

2 Skateboardkultur

Dieses Kapitel dient dazu, dem Leser distinktive Merkmale der Skateszene näherzubringen. Im Rahmen vorliegender Arbeit wird es nicht möglich sein, die Kultur der Skater in all ihren interessanten Facetten darzustellen. Dem Leser sollen jedoch an dieser Stelle zumindest die wesentlichsten Aspekte der Skatekultur vermittelt werden.⁵⁴

Die Skatekultur hat einen konkreten Sportartikel in ihrem Zentrum: das Skateboard. Die Kultur der Skater konstituiert sich in erster Linie durch die Ausübung des Sports, daneben spielen kulturelle Werte eine wesentliche Rolle. Iain Borden erläutert in „Skateboarding, Space and the City“:

„[M]ore usually, subculture is developed through a series of complementary but unconsciously co-ordinated internalized worlds, composed of clothes, music, stickers, board design, language and other forms of communication.“⁵⁵

Da das Ausüben des Sportes im öffentlichen Raum vielerorts verboten wurde, hat die Skatekultur teilweise einen eher geringen gesellschaftlichen Status. Holger von Krosigk erläutert in „Absolute Beginners“:

„Skateboard fahren auf der Straße ist gesetzlich verboten. Als sportliche Aktivität bricht Skateboarding nicht nur die funktionalen Normen der urbanen Umgebung, sondern auch unsere Gesetze. Es ist verboten, Grinds auf Bänken zu machen, Treppengeländer zu sliden und überhaupt sich auf einem Board mit vier Rollen fortzubewegen. Wer Skateboard fährt, kollidiert mit dem Gesetz.“⁵⁶

⁵⁴ Vgl. Pachtl 2007. S. 9ff.

⁵⁵ Borden 2001. S. 152.

⁵⁶ Krosigk/Tscharn 2011 [2000]. S. 33.

Im Hinblick auf das Durchschnittsalter der Skater kann die Skateboardkultur auch als eine Jugendkultur bezeichnet werden.⁵⁷ Restriktive Altersgrenzen gibt es jedoch nicht. In der noch folgenden empirischen Studie war der jüngste teilnehmende Skater dreizehn Jahre alt, während der älteste Skater sein Alter mit dreiundvierzig Jahren angab. Daraus ergibt sich, zumindest innerhalb dieser Studie, eine Altersspanne von dreißig Jahren.

Die Kultur der Skater hat neben der Funktion einer Sportart auch die Funktion einer Identifikationsmöglichkeit. Im gegenwärtigen Zeitalter scheint es (u. a. durch diverse gesellschaftliche Veränderungen⁵⁸) zunehmend diffiziler, die eigene Identität zu definieren und ein Gefühl von Zugehörigkeit zu entwickeln.⁵⁹ Dem Verlust an Möglichkeiten zur Einbettung in kulturelle Traditionen wirkt die Szene der Skater entgegen. Achim Obst schreibt in „Die Sprache der Skateboarder. Soziolinguistische Betrachtung der Skateboard-Subkultur“⁶⁰:

„Skateboarden wird vom typischen Skater als künstlerische, kreative Aktivität gesehen, die zum Bestandteil seiner Identität wird, und nach der er nicht selten alle Lebensbereiche ausrichtet.“⁶¹

⁵⁷ Vgl. u. a. Baacke 1987, Ferchhoff 2010 [2007].

⁵⁸ Vgl. u. a. Hitzler 2001. S. 15.

⁵⁹ Vgl. Ferchhoff 2010 [2007]. S. 11ff, Groh 2003. S. 184, Kimminich 2003. S. VIIIf.

⁶⁰ Es handelt sich bei dieser Arbeit um eine unveröffentlichte Diplomarbeit im Fach Anglistik an der Universität Mannheim (2002). Obwohl eine solche Textsorte für gewöhnlich weniger Relevanz in Dissertationen findet, soll Obsts Arbeit hier mehrfach zurate gezogen werden: Dies zum einen, da sie eine in diesem Kapitel notwendige prägnante Zusammenfassung der historischen Entwicklung der Skatekultur anbietet. Zum anderen treten während der Recherchen und insbesondere beim Auswerten der noch folgenden empirischen Studie wiederholt Begriffe aus der Fachsprache der Skater auf. Obsts Arbeit ermöglicht das korrekte Verständnis dieser Begriffe und bietet prägnante und fundierte Erläuterungen und Definitionen, der von den Skatern verwendeten Fachsprache.

⁶¹ Obst 2002. S. 14.

