus der Taufe – einen bedeutenden Platz im geistig-kulturellen Leben der Republik erobert. Waren 1971 lediglich 820 Schallplattenunterhalter registriert, so hat sich ihre Zahl inzwischen auf 5000 Amateure und 70 professionelle Diskjockeys erhöht. 70 bis 80 Prozent der Diskobesucher sind Jugendliche. In zunehmendem Maße werden Diskotheken aber auch in Klubs der Volkssolidarität, bei Brigadefeiern und Pioniernachmittagen eingesetzt. Die Vielfalt des Diskoangebots ermöglicht ein hohes Maß geselliger Unterhaltung, abgestimmt auf unterschiedliche Altersgruppen und Bedürfnisse.

(Aus: „melodie und rhythmus“ 3/78, DDR-1000 Berlin)

„Saturday Night Fever“ und „American Hot Wax“ gelten schon deswegen als Kassenschlager der Filmsaison. Die deutschen Diskotheken entsprechen dem US-Trend zur Videothek. Von den 8000 Diskotheken haben bereits 500 auf Videothek umgeschaltet – mit konventionellen VCR-Recordern, mit Video-Beam-Systemen und via Dynavision-Projektion. Sinn des Video-Vormarschs: durch eingeblendete Kurzfilme, Werbespots und selbst kommunale Nachrichten, die die Diskjockeys selbst aufgenommen haben, soll die Diskothek auf eine neue Dimension ausgelotet werden.

Die besondere Situation der deutschen Diskothekenlandschaft wird durch ein organisatorisches Phänomen geprägt: die Diskjockeys haben sich als Angestellte in der Deutschen Diskjockey-Organisation (DDO) zusammengeschlossen. Die Diskotheken-Unternehmer in der DDO, dem Verband Deutscher Diskotheken-Unternehmer. Beide Organisationen arbeiten engstens zusammen und werden in Personalunion von dem Aachener Klaus Quirini geleitet. Durch diese personifizierte Klammerposition hält Quirini nicht nur einen bemerkenswerten Arbeitsfrieden aufrecht: er hat auch ein arbeitspolitisches Patt zuwege gebracht, das zweifellos nur schwer zur Nachahmung zu empfehlen ist, aber aus der besonderen Situation der Diskothekenlandschaft als eines Zweiges besonderer Streß-Gastronomie zu begreifen ist. Hier dürfte nur die Alternative



Die Musik in den New Yorker Diskotheken steht im Mittelpunkt des Films „Saturday Night Fever“ – „Nur Samstag Nacht“. John Travolta spielt Tony, den Lokalmatador der Diskothek „2001 Odysee“ in Brooklyn.

des für ewig einprogrammierten Arbeitskampfes oder einer auf Dauer eingerichteten Abstimmung zwischen beiden Organisationen möglich sein. Solange das Quirini-Projekt funktioniert, wird es die Disko-Szene in Deutschland beherrschen: 350 Diskjockeys, die besten im Lande, sind Mitglied der DDO, 150 Unternehmer Mitglieder der DDU.

Daß die Klammer für beide Parteien dieses Terrain fest zusammenhält, beweist die wirtschaftliche Lage der Diskjockeys. Sie sind die bestverdienenden in der Welt. Die Gehaltspalette reicht von 1250,- bis 7500,- DM. Durchschnittsgehalt: 2800,- DM monatlich.

