

# apropos

[Perspektiven auf die Romania]

Sprache/Literatur/Kultur/Geschichte/Ideen/Politik/Gesellschaft

*French House, French Hype, French Touch*

Ausprägungen und Auswirkungen der französischen elektronischen Musik der 1990er Jahre

Marcel Vejmelka

*apropos [Perspektiven auf die Romania]*

hosted by Hamburg University Press

2024, 12

pp. 63-81

ISSN: 2627-3446

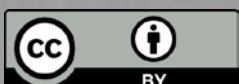


Zitierweise

Vejmelka, Marcel. 2024. „*French House, French Hype, French Touch*. Ausprägungen und Auswirkungen der französischen elektronischen Musik der 1990er Jahre.“ *apropos [Perspektiven auf die Romania]* 12, 63-81.

doi: <https://doi.org/10.15460/apropos.12.2208>

© Marcel Vejmelka. Except where otherwise noted, this article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International license (CC BY 4.0)



Marcel Vejmelka

### ***French House, French Hype, French Touch***

Ausprägungen und Auswirkungen der französischen elektronischen Musik der 1990er Jahre

#### **Marcel Vejmelka**

ist Lehrkraft für besondere Aufgaben  
am Fachbereich Translations-, Sprach-  
und Kulturwissenschaft der Johannes  
Gutenberg-Universität Mainz in  
Germersheim.

**[vejmelka@uni-mainz.de](mailto:vejmelka@uni-mainz.de)**

#### **Keywords**

Elektronische Musik – French Touch – French House – Techno – 1990er

### **Einleitung**

Die im Gegensatz zu fast allen anderen Bereichen der Popkultur auffällige Abwesenheit Frankreichs als Modell und Taktgeber im Bereich der Popmusik im Verlauf des 20. Jahrhunderts bringt der deutsche Kritiker und Theoretiker Diederich Diederichsen in den 1980er Jahren zur Sprache. Als Beispiel nennt er Paris als sekundären „Bezugspunkt der ersten Generation von Second-Order-Musik“ (Diederichsen 2010, 48) – also eines selbstreflexiven wie selbstironischen Post-Punks: Die dieser Ausprägung zugeordneten Bands und Interpreten wie Roxy Music, Richard Hell, Patti Smith, Television, The Doors oder The Stranglers integrierten um die Jahre 1979/80 Paris als verklärtes Bild in ihre Musik und in ihr künstlerisches Image. Zugespitzt formuliert Diederichsen diese „Zweitrangigkeit“ als Folge des Zusammenspiels französischer Kulturproduktion und ihrer internationalen Rezeption:

So lange Eric Rohmer Filme macht, so lange die dritten Programme in Deutschland »La Chinoise« von Godard und die Programmkinos »Liebe auf der Flucht« von Truffaut zeigen, nimmt diese Stadt auf unserer Reise in das volle Second-Order-Leben einen zentralen Platz ein. (Diederichsen 2010, 50)

Im Verlauf der 1990er Jahre findet allerdings in Frankreich im Bereich der elektronischen Musik eine Entwicklung statt, mit der das Land zu einem bedeutenden und prägenden Standort auf der popmusikalischen Weltkarte wird und vor allem Paris neben Chicago, Detroit und Berlin dem elitären Club der Städte beitrifft, in denen die Avantgarden der elektronischen Musik in den Traditionslinien von House und Techno beheimatet sind.

Im Zuge dieser Entwicklung wird das Etikett „French“ schnell zu einer Art Qualitätssiegel in der internationalen Wahrnehmung, zum Motor des kommerziellen Erfolgs dieser Musikprodukte, ihrer ProduzentInnen und der dazugehörigen Szene. Im Rückblick wird das als „French Touch“ betitelte Phänomen schließlich zu einem prägenden Element der 1990er Jahre in Frankreich und darüber hinaus, das spezifisch in der elektronischen Tanzmusik und auch allgemein in der Popmusik bis heute nachhaltige Wirkung entwickelt.

Im analytischen Rückblick kann man die drei hier vorgeschlagenen Titelemente *House*, *Hype* und *Touch* drei Phasen zuordnen, die dieser popkulturelle Komplex durchlaufen hat:

„French House“ bezeichnet dabei ganz konkret die elektronische Tanzmusik und die Szene, in der sie Anfang der 1990er Jahre entstand und sich entwickelte. Diese Phase wird in der Literatur meist mit dem Etikett „Underground“ versehen und lässt sich vorrangig anhand von Zeitzeugenberichten in Reportagen, Interviews und (Auto)Biografien rekonstruieren. Die Musik selbst ist weitestgehend überliefert und noch heute zugänglich, doch ihr unmittelbarer Wirkungs- und Rezeptionskontext in kleinen Clubs und auf meist illegalen Raves kann im Zuge ihrer Analyse meist nur erzählerisch rekonstruiert werden.

„French Hype“ bezieht sich daran anschließend auf den internationalen Erfolg dieser Szene und ihrer Musik, versteht beide mit einem Markenzeichen oder Marketingbegriff und markiert ihren Übergang zu dem, was man insbesondere in Abgrenzung zum „Underground“ als „Popmusik“ bezeichnet. In diesem Stadium entstehen vielfältigste Dokumente um die Musik herum, die ihre Genese, Rezeptionswege und kurz- wie langfristigen Wirkungen und Einflüsse für Analyse und Theorie erschließbar machen.<sup>1</sup>

„French Touch“ schließlich vereint in sich als Begriff und Schlagwort den Übergang dieser Popmusik in den Status eines modernen Mythos im von Roland Barthes geprägten Sinne, innerhalb dessen einzelne Elemente dieses Komplexes nicht mehr (nur) unmittelbare Bedeutung entwickeln, sondern in zweiter Instanz ganze Symbolverbindungen aufrufen können. Es geht dabei nicht mehr um bestimmte Genres oder Sounds, sondern um die Aktivierung ganzer Bedeutungskomplexe anhand vereinzelter Symbole, die im gegebenen Zusammenhang in Form von Tracks oder Songs, von Alben und Covers, Fotos, Namen usw. auftreten.

Im hier vorgeschlagenen Blick auf die Gesamtheit dieser Entwicklungslinien lassen sich einige „Schlüsselmomente“ herausarbeiten, anhand derer in Memoiren, (Auto)Biografien und Analysen solche Übergänge oder Verwebungen festgemacht

---

<sup>1</sup> Entgegen der Position, die z.B. Sascha Kösch vertritt und die ein dem Underground verhaftetes Bild von elektronischer Tanzmusik ins Zentrum stellt: „Erst indem man die etablierten, scheinbar grundsätzlichen Effekte von an Autoren gebundenen Verantwortlichkeiten sowie die Mainstream-/Underground-Definitionen vernachlässigt, kann meines Erachtens elektronische Musik begriffen werden. Denn die Bereiche, in denen sie tatsächlich wie Pop funktioniert, sind eher marginal, auch wenn es nicht verwundert, daß diese vom Popdiskurs gerne genutzt werden, um elektronische Musik in ihre Theorie zu integrieren [...]“ (Kösch 2001, 177)

werden und die wie Kristallisationspunkte eine Reihe von ansonsten wirr durcheinander verlaufenden Ereignissträngen bündeln. Auf diese Weise kann nachvollzogen werden, wie diese dynamische Konstellation schließlich den „Kristallisationspunkt“ eines modernen Mythos erreicht und eine neue Ebene von Bedeutungsproduktion herausbildet, auf der nicht mehr allein die zeitgenössischen Primärquellen wie die betreffenden Tonträger oder Äußerungen einzelner Akteure entscheidend sind, sondern die externen Zuschreibungen und semiotischen Verknüpfungen im Zusammenhang mit einer im kulturellen Diskurs als Einheit wahrgenommenen French Touch.

### **„French House“: die Musik im Untergrund**

Die französische elektronische Musik der frühen 1990er Jahre ist bereits recht gut dokumentiert, einerseits durch Monografien zu ihrer Gesamtentwicklung, andererseits durch Einzelstudien zu verschiedenen Teilaspekten wie KünstlerInnen, Werken oder Genres. Detaillierte Nacherzählungen aus diesen „Gründerzeiten“ finden sich ganz prominent und mit historisch begründeter „Autorität“ vor allem in den Autobiografien des Produzenten Hubert Blanc-Francard aka BoomBass (Blanc-Francard 2021) und des DJs Laurent Garnier (Garnier/Brun-Lambert 2013).

Pioniercharakter wird dem bereits 2003 erschienen Buch *French Connections* des britischen Journalisten Martin James zugesprochen, das aus einer noch großen historischen Nähe eine erste Rekonstruktion der Entstehung dieses Phänomens unternimmt.<sup>2</sup> Dazu artikuliert James eine Lesart von drei Ursprüngen der elektronischen Tanzmusik im Frankreich der 1990er Jahre: zunächst der Hiphop in den Banlieues, dann das gutbürgerliche Netzwerk von Schulfreundschaften in Versailles und schließlich die im Viertel Bastille beheimatete Techno-House-Szene im Verlauf der ersten Hälfte des Jahrzehnts (James 2003, 158).