Holger von Krosigk erklärt den Dualismus aus sportlicher Aktivität und Identifikationsangebot durch die Skateszene mit folgenden Worten:

„Skateboarding muß immer von zwei Seiten betrachtet werden, die untrennbar miteinander verbunden sind. Auf der einen Seite der Sport: mit seinen komplizierten Tricks, Bewegungen und dem sich ständig ändernden Material. Aber Skateboarding ist zugleich mit einer bestimmten Einstellung verbunden. Ohne den richtigen ‚Spirit‘ wäre Skaten nicht anders als die vielen Trendsportarten, die heute ‚hip‘ sind und nach kurzer Zeit in Vergessenheit geraten.“⁶²

Identitätsbildung funktioniert grundsätzlich durch die Elemente des Mit- und Gegeneinanders von Zugehörigkeit und Abgrenzung.⁶³ Oft vermag ein Individuum eher zu benennen, was es stringent ablehnt, als dass es seine Bevorzugungen konkret verbalisieren kann.⁶⁴ Insofern kann Identität auch durch ein Ausschlussverfahren (mit-)geprägt werden.⁶⁵ Auch die Szene der Skater konstituiert sich mitunter durch die gezielte Abgrenzung gegenüber anderen Szenen:

„Doch nicht nur eine Zurückweisung von Gesellschaftsidealen, sondern auch ‚Feindbilder‘, wie das der Rollerblader oder Inline-Skater, von denen sich Skateboarder ausdrücklich distanzieren, herrschen in der Szene vor.“⁶⁶

Ein weiteres Element der Abgrenzung sind die codierten Skatesticker, die diejenigen, die nicht der Skatekultur angehören, mitunter ausgrenzen, da die Sticker von ihnen nicht decodiert werden können. Beal fasst zusammen:

⁶² Krosigk/Tscharn 2011 [2000]. S. 13.

⁶³ Vgl. u. a. Hitzler 2001. S. 15ff.

⁶⁴ Vgl. u. a. Hitzler 2001. S. 22ff.

⁶⁵ Vgl. u. a. Hitzler 2001. S. 97.

⁶⁶ Obst 2002. S. 19.

„Skaters have a completely different culture from the norms of the world's society. We dress differently, we have our own language, use our own slang, and live by our own rules.“⁶⁷

Zu den kulturspezifischen Aktivitäten der Szene zählen u. a. gemeinsames Skaten und Wettbewerbe:

„Die Zusammenkünfte finden an öffentlichen Plätzen, an denen geskatet wird (*Spots*), auf Wettbewerben (*Contests*) oder in Skateshops statt. [...] Kommunikation und Gemeinschaft sind offenbar wichtige Bezugspunkte der Szene.“⁶⁸

Durch das Skaten okkupieren die Skater ihre Umwelt; Gegenstände des öffentlichen Raums werden wie ein Erlebnisparkour wahrgenommen:

„Es entsteht ein neues System Stadt. Im Kopf des Skaters befindet sich eine ganz eigene mentale Landkarte. Eingezeichnet ist hier vielleicht der Eingang einer Bank, das Rathaus und ein öffentlicher Park mit einem Brunnen aus Marmor. Aber auch Plätze, die sonst niemand wahrnimmt, sind in diese Karte eingetragen. Stadtplaner und Soziologen sprechen von ‚schwarzen Löchern‘ im Stadtbild. Plätze und Nischen einer Stadt, denen keine Funktion im Alltag zukommt, werden häufig von Passanten vergessen. Skater hingegen sehen Orte, die anderen Menschen nicht auffallen. Fast jede Form von Architektur ist auf irgendeine Art und Weise zum Skaten zu gebrauchen. Eine Bank an einer Bushaltestelle ist losgelöst von Fahrplänen und Wartezeiten. Im Auge des Skaters stehen jetzt andere Dinge mit ihr in Verbindung.“⁶⁹

⁶⁷ Beal 1995. S. 256.

⁶⁸ Obst 2002. S. 16.

⁶⁹ Krosigk/Tscharn 2011 [2000]. S. 29.