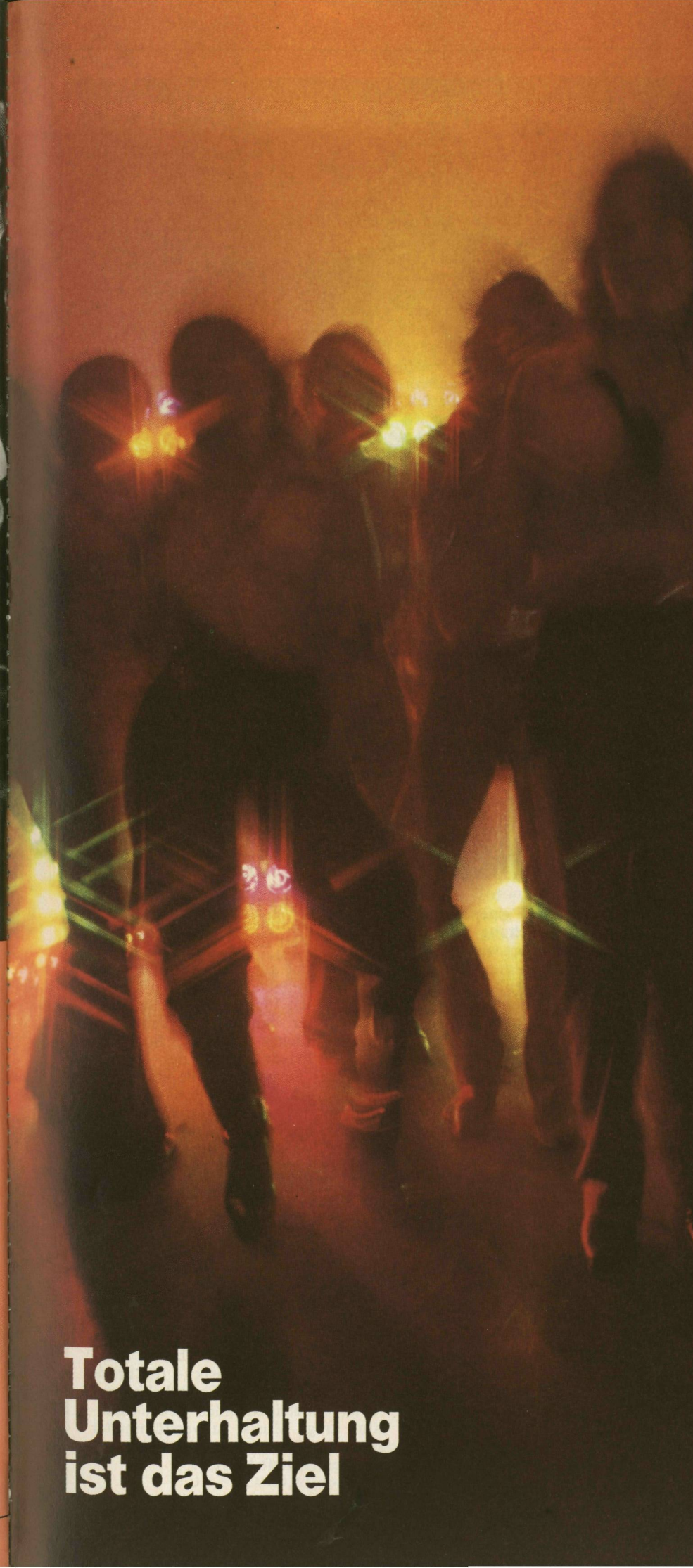


DDO-Chef Klaus Quirini: HiFi allein genügt nicht

Die vorwiegend linke Kritik an der Disko-Szene bemängelt wiederholt drei Aspekte der akustischen Garküchen:

- Die Verflechtung der Disko-Szene mit der Schallplattenindustrie.
- Die Wirklichkeitsflucht Jugendlicher in die „verdunkelten Dunstglocken“ (Frankfurter Rundschau), getrieben durch den „Konformitätsdruck im Freizeitverhalten“ (W. C. von Schönburg).
- Die körperlichen und psychischen Schäden, die überhöhte Phonwerte bei den Diskobesuchern anrichten.

Unbestritten ist, daß neben dem Entertainment für Fans die Diskotheken direkt und indirekt für die Tonträger-Produkte der Plattenfirmen werben, die wiederum pointiert den Diskotheken via Plattenbemusterung und eigenen Diskotheken-Betreuern schmeicheln. Die 12 führenden deutschen Plattenfirmen versorgen jeweils 100 bis 300 Diskotheken mit ihren jüngsten Tonträgern, werten die in den Diskos „gefährten Einsätze von Musiktiteln systematisch aus“ (so



Totale Unterhaltung ist das Ziel

EMI-Direktor Wottawa) und ziehen daraus wesentliche Schlußfolgerungen für Repertoire- und Vertriebspolitik.

Allerdings ist unerfindlich, wieso dieser Kreislauf zwischen Plattenbranche und Diskjockey-Szene, zumal im privatwirtschaftlichen Bereich, von Schaden sein soll.