Es ist in der Tat auffällig, wie viele zentrale Namen der elektronischen Musik zunächst für entscheidende Entwicklungsschritte im französischen Hiphop verantwortlich zeichnen. Martin James nennt dies die „Hip-Hop/House Alliance“. Nachdem die Tontechniker und angehenden Musikproduzenten Philippe Cerboneschi (später bekannt als Philippe Zdar) und Étienne de Crécy bereits 1990 mit „Bouge de là“ den ersten Hit für den aufstrebenden Hiphop-Superstar MC Solaar, und Zdar mit dem DJ und Produzenten Jimmy Jay im Jahr darauf MC Solaars Debut-Album *Qui sème le vent récolte le tempo* produziert hatten, trieb das „Dream Team“ Jimmy Jay und La Funk Mob (ein früher Projektname von Philippe Zdar und BoomBass) für MC Solaars zweites Album *Prose Combat* von 1994 die Entwicklung neuer Produktionstechniken und Sounds noch weiter voran. Vor allem durch die von Zdar und BoomBass aus Techno und House eingebrachten Neuerungen und Ideen symbolisiert *Prose Combat* wie kein anderes Album diesen gemeinsamen

---

<sup>2</sup> Dieser lange vergriffene Band ist 2022 in einer unveränderten Neuauflage bei Velocity Press in London wieder aufgelegt worden.

Aufbruch in dezidiert „französische“ Ausprägungen von HipHop und elektronischer Tanzmusik.<sup>3</sup>

Die dort zu hörenden Beats und Sounds verlassen die Dogmen des HipHop „alter Schule“ und wirken ganz im Sinne von Kodwo Eshuns Gedanken zur Zirkulation von HipHop jenseits eines spezifischen Sounds: „As DJ Shadow suggests, HipHop is therefore not a genre so much as an omnigenre, a conceptual approach towards sonic organization rather than a particular sound in itself.“ (Eshun 1998, 14)

Der beiden Musikrichtungen gemeinsame Rückgriff auf Elemente und Dimensionen des Jazz, des Funk, der Soul Music lassen die besondere Note entstehen, die sie international auszeichnet und weiterhin miteinander verbindet. Beispiele dafür sind die EPs von La Funk Mob und die ersten Alben von Cassius (beides Projekte von Zdar und BoomBass), und vor allem das 1996 von Zdar und Étienne de Crécy unter dem Projektnamen Motorbass produzierte Album *Pansoul*, das mit seinen Samples starke Anleihen in der Soul Music macht und mit dem daraus entstehenden Sound zu einem Schlüsselwerk der französischen elektronischen Tanzmusik wird.<sup>4</sup>

La Funk Mob devient un modèle pour les acteurs de la french touch, qui sont passés du hip-hop ou du jazz à la techno par les disques de DJ Shadow, la « star » de Mo'Wax. À l'époque, la sortie d'un disque français sur ce mythique label anglais est porteuse des rêves les plus fous et d'un grand espoir. (Schütz 2014, pos. 353)<sup>5</sup>

Folgt man von hier aus den internen Ausdifferenzierungen der elektronischen Musik in der zweiten Hälfte der 1990er Jahre, so hilft der von Kodwo Eshun formulierte Gedanke zum HipHop als „omnigenre“ auch bei einem besseren Verständnis dessen, was aus heutiger Sicht unter dem Etikett „La French Touch“ zusammengefasst wird, bei genauerer Betrachtung allerdings überhaupt nicht auf ein bestimmtes musikalisches Genre oder einen Sound reduziert werden kann. Klanglich und im Hinblick auf die Zuordnung findet man hier „klassischen“ Techno

---

<sup>3</sup> Der damalige A&R von Polydor Armand Thomassian meint dazu: „Ces trois-là avec Solaar, c'était la dream team absolue. Ils étaient en avance sur tout ce qui s'est fait après.“

„Die drei bildeten mit Solaar das absolute Dream Team. Sie waren allem voraus, was danach gemacht wurde.“ Soweit nicht anders angegeben, stammen alle Übersetzungen französischer Zitate von mir.).

(<https://www.abcdrduson.com/special/mc-solaar-prose-combat/la-dream-team-absolue/>;

Ebenfalls sehr interessant zur Entstehung des heute als „Klassiker“ geltenden Albums *Prose Combat* ist an gleicher Stelle das Kapitel „Claude le Magnifique“ (<https://www.abcdrduson.com/special/mc-solaar-prose-combat/claude-le-magnifique/>). Die in ihren Ursprüngen sehr enge Verwebung von HipHop und elektronischer Musik in Frankreich steht hier nicht im Fokus, ist aber ein faszinierendes Kapitel in der Geschichte von Transfers und Begegnungen im Bereich der Popmusik quer durch Raum und Zeit.

Auch der hier gewählte Titel „*French house, French hype, French touch*“ ist im Rhythmus des ebenfalls auf diesem Album enthaltenen Tracks „A dix de mes disciples“ zu lesen, der das von BoomBass verantwortete Sample „black man, black heart, black soul“ aus „Done by the Forces of nature“ vom gleichnamigen Album (1989) der Jungle Brothers beinhaltet.

<sup>4</sup> Ebenfalls stark von HipHop geprägt war The Mighty Bob, ein frühes Projekt des heute weltweit als Bob Sinclar bekannten EDM-Produzenten Christophe Le Friant und seines Partners Alain Hô (DJ Yellow), das auf deren gemeinsamen Label Yellow Productions vier EPs veröffentlichte.

<sup>5</sup> „La Funk Mob wird zu einem Vorbild für die Akteure der French Touch, die durch die Platten von DJ Shadow, dem 'Star' von Mo'Wax, vom Hip-Hop oder vom Jazz zum Techno gebracht wurden. Damals löste die Veröffentlichung einer französischen Platte auf diesem mythischen englischen Label die abgedrehtesten Träume und ungemeine Hoffnungen aus.“

(Laurent Garnier, den frühen St Germain), dem House und Soul verpflichtete Produktionen (Motorbass, Etienne de Crécy, La Funk Mob, Cassius), TripHop und Jazz (St Germain ab Mitte der 1990er) oder auch Easy Listening in der Traditionslinie des 1960er Easy Jazz und der Bossa Nova (Dimitri from Paris).

Die von James als „Versaille-Connection“ betitelte zweite Säule bezieht sich auf das Netzwerk junger MusikerInnen, die im vornehmen Pariser Vorort durch gemeinsame Schulzeit und Jugendbands im Bereich des Indie-Rock zusammenfinden und später in der elektronischen Musik eine tragende Rolle spielen:

[...] among others, Air, Super Discount, Bang Bang and of course Alex Gopher! Their stories would be intertwined with bands like Cosmo Vitelli, Mellow and Motorbass while their presence would occasionally seem to be as powerful as a secret lodge. This was the Versailles connection, where the old school tie network ran as deeply as the region's aristocratic roots. (James 2003, 214)

Auch Stéphane Jourdain listet eine beeindruckende Reihe von Akteuren auf, die sich aus Versailles kannten:

Car à Versailles, plusieurs futurs grands noms de la French Touch patinent les bancs du même bahut : le lycée Jules-Ferry. Au début des années 1990, on y retrouve Nicolas Godin et Jean-Benoît Dunckel (futurs Air), Marc Tessier du Cros, Étienne de Crécy, Alex Gopher, Arnaud Rebotini et Pierre-Michel Levallois. (Jourdain 2015, pos. 503)<sup>6</sup>

Sicherlich muss man diese Überhöhung von Versailles selbst schon als Teil einer Mythisierung popmusikalischer Ursprünge relativieren, gerade darin aber ist sie wiederum ein faszinierendes Beispiel für die Dynamik, die in der und um die French Touch herum festzustellen ist. Symbolisch kommt die aristokratische Zuschreibung „Versailles“ in der intensiven Arbeit an Image und Atmosphäre beim Duo Air zum Tragen, das mit seinem prägenden Einsatz analoger Instrumente – darunter auch klassischer Synthesizer – in Kombination mit digital erzeugten Beats einen ganz eigenen Sound mit großer Nähe zum ruhigen Synthiepop entwickelte: „[...] Air draw on the apparently real Paris as learned from textbooks, imagined via pen pals or romanticised through foreign exchanges. [...] Like Versailles itself, Air are the epitome of France through rose-coloured spectacles“ (James 2003, 232).

Als dritte Säule beschreibt James das Viertel Bastille als „goldenes Dreieck“, wo die anfangs noch überschaubare Techno-Szene sich in Plattenläden wie BPM und Rough Trade (Bertin 2020) und deren Umgebung traf. In zahlreichen Zeitzeugenberichten kann man Versuche nachlesen, diese Konvergenz aus Ort und Zeit zu rekonstruieren, wo und wann im intensiven Austausch neue Musik, neue Ideen und Projekte, Platten und Labels und flankierende Medien entstanden.

