

Jan-Niklas Jäger

**FACTUALLY**

Pet Shop Boys in Theorie und Praxis



**Jan-Niklas Jäger** studierte Online-Journalismus in Darmstadt sowie Amerikanistik und Philosophie in Mainz. Er lebt aktuell in Nürnberg und schreibt für die »Spex« und »testcard«. Zuletzt übersetzte er für den Ventil Verlag Simon Reynolds' »GLAM: Glitter Rock und Art Pop von den Siebzigern bis ins 21. Jahrhundert« ins Deutsche. Auf [popcrimes.de](http://popcrimes.de) bloggt er hin und wieder über Popmusik.

»**testcard zwergobst**« wird präsentiert vom Magazin »testcard. Beiträge zur Popgeschichte«. Weitere Bände der Reihe:

- Frank Apunkt Schneider: »Deutschpop halt's Maul«
- Dagmar Brunow (Hg.): »Stuart Hall. Aktivismus, Pop und Politik«
- Jonas Engelmann: »Wurzellose Kosmopoliten. Von Luftmenschen, Golems und jüdischer Popkultur«
- Wolfgang Seidel: »Wir müssen hier raus! Krautrock, Free Beat, Reeducation«
- Yvonne Kunz: »Jihad Rap. An den Rändern muslimischer Subkulturen«
- Chris W. Wilpert / Robert Zwarg (Hg.): »Destruktive Charaktere. Hipster und andere