Im öffentlich-rechtlichen Medium geschieht gleiches mit doppelter Anstrengung der Schallplattenfirmen: von den fast sechs Millionen Sende-Minuten Musik, die 1977 über die ARD-Sender gingen, sind über vier Millionen Minuten von jener der Manipulation verdächtigten Plattenindustrie in die Funkhäuser gerollt worden. Bei der Disko-Szene geht es um insgesamt 225 Millionen Musikminuten, wenn man pro Abend 150 Minuten auf knapp 300 Tage und etwa 5000 kontinuierlich funktionierende Diskos hochrechnet.

Im Unterschied zum Funk, der stärkere Kaufimpulse animiert, ergibt die Disko-Szene ein objektiveres Bild von der Geschmackslage im Lande: denn der ARD-Programmgestalter klinkt die Piécen nach eigenem Gusto in die Sendefahrpläne. In den Diskotheken muß sich der Jockey nach dem Geschmack seiner Gäste richten.

Die als Ablenkung und Flucht verteuflerten Show-Mechanismen entstammen einem Kritiker-Trend, der mit der pseudomarxistischen Vulgarsoziologie der frühen 70er Jahre vergreift. Das Politikum der Unterhaltung ist Ablenkung, Regeneration verausgabter Energie. Der Soziologenspruch, daß Popveranstaltungen primär soziale Funktionen erfüllen, sich gegenseitig zu bestätigen (Jürgen Friedrichs: „Die Besucher feiern sich selbst“), ist so falsch wie der unterstellte Konformitätsdruck. Die

Die Diskothek, Dauertestlabor für HiFi-Anlagen

Es hat sich herausgestellt, daß selbst hochwertige HiFi-Anlagen für den Einsatz in Diskotheken nicht geeignet sind, da diese nicht auf extreme Dauerbelastung, wie sie in Diskotheken gefordert wird, sondern auf möglichst hohe Klangtreue – wie es der Name HiFi sagt – ausgelegt sind.

Die führenden Diskothekenservicebetriebe haben erkannt, daß hier eine völlig andere Beschallung notwendig ist, die beide Forderungen: 1. hohe Klangtreue, 2. HiFi-Dauerbelastbarkeit, erfüllt. Dies ist bei der Verwendung von üblichen HiFi-Bausteinen nicht möglich. So wird in der heutigen Beschallungstechnik, wenn fachmännisch durchgeführt, mit Einschubtechnik gearbeitet, was der Servicefreundlichkeit dient; weiterhin werden die Hauptbeschallungsboxen von getrennten Verstärkern angesteuert, um beim Ausfall einer Endstufe nicht den Ausfall der gesamten Anlage in Kauf nehmen zu müssen.

Weiterhin wird die Beschallung in Haupt- und Nebenbeschallung aufgeteilt, mit dem Effekt, daß großes Klangvolumen und Lautstärke wie gewünscht auf der Tanzfläche erzielt werden und daß Sitz- und Thekenzonen durch eine separat regelbare Beschallung eine Unterhaltung bei Backgroundmusik noch ermöglichen.

(Klaus Quirini, Chef der Deutschen Diskjockey Organisation, in den Musik- und Medien-Nachrichten „rundy“)

Diskotheekenszene als Freizeitraum führt neben der Entspannung den Fan vor allem zu Kontakten.

Schließlich das Problem der überzogenen Phonwerte. In Schweden wurde deshalb eine Phongrenze im Gesetz verankert. Erwiesen ist eins: Bei über 80 Dezibel, die über längere Zeit wirksam werden, können Gesundheitsschädigungen eintreten. In Diskotheken, wo über 100 Dezibel gemessen werden, ist naturgemäß der Diskjockey gefährdet. Er sollte dort schallschützende Kopfhörer tragen. Sogar schallschützende Anzüge, wie sie in Fertigungshallen der Triebwerkindustrie gebräuchlich sind, sollten auch in Diskotheken kein Tabu sein. Für den Diskjockey, der dem Dauerstreß des Lärms ausgesetzt ist. Dies gilt aber nicht für das Publikum, das gegen Bezahlung – ebenso wie im Konzertsaal – die Phonstärke des Vortrags als vitale Dimension seiner Entspannung will – vor allem junge Leute. Für sie ist die Echolettenexplosion elementares Bedürfnis. Die subjektive Einstellung des Diskothekenbesuchers ist u. a. die eines Phonrauschkäufers und nicht die eines Lärmgeschädigten. Außerdem ist er nur für Stunden dieser Dezibeldusche ausgesetzt.



