

Sperrholz und Resopalplatten zu einer Theke, ein, zwei alte dkk-Kühlschränke, zwei Lautsprecher, Plattenspieler, ein paar Lampen - es braucht nicht viel, um einen Club einzurichten. Inmitten einer solchen Grundausstattung setzt sich eine bewährte Veranstaltung fort - trinken, Drogen nehmen, reden und Musik hören - Funktionen der Stammkneipe, des Salons, des Kaffeehauses oder, um etwas weiter in die Vergangenheit zurückzugehen, des Trinkgelages, auf altgriechisch: Symposion. Was in Berlin in den 90er Jahren zu einer kulturellen Keimzelle wurde, verdankt seine Entstehung dem Fall der Mauer und dessen Folgen. Die wohl wichtigste Voraussetzung dafür, daß sich ab 1990 eine lebhafte Szene kleiner Clubs in Berlin entwickeln konnte, bestand im Überfluß an ungenutzten Räumen. Die Verwaltung der alten DDR-Hauptstadt hatte seit 1975 am Stadtrand Neubausiedlungen wie zum Beispiel Marzahn errichtet und planmäßig Bewohner der stark sanierungsbedürftigen Häuser in Bezirk Mitte dorthin umgesiedelt. Die Altstadtviertel der Mitte, besonders die Spandauer Vorstadt, sollten auf lange Sicht für eine großzügige sozialistische Hauptstadtplanung freigeräumt werden. 1990 standen viele Wohnungen und ganze Häuser leer.

Seit fast einem Jahrzehnt ist man nun dabei, die Immobilien des Ostens in das ökonomische System des Westens einzugliedern. Haus für Haus, Block für Block arbeiten die Gerichte die Restitutionsansprüche tausender Alteigentümer ab, die entweder von den Nazis oder vom Arbeiter- und Bauernstaat enteignet worden waren. Solange die Besitzverhältnisse nicht geklärt sind, befindet sich der Raum im Schwebezustand. Niemand steckt Geld hinein, niemand verlangt dem Haus Geld ab. Außerhalb des alles regierenden finanziellen Kreislaufs stehend werden die leeren Räume des Berliner Ostens zu klassischen Beispielen von Orten, die Michel Foucault „Heterotopien“ genannt hat - „wirkliche Orte, wirksame Orte, die in die Einrichtung der Gesellschaft hineingezeichnet sind, sozusagen Gegenplazierungen oder Widerlager, tatsächlich realisierte Utopien, in denen die wirklichen Plätze der Kultur gleichzeitig repräsentiert, bestritten und gewendet sind, gewissermaßen Orte außerhalb aller Orte, wiewohl sie tatsächlich geortet werden können.“ Die leeren Räume bleiben nicht lange ungenutzt. Wo der große Geldkreislauf mangels Besitzrechts keinen Zugriff hat, richten sich Ereignisse ein, die die Heterotopien zu wirksamen Orten machen. Kohlenkeller, leerstehende Gewerberäume und Wohnungen werden oft genug unter Billigung oder Vermittlung von Angestellten der ehemaligen kommunalen Wohnungsverwaltungen der DDR genutzt. Eine Vielzahl der Clubs in Mitte verdankt ihre Existenz der tatkräftigen Hilfe von Jutta Weitz, angestellt bei der Wohnungsbau-gesellschaft Mitte. Ohne jeden amtlichen Auftrag hat sie damit vermutlich mehr zum kulturellen Leben Berlins beigetragen als manche millionenschwere Subvention.