Le terme French Touch [...] fut repris à l'unisson par les médias européens pour qualifier l'avènement d'une nouvelle scène house parisienne : en réalité une bande de potes qui faisaient de la musique ensemble et se retrouvaient dans une boutique de disques de

---

<sup>6</sup> „Denn in Versailles drückten mehrere zukünftige große Namen der French Touch gemeinsam die Schulbank auf dem Lycée Jules-Ferry. Anfang der 1990er begegnet man dort Nicolas Godin und Jean-Benoît Dunckel (später Air), Marc Tessier du Cros, Étienne de Crécy, Alex Gopher, Arnaud Rebotini und Pierre-Michel Levallois.“

Bastille, Rough Trade, parmi lesquels Philippe Zdar, Alex Gopher, Thomas Bangalter, Boombass, Étienne de Crécy, Dimitri from Paris. (Garnier & Brun-Lambert 2013, 234)<sup>7</sup>

Die Anfänge der Szene sind unvermeidlich vom Klang- und Ideenimport geprägt, die Plattenläden fungieren hier als entscheidende Scharniere und Vermittler. Zu dieser Phase der historischen Genese und diskursiven Formierung französischer elektronischer Tanzmusik schreibt Philippe Birgy: „Early connoisseurs were highly conscious that the genre had not naturally developed on French soil but had been implanted there at a time when it had already reached an advanced state of development elsewhere“ (Birgy 2003, 230).<sup>8</sup>

### **„French Hype“: die Popmusik**

In der Popmusikgeschichte gilt gemeinhin 1991 als „the year punk broke“, als mit Grunge das Idealbild eines neuen Undergrounds seinen internationalen Durchbruch erlebte, um kurz darauf vom Mainstream vereinnahmt zu werden.<sup>9</sup> Grunge selbst implodierte dann im April 1994 mit dem Selbstmord des Nirvana-Frontmans Kurt Cobain und nahm den gitarrenbasierten Rock für den Rest der Dekade aus dem Spiel um die Prägung und Deutungshoheit im Bereich der Popmusik. Bereits zwischen diesen beiden Daten, im Sommer 1993, beschrieb Jon Savage in seinem heute historischen Essay „Machine Soul“ den Beginn dieses tiefgreifenden Wandels:

Techno is everywhere in England this year. Beginning as a term applying to a specific form of dance music –the minimal, electronic cuts that Detroiters like Derrick May, Juan Atkins, and Kevin Saunderson were making in the mid '80s– techno has become a catchall pop buzzword: this year's grunge. When an unabashed Europop record like 2 Unlimited's "No Limit" –think Snap, think Black Box– blithely includes a rap that goes "Techno techno techno techno," you know that you're living within a major pop phenomenon. (Savage 1993)

In Frankreich folgen die entscheidenden Anfänge für das Heraustreten der elektronischen Musik aus ihren jeweiligen Untergrund-Szenen auf die große Bühne des Pop kurz danach: „Au cours du printemps 1994, la contre-utopie du grunge trouve son acmé tandis qu'une nouvelle vague musicale, à l'inspiration plus

---

<sup>7</sup> „Der Begriff French Touch wurde von den europäischen Medien flächendeckend aufgegriffen, um die Entstehung einer neuen House-Szene in Paris zu beschreiben. Im Grunde waren da ein paar Typen, die zusammen Musik machten und sich im Rough Trade, einem Plattenladen in Bastille, trafen. Dazu gehörten Philippe Zdar, Alex Gopher, Thomas Bangalter, Boombass, Étienne de Crécy, Dimitri from Paris.“

<sup>8</sup> Auch ein zentraler Einsatzbereich dieser neu entstehenden Musik – die illegalen Raves überall im ländlichen Frankreich – war stark von internationalen Entwicklungen initiiert worden, um dann eine eigene Ausgestaltung zu erfahren. Noch 2019 beschreibt Matthew Collin exemplarisch die französische Rave-Szene als Teil der britischen Traditionslinie: „The initial impetus [1993] came from Spiral Tribe, the militant sound-system crew who had left Britain for mainland Europe after being charged with 'conspiracy to cause a public nuisance' for allegedly organising the country's biggest and most notorious illegal party, a week-long gathering of more than 25,000 ravers at Castlemorton Common that sparked a nationwide moral panic in May 1992“ (Collin 2019, 241). Siehe dazu auch die Portraits von Spiral Tribe (Meunier 2020) und der französischen „free parties“ (Bresson 2020). Zum Übergang dieser Bewegung zu legalen Tanzveranstaltungen im urbanen Raum siehe Malkin (2015a).

<sup>9</sup> Geprägt wurde dieser Begriff durch den 1992 erschienenen Dokumentarfilm *The Year Punk Broke* von Dave Markey, der die von Nirvana supportete Europa-Tournee der Band Sonic Youth im Jahr 1991 festhält.

idéaliste, prend son élan...” (Leloup 2012, 13)<sup>10</sup>. Martin James sieht in dieser Entwicklung vor allem eine erfolgreiche Image- und Marketingkampagne, die nicht zuletzt von einer entscheidenden Neuerung in der europäischen Logistik profitierte:

And it was one press and promotions office that sold the hype to the editors – POP Promotions. They represented Motorbass, Dimitri from Paris (and the rest of Yellow Productions), Source Lab, Artefact, Pro-Zak Trax and Versatile among others.

Realising that most of their artists wouldn't get column inches alone the PR company started to sell Paris rather than the artists. The media bit and suddenly journalists were hopping the channel to check out this new scene. [...]

POP's work coincided with a major change in the transport system which would have an enormous impact on the lives of English and French youth: the Eurostar. (James 2003, 291)<sup>11</sup>

Techno-DJ und Produzent Laurent Garnier verkörperte bereits Jahre vor dem Start des Eurotunnels diese wichtige Verbindung zwischen Frankreich und Großbritannien, wo er Ende der 1980er Jahre mit der dort entstehenden Szene in Berührung kam, als DJ anfang und von wo er später regelmäßig die neuste Musik auf den Kontinent brachte.

1990 debütierte er mit Mix Master Doody (Ian Bland) als Produzent einer Maxi-Single mit dem programmatischen Titel „French Connection“, die 1991 als erste Publikation des neu gegründeten französischen Labels FNAC Dance Division zu einer EP erweitert wurde. 1993 folgte zusammen mit Eric Morand aka Shazz unter dem Projektnamen Choice die nicht weniger richtungsweisende EP *Paris*, u.a. mit dem heutigen Klassiker „Acid Eiffel“, der Garnier und FNAC Dance Division erste internationale Anerkennung einbrachte. Die gewählten Namen und Titel erweisen sich in ihrer Symbolträchtigkeit hier durchweg als treffend gewählt.

Die Gründung des Labels F Communications 1994 durch Garnier und Eric Morand brachte diese neue Phase im französischen Techno vollends ins Rollen. Mit dem zwischen Acid Jazz und Trip-Hop situierten Album *Boulevard* erzielte Ludovic Navarre aka St Germain Anfang 1995 den ersten internationalen Hit des jungen Labels. Auch 1994 erschien die erste Single von Daft Punk („The New Wave“) auf

---

<sup>10</sup> „Während des Frühlings 1994 erreicht die Gegenutopie des Grunge ihren Höhepunkt, während eine neue, von größerem Idealismus geprägte Musikwelt sich immer mehr aufbaute...”

<sup>11</sup> Immer wieder wird der Start des Eurostar im November jenes Jahres als äußerst bedeutungsvoll erwähnt, da er für Musikjournalisten, DJs und andere Branchenvertreter eine einfache und schnelle Verbindung zwischen Großbritannien und Frankreich schuf. Anregend ist die davon abweichende Perspektive, die Aurélien Bellanger in seinem Essay/Drama *Eurodance* mit der Eröffnung des Eurostar und des Tunnels unter dem Ärmelkanal formuliert. Er sieht ihn als unmittelbare Voraussetzung für die Entstehung des Genres Eurodance: „Le percement du tunnel est contemporain de l'invention, en Europe, d'une musique nouvelle. // Une musique destinée à accompagner le vertige lumineux de ses grandes autoroutes. // À magnifier la puissance inégalée de ses projets d'infrastructures. // Une musique aux rythmes blancs et simples, comme des camions dans la nuit, comme de lignes blanches réfléchissantes. // On nommera eurodance ce genre musical contemporain de l'Eurotunnel.“ („Mit dem Tunneldurchstich erlebt Europa die Erfindung eines neuen Musikgenres. // Einer Musik, die dafür gemacht ist, das Lichtgewitter der Autobahnen zu untermalen. // Die unvergleichliche Kraft der Infrastrukturprojekte zu verstärken. // Eine Musik mit weißen und simplen Rhythmen, wie die LKWs in der Nacht, wie die reflektierenden weißen Fahrbahnmarkierungen. // Man wird dieses den Eurotunnel begleitende musikalische Genre Eurodance nennen,“ Bellanger 2018, 41–42)

dem schottischen Kultlabel Soma Records (Jean-Yves Leloup 2012, 12) und markierte den Beginn einer einzigartigen Verwebung von Punk-Philosophie, klassischem Techno und House auf dem Weg zu einer erneuerten Popmusik.

C'est le moment : Daft Punk qui empile les maxis, Motorbass qui éclot enfin avec son Pansoul, Laurent Garnier qui voyage, la légende Tony Humphries qui décide d'installer un morceau de St Germain dans une playlist, les magazines anglais qui se mettent à aimer les grenouilles. (Malkin 2015b, 111)<sup>12</sup>

Sehr früh schon erkannte auch die Politik das repräsentative Potential dieser neuen Musik für die französische Kultur auf internationaler Bühne. 1993 griff der französische Staat aktiv und gezielt in die Wahrnehmung und Zirkulation französischer Popmusik ein und gründete das Bureau Export de la Musique Française. Die Auslandsverkaufszahlen stiegen von 1,55 Mio. Einheiten 1992 auf 39 Mio. im Jahr 2000 (Tinker 2003, 90), was 1997 von der Initiative der damaligen Kulturministerin Catherine Trautmann ergänzt wurde, ganz explizit das Genre „Techno“ zu fördern (Looseley 2003, 37). Eine weitere Eigenheit der französischen House-Szene ist der frühe Schulterschluss mit in Paris ansässigen Modehäusern; hier wirkte vor allem Dimitri (später „Dimitri from Paris“) als Wegbereiter, der schon früh für Hermès, Fendi oder Chanel die Musik für deren Modenschauen zusammenstellte (Malkin 2015b, 109-110).