Der Film „American Hot Wax“ zeigt Aufstieg und Fall des legendären amerikanischen Diskjockeys Alan Freed (Bildmitte, gespielt von Tim McIntire). Freed hatte in den frühen fünfziger Jahren den Begriff Rock 'n' Roll geprägt.

Die Explosionen des Schalls werden ohnehin durch das Klangvolumen neuer Beschallungsanlagen, die von bloßer Elite-Hifi weggehen, ebenso ersetzt wie durch den Video-Trend.

Der fortschreitende Programmverfall von ARD und ZDF hat diesem Trend Aufwind gegeben. In zahlreichen Diskos werden bereits neben Künstlerporträts und Interviews örtliche Sport- und Kommunalereignisse in Kurzspots ins abendliche Disko-Entertainment eingebettet. Der Werbung ist ein neuer Markt zugewachsen: Reklame für Jeans und Recorder, Cola und Cassetten, Platten und T-Shirts. Der Diskjockey wird Kameramann und Filmvorführer in einem: neben den verzopften TV-Stätten der öffentlich-rechtlichen Zeigefingerbelehrungen konsolidieren sich Keimzellen des Privatfernsehens und Deutschlands Videotheken. Über 1000 Diskotheken werden bis 1980 auf Video umgeschaltet haben – der Magnetismus dieser Musik- und Medienszene für junge Leute wird die Telekraten um wesentliche Einschaltquoten bringen.

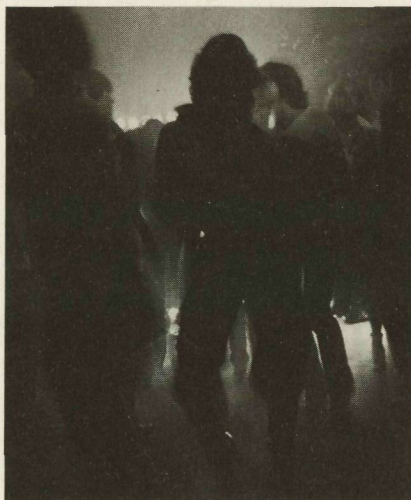
Einsam trotz Gesellschaft

Der Hamburger Journalist für Musik und Jugendfragen Dr. Wolf-Christoph von Schönburg über die Funktion von Diskotheken

Was veranlaßt die in der Mehrzahl Jugendlichen und jungen Erwachsenen dazu, gerade diese vom traditionellen Standpunkt „unnatürliche“ Umgebung, wo überlaute Musik Kommunikation im herkömmlichen Sinn nahezu unmöglich macht, regelmäßig aufzusuchen? Die Beantwortung dieser Frage setzt die Berücksichtigung allgemeiner sozialer Zusammenhänge voraus: Jungendliches Freizeitverhalten wird bekanntlich neben dem Konformitätsdruck gleichaltriger Gruppen hauptsächlich durch elterliche und schulische Einflüsse, durch Arbeitsbedingungen bestimmt. Bei Jugendlichen, insbesondere mit gehobenem Bildungsniveau, sind allerdings Anzeichen dafür festzustellen, daß der Freizeitbereich zunehmend den Charakter einer eigenständigen Lebensform gewinnt.

Welchen Einfluß üben die Arbeits- bzw. Lerninhalte auf das jugendliche Freizeitverhalten aus? Die betreffenden Inhalte der jugendlichen Arbeitnehmer bzw. Schüler mit niedrigerem sozialen Status bewirken erwartungsgemäß stärker als die derjenigen mit höherem sozialen Status das Bedürfnis nach Ablenkung, Realitätsflucht, da ihnen mehr Fremdbestimmung – d. h. weniger eigenständige Arbeit – zumeist keine Kenntnis des Endprodukts – bzw. weniger intellektuelle Anreize eigen sind, so daß Selbstverwirklichung auch in der Freizeit vermindert wird. Als extremes Beispiel sei an die Arbeitsmonotonie eines Fließbandarbeiters erinnert. Welche soziale Gruppe jugendlicher hält sich nun hauptsächlich in Diskotheken auf? So viel scheint bei Schülern sicher: Berufsschüler hören wesentlich öfter in Gesellschaft anderer Musik als Gymnasiasten. Das zeigt eine Untersuchung des Verfassers. So war zu vermuten, daß sie auch häufiger als Gymnasiasten Diskotheken aufsuchen. Interviews mit jugendlichen Diskothekenbesuchern haben das dann auch bestätigt.