Der Club füllt den heterotopischen Ort mit Leben und kultiviert in dem Biotop ungeschriebene soziale Regeln, die oft sehr erheblich von denen der ökonomisch rentablen Vergnügungsstätten abweichen. Es gibt keine wirkliche Finanzkalkulation, die sich über dem Raum entfaltet, sondern bestenfalls einen minimalen ökonomischen Rahmen, der Dienstleistungen unter Freunden abgleicht. Ungleich wichtiger wird der Ort als ein Treffpunkt einer offenen, aber dennoch umrissenen Gruppe von Leuten. Der Ausschluß und der Einschluß von Publikum wird wenigstens ebenso genau gelenkt wie in einem der großen Nachtclubs, ohne daß er in einer Zurückweisung vor der Tür offensichtlich wird. Das soziale Leben der kleinen Clubs ist eine Frage der Information. Neben der Mund-zu-Mund-Propaganda greift man auf die sogenannten „Micro-Media“ zurück - Flyer, Wandzettel oder Mailing-Listen. Aber die Informationspolitik eines Clubs soll ihn nicht nur bekanntmachen, sondern auch verstecken - im Wechselspiel von Tarnung und Werbung werden die Besucher ausbalanciert. Die Strategien des Verbergens greifen dabei eine Haltung auf, die an die alte sozialistische Dienstleistungsmentalität erinnert, wo der Kunde nicht König und das Geschäft egal war. So kursieren Flyer, die zwar für ein Ereignis und einen Ort werben, aber keine Adresse verraten. Öffnungszeiten von Clubs sind oft sehr unregelmäßig, monatelang geschieht nichts und dann wieder nur spärlich über wenige Termine verteilt. Zwischen 1994 und 1996 gab es im Bezirk Mitte für jeden Wochentag einen Club, der nur an diesem Tag geöffnet hatte - man ging in die Montagsbar, Dienstagsbar, u.s.w.. Eine Mittwochsbar am Ufer der Spree wurde 1997 so bekannt, daß sie den Ansturm von über 400 Besuchern nicht mehr bewältigen konnte. Seit Sommer 1998 sind die Termine nun im Sechstagerhythmus

gestreut, so daß immer zu unterschiedlichen Wochentagen geöffnet ist. Andere Clubs geben ihre Veranstaltungen über eine Mailingliste bekannt, wie die monatlich stattfindende Mikro-Lounge im WMF.

Um dem immer stärker werdenden Touristenstrom nach Berlin zu entgehen, verstecken Clubs nicht nur ihre Öffnungszeiten, sondern auch sich selbst so gut es geht. Sie sind zwar als Heterotopien noch zu verorten, aber nur für Ortskundige. Kaum ein Eingang zu einem Club läßt sich tagsüber als solcher erkennen, von Namensschildern oder Leuchtreklamen keine Spur. Nachts muß man als Besucher in dunkle Hinterhöfe gehen, über Schutthaufen steigen oder durch angelehnte Stahltüren eintreten. Je näher ein Club an den Adern des hauptstädtischen Tourismus liegt, desto besser muß er sich verstecken. Nur wer weiß, wo was läuft, findet hin. Jedem Club entspricht ein Informationsnetz, das wirksamer als alle Türsteher ein bestimmtes Publikum auswählt. Zu den unerwünschten Besuchern zählt nicht nur die Masse auf der Suche nach nächtlichen Vergnügen, sondern auch Angestellte von Ordnungsämtern, da die Clubs zumeist ohne entsprechende Lizenzen betrieben werden. Tarnungen als Kunstveranstaltungen oder Vereinsheime werden toleriert, solange sie nicht in allzu offensichtlichen Barbetrieb ausarten.