Popmusikalisch bzw. musikvertriebstechnisch erreichte diese Entwicklung 1995/96 ihre erste Konsolidierung anhand der dann einsetzenden Bilanzierung und Archivierung in der Form von nicht weniger als fünf Kompilationen zum als „französisch“ etikettierten Hype: allen voran *Source Lab* auf Source (1995) und *Source Lab 2* (1996) bei Gyroscope Records, dann *Future Sounds of Paris* auf Ultra Records, *Art of France* auf Level 2 und *The French House Fever* auf BMG France (alle 1996).<sup>13</sup>

1998 schließlich trat die elektronische Musik aus Frankreich endgültig ihren Siegeszug um die Welt an. Auf der Winter Music Conference im März 1998 in Miami vertrat eine prominent besetzte französische Delegation die „French Touch“ auf dem US-Markt (Guéna & Jahn 2022, pos. 1785), im Juni integrierte die Veranstaltungsfirma ECA2 bei der Eröffnungszeremonie zur Fußball-Weltmeisterschaft in Paris selbst produzierten Trance-Techno. Im selben Jahr untermalte Mr Oizo mit „Flat beat“ einen Werbespot von Levi's<sup>14</sup>, Air mit „La femme d'argent“ eine US-

---

<sup>12</sup> „Das ist der Moment: Daft Punk haut Maxis raus, Motorbass debütiert mit Pansoul, Laurent Garnier ist immer unterwegs, der legendäre Tony Humphries setzt einen Track von St Germain auf seine Playlist, die englischen Zeitschriften entdecken ihre Liebe für die Froschfresser.“

<sup>13</sup> Diese Kompilationen wirken als repräsentativ intendierte Momentaufnahmen der sie hervorbringenden Szene und bilden in ihrer Gesamtheit innerhalb eines sehr knappen Zeitraums einen interessanten Schlüsselmoment. Neben einigen vom Lauf der Zeit überholten Beiträgen finden sich auf diesen Zusammenstellungen im Grunde alle entscheidenden Akteure jener Phase. *Source Lab* enthält u.a. Tracks von La Funk Mob, Air, Motorbass, DJ Cam, La Chatte Rouge und The Mighty Bob; *Source Lab 2* von Bang Bang, Étienne de Crécy (als Minos Pour Main Basse [Sur La Ville]), Daft Punk, Dimitri from Paris, Alex Gopher und Air; *Future Sounds of Paris* von Motorbass, Dimitri from Paris, Bob Sinclar; *Art of France* von David Guetta, Shazz, Motorbass, St Germain, Dimitri from Paris, Choice, Laurent Garnier, Daft Punk und Malou le Malin; *The French House Fever* schließlich von Étienne de Crécy, Alex Gopher und Motorbass.

<sup>14</sup> <https://www.theguardian.com/media-network/2016/mar/31/levis-flat-eric-advert-puppet>

Kampagne von L'Oréal<sup>15</sup>, und das Duo komponierte ebenfalls den Soundtrack für Sofia Coppolas Spielfilm *The Virgin Suicides*. Daft Punk ihrerseits produzierten mit dem japanischen Anime-Künstler Matsumoto Leiji einen Hybrid aus Musikzeichentrickfilm und Mega-Musikvideo (*Interstella 5555 – The Story of the Secret Star System*), mit seinem Nebenprojekt Stardust veröffentlichte Thomas Bangalter im Juli dessen einzigen Song „Music sounds better with you“, der umgehend zu einem Welterfolg und Inbegriff der „French Touch“ wurde. Im September schließlich zog auf Initiative des früheren Kulturministers Jack Lang die erste *Techno-Parade* durch Paris (Bernier 2020), und die französische Hauptstadt wurde endlich zum „épi-centre de la dance music mondiale“ (Jourdain 2015, pos.1425). Damit erlebte Frankreich einen historischen Moment, in dem sich vieles verbindet, was repräsentativ für die Stimmung der späten 1990er Jahre steht:

Le grounge de Seattle a explosé avec la rage atomique du « Smells Like Teen Spirit » de Nirvana, la French Touch avec le jouissif « Music Sounds Better With You ». [...] 12 juillet 1998, Zidane catapulte deux têtes ovniesques dans les filets brésiliens du Stade de France. La France est championne du monde de football, la croissance est historiquement vigoureuse, les députés socialistes annoncent la création du PACS (Pacte Civil de Solidarité), on peut téléphoner en marchant dans la rue, les start-up fleurissent dans les grandes villes... Il faut bien fêter ça ! (Jourdain 2015, pos. 1248)<sup>16</sup>

### Mehr als nur Musik: Sound & Vision

Es wird häufig angemerkt, dass das größte Hindernis für einen dauerhaften internationalen Erfolg und Einfluss französischer Popmusik die Sprache sei und dass ein entscheidender Faktor für den Welterfolg der elektronischen Musik der 1990er Jahre genau der Wegfall dieses „Sprachproblems“ gewesen sei, wie auch Stéphane Jourdain in Erinnerung ruft: „« Chantez en français. » Avec la musique électronique, plus de paroles, plus de problème. En plus, pas besoin d'être musicien pour utiliser un sampler. Il suffit d'avoir une bonne oreille et... de l'inspiration“ (Jourdain 2015, pos. 1152).<sup>17</sup>

Geht man von einem vergleichbaren Innovationsgrad und ähnlicher musikalischer Qualität bei elektronischer Musik und Hip-hop in Frankreich aus und vergleicht die Entwicklung beider Genres, so kann man bestätigende Indizien für diese These finden. Kehrt man die Perspektive um, so fällt ebenfalls auf, dass während der Erfolgswelle der „French Touch“ die wenigen mit Text versehenen Stücke durchgehend auf Englisch gehalten sind (Tinker 2003, 90). So fehlt bei der ersten

---

<sup>15</sup> Für einen Fernsehspot mit Andie MacDowell für das „Visible Lift Makeup“ (<https://youtu.be/SDflscU8H2Q>).

<sup>16</sup> „Der Grunge aus Seattle setzte mit Nirvanas 'Smells like teen spirit' die Gewalt einer Atombombe frei, die French Touch präsentierte das verspielte 'Music Sounds Better With You'. [...] Am 12. Juli 1998 versenkte Zidane im Stade de France zwei Kopfbälle vom anderen Stern im brasilianischen Tor. Frankreich ist Fußball-Weltmeister, das Wachstum erreicht historische Ausmaße, die sozialistischen Abgeordneten verabschieden den Vertrag über eine eingetragene Lebensgemeinschaft PACS, man kann beim Laufen telefonieren, in den großen Städten schießen die Start-Ups aus dem Boden... Das muss man wirklich feiern!“

<sup>17</sup> „Singt auf Französisch'. In der elektronischen Musik gibt es keine Worte mehr, also auch keine Probleme mehr. Außerdem braucht man keine Musiker, um einen Sampler zu bedienen. Man braucht nur ein gutes Gehör und ... Inspiration.“

nachhaltigen Präsenz französischer Popmusik auf der globalen Bühne ausgerechnet die französische Sprache als deren verbales Ausdrucksmittel.

Darauf ist zurückzuführen, dass auch die politische Unterstützung für den Erfolgsgang der elektronischen Musik in den späten 1990er Jahren in eine widersprüchliche Situation führte. Denn die Politik einer französischen kulturellen Einzigartigkeit ist traditionell an die französische Sprache gebunden und auf ihr begründet, ein Grundlogik, die von der „sprachlosen“ oder bewusst auf Englisch gesungenen Musik der „French Touch“ unterlaufen wurde (Looseley 2003, 37).<sup>18</sup>

But here, unfortunately, the cultural exception surely gets itself into a tangle. For French techno has largely been instrumental and performed by DJs or groups sporting very un-French names like Daft Punk and Motorbass, or non-specific ones like Air or Modjo. The French language, therefore, that authentic stamp of French exceptionalism, is virtually absent. Commercially successful bands like Daft Punk are thus free-floating in the great global marketplace. (Looseley 2003, 39)<sup>19</sup>

Wie schon zuvor angemerkt, lässt sich die unter dem Etikett des „French Hype“ oder „French Touch“ zusammengefasste Musikproduktion allerdings nicht auf ein Genre und schon gar nicht auf einen bestimmten Sound reduzieren. Der britische Popmusik-Experte Simon Reynolds fokussiert sich dennoch auf ein Subgenre dieser Gemengelage und sieht eine entscheidende Charakteristik für „French House“ in einem bestimmten elektronischen Klangfilter, der dann auch zur Bezeichnung „filtered house“ geführt habe:

[...] ‘Musique’, a loop-da-looping disco cut-up that preciously featured a technique known as the ‘low-pass filter sweep’, an effect that makes riffs or vocal samples seem like they’re receding tantalizingly into the background before surging back in full ecstatic force.