Als ein weiteres Charakteristikum der Skateszene kann die explizite Hochachtung gegenüber Profiskatern beurteilt werden. Dies sind Personen, die für ihr hervorragendes Skaten von Skatelabels gesponsert werden. Mitunter wird das Skaten hauptberuflich ausgeübt. Dies beinhaltet auch, dass den professionellen Fahrern eigene Produktreihen gewidmet werden, auf deren Designs sie oftmals konkreten Einfluss nehmen können.⁷⁰ Profiskater fungieren innerhalb der Skateszene als Idole und Repräsentationsfiguren. Die individuelle Favorisierung eines Profiskaters und eines Skatelabels gehört zu den skatekulturspezifischen Konventionen. Skater nehmen eine enge Bindung zwischen sich und ihren bevorzugten Labels wahr. Sie fühlen sich durch die Labels in ihrem Lifestyle unterstützt und versuchen auch mit dem Kauf der Produkte, die bevorzugten Labels gezielt zu unterstützen.⁷¹ In der Skateszene zeigt sich das Phänomen der Kultmarken⁷² überdeutlich: Skater gestehen den Labels individuelle Verknüpfungen mit der eigenen Identität und dem persönlichen Lebensweg zu, brüsten sich mit andauernder Markentreue und identifizieren sich mit dem Image des von ihnen favorisierten Labels.⁷³ Matthias Horx und Peter Wippermann erläutern in „Markenkult – Wie Marken zu Ikonen werden“⁷⁴ u. a. „warum [...] sich Trendforscher für die Welt der Marken und der großen Brands [interessieren]“.⁷⁵ Ihre Thesen könnten auch als Argument für die ausgeprägte Markentreue innerhalb der Skatekultur herangezogen werden:

„Weil Marken die Kulte der modernen Zivilisation repräsentieren. Was sind Kulte? Kulte sind nichts anderes als ein zusammenhängendes Sinnsystem, ein Ablauf von Ritualen und Symbolen. Dem einzelnen Individuum geben diese Kulte Halt und Orientierung, sie strukturieren sein Wertesystem.“⁷⁶

⁷⁰ Vgl. u. a. Kap. 3.

⁷¹ Vgl. Kap. 7.

⁷² Bolz/Bosshart 1995.

⁷³ Vgl. Kap. 7.

⁷⁴ Horx/Wippermann 1995.

⁷⁵ Horx/Wippermann 1995. S. 10.

⁷⁶ Horx/Wippermann 1995. S. 10.

Nach Horx und Wippermann könnte diese enge Bindung auch im Zusammenhang mit dem Verlust früherer verbindlicher Wertesysteme stehen:

„Das Zeichensystem der Warenwelt übernimmt in einer zunehmend säkularen Welt die Funktionen, die früher von kulturellen Normen oder religiösen Systemen wahrgenommen wurden.“⁷⁷

Bolz und Bosshart gehen in ihrer Publikation „Kult-Marketing. Die neuen Götter des Marktes“⁷⁸ sogar so weit, dass sie den Markenkult als Ersatz- bzw. Folgereligion der Gegenwart auffassen:

„Der Kapitalismus im Stadium gesättigter Konsummärkte wird zur ultimativen »letzten Religion dieser Welt. Der Kapitalismus im Stadium gesättigter Märkte hat die Kraft, Waren ins Zentrum des menschlichen Begehrens zu stellen. Er verbürgt die integrale Übernahme der *religiösen* Funktionen[.]“⁷⁹

Die Analyse der noch folgenden Fragebogenstudie wird zeigen, dass es zum Verständnis der von Skatern getätigten Aussagen notwendig ist, die historische Entwicklung und die unterschiedlichen Phasen der Skatekultur nachvollziehen zu können.

Erste Skateboards entstanden etwa ab den 50er Jahren in den Vereinigten Staaten als Abwandlung des damals bereits populären Surfboards.⁸⁰ Das eigentliche Ziel dieses Experimentierens war zunächst eine Übungsmöglichkeit für Surfer bei witterungsabhängigen, schlechten Surfbedingungen – an Land – zu finden. Rasch entwickelte sich diese Ersatzbeschäftigung der Surfer zu einer eigenständigen

⁷⁷ Horx/Wippermann 1995. S. 16.

⁷⁸ Bolz/Bosshart 1995.

⁷⁹ Bolz/Bosshart 1995. S. 23. Diverse Anzeichen (wie etwa die mitunter extreme und ikonenhafte Verehrung der Profiskater) könnten darauf hindeuten, dass die Skatekultur für einige Skater ähnliche Funktionen übernimmt. Aufgrund der Komplexität dieser Thematik müsste dieser Aspekt jedoch mittels eines eigens entwickelten Forschungskonzepts untersucht werden.

⁸⁰ Vgl. Högemann 2014. S. 9.