Intern funktioniert ein Club als kulturelle Unterscheidungsmaschine, die durch Musik, Besucher und Gespräche soziale Zuordnungen erzeugt und weitervermittelt. In dieser Hinsicht unterscheidet er sich wenig von anderen kulturellen Orten, seien es Fitness-Studios, Cafés, Opern, Galerien oder Einkaufszentren, die alle ihre Identifikationsmuster anbieten und Unterscheidungen auf Kunden und Besucher verteilen - Funktionen, die nach dem französischen Sozialphilosophen Pierre Bourdieu das Feld der Kultur allgemein kennzeichnen. „Die Logik, nach der die Felder der Kulturproduktion funktionieren, und die Kontraststrategien, die ihrer Dynamik zugrunde liegen, bestimmen die Produkte - ob Modeschöpfungen oder Romane - dazu, differenzierend zu wirken, als Hilfsmittel, mit denen sich Kontraste kenntlich machen lassen, und zwar zunächst zwischen den Fraktionen, sodann zwischen den Klassen.“ Das Produkt des Clubs ist eine Art differenzierender Dienstleistung, die in der einfachen Tatsache besteht, hier zu sein und nicht anderswo, und hier eine bestimmte Gruppe in einer bestimmten Umgebung zu treffen. Was Clubs aus einer Reihe anderer gesellschaftlicher Unterscheidungsmaschinen heraushebt, ist die Verbindung von minimalem finanziellen Einsatz und manchmal hohem kulturellen Risiko, aber man muß den Begriff des Risikos gegen sein Gewinnversprechen kehren, um ihn auf die Situation anwenden zu können. Ein Club befindet sich in einem labilen Gleichgewicht, das stets zu kippen droht - seine Kontraststrategien müssen zugleich ausschließen und einschließen. Sie bilden eine begrenzte soziale Gruppe und ein Spektrum kultureller Differenzen aufeinander ab. Was anderswo als Aneignung bestimmter Produkte und damit über Dinge, Konsum und Zeichen läuft, wird im Club zu jedem Termin aufs Neue hergestellt. Ein Gleichgewicht kann nur gehalten werden, solange kein wirtschaftliches Interesse auf Expansion drängt und die kulturelle Differenz kein Trend wird. Dank ihrer heterotopischen Lage sind die kleinen Clubs in Berlin finanziell so unabhängig wie in kaum einer anderen Stadt. In London sorgen allein die Eintrittspreise dafür, daß die meisten Clubs Wochenendveranstaltungen für Berufstätige und finanziell gut versorgte Jugendliche sind. Vergleichbar unabhängig funktionieren dort nur die zahlreichen Piratenradios, die im Gegensatz zu Berlin nicht kurzerhand zum Schweigen gebracht werden. Sie sorgen ähnlich wie Clubs in Berlin für einen raschen Austausch musikalischer Neuheiten, ohne allerdings ein Publikum an einem Ort zu versammeln. Obwohl der Club ökonomisch seiner Umwelt zuwiderläuft, läßt er sich als Zentrum eines kulturellen Widerstands oder als subversive Kraft, wie sie die Ideologien der 60er und 70er Jahre forderten, nicht länger vereinnahmen. Der Unterschied zwischen einem ‚Underground‘ und einem sehr vielfältig gewordenen ‚Mainstream‘ läßt sich kaum mehr klar ziehen, und die Erfahrung zeigt, daß sich Trends desto eher verbreiten, je mehr sie sich als Gegenposition und Widerstand stilisieren.

Die Tage der Clubs sind von Anfang an gezählt. Es gelingt selten, einen Ort über längere Zeit zu erhalten. Wenn er zu bekannt wird und sich die „Szene“-Bedeutung allzu weit herumspricht, stehen die Betreiber vor der Alternative, zu schließen, um sich von Neuem und besser verstecken zu können, oder ihn in einen gängigen Nachtclub zu verwandeln. Das begrenzte soziale Biotop gerät in Bedrängnis, sobald ein unkalkulierbar großes Publikum sich Unterscheidungs-

gewinn verspricht. So kam es etwa während der Kunstmesse 1997 dazu, daß ganze Horden kunstbegeisterter Trendsetter auf der Suche nach den angesagtesten Clubs die Berliner Mitte durchstreiften.