---

<sup>18</sup> Inmitten dieser Fülle an englischen Namen, Titeln und Texten finden sich allerdings sehr bewusst gesetzte – teils selbstironisch, teils zweideutig wirkende – Einsprengsel auf Französisch. Ganz sparsam und nur andeutungsweise auf dem ersten Album *Homework* (1997) von Daft Punk mit dem Track „Daftendirekt“, etwas mehr auf *Pansoul* von Motorbass (1996) mit „Les Ondes“ und „Pariscyde“ oder auf *1999* (1999) von Cassius mit „La mouche“ und „Club soixante quinze“. Französische Titel finden sich dagegen flächendeckend auf *Super Discount* (1996) von Étienne de Crécy u.a. mit „Le patron est devenu fou“ und „Tout doit disparaître“ (beide unter dem sperrigen Pseudonym Minos pour main basse [sur la ville]), „Prix choc“ oder „Affaires à faire“ (La chatte rouge) und „Destockage massif“ (Alex Gopher). Wiederum weniger massiv, dafür strategisch bei Air, die der EP mit ihren frühen Maxis – u.a. mit „Les professionnels“, „J’ai dormi sous l’eau“ und „Le soleil est près de moi“ (inkl. gleichlautender Gesangszeile) – den Titel *Premiers symptômes* (1997) geben, dann ihr Debut-Album mit dem Zusatz „French band“ versehen und Titel aufführen wie „La femme d’argent“, „Ce matin là“, „New Start in the Sky (Chanson pour Solal)“ oder „Le voyage de Pénélope“, und den englisch betitelten Hit „Sexy Boy“ mit französischem Text singen lassen.

<sup>19</sup> Diese Logik bestätigt einerseits den von Diederichsen beschriebenen popmusikalischen Charakter von Techno: „[...] Techno ist ja Pop-Musik in einem ganz starken Sinne, also eine Musik, die mit der Möglichkeit eines genauen Äquivalents zwischen einem musikalischen Signifikanten (einem bestimmten Sound) und einer verabredeten sozialen Bedeutung (Sound als Totem desjenigen subkulturellen Stammes, der sich auf diesen zu beziehen bereit ist) arbeitet.“ (Diederichsen 2014, 95). Zugleich läuft sie aber seinen Überlegungen zur „Sprachlosigkeit“ der elektronischen Musik zuwider, da im Falle der „French Touch“ eine außerordentliche Fülle und Intensität an Diskurs *über* sie entstand, ja der eigentliche Hype nicht aus der Musik selbst heraus, sondern aus dem Sprechen über sie erst Fahrt aufnahm: „Diese Zeichenhaftigkeit hat sie aber ganz aus der Umgebung sprachlicher, vermittelnder Intertexte (Songtexte, Persönlichkeit des Pop-Stars etc.) abgezogen und an eine einerseits sehr physische und nur mit klanglichen (und begrenzt visuellen) Zeichen arbeitende Form übergeben – bei der es sogar eine gewisse Ethik gibt, sich sprachlicher Konkretisierung zu enthalten und die tribalistische Ehre gerade darauf zu errichten, dass man den sozialen und kommunitären Wert eines Klanges als Eingeweihter ohne sprachliche Hilfsmittel erkennt.“ (Diederichsen 2014, 95)

Sounding like a cross between panning and phasing, the low-pass filter sweep combines a spangly, spectral unearthliness with a teasing, suppressed-sounding quality. A fabulously effective trigger for the E-rush, filter FX soon became the basis of an entire genre. (Reynolds 2012, 491–492)

Ungeachtet dessen, dass mehrere klangliche wie atmosphärische Elemente hier zum Tragen kommen – denn es ist nicht nur ein Sound oder ein bestimmtes Bündel an Soundedigenschaften, die die französische elektronische Musik charakterisieren –, ist Simon Reynolds Überlegung sehr anregend.<sup>20</sup> Das Etikett „French“ verbindet äußerst verschiedene Produkte und bringt sie mehr oder weniger schlüssig auf einen Nenner, in welchem der Herkunftsort in eins fällt mit einer freischwebenden Vorstellung – einem Image – davon. So verdichtet sich der „French Hype“ zum „French Touch“ und weitet in gleichem Maße seine Bedeutungsräume aus. Diese Entwicklung wird stark visuell getragen, ganz im Sinne Kodwo Eshuns als „Phono-fiction“ durch „Paratexte“ der Schallplatte oder CD:

Sonic Fiction is the packaging which works by sensation transference from outside to inside. The front sleeve, the back sleeve, the gatefold, the inside of the gatefold, the record sleeve itself, the label, the cd cover, sleeve notes, the cd itself; all these are surfaces for concepts, texture-platforms for PhonoFictions. (Eshun 1998, 121)

Ein zentrales Merkmal der elektronischen Musik in Frankreich ist in der Tat die rasche Abkehr vom ästhetischen Kanon des Techno, der ohne Cover und mit „white labels“ arbeitet. Die Gestaltung der französischen Plattencover wird schnell zu einem Markenzeichen, sei es in der außergewöhnlichen und detaillierten grafischen Gestaltung, sei es im Heraustreten aus dem Dogma der Anonymität der Künstler. Einen guten ersten Überblick dazu liefert Amélie Gastaut (2012), die darauf hinweist, dass trotz ihrer internen Heterogenität die Ikonographie von GarfikerInnen wie Geneviève Gauckler (bei F Com, vgl. Carretier 2020) oder Alexandre Courtès für Label wie Source oder Virgin (Cassius, Motorbass, La Funk Mob, Air) ähnlich prägend ist wie seinerzeit bei den Covern von Reid Miles für Blue Note oder William Claxton für Pacific Jazz (Gastaut 2012, 44).

Auch Laurent Garnier berichtet in seiner Autobiographie von der bewussten Wende zum traditionellen Marketing bei den Pionierprojekten von FNAC Dance Division und dann beim eignen Label F Com:

L'anonymat était même une des composantes essentielles de la musique électronique. [...] Éric Morand était au contraire convaincu que la meilleure façon de toucher le public était de donner un visage à cette musique. Il décida d'adopter les méthodes de promotion d'une maison de disques traditionnelle : photos de presse, biographie des artistes, design soigné

---

<sup>20</sup> Reynolds entwickelt sie ausgehend von Brian Enos Begriff des „Scenius“, um damit die Zirkulation bestimmter Sounds in der elektronischen Tanzmusik zu erklären: „Brian Eno has dubbed this syndrome 'scenius', punning on the words 'scene' and 'genius'. [...] And he called for a more depersonalized notion of creativity influenced by cybernetic theory, ideas of self-organizing systems and feedback loops. Another way of conceptualizing 'scenius' is in terms of biogenetics or virology, metaphors of mutation or cultural viruses (memes). Like a successful gene characteristic, electronic dance innovations achieve their highest success by becoming clichés: sound so good that nobody can resist using them.“ (Reynolds 2009, 321)

des pochettes, etc. À l'extrême opposé des canons de discrétion de la culture techno, Fnac Dance Division misait sur la visibilité. (Garnier & Brun-Lambert 2013, 125)<sup>21, 22</sup>

Auch Air betreten die internationale Bühne mit einer konsistent durchkonzipierten Bildsprache: Die Cover des Debut-Albums *Moon Safari* und der daraus ausgekoppelten Singles „Sexy Boy“, „Kelly watch the stars“, „All I need“, die wiederum dazu gedrehten Videoclips – alles wird einheitlich von Mike Mills gestaltet und ergibt in der Summe ein Ergebnis, das als „pop, chic, ludique, onirique, épuisée“<sup>23</sup> (Demir 2012b) bezeichnet werden kann.

Musikvideos waren auch bei Daft Punk von Anfang an sehr wichtig und verbinden sich mit der vorausschauenden Ausgestaltung jedes noch so kleinen Details in der Sichtbarkeit des Duos sowie mit dem Verbergen der persönlichen Identität der Musiker als politische und ethische Geste. Die ersten Videos zu „Da Funk“, „Revolution 909“, „Burnin“ und allen voran „Around the World“ genießen bis heute Kultstatus (Daft Punk 2000). Mit *Interstella 5555* (2003) wenden sie sich gegen die Gesetze des *Mainstream* und Major-Business, und noch weiter weg von Videos als Musikmarketing (sowie auch im Sinne der Selbstmythisierung) reicht dann *Electroma* (2006) (Demir 2012a). Beide Projekte verbindet, dass sie die Grenzen und Dimensionen des klassischen Musikvideos für einen Song sprengen und einmal zum Musikvideoanime werden, im anderen Fall zum Kunstfilm mit minimal eingesetzter Musik.