Die Diskothek kommt wegen ihrer Kombination – überlaute bzw. einschmeichelnde Musik – Dämmerlicht – Lichtshows – gefällige, anheizende Musikmoderation – Alkoholkonsum – dem Bedürfnis jugendlicher nach harter bzw. weicher Flucht – mittels lauter Rockmusik bzw. sentimental Schlager oder psychedelischer Musik – im besonderen Maß entgegen. Die Besucher scheinen sich danach zu sehnen, nicht verbal kommunizieren zu müssen, sich in

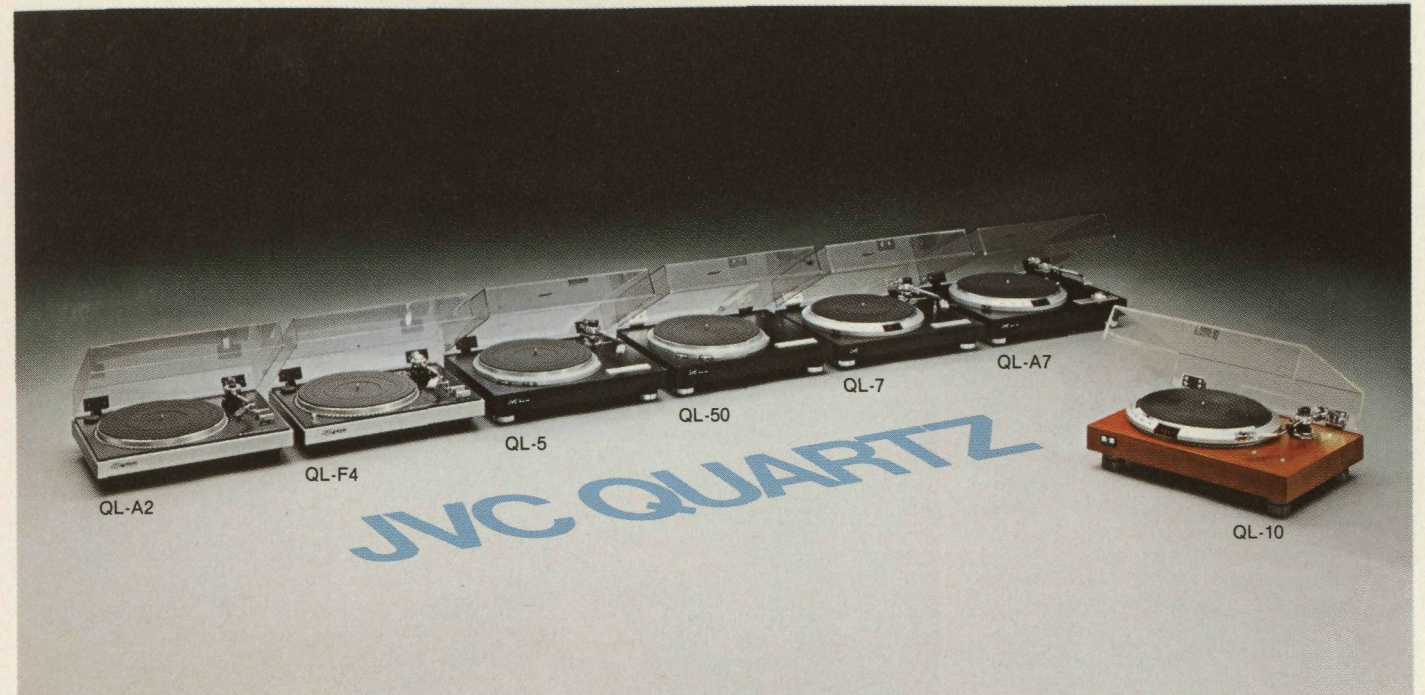


der Anonymität des Halbdunkels verstecken zu können, um ohne großes eigenes Engagement unterhalten zu werden.

