

Lesley Wright: Heute konzentrieren sich Club-Promoter, Festival-Buchungsagenten, Künstler-Manager und sogar spezifische Elektronik-Dance Medien mehr auf die Social-Media-Zahlen eines Künstlers als auf die Musik, die er macht oder spielt. Falls Sichtbarkeit zur dominanten Währung wird, welche Risiken drohen uns hinsichtlich dieser kulturellen Verflachung oder Homogenisierung?

Geert Lovink: Die Kritik an „Retromania“ in der Popmusik reicht weit zurück und geht der Social-Media-Ära voraus. Simon Reynolds hat das bereits 2011 zusammengefasst. Es geht hier um ein ökonomisches Problem. Die von Ihnen erwähnte „Verflachung“ von Klang und „Geschmack“ hängt mit dem Wandel der Wirtschaftsmodelle zusammen. Wir wissen alle, dass Musiker nicht mehr ihren Lebensunterhalt durch den Verkauf von Schallplatten, CDs und Streaming-Diensten wie Spotify verdienen können, selbst wenn sie als „populär“ gelten. Hier setzt Social-Media-Marketing an. Die dominanten Social-Media-Kanäle, die nur das Bekannte pushen - wie Insta, Facebook und TikTok - gelten als die einzig realistische Option, um Publikum zu erreichen, das zu Live-Events kommen muss. Ich muss hier nicht erklären, was der „verflachende“ Aspekt des Spotify-Algorithmus ist. Finanziell ist Social-Media Marketing entscheidend, um zu überleben. Social Media in einer so prekären Lage zurückzulassen wäre Selbstmord. Diese Entscheidung trifft ein Künstler sowieso nicht alleine.

Es gibt einen Schwarm von Influencern und Social-Media-Marketing Managern rund um die Aura des Künstlers/DJs: manchmal im persönlichen Team, als Teil ihres Booking-Büros, One-Off-Tourmanager, diejenigen, die für Labels arbeiten und schließlich diejenigen, die an den lokalen Clubs oder Konzertstätten, an denen sie auftreten, gebunden sind. Darüber hinaus gibt es Social-Media-Manager innerhalb der „traditionellen“ Medien wie (Online)-Radio, Podcasting, TV, YouTube-Videoproduzenten - die Liste geht weiter. All das macht eine radikale Neuerfindung des eigenen Stils, Rhythmus und Vibe schwer. Groovige, ungehörte Klänge, die eine eigene Subkultur und Sprache schaffen, werden nicht durch die giftige Mischung aus Social Media und KI geliefert. Das liegt nicht daran, dass zukünftige Klänge anti-technisch oder luddistisch sein werden; es fehlt ihnen an Schattenräumen, die Schutz bieten.

LW: Wenn sich dieser Verlauf fortsetzt, wie sehen Sie die Beziehung zwischen Können und Sichtbarkeit in den nächsten zehn Jahren? Erwarteten Sie eine Korrektur oder eine tiefere Verankerung metrisch getriebener kultureller Werte?

GL: Die Frage ist: Welche Gruppe oder Subkultur würde als revolutionärer Veränderungsagent identifiziert werden? Scheiß aufs Telefon, löscht alle Socials und macht euer Ding. Wer hätte den Mut dazu? In enger Zusammenarbeit mit Gen Z sehe ich ehrlich gesagt nicht, dass sie bereit sind, diese Herausforderung anzunehmen. Sie sind sich dessen bewusst, stehen aber weiterhin darin. Gen Z ist die erste Generation, die vollständig der extraktivistischen Logik des Silicon Valley ausgesetzt war. Millennials sehen noch Möglichkeiten und ihr organisierter Optimismus kann leicht übergangen werden. Gen Z hingegen hat die volle Wucht der Auswirkungen auf die psychische Gesundheit durch ihre Covid- und Post-Covid 24/7-Exposition gegenüber Plattformen erlebt. Viele glauben, dass nur ein gesellschaftlicher Zusammenbruch die notwendige Rebellion der nächsten Generation von Jugendlichen hervorbringen wird. Das ist schwer vorherzusagen. Wir haben vergeblich auf eine Rebellion gegen die unternehmerische Depression gewartet. Stattdessen sind Künstler nach wie vor mehr als bereit, an diesem Selbstvermarktungsspiel teilzunehmen. Die metrisch getriebene Kultur, mehr und mehr Follower zu bekommen, wird schlecht verstanden. Die gesamte Werbeökonomie und der Weiterverkauf persönlicher Daten bleiben eine Blackbox — sowohl für die Künstler als auch für ihr Publikum. Dennoch ist es durchaus möglich, Netzwerke, Gemeinschaften und Kommunikation außerhalb von Social Media und der Plattformlogik aufzubauen. Wer sagt, dass man andere nur über Social Media erreichen kann? Das ist völliger Unsinn.

Link des Tages:

<https://www.theguardian.com/culture/2026/apr/15/viral-artists-social-media-videos-stewart-lee-werner-herzog>.