Image-Arbeit und Bedeutungsverdichtung erfolgen bei Daft Punk mit einer außergewöhnlichen Intensität und sehr bewusst. Der von Thomas Bangalter entworfene Schriftzug des Bandnamens besteht seit der ersten Maxi und füllt ohne weitere visuelle Bedeutungsträger die Covers aller Studio- und Live-Alben des Duos, wird aber auch auf Bomberjacken, Lederjacken und sogar Rennanzüge<sup>24</sup> gestickt und führt damit eine Idee fort, die man ursprünglich beim Label F Com initiierte, als man

---

<sup>21</sup> „Die Anonymität war in der Tat ein wesentlicher Bestandteil der elektronischen Musik. [...] Éric Morand dagegen war davon überzeugt, dass man das Publikum am besten erreichte, wenn man dieser Musik ein Gesicht gab. So übernahm er die Promo-Methoden der traditionellen Plattenfirmen: Pressefotos, Künstlerbiografien, ausgesuchtes Coverdesign usw. Ganz entgegen der in der Technokultur hochgehaltenen Diskretion setzte Fnac Dance Division auf Sichtbarkeit.“

<sup>22</sup> Ähnlich rekonstruiert Garnier den Schritt, die Cover seiner Alben und Maxis mit seinem Gesicht zu versehen: „J’ai commencé à réfléchir aux visuels qui allaient accompagner l’album [« 30 » (1997)] : je voulais qu’ils soient à l’opposé des clichés de l’imagerie techno (images fractales, couleurs psychédéliques, esthétique numérique). Avec Éric [Morand, F Com], on rencontra le plasticien Marc Anselmi. Il proposa un graphisme sobre, en bichromie, mon regard apparaissant dans des griffures qui semblaient déchirer la pochette.“ (Garnier & Brun-Lambert 2013, 230 – „Ich begann über die visuelle Gestaltung des Albums [30 (1997)] nachzudenken: ich wollte konträr anderes zu den Klischeebildern des Techno (Fraktale, psychedelische Farben, Computerästhetik). Éric [Morand, F Com] und ich trafen den plastischen Künstler Marc Anselmi, der nüchterne, zweifarbige Grafiken vorschlug, meine Augen sind in Rissen sichtbar, die sich scheinbar über das Cover ziehen.“)

<sup>23</sup> „poppig, chic, verspielt, träumerisch, voll ausgeschöpft“

<sup>24</sup> Anlässlich des Großen Preises von Monaco in der Formel 1 traten Daft Punk 2013 als Sponsoren des Lotus-Teams auf und ließen die beiden Boliden von Kimi Räikkönen und Romain Grosjean mit visuellen Banelementen (den Roboterhelmen und dem Band-Schriftzug) versehen. Das Duo selbst war ebenfalls anwesend und trug eigens angefertigte Rennanzüge mit dem Bandschriftzug auf dem Rücken.

Blousons auf dem Rücken mit der Selbstzuschreibung eines vorgeblichen „French Touch“ versah:

On voyait enfin des oreilles se tourner vers la house française. Subitement approché par les labels et médias étrangers et conscient qu'il fallait profiter de ce brusque intérêt pour marquer notre différence, Fnac Dance Division fit fabriquer une série de blousons arborant le slogan : « We give a french touch to house. » (Garnier / Brun-Lambert 2013, 128)<sup>25</sup>

Daft Punk verfolgen seit Beginn ihrer Karriere sehr konzentriert den Weg der Mythisierung und symbolischen Aufladung. Mit dieser Radikalität bilden sie auch die Extremausformung dessen, wofür das Etikett „French Touch“ steht und wie es international wahrgenommen wird, auch wenn sich Daft Punk im gleichen Maße schon längst aus dem Geltungsbereich des Begriffs herausgelöst und die Sphären allgemeiner Popmusik besetzt haben. Aufgrund dieser Qualität „überstehen“ sie auch unbeschadet den Niedergang des French Hype um die Jahrtausendwende und werden zu vollkommen autonomen Popstars:

Quand la croisière coule, le vaisseau des Daft Punk, lui, continue de flotter haut dans le ciel. À rebours d'une touche française qui se meurt, il semble que l'on n'ait jamais autant blasonné l'image des deux casques sur les murs des continents. Daft Punk : la musique de l'an 2000. (Malkin 2015b, 269)<sup>26</sup>

### **La „French Touch“**

Ergänzend zu den hier bereits angeführten und kommentierten Definitionen der „French Touch“ gibt es weitere Hypothesen, wie sich dieser Begriff im Diskurs zur französischen elektronischen Musik etablierte und solche Wirkmacht entwickelte. In der Bandbiographie zu Daft Punk schlagen Camille und Michel Goujon z.B. vor:

Quant à l'appellation « French touch », s'il y a débat sur sa paternité, on peut relever qu'elle apparaît pour la première fois voilà un peu plus de trente ans, en juin 1987, lorsque le photographe Jean-Claude Lagrèze crée au Palace les « soirées French touch » pour permettre au public parisien de découvrir la musique house tendance française. (Goujon & Goujon, 2020, pos. 1398)<sup>27</sup>

Stephanie Schütz ihrerseits betont nochmals den Marketing-Charakter des Begriffs und das Fehlen einer substanziellen Rückbindung an die tatsächliche Musik:

---

<sup>25</sup> „Endlich wurde man auf französische House-Musik aufmerksam. Fnac Dance Division sah sich plötzlich von Medien und Labels aus dem Ausland umringt und wusste, dass man dieses unvermittelte Interesse ausnutzen musste, um das zu markieren, was uns besonders machte. Also ließ man Jacken mit dem Slogan 'We give a french touch to house' auf dem Rücken anfertigen“ Vorbild hierfür war sicherlich das Techno-Kollektiv Underground Resistance aus Detroit, dessen Kapuzenpullis mit dem UR-Logo und dem Motto „Music for those who know“ schon Anfang der 1990er Jahre Kultstatus besaßen (vgl. Malkin 2015b, 50-51, wo allerdings das Motto falsch wiedergegeben wird).

<sup>26</sup> „Während das Kreuzfahrtschiff untergeht, schwebt das Schiff von Daft Punk weiter hoch oben am Himmel. Ganz anders als eine dahinsiechende French Touch prangt das Bild der beiden Helme mehr denn je zuvor auf den Wänden des Kontinents. Daft Punk: die Musik des Jahres 2000.“

<sup>27</sup> „Die Entstehung des Begriffs 'French touch' ist umstritten, man kann aber davon ausgehen, dass er zum ersten Mal vor etwas über dreißig Jahren auftrat, als im Juni 1987 der Fotograf Jean-Claude Lagrèze im Palace die 'soirées French touch' veranstaltete, um dem Pariser Publikum die House-Musik französischer Prägung näherzubringen.“

Concept vide pour journalistes fatigués ou véritable mouvement ? Sans doute un peu des deux. [...] Mais on trouve aussi dans les articles des expressions aussi kitsch que « french disco », « Paris beat », « french hype » ou même « baguette beat » (dans le *Melody Maker*, qui n'est pas à un effet comique près). (Schütz 2014, pos. 117).<sup>28</sup>

Jean-Yves Leloup referiert in ähnlicher Weise und zitiert u.a. Pedro Winter (den ersten Manager von Daft Punk und Gründer des Labels Ed Banger), der 1997 in der Zeitschrift *Muzik* den Begriff für ein Portrait dieser neuen Szene erinnert (Leloup 2012, 11), ohne das bestätigen zu können. Schon 1996 habe Martin James – der Pionier in der Dokumentation des Themas – im *Melody Maker* den Begriff im Zusammenhang mit der ersten Single aus Étienne de Crécys *Super Discount* verwendet (ebda.). James selbst will das allerdings nicht als erste Verwendung gelten lassen:

[...] Martin James déclare avoir « probablement utilisé ce terme auparavant dans le magazine *Generator*, dans un texte consacré aux productions de The Mighty Bop, et sans doute à la même époque dans le mensuel *Muzik* ». « Mais, ajoute-il, que je sois véritablement le premier à avoir utilisé un tel terme reste encore à prouver. De manière plus générale, je pense que le concept de French Touch était dans l'air [...]. » (Leloup 2012, 11)<sup>29</sup>

Außerdem sei in den ersten Jahren (1995-97) der Begriff des „French Hype“ viel verbreiteter gewesen. Das ergibt aus der hier eingenommenen Perspektive ebenfalls Sinn, da auf den im Bereich Marketing und Kommerz zu situierenden „Hype“ dann über die Zuweisung und Entwicklung von Inhalten und Bedeutungen erst ein substanzieller „French Touch“ entstehen konnte. Bemerkenswert ist dahingehend bereits der erste Schritt, den Leloup festhält, wenn aus der internationalen, vor allem britischen Anerkennung für die heimische Szene elektronischer Tanzmusik ein in anderen Feldern für Frankreich so selbstverständliche Berufung zum Universellen – allerdings ohne Anspruch auf eine „exception culturelle française“ – wird: „Cependant, selon nous, de façon plus profonde, l'émergence de la French Touch constitue le signe, ou le symbole, de l'éveil d'une scène électronique globale, face à l'ancienne hégémonie de la culture pop anglo-saxonne.“ (Leloup 2012, 11)<sup>30</sup>

Der allgemeine Tenor in Zeitzeugnissen und Analysen ist der Hinweis auf die unaufhaltsame Macht des erfolgreichen Marketingbegriffs, der in gewisser Weise eine Eigendynamik entwickelt. Laurent Garnier macht diese in seiner Autobiografie sehr anschaulich, ohne die Marketing-Dimension rein negativ wahrzunehmen:

---

<sup>28</sup> „Handelt es sich um einen von ideenlosen Journalisten ausgehöhlten Begriff oder um eine echte Bewegung? Sicher etwas von beidem. [...] Doch man stößt in den Artikeln auch auf so kitschige Ausdrücke wie 'french disco', 'Paris beat', 'french hype' oder sogar 'baguette beat' (im *Melody Maker*, ganz ohne humoristische Absichten).“

<sup>29</sup> „[...] Martin James meint, er habe 'den Begriff möglicherweise schon in der Zeitschrift *Generator* verwendet, in einem Text über die Musik von The Mighty Bop, und ganz sicher zur selben Zeit in der Monatszeitschrift *Muzik*'. Doch er fügt auch hinzu, dass 'erst noch bewiesen werden müsste, dass wirklich ich den Begriff als erster benutzt habe. Ganz allgemein denke ich, dass der Begriff French Touch einfach in der Luft lag [...]'.“

<sup>30</sup> „Für uns bildet die Entstehung der French Touch folglich auf tiefgreifende Weise das Zeichen oder das Symbol für die Geburt einer globalen elektronischen Szene, die sich der althergebrachten angelsächsischen Hegemonie in der Popkultur entgegenstellt.“

Mais c'est avec des productions françaises que la scène house et techno allait réellement s'imposer en France. A ce raz de marée on donna un nom, ressortant une vieille étiquette des placards : la French Touch.