Sportart, welche sich bis heute zu einer eigenständigen Szene etabliert hat.⁸¹ Die Anfänge der Skateboardkultur sind in den 1950er und 1960er Jahren in Kalifornien anzusiedeln:

„Ende der 50er Jahre wird das Skateboardfahren von Surfern (Wellenreitern) ausgeübt, um auch bei schlechten Wellenbedingungen das Fahrgefühl zu genießen. [...] 1963 stellt die Firma Mahaka das erste Serienskateboard her und löst damit einen neuen sportlichen Trend aus. Innerhalb der ersten drei Jahre werden rund 50 Millionen Boards verkauft. [...] Aufgrund schlechter Produktqualitäten und öffentlichem Widerstand gegen die Ausübung des Sports wegen Lärmbelästigung und Schäden, die durch das Skaten verursacht werden, kommt es Ende 1965 zum vorübergehenden Ende der ersten Skateboardwelle.“⁸²

Verbesserte Materialien und Produkte führten zu Beginn der 1970er Jahre zu einem erneuten Aufblühen des Sports:

„Ab 1976 werden die ersten Skateboardparks mit Rampen gebaut [...] Ende der Siebziger springt Allan 'Gelfand' mit seinem Skateboard in die Luft, ohne das Brett mit den Händen zu greifen. Der Ollie, der Basistrick des Skateboardens, ist erfunden.“⁸³

Nach einem weiteren Tiefpunkt der Popularität des Sports wurde in den 1980er Jahren ein erneuter Trend ausgelöst, der u. a. durch die Gründung verschiedener Skateboardmagazine und die gezielte Vermarktung von Skatevideos, -demos und -wettbewerben erklärt werden kann. Zur gleichen Zeit etablierten sich Profiskater auf dem Markt (z. B. Tony Hawk) und neue Skatedisziplinen, wie etwa Streetstyle⁸⁴- und Vertstyleskating⁸⁵, entstanden. Laut Obst wurde

⁸¹ Vgl. Pacht 2007. S. 9.

⁸² Obst 2002. S. 10f.

⁸³ Obst 2002. S. 11.

⁸⁴ „Art des Skateboardfahrens, bei der Hindernisse jeder Art einbezogen werden.“ In: Obst 2002. S. 131.

„... gegen 1993 [durch weltweite Rezession und Produktüberschuss] ein weiteres Tief der Skateboardszene erreicht“.⁸⁶

Die weiteren Ereignisse innerhalb dieser kulturellen Dynamik fasst Obst in der Zeitspanne von den 1990er Jahren bis zur Gegenwart zusammen. Der Trend zu Extremsportarten Mitte der 1990er Jahre brachte einen erneuten Aufschwung der Skatekultur mit sich. Auch das Aufgreifen der Szene in den Medien spielt dabei eine nicht unwesentliche Rolle. Stellvertretend für diese Entwicklungen sei hier auf das über sieben Millionen Mal verkaufte Videospiel „Tony Hawks Skateboarding“ hingewiesen.

„Die Skateboardindustrie besteht heute aus zahllosen Produzenten, Großhändlern und Magazinen, wobei oft Profiskateboarder die Unternehmen führen und eigene Produkte entwerfen.“⁸⁷

Iain Borden formuliert in „Skateboarding, Space and the City“⁸⁸:

„Skateboarding subculture is – with some distinct regional variations – a global practice.“⁸⁹

⁸⁵ „Im darauf kommenden Jahr, 1976, kam es in Kalifornien zu einer extremen Dürre. Der Staat verbot es Wasser zu verschwenden, was soweit gegangen sein soll, dass nicht einmal mehr Restaurants die Erlaubnis hatten, ihren Kunden Wasser auszuschenken [...] Aufgrund dieser Dürre waren viele Pools in Los Angeles [sic] ausgetrocknet. Diese ausgetrockneten Pools stellten schnell ein neues Terrain im Bereich des Skateboardings dar. Die Z-Boys des Zephyr Skateboardteams waren nach eigenen Angaben die Begründer des Vertical Skateboardings [sic], also dem Skateboarden in der Vertikalen, damals noch hauptsächlich im Pool. Diese neue Fahrweise wurde ebenfalls durch die vielen technischen Änderungen und dem unkonventionellen Denken der Gruppe möglich.“ In: Högemann 2014. S. 12.

⁸⁶ Obst 2002. S. 12.

⁸⁷ Obst 2002. S. 13.

⁸⁸ Borden 2001.

⁸⁹ Borden 2001. S. 141. Borden schätzt, dass es derzeit zwischen 10–20 Millionen Skateboarder gibt (vgl. Borden 2001. S. 184).