Vor allem bei Jugendlichen dient in Gesellschaft gehörte Musik als Kontaktvermittler, zur Selbstbestätigung, Akzeptierung durch andere und zur Optimismussteigerung. Musikhören in der Firma, in Clubs und Diskotheken kann – wie es der Musikpädagoge Hermann Rauhe ausdrückt – als „zerstreute Rezeption“ bezeichnet werden. Gerade die Atmosphäre in einer Diskothek hüllt den Besucher wie eine Dunstglocke ein. Hier wird massenmedialer Musikkonsum komprimiert deutlich.

Jugendliche gehen meist in Gruppen in Diskotheken. Das Wir-Gefühl spielt auch hier eine entscheidende Rolle. Für den Diskothekenbesuch trifft ähnliches zu, was der Soziologe Jürgen Friedrichs bei der Motivation des Besuchs von Popmusik-Festivals vermutet: „Die Pop-Veranstaltungen und großen Festivals erfüllen primär eine soziale Funktion: sich gegenseitig zu bestätigen, die Besucher feiern sich selbst.“

Die Situation in einer Disko ist allerdings paradox: Musikalische Dampfhammer bewirken einesteils striktes Alleinsein, andererseits befindet man sich gewolltermaßen in Gesellschaft. Die Institution Diskothek macht besonders deutlich, welche dubiose Auswirkung der äußerst starke Musikkonsum jugendlicher – 16- bis 18jährige hören bis zu sechs Stunden täglich Musik – für breite Schichten hat: Als Fluchthelfer aus einer unbefriedigenden Lebenssituation trägt Musik zu verstümmelter Kommunikation, zur Vereinsamung in Gesellschaft bei.

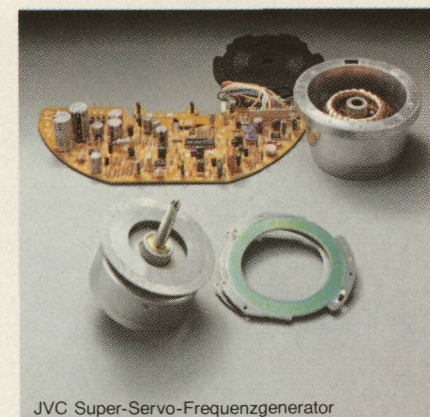


Was ist das denn eigentlich, die Quarzregelung?

Einfach ausgedrückt, ein supergenaues System der Zeitmessung. Sie wird in den Uhren mit der höchsten Ganggenauigkeit eingesetzt, den Quarzchronometern. Und diese Präzision kommt jetzt der Musikwiedergabe zugute.

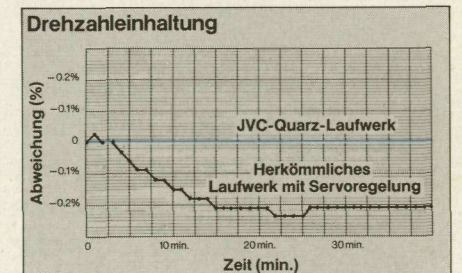
Damit laufen Plattenspieler mindestens hundertmal präziser als bei konventionellen Direktantrieben. Hundertmal genauer wird die Drehzahl auch bei schwankender Netzspannung oder Lufttemperatur eingehalten.

Die JVC-Quarzplattenspieler arbeiten mit dem neuentwickelten JVC-Super-Servo, einer Regelung, die die Drehgeschwindigkeit von Augenblick zu Augenblick überwacht und bei der geringfügigsten Abweichung elektronisch nachkorrigiert. Die



JVC Super-Servo-Frequenzgenerator

Die Leistungsdaten setzen Maßstäbe: z.B. Drehzahleinhaltungstoleranz 0,00001% pro Stunde.



Unter den sieben Modellen finden Sie in jeder Preisklasse das Richtige. Mit JVC und Quarz rücken Sie der Musik ganz gehörig auf den Leib.

Näher zur Musikalischen Wahrheit

JVC

Die Quarz-Präzision. Jetzt gibt es sie in sieben JVC-Laufwerken.

VICTOR COMPANY OF JAPAN, LIMITED, 1-4-chome, Nihonbashi-Honcho, Chuo-ku, Tokyo 103, Japan
VICTOR COMPANY OF JAPAN, LIMITED, European Liaison Office, 6 Frankfurt/Main 90, Kiesstrasse 20 TEL. 77-29-15
U.J. FISZMAN, 6 Frankfurt/Main 94, Breitlacher Strasse 96 TEL. 780 951 3