[...] Au début, l'appellation French Touch désignait un son : une house filtrée louchant sur le disco et la ghetto house. [...] Mais rapidement, tout artiste house parisien allait se voir estampillé « French Touch ». (Garnier & Brun-Lambert 2013, 234)<sup>31</sup>

Und Raphaël Malkin schließlich resümiert für Juli 1999 die Formelhaftigkeit des Etiketts:

La touche française, n'est plus une niche, c'est une recette, une formule que des laborantins s'appliquent à calibrer sur ordre express des industriels du disque compact pour ensuite être sillonné à la chaîne. Un zeste tech, un filtre savamment manié, quelques voix ressuscitées et le tampon d'une Tour Eiffel suffisent à toucher le portefeuille de l'auditeur. (Malkin 2015b, 203)<sup>32</sup>

## **Ein moderner Mythos**

Auf vollkommen eigenen Wegen entwickelt Diedrich Diederichsen in seiner Studie zur Popmusik der 1980er Jahre einen sehr spannenden Gedanken zu Mythisierung. Darin fächert er auf, in welchen Schritten Woodstock zum „Kern des Mythos der Sixties“ wurde, auch hier vor allem aufgrund von Kräften und Entwicklungen außerhalb der eigentlichen Musik. Entgegen der Lesart einer reinen Marketing-Strategie versteht er diesen Vorgang aber als „produktives Missverständnis“, in dem das Festival zum Film plus Soundtracks wird, der Film zum Mythos, und dieser zum noch spezielleren Mythos einer Nation: „Vorgang wird zum Ereignis, Ereignis wird zum Text, Text wird zum Mythos [...]“ (Diederichsen 2018, 185-187), und das ohne, dass es von jemandem intendiert oder geplant gewesen wäre.

Das ist zugestandenermaßen eine andere Art von modernem Mythos als der berühmte, den Roland Barthes 1957 als „système sémiologique second“ (Barthes 2005, 218) und als Resultat von Bedeutungs- und Zuschreibungsprozessen beschrieben hat:

[L]e mythe est une parole choisie par l'histoire : il ne saurait surgir de la « nature » des choses.

Cette parole est un message. Elle peut donc être bien autre chose qu'orale ; elle peut être formée d'écritures ou de représentations : le discours écrit, mais aussi la photographie, le

---

<sup>31</sup> „Erst mit den französischen Produktionen setzt sich die House- und Techno-Szene in Frankreich wirklich durch. Dieser Welle verpasst man ein altes Etikett aus der Mottenkiste: French Touch.

[...] Anfänglich bezeichnete der Name French Touch einen Sound: eine Art Filtered House mit Anleihen bei Disco und Ghetto House. [...] Doch schon bald wurde jeder House-Act in Paris mit dem Stempel 'French Touch' versehen.“

<sup>32</sup> „Die French Touch ist nur eine Nische, ein Rezept, eine Formel, mit der man im Labor die schnell produzierten CDs industriell kalibriert, um sie anschließend in die Verwertungskette einzuspeisen. Ein Hauch Techno, ein gekonnt eingesetzter Filter, Stimmen aus der Konserve und ein aufgedruckter Eiffelturm, das reicht, um den Kunden das Geld aus der Tasche zu ziehen.“

cinéma, le reportage, le sport, les spectacles, la publicité, tout cela peut servir de support à la parole mythique. (Barthes 2005, 212–213)<sup>33</sup>

Barthes kann zur Reflexion über die elektronische Tanzmusik nicht direkt beitragen, doch lässt sich die Analogie zwischen der Mythisierung Woodstocks in der Popkultur bei Diederichsen und der semiologischen Mythisierung der Alltagskultur bei Barthes gut nutzen. Rein assoziativ lässt sich z.B. bei Barthes nachlesen, wie die Tour de France als moderner Mythos, ja sogar als „absoluter Mythos“ der französischen Nation wirkt („Le Tour de France comme épopée“, Barthes 2005, 120-132): „Je crois que le Tour est le meilleur exemple que nous ayons jamais rencontré d’un mythe total, donc ambigu ; le Tour est à la fois un mythe d’expression et un mythe de projection, réaliste et utopique tout en même temps.“ (Barthes 2005, 129)<sup>34, 35</sup>

Betrachtet man die Entwicklung der französischen elektronischen Musik, so wirkt dort – wie Philippe Birgy feststellt – bereits in der Entstehung und Konsolidierung des Begriffs „French House“ eine von außen auf „das Französische“ projizierte Mythenbildung:

What is striking in all these evocations of France is that they are neither realistic nor documentary reflections but rather images of the country as perceived and reinvented by foreigners, with its reductions and clichés. They are mythologies of France in foreign consciousness [...]. (Birgy 2003, 234)

Der Barthes’sche Mythos der elektronischen Musik der 1990er Jahre entsteht durch eine Vereinnahmung bereits bestehender moderner Mythen der französischen Alltagskultur und verdichtet sich anhand deren externer Wahrnehmung. Heute ist es nun möglich, dass anhand einzelner „Aussagen“ dieser Mythos aufgerufen und zum Wirken gebracht wird. Ein Großteil der referierten Namen, Titel, Cover, Videostills und Soundschnipsel besitzen genau diese Eigenschaft und weisen in diesem Sinne jeweils auch weit über das Etikett „French Touch“ hinaus, rufen den gesamten Komplex eines musikalischen Aufbruchs und seiner Strahlkraft im Bereich von Popmusik und Popkultur auf.

Einer anderen Spur folgen Camille und Michel Goujon in ihrer Bandbiografie von Daft Punk, wenn Sie fragen: „Les Daft Punk seraient-ils barthiens dans leur désir et

---

<sup>33</sup> „[D]er Mythos ist eine von der Geschichte gewählte Aussage; aus der ‚Natur‘ der Dinge vermöchte er nicht hervorzugehen.

<sup>34</sup> Diese Aussage ist eine Botschaft. Sie kann deshalb sehr wohl auch anders als mündlich sein, sie kann aus Geschriebenem oder aus Darstellungen bestehen. Der geschriebene Diskurs, der Sport, aber auch die Photographie, der Film, die Reportage, Schauspiele und Reklame, all das kann Träger der mythischen Aussage sein.“ (Barthes 1964, 86)

<sup>35</sup> „Ich glaube, die Tour ist das beste vorstellbare Beispiel für einen totalen und daher zweideutigen Mythos; die Tour ist zugleich ein Mythos der Aussage und ein Mythos der Projektion, zugleich realistisch und utopisch.“ (Ausgerechnet dieses Kapitel wurde in der deutschen Übersetzung der „Mythensammlung“ ausgelassen.)

Genau auf diesen mythischen Charakter der Tour reagieren die Düsseldorfer Elektronik-Pioniere Kraftwerk, als sie 1983 – zum achtzigsten Jahrestag des Wettbewerbs – die Single „Tour de France“ veröffentlichen, deren Cover ebenfalls als „parole mythique“ funktioniert und umgehend „verständlich“ ist. 2002 folgt dann am Vorabend der einhundertsten Auflage der „Tour“ ein ganzes Album (inkl. einer Neuaufnahme der Originalsingle und mit einem nur leicht überarbeiteten Cover) als Fortschreibung dieses modernen Mythos.

leur espérance d'anonymat ?" (Goujon & Goujon 2020, pos. 2458)<sup>36</sup> Für sie ist das Spiel mit der permanenten und eindringlichen Sichtbarkeit der Masken bzw. Roboter bei gleichzeitiger Anonymisierung der eigentlichen Musiker eine aktive Arbeit am eigenen modernen Mythos.<sup>37</sup> Dem kann man vor allem in dem Sinne zustimmen, dass Daft Punk mit zahlreichen ikonischen Darstellungen eine derartige semiotische Verdichtung erreichen, dass man sie anhand eines kleinen Elements (eines Sounds, Bildes, Filmausschnitts...) mit Daft Punk und in vielen Fällen darüber hinaus mit der elektronischen Musik Frankreichs verbindet.

Und vollends im Modus des modernen Mythos nach Barthes'scher Prägung befinden wir uns, wenn ohne jede Ankündigung oder Kommentar ein Medley aus Daft Punk-Hits dem Präsidenten zum Abschluss der Militärparade am französischen Nationalfeiertag 2017 vorgetragen wird. Diese Anekdote, die Isabelle Marc sehr schön analysiert, funktioniert nur unter der Voraussetzung des modernen Mythos, denn ansonsten würde man die Pointe nicht erkennen, wie es ungeplant und unbeabsichtigt – oder auch nicht? – dem prominenten Gast Emmanuel Macrons erging:

Two recent events in which popular music has played a major role demonstrate the Elysée's will to create this new image of France both home and abroad while preserving an essential Frenchness. The most recent is the showcasing of French electronic music for the first time during the Fête de la musique (Music Day) in June 2018 at the Elysée Palace. [...]