Mit der Bekanntheit eines Clubs geht der Verfall seiner sozialen Unterscheidungskraft einher. Er folgt darin dem Gesetz der Informationstheorie, daß etwas desto informativer ist, je unwahrscheinlicher es als Ereignis auftritt. Das Informationsnetz um einen Club herum kennt immer zwei Seiten - ein Publikum, das weiß, wo „man“ hingehet, und ein anderes Publikum, das es wissen will. Wenn es alle wissen, ist die Information wertlos, und der Club als soziale Unterscheidungsmaschine existiert nicht mehr. Auf dem Abstieg zur öffentlichen Bekanntheit taucht der Ort dann zuerst im Adressenverzeichnis lokaler Veranstaltungsführer auf, um schließlich, wenn sein Niedergang besiegelt ist, in internationalen Reiseführern erwähnt zu werden. Selbst dann noch läuft er als Unterscheidungsmaschine weiter, aber nur noch in Form eines Theaters, in dem die ehemaligen Besucher wie Eingeborene ihre Stammestänze aufführen. Die Maschine erzeugt keinen Unterschied mehr, sondern exportiert nur noch und verliert sich dabei. Wie lange ein kleiner Club übersteht, ist von Fall zu Fall verschieden - manchmal dauert es Jahre, manchmal nur wenige Wochen.

Nicht nur nach einer inneren Logik schreitet ein Club auf seine Auflösung zu, sondern auch nach einer äußeren Uhr läuft die Zeit der Berliner Clubs ab. Dieselbe weltpolitische Lücke, der sie ihr Entstehen verdanken, ist auf dem Weg, wieder geschlossen zu werden. Wenn das letzte Haus in Mitte rückübereignet ist, und Investoren flächendeckend ihre Claims abgesteckt haben, hört die Zeit der Clubs auf. Wie alle Orte werden sie wieder Teil einer Verwertungslogik, die Räumen eine finanzielle Leistung abverlangt. Die Ausnahmesituation, die die Heterotopie gewährt hatte, wird verschwinden. Eine „professionalisierte“ Clubszene stellt dann das soziale Leben in den Dienst der Aufgabe, Gewinn abzuwerfen. Daß solche Retorten das kulturelle Feld nicht berühren, zeigte der aus Kunstkreisen finanzierte Versuch einer Hochglanzbar namens „Speed“, die sich nach wenigen Monaten als unrentabel erwies. Die Tendenz zur zwangsläufigen Verkopplung von kulturellem Feld und ordentlichem Barbetrieb wird sich erst dann durchsetzen können, wenn der unordentliche Barbetrieb der Clubs ein Ende gefunden hat.

Die Heterotopien des Stadtzentrums sind auf dem Rückzug. Wo 1996 noch das Technics mittwochs und manchmal freitags seine Gäste sah, erhebt sich demnächst ein internationales Bankenzentrum. Ausgehend vom Potsdamer Platz droht eine Kultur der Glanzlichter mit integrierter Zahlungsfunktion den Fluß der kulturellen Unterscheidung in wirtschaftlich unterentwickelte Viertel drängen, zurück in die Kieze, die West- und Ost-Berlin so lange ausgemacht haben und weiter hinaus an die Ränder der Stadt, die Gewerbegebiete, Autobahnen, Flughäfen, in jenes rundum gegenwärtige Marzahn, in das man die Bewohner des Stadtteils Mitte einst umgesiedelt hatte.

Michel Foucault: Andere Räume, S. 39. In: Karlheinz Barck, Peter Gente, Heidi Paris und Stefan Richter (Hrsg.): Aisthesis, Leipzig 1990, S.34-46, vgl. Sarah Thornton: Club Cultures, Cambridge 1995, S.137ff

Pierre Bourdieu: Die feinen Unterschiede, Frankfurt am Main 1987, S. 368

vgl. Günther Jacob: Kunst, die siegen hilft! In: Kunstforum 134, Mai-Sept 1996, S.132-139, vgl. S. 138: „Pop-Subkultur als Subversionsmodell ist strukturell nicht mehr möglich [...]. Ein Gegensatz zwischen kulturellem ‚Underground‘ und (angeblich homogenem) kulturellem ‚Mainstream‘ existiert nicht mehr.“

(aus dem Buch „Klub 2000“, Hrsg. Nina Fischer, Maroan el Sani, Maas Verlag, ISBN: 3-929010-53-4 Berlin, 1998)