

Körper, Konsum und Kompetenz – Die Rolle digitaler Medien(inhalte) in der Skateszene

Katharina Bock

Beitrag zur Ad-Hoc-Gruppe »Globalisierte Jugendkultur – Jugendkulturelle Globalisierung? Komplexe Dynamiken juveniler Gesellungsgebilde«

Einleitung

Ziel der Ad-Hoc-Gruppe *Globalisierte Jugendkultur – Jugendkulturelle Globalisierung? Komplexe Dynamiken juveniler Gesellungsgebilde* war es, verschiedenartige jugendkulturelle Phänomene im Hinblick auf die kulturellen Aus- und Wechselwirkungen des Globalisierungsprozesses in den Blick zu nehmen, da diese in der Auseinandersetzung mit jugendlichen bzw. juvenilen Vergemeinschaftungsformen bisher noch wenig Berücksichtigung finden.

Wesentlich angetrieben wird dieser Prozess durch technologische, vor allem informationstechnische Innovationen. Damit wiederum geht ein stetiger Wandel im Medienbereich einher, den Begriffe wie Digitalisierung (Umstellung von analoger auf digitale Technologie), Konvergenz (Zusammenwachsen unterschiedlicher Medien und Geräte), Pluralisierung (Vervielfachung von Medien und Endgeräten) und Diversifizierung (Spezialisierung medialer Nutzungsangebote im Rundfunkbereich und Internet) kennzeichnen (Hugger 2014, S.13f.). Im Zuge dieses Wandels und durch die stetigen Weiterentwicklungen digitaler Technologien bleiben juvenile Vergemeinschaftungsformen nicht unberührt von kulturellen Konsequenzen der Globalisierung, denn die medientechnischen Entwicklungen im Online-Bereich bieten solchen Gemeinschaften und ihren Anhänger/innen inzwischen scheinbar grenzenlose Möglichkeiten „sich mit einem spezifischen Webangebot zu präsentieren, zu inszenieren, zu stilisieren, zu orientieren und zu vergemeinschaften“ (Hugger 2014, S.21).

Folglich spielen digitale Medien und deren Inhalte auch in der Skateszene eine wichtige Rolle. Durch sie stehen vielfältige Wissensbestände zur Verfügung, die in Texte gegossen, in Fotos oder audiovisuellen Erzeugnissen eingefangen und verbreitet werden, und es erweitern sich hierdurch die individuellen wie szenekommunikativen Ausdrucks- und Austauschmöglichkeiten. Allerdings gilt zu bedenken, dass es sich hierbei um eine Gemeinschaft von Gleichgesinnten handelt, die durch ähnliche Vorlieben in Bezug auf Körpermodelle, -gesten und -bewegungen miteinander verbunden sind (Alkemeyer et al. 2003, S.9) und deren Kerninteresse explizit auf physisch-reale Räume ausgerichtet ist. Entscheidend für Teilhabe und Mitgliedschaft ist die Aneignung dieser Räume, die in einem stetigen Prozess der Auseinandersetzung des Körpers mit materiellen kulturellen Artefakten erfolgt. Hierbei erhalten die Szenemitglieder Gelegenheit, Fähigkeiten und Eigenschaften zur Schau zu stellen, die von signifikanten anderen Mitgliedern geschätzt und anerkannt werden. Im Kern sind dies: die über freiwillig und selbstgesteuerte Lernprozesse vorangetriebene Beherrschung von Fahrtechniken und Tricks;

dies wiederum setzt regelmäßiges, langwieriges und zum Teil auch schmerzvolles Üben voraus und geht mit dem Überwinden von Widerständen, dem Bestehen individueller Prüfungen und dem Umgehen mit Verletzungsrisiken einher. Das soziale Miteinander in der Offline-Welt steht in dieser Szene im Mittelpunkt, und dabei spielen Gemeinschaftserleben, wechselseitige Anerkennung und Respekt für die einzelnen Szenemitglieder – vor allem deren Bewegungskönnen – eine zentrale Rolle (Schwier, Kilberth 2018, S.8). Es geht um „das gemeinsame physische Agieren und dadurch erzeugte oder bekräftigte Stimmungen und Gefühle“ (Alkemeyer 2010, S.332), denn durch die Fähigkeit, sich stimulieren zu lassen, werden die Körper zum „Instrument körperlicher Lust (auch Angstlust), von Spannung, Thrill und Glück wie im Flow-Erlebnis“ (Gebauer, Alkemeyer 2001, S.130).

Vor dem Hintergrund dieser spezifischen thematischen, nämlich körper- und sportbezogenen, Interessenausrichtung stellt sich die Frage, was digitale Medien(inhalte) für die szenekulturellen Bedeutungskonstruktionen von Skater/innen tatsächlich leisten (können)? Hierauf bezogen wird im Folgenden ein Überblick über die für die Skateszene wichtigsten digitalen Medien(inhalte) gegeben und deren Rolle mit Blick auf die Themen *Körper, Konsum und Kompetenzen* ausgelotet.

Der vorliegende Beitrag basiert auf einer ethnografischen Studie zur Skateboardszene (Bock 2017; Bock 2018), in der ich der Frage nachging, wie Skateboarder/innen ihre szenekulturelle Bedeutungswelt kommunikativ konstruieren – und zwar sowohl verbal und körperlich, als auch mit den Möglichkeiten des Internets.

Szenerelevante digitale Medien(inhalte)

Nicht zuletzt vor dem Hintergrund eigener Erfahrungen beim Feldzugang (Bock 2017, S.42ff.) zeigt sich, dass die Kenntnis bedeutsamer Szenemedien bzw. deren Inhalte unabdingbar ist, um mitreden und dazugehören zu können. Sowohl aktuelle Themen und Trends als auch Einblicke in die historische Entwicklung der Skateszene samt wichtiger Etappen sind zum großen Teil ausschließlich über szenemediale Erzeugnisse und Infrastrukturen zugänglich, die im Folgenden näher betrachtet werden.

E-Zines

Zu namhaften E-Zines, die zum Teil auch als gedruckte monats- oder quartalsweise Ausgaben erscheinen, zählen unter anderem das *Solo Skateboardmagazine*, das *Monster Skateboard Magazine*, die Magazine *Place*, *Thrasher* und *Kingpin* sowie das *Transworld Skateboarding Magazine*. Beim Sichten solcher Zines zeigt sich, was zu deren häufigsten redaktionellen Inhalten zählt: Interviews mit bekannten (meist männlichen) Skater/innen, Besprechungen von Skatespots, Berichte über Events, Touren oder Videoproduktionen, Artikel mit Rückblicken oder aktuellen Entwicklungstrends. Zudem stellen Personen-Profile bedeutsame Skater/innen und Newcomer/innen vor, informieren über deren Bewegungskönnen, ihr Szenewissen und ihre Vorlieben in Bezug auf Spots, Tricks, Marken. Auf diesem Weg werden der Rezipient/innenschaft geeignete Identifikationsschablonen bereitgestellt, wobei ihnen indirekt vermittelt wird, das Wissen, die Leistung und den Style vor allem männlicher Profi-Skater in besonderem Maße wertzuschätzen. Denn: In Bezug auf die Wahl zu vollführender Skatetricks geht es stets darum, zu den „wenigen Skatern“ (!) zu gehören, die „verdammte schwere“ und besonders „stylische“ Tricks beherrschen (Bock 2017, S.154f.). Wohl deshalb lassen sich Darstellungen weniger leistungsstarker, uncooler (weil eben ‚nicht stylisher‘ oder weil ‚weiblicher‘) Szenemitglieder hier kaum ausmachen.

Durchsetzt sind diese redaktionellen Textinhalte mit zum Teil hochgradig ästhetisierten Fotos und Video-Screenshots. Spektakulär in Szene gesetzt, fangen die meisten dieser Bilder riskante Bewegun-

gen ein, um einem Spaß- und Erlebnisversprechen Ausdruck zu verleihen (Bock 2017, S.119). Solche Bilder stellen einen Zustand dar, der von den Bedingungen seines Entstehens, der Zeit, den konkreten Mühen, Kraftanstrengungen, eventuellen Rückschlägen oder den profanen Nöten enthoben, von allem Prozessualen entbunden und hochgradig ästhetisch-dramatisch zugespitzt ist (Stern 2003, S.45). Die Reduktion dieser Sache jedoch verursacht eine Wahrnehmungslücke; die von den Risiken ‚bereinigten‘ Bilder lassen den Eindruck entstehen, die zum Teil waghalsigen Bewegungen seien leicht anzueignen (Stern 2003, S.45). Damit regen sie Anfänger/innen oder interessierte Lai/innen ggf. dazu an, Gleiches zu tun – und zwar, ohne sich vielleicht der möglichen Folgen wirklich bewusst zu sein.

Durchsetzt sind die redaktionellen Inhalte außerdem mit Werbeanzeigen und Hinweisen auf szeninterne Marken und Akteur/innen wie *Vans*, *Titus* oder *Radio*, und szenexterne wie *Nike* oder *Adidas*. Aber auch die sportfernen Energydrink-Marken *Red Bull* und *Relentless*, deren Images für Stärke, Vitalität, Sportlichkeit und Coolness stehen, sind darunter vertreten.

Deutlich sichtbar platziert, und zwar auf praktisch jeder Seite, sind außerdem zahlreiche Social Media-Icons (vor allem Facebook, Instagram, Twitter), die zum Teilen („share this“) der jeweiligen Inhalte oder zum Verfolgen dieser („follow us“) aufrufen. Hierdurch multiplizieren sich die jeweiligen Medieninhalte und stehen der Skateszene (potenziell) global zur Verfügung.

Videoportale und Videoformate

Auf szeneeinternen Videoportalen (zum Beispiel *Skatevideosite*, *Skimthefat*, *Hellaclips* oder *Skatevideomazine*) werden Videoclips, Filme oder Dokumentationen gelistet und können dort bewertet werden. Aber auch szenexterne Videoplattformen (vor allem *Youtube* und *Vimeo*) stellen szenerelevante Bewegungsbilder zur Verfügung, und viele der zuvor genannten Zines sind dort jeweils sogar mit eigenen Kanälen vertreten.

Auf solchen Portalen tummeln sich ganz unterschiedliche Video-Formate: Am gängigsten und populärsten sind a) klassische Skatevideos. Dabei handelt es sich um kurze Werbefilme, in denen namhafte (meist männliche) Skater/innen, ausgestattet mit bestimmten Marken und Accessoires, ihre besten Techniken und Tricks performen. Daneben existieren sogenannte b) Contest-Videos – also filmisch festgehaltene Wettbewerbe. In c) dokumentarischen Formaten steht vor allem das Gemeinschaftserleben lokaler Szenen oder bestimmter Skate-Teams im Mittelpunkt. Außerdem kursieren im Netz unendlich viele d) „Video-Eigenproduktionen“ (Witzke 2005) – also (häufig Handy-)Videos von lokalen ‚Held/innen‘ in ihrer heimischen Umgebung, die zeigen, was sie können. Häufig handelt es sich dabei um sogenannte „Sponsor-me-Videos“ (Buckingham 2009, S.140), die in der Hoffnung auf Sponsor/innenverträge und eine damit verbundene Profi-Karriere produziert und distribuiert werden.

Was aber macht diese Video-Formate so beliebt? Bewegte Bilder haben zunächst einmal einen deutlichen Vorteil gegenüber starren Fotografien, denn sie üben eine sehr viel größere Faszination für die Mitglieder der Szene aus: Sie transportieren lebendige Eindrücke; sie dienen der Selbst-Motivation vor dem Fahren und sind hierfür Ideengeber; sie bieten Orientierung in Bezug auf Orte, die sich zum Skaten eignen, in Bezug auf neue und innovative Fahrtechniken und Tricks, in Bezug auf das Körperstyling, die Art sich zu geben, zu sprechen usw.; sie dienen der Dokumentation des eigenen Leistungsfortschritts und ermöglichen es, diesen mit anderen vergleichbar zu machen¹ (Bock 2017, S.157ff.).

¹ Denn: (profi-mäßig) vor der Kamera zu stehen bedeutet auch, sich mit anderen Szenemitgliedern zu messen.

Darüber hinaus wird das Netz längst auch zum Vermitteln/Erlernen des szenespezifischen Körper- und Bewegungswissens genutzt. In e) Video-Tutorials erteilen erfahrene (auch hier meist männliche) Skater/innen Instruktionen zur Aneignung von Fahrtechniken und Tricks, indem sie die betreffenden Bewegungen vorführen, kommentieren und wichtige Details erläutern. Den Protagonist/innen selbst dienen solche ‚Amateurformen des Lehrens‘ vor allem als Plattform zur Selbstdarstellung. Die Rezipient/innen sollen zum Skaten befähigt werden. ‚Versprochen‘ werden ihnen genaueste Einblicke in einzelne Bewegungsabfolgen – Einblicke, die auf eine Weise ermöglicht werden, die allein durch das Internet gegeben scheint. Wie allerdings die Gegenüberstellung eines Video-Tutorials mit der realen Auseinandersetzung des Körpers mit einem Skateboard zeigt, ist die Aussage- und Wirkkraft solcher Medieninhalte deutlich begrenzt:

„Im Tutorial bleibt ausgespart, welchen körperlichen Belastungen man sich auszusetzen und welche mentalen Herausforderungen im Skateboarding zu bewältigen sind (und zwar auf’s immer wieder Neue). Es zeigt sich, dass – lange bevor es an das Üben auch nur irgendeines online ‚angepriesenen‘ Tricks geht – zunächst sehr basale Fähigkeiten (v.a. Gleichgewicht-halten, Anfahren, Bremsen und das ‚richtige‘ Stürzen) erworben, verinnerlicht und/oder unter Beweis gestellt werden müssen. Wie [...] deutlich wird, sind Bewegungen mit dem Skateboard nur in einem mühsamen, schwierigen, langwierigen und körperlich belastenden Prozess zu erwerben. Und online-mediale Lehrformen wie Video-Tutorials können lediglich (ausschnittshafte) Ideen davon vermitteln, wie sich dieser Aneignungsprozess anfühlt. Die Körper- und Boardbewegungen visuell und dabei erläuternde Worte auditiv wahrzunehmen ermöglicht zwar das Erfassen von Körperhaltungen, Bewegungen und Abläufen, ebenso deren Komplexität und Gleichzeitigkeit – ihr Zusammenspiel aber lässt sich nur durch das eigene Körperhandeln vollends begreifen und umsetzen. Das bloße Rezipieren von Online-Tutorials befähigt also noch lange nicht zum Skaten, sondern scheint lediglich geeignet, Ideen und Bewegungsimpulse zu vermitteln“ (Bock 2018, S.155f).

Sonstige Webseiten und Online-Skateshops

Darüber hinaus existiert eine fast unendliche Vielzahl weiterer Webseiten (zum Beispiel *Skatecheck*, *Boardstation*, *Boardstein*, *Boardmag*, *Skatemap* oder *Everskate*), auf denen alle möglichen News, Zusatz- und Hintergrundinformationen aus der Szene für die Szene bereitgestellt werden. Dazu gehören zum Beispiel Wörterbücher mit Begriffen, Lexika mit szenehistorischen Daten und Fakten, Kalender und Updates, die über angesagte Treffpunkte und Events informieren. Zudem offerieren Online-Skateshops eine breite Palette an Materialien zur Ausstattung der Körper. So sind beispielsweise über die Webseiten von *Skatedeluxe*, *Titus* oder *Boardjunkies* sowohl das skatespezifische Equipment (zum Beispiel Boards/Decks, Griptape, Achsen, Rollen, Kugellager, Protektoren) als auch Kleidung, Schuhe und Accessoires unterschiedlicher Hersteller/innen und Marken zu erhalten (zum Beispiel Shirts, Hoodies, Jacken, Sneaker, Basecaps, Rucksäcke, Sonnenbrillen, Socken und sogar Unterwäsche). Was hier bereitgestellt wird, sind optionale „Zeichen(-arrangements)“ (Hitzler, Niederbacher 2010, S.187) – Angebote zur Ausstattung der Körper, die als Zugehörigkeits- und Stilisierungsmarker fungieren (Bock 2017, S.132ff.).

Schlussfolgerungen für die Rolle der digitalen Medien(inhalte) in der Skateszene

Mit all diesen digitalen Inhalten und Formaten ergeben sich wichtige Funktionen und Wirkungsweisen in Bezug auf die Themen *Körper, Konsum und Kompetenz*, die im Folgenden näher herausgearbeitet werden.

Allen Inhalten und Formaten gemeinsam ist ein *Adressieren bestimmter Körper*: Bei diesen Körpern handelt es sich hauptsächlich um heterosexuelle, männliche Körper. Diese Körper werden dazu aufgerufen Informationen zu produzieren, zu rezipieren und zu multiplizieren. Die Körper werden aufgerufen, sich an bestimmte Orte mit bestimmten Eigenschaften zu begeben. Es wird dazu aufgerufen, diese Körper auf bestimmte Weise zum Einsatz zu bringen, und hierfür werden Impulse, Inspirationen und Angebote bereitgestellt. In diesem Zusammenhang wird den Körpern suggeriert, an welchen anderen (heterosexuell-männlichen) Körpern sie sich zu orientieren haben; welche Körper und welche körperbezogenen Eigenschaften und Kompetenzen und Stilisierungsweisen besonders wertzuschätzen sind. Und im Zuge der Orientierung an den Stilisierungsweisen signifikanter Anderer werden an die Körper bedeutsame *Konsummuster* geknüpft. Das heißt, die Szene und ihre Anhänger/innenschaft wird dazu aufgerufen, ihre Körper auf ganz bestimmte Weise zu stylen und mit ganz bestimmten Artefakten auszustatten.

Mit den Möglichkeiten der Digitalisierung eröffnen sich außerdem *Potenziale zur Ausbildung und/oder Erweiterung ganz unterschiedlicher Kompetenzen*: Dazu zählen beispielsweise medientechnische Kompetenzen (etwa Produktions- und Vermittlungskompetenzen für Text, Bild und Video, Technik-, Design- oder Programmierkenntnisse) – und diese braucht es schließlich, um die szenespezifische Online-Welt überhaupt erst herzustellen. Solche Kompetenzen können außerdem dazu dienen, sich individuell, auf besondere und kreative Weise auszudrücken (und hieraus ggf. Anerkennung zu generieren). Auch können sich daraus Potenziale für berufliche Tätigkeiten ergeben, zum Beispiel in den Bereichen Redaktion, Videoproduktion oder Werbung². Audiovisuelle Online-Inhalte liefern außerdem Inspiration und Motivation zur Optimierung und Vervollkommnung des jeweils eigenen Bewegungskönnens, sodass körperlich-fahrerische Kompetenzen (zumindest potenziell) erweitert werden können.

Es lässt sich also festhalten, dass im Zuge der Digitalisierung *Körper, Kompetenzen und Konsumwelten* in der Skateszene eine enge Verbindung eingehen. Und diese Verbindung ist funktional und in Teilen sehr wirkmächtig: Die Möglichkeiten der Digitalisierung eröffnen erweiterte Ausdrucks- und Kommunikationsmöglichkeiten, Plattformen zur Selbstdarstellung, Möglichkeiten des Anerkennens, es können Medienkompetenzen erworben werden, und es eröffnen sich sogar Karrieremöglichkeiten. Durch die digitalen Medien(inhalte) stehen vielfältige Wissensbestände zur Verfügung – Wissensbestände, die es braucht, um Gemeinschaftsbildung und szenekommunikative Prozesse zu fördern und in Gang zu halten (dazu ausführlicher: Bock 2017). Und die mit der Digitalisierung gegebenen Möglichkeiten der Speicherung und Multiplikation von Wissensbeständen tragen zur Verstetigung dieser bei.

Bei allem sich durch digitale Verbreitungswege bietenden Potential zeigt sich gleichzeitig jedoch auch, wie überhöht und idealisiert, selektiert und reduziert, adaptiert und modifiziert die Skateszene

² Dazu zählen beispielsweise die Skater Pascal Richter und Markus Kannenthal, deren Skateboard-Leidenschaft und ihr großes medientechnisches Interesse sie zu einer Professionalisierung als Videofilmer inspiriert haben.

online erscheint, wodurch sich Verzerrungen und Grenzen in Bezug auf die Aussage- und Wirkkraft der Medieninhalte ergeben. Zu solchen Verzerrungen kommt es beispielsweise, weil Wissensbestände diffundieren und so auch sceneexternen Akteur/innen zugänglich, von diesen zu eigen gemacht und verändert werden (können). Verzerrungen ergeben sich zudem in der Repräsentation der Mitgliedschaft – nämlich eine, von der man annimmt, sie bestehe im Wesentlichen aus coolen, stylischen, leistungsstarken, ausschließlich heterosexuell-männlichen Körpern. Anders als in der realen Szene-Welt präsentiert sich online-medial also eine Szene, in der andere Körper und andere Geschlechter praktisch kaum stattfinden. Weitere Verzerrungen ergeben sich in Bezug auf den Aneignungsprozess, denn wie sich zeigt, kann dieser durch das schlichte Rezipieren eines Video-Tutorials nicht einmal ansatzweise vermittelt werden. Und so scheint es, als würden sich ‚wahre‘ Szenemitgliedschaft und -teilhabe auch weiterhin entscheiden im kompetenten physischen Agieren, im Beisammensein und Erleben in der Offline-Welt.

Literatur

- Alkemeyer, Thomas, Bernhard Boschert, Robert Schmidt und Gunter Gebauer. 2003. Aufs Spiel gesetzte Körper. Eine Einführung in die Thematik. In *Aufs Spiel gesetzte Körper. Aufführungen des Sozialen in Sport und populärer Kultur*, Hrsg. Alkemeyer, Thomas, Bernhard Boschert, Robert Schmidt und Gunter Gebauer, 7–15. Konstanz: UVK.
- Alkemeyer, Thomas. 2010. Verkörperte Gemeinschaftlichkeit. Bewegungen als Medien und Existenzweisen des Sozialen. In *Die Körperlichkeit sozialen Handelns. Soziale Ordnung jenseits von Normen und Institutionen*, Hrsg. Fritz Böhle und Margit Wehrich, 33–348. Bielefeld: Transkript.
- Bock, Katharina. 2017. *Kommunikative Konstruktion von Szenekultur. Skateboarding als Sinnstiftung und Orientierung im Zeitalter der Digitalisierung*. Weinheim, Basel: Beltz Juventa.
- Bock, Katharina. 2018. Zur Rolle online-medialer Inhalte für die Skateboardkultur. In *Skateboarding zwischen Subkultur und Olympia. Eine jugendliche Bewegungskultur im Spannungsfeld von Kommerzialisierung und Versportlichung*, Hrsg. Jürgen Schwier und Veith Kilbert, 143–164. Bielefeld: Transcript.
- Buckingham, David. 2009. Skate Perception: Self-Representation, Identity and Visual Style in a Youth Subculture. In *Video Cultures: Media Technology and Everyday Creativity*, Hrsg. David Buckingham und Rebekah Willett, 133–151. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Gebauer, Gunter und Thomas Alkemeyer. 2001. Das Performative in Sport und neuen Spielen. In *Paragrana 10, Theorien des Performativen*: 117–136.
- Hugger, Kai-Uwe. 2014. Digitale Jugendkulturen. Von der Homogenisierungsperspektive zur Anerkennung des Partikularen. In *Digitale Jugendkulturen*, 2. Auflage, Hrsg. Kai-Uwe Hugger, 11–28. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schwier, Jürgen und Veith Kilbert. 2018. Quo vadis Skateboarding? In *Skateboarding zwischen Subkultur und Olympia. Eine jugendliche Bewegungskultur im Spannungsfeld von Kommerzialisierung und Versportlichung*, Hrsg. Jürgen Schwier und Veith Kilbert, 7–13. Bielefeld: Transcript.
- Stern, Martin. 2003. Heldenfiguren im Wagnissport. Zur medialen Inszenierung wagnissportlicher Erlebnisräume. In *Aufs Spiel gesetzte Körper. Aufführungen des Sozialen in Sport und populärer Kultur*, Hrsg. Alkemeyer, Thomas, Bernhard Boschert, Robert Schmidt und Gunter Gebauer, 37–54. Konstanz: UVK.
- Witzke, Margrit. 2005. Jugendforschung mit Video-Eigenproduktionen. In *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch*, Hrsg. Lothar Mikos und Claudia Wegener, 323–332. Konstanz: UVK.

Szenerelevante Webseiten

- Adidas Deutschland. Skateboarding: Pro Skateschuhe & Outfits. <https://www.adidas.de/skateboarden> (Zugegriffen: 27. Dezember 2018).
- Boardjunkies. <http://www.boardjunkies.de/> (Zugegriffen: 27. Dezember 2018).
- Boardmag. <https://www.boardmag.com/> (Zugegriffen: 27. Dezember 2018).
- Boardstation. <http://www.boardstation.de/> (Zugegriffen: 27. Dezember 2018).
- Boardstein. <http://www.boardstein.com/> (Zugegriffen: 27. Dezember 2018).
- Everskate. <https://everskate.com/> (Zugegriffen: 27. Dezember 2018).
- Hellaclips. <http://www.hellaclips.com/> (Zugegriffen: 27. Dezember 2018).
- Instagram. <https://www.instagram.com/> (Zugegriffen: 27. Dezember 2018).
- Kingpin Skateboarding. <https://kingpinmag.com/> (Zugegriffen: 27. Dezember 2018).
- Monster Skateboard Magazine. <https://skateboardmsm.de/> (Zugegriffen: 27. Dezember 2018).
- Nike SB. Nike Skateboarding Produktwelt. https://www.nike.com/de/de_de/c/skateboarding (Zugegriffen: 27. Dezember 2018).
- Place. Skateboard Culture. <http://www.placeskateboarding.de/> (Zugegriffen: 27. Dezember 2018).
- Radioskateboards. <http://shop.radioskateboards.com/> (Zugegriffen: 27. Dezember 2018).
- Red Bull. Skateboarding. <https://www.redbull.com/de-de/tags/skateboarding> (Zugegriffen: 27. Dezember 2018).
- Relentless. Skateboarding. <https://relentlesskateboarding.com/> (Zugegriffen: 27. Dezember 2018).
- Skatecheck. Skateboard Geschichte. <http://www.skatecheck.de/skateboard-geschichte/> (Zugegriffen: 27. Dezember 2018).
- Skatedeluxe. <https://www.skatedeluxe.com/de> (Zugegriffen: 27. Dezember 2018).
- Skatemap. <https://skatemap.de/> (Zugegriffen: 27. Dezember 2018).
- Skatevideomagazine. <https://skatevideomagazine.com/> (Zugegriffen: 27. Dezember 2018).
- Skatevideosite. <http://www.skatevideosite.com/> (Zugegriffen: 27. Dezember 2018).
- Skimthefat. Your Guide to Skatboarding Videos. <http://www.skimthefat.com> (Zugegriffen: 27. Dezember 2018).
- Slap Magazine. <http://www.slapmagazine.com/> (Zugegriffen: 27. Dezember 2018).
- Solo Skateboardmagazine. <http://www.soloskatemag.com/> (Zugegriffen: 27. Dezember 2018).
- Thrasher Magazine. <http://www.thrasher magazine.com> (Zugegriffen: 27. Dezember 2018).
- Titus. <https://www.titus.de/> (Zugegriffen: 27. Dezember 2018).
- Transworld Skateboarding Magazine. <https://skateboarding.transworld.net/> (Zugegriffen: 27. Dezember 2018).
- Twitter. <https://twitter.com/> (Zugegriffen: 27. Dezember 2018).
- Vans Pro Skate. Shoes, Clothing & More. <https://www.vans.com/skate.html>. (Zugegriffen: 27. Dezember 2018).
- Vimeo. <https://vimeo.com/de/> (Zugegriffen: 27. Dezember 2018).
- Youtube. <https://www.youtube.com/> (Zugegriffen: 27. Dezember 2018).