The second event is even more telling in this respect. Macron's first Fête Nationale as President in 2017 offered a good demonstration of this alliance of 'modernity' and 'tradition' when a band in military uniform played a mashup of Daft Punk hits in front of a clearly amused Macron and a puzzled Donald Trump. (Marc 2020, 256–257)<sup>38</sup>

## Bibliografie

- BARTHES, Roland. 1964. *Mythen des Alltags*. Deutsch von Helmut Scheffel. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- BARTHES, Roland. 2005. *Mythologies*. Paris: Éditions du Seuil.
- BERNIER, Alexis. 2020. „Techno Parade.“ In *Électrorama. 30 ans de musique électronique française*, ed. Tsugi, 24–27, Paris: Marabout.
- BERTIN, Pascal. 2020. „Rough Trade.“ In *Électrorama. 30 ans de musique électronique française*, ed. Tsugi, 102–103, Paris: Marabout.
- BIRGY, Philippe. 2003. „French electronic music: the invention of a tradition.“ In *Popular music in France from chanson to techno. Culture, identity, and society*, ed. Dauncey, Hugh & Steve Cannon, 225–242, Aldershot: Ashgate.

---

<sup>36</sup> „Sind Daft Punk in ihrem Wunsch und ihrer Hoffnung nach Anonymität vielleicht Barthianer?“

<sup>37</sup> „This faux-animation element to modern vidpop, the way that the choreography and filming techniques are designed to make humans move in ways that resemble the characters in videogames, is why you've got this spate of pop groups taking the next logical step and hiding themselves behind cartoons: Gorillaz, Daft Punk's anime-style promos and robot shtick. William Gibson's *Idoru* – the purely computer-generated star-as-figment – is just around the corner.“ (Reynolds 2009, 303)

<sup>38</sup> FranceInfo stellt das Video vom Abschluss der Parade unter dem Titel „Quand l'armée française joue Daft Punk“ (vom 14.07.2014) zur Verfügung <<https://www.youtube.com/watch?v=iH2ljg-WEL4>>. Im Präsidentschaftswahlkampf 2003 nutzen sowohl Jacques Chirac als auch Lionel Jospin den Song „One more time“ für ihre Veranstaltungen, beiden politischen Lagern untersagt das Duo die Nutzung seiner Musik (Malkin 2015b, 269–270).

- BLANC-FRANCARD, Hubert. 2021. *BoomBass. Une histoire de la French touch*. Paris: Éditions Léo Scheer.
- BRESSON, Nicolas. 2020. „Free parties, l'autre french touch.“ In *Électrorama. 30 ans de musique électronique française*, ed. Tsugi, 172–177, Paris: Marabout.
- BELLANGER, Aurélien. 2018. *Eurodance*. Paris: Gallimard.
- CARRETIER, Benoît. 2020. „Geneviève Gauckler.“ In *Électrorama. 30 ans de musique électronique française*, ed. Tsugi, 45, Paris: Marabout.
- COLLIN, Matthew. 2019. *Rave on. Global adventures in electronic dance music*. London: Serpent's Tail.
- DAFT PUNK. 2000. *D.A.F.T.: A Story About Dogs, Androids, Firemen and Tomatoes*. DVD. Virgin.
- DEMIR, Anaïd. 2012a. „Punks universels.“ In *French touch : graphisme, vidéo, électro*, ed. Gastaut, Amélie, 164–167, Paris: Les Arts Décoratifs.
- DEMIR, Anaïd. 2012b. „Bulles sonores. Air et l'élégance arty.“ In *French touch : graphisme, vidéo, électro*, ed. Gastaut, Amélie, 174–177, Paris: Les Arts Décoratifs.
- DIEDERICHSEN, Diedrich. 2010. *Sexbeat*. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- DIEDERICHSEN, Diedrich. 2014. *Über Pop-Musik*. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- DIEDERICHSEN, Diedrich. 2018. „Breakfast for Children – Produktive Missverständnisse – Woodstock.“ In *Freiheit macht arm. Das Leben nach Rock'n'Roll 1990-93*, ed. Diederichsen, Diedrich, 183–201, Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- ESHUN, Kodwo. 1998. *More brilliant than the sun. Adventures in Sonic Fiction*. Concept engineered by Kodwo Eshun. London: Quartet Books.
- GARNIER, Laurent & David Brun-Lambert. 2013. *Électrochoc. L'intégrale, 1987-2013*. Paris: Flammarion.
- GARRIGOU-LAGRANGE, Matthieu. 2021. „Qu'est-ce que la French Touch ?“ Podcast *Sans oser le demander*, Radio France, 22.09.2021, <<https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/sans-oser-le-demander/qu-est-ce-que-la-french-touch-5054250>> 8.6.2024.
- GASTAUT, Amélie (ed.). 2012. *French touch : graphisme, vidéo, électro*. Paris: Les Arts Décoratifs.
- GOUJON, Michel & Camille Goujon. 2020. *Daft Punk incognito*. Paris: L'Archipel.
- GUENA, Pauline & Jahn, Anne-Sophie. 2022. *Daft*. Paris: Bernard Grasset.
- JAMES, Martin. 2003. *French Connections. From discothèque to discovery*. London: Sanctuary.
- JOURDAIN, Stéphane. 2015. *French Touch – une épopée électro*. Bègle: Le Castor Astral.
- Kösch, Sascha. 2001. „Ein Review kommt selten allein. Die Regeln der elektronischen Musik. Zur Schnittstelle von Musik- und Textproduktion im Techno.“ In *Sound Signatures. Pop-Splitter*, ed. Bonz, Jochen, 173–189, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- LELOUP, Jean-Yves. 2012. „Generation X. Une courte histoire de la French Touch.“ In *French touch : graphisme, vidéo, électro*, ed. Gastaut, Amélie, 10–15, Paris: Les Arts Décoratifs.
- LOOSELEY, David. 2003. „In from the margins: chanson, pop and cultural legitimacy.“ In *Popular music in France from chanson to techno. Culture, identity, and society*, ed. Dauncey, Hugh & Steve Cannon, 27–39, Aldershot: Ashgate.
- MALKIN, Raphaël. 2015a. „The Rise and Fall of French Touch.“ *Red Bull Music Academy Daily*, 02.11.2015 <<https://daily.redbullmusicacademy.com/2015/11/french-touch-feature>> 8.6.2024.
- MALKIN, Raphaël. 2015b. *Music sounds better with you*. Marseille: Le Mot et le reste.

- MARC, Isabelle. 2020. „Around the world: France’s new popular music diplomacy.“ In *Modern & Contemporary France* 28 (3), 253–270, <<https://doi.org/10.1080/09639489.2019.1682533>> 8.6.2024.
- MEUNIER, Clémence. 2020. „Spiral Tribe.“ In *Électrorama. 30 ans de musique électronique française*, ed. Tsugi, 166–169, Paris: Marabout.
- REYNOLDS, Simon. 2009. *Bring the noise. 20 years of writing about hip rock and hip hop*. London: Faber & Faber.
- REYNOLDS, Simon. 2012. *Energy Flash. A Journey Through Rave Music and Dance Culture*. New York: Soft Skull Press.
- SAVAGE, Jon. 1993. „Machine Soul. A History of Techno.“ In *The Village Voice Summer 1993 „Rock & Roll Quarterly“* insert <[http://music.hyperreal.org/library/machine\\_soul.html](http://music.hyperreal.org/library/machine_soul.html)> 8.6.2024.
- SCHÜTZ, Violaine. 2014. *Daft Punk. Humains après tout*. Rosières-en-Haye: Camion blanc.
- TINKER, Chris. 2003. „Music.“ In *French popular culture. An introduction*, ed. Dauncey, Hugh, 90–103, London: Arnold.

## Zusammenfassung

Im Verlauf der 1990er Jahre findet in Frankreich im Bereich der elektronischen Musik eine Entwicklung statt, mit der das Land zu einem bedeutenden Standort auf der popmusikalischen Weltkarte wird. Das Etikett „French“ wird schnell zu einer Art Qualitätssiegel in der internationalen Wahrnehmung, die dazu geprägten Begriffe wie „French House“ werden fast umgehend auch im negativen Sinne eines „French Hype“ gedeutet und als Ausverkauf einer ursprünglich im „Underground“ angesiedelten Musik kritisiert. Zugleich aber wird dieser sehr heterogenen und vielseitigen Musik in ihrer Rezeption eine „französische Note“ zugeschrieben, die schwer greifbar bleibt, aber kontinuierlich präsent ist. In diesem Sinne wirkt die Bezeichnung „French Touch“ im Rückblick sogar wie die Chiffre eines modernen Mythos im Sinne von Roland Barthes.

## Abstract

During the 1990s, France witnesses an evolution in the realm of electronic music, appearing as an important player on the world map of pop music. The label “French” soon becomes a sort of hallmark in the international perception; concepts coined in this context, like “French House”, almost immediately are also seen in a negative sense of a “French Hype” and criticised as a sell-out of the genre’s origins in the “underground”. However, simultaneously, the public identifies this quite heterogeneous and diverse music with a certain “Frenchness”, of difficult definition, but continuous presence. In this sense, the concept “French Touch”, in retrospect also works as the key for a modern myth as proposed by Roland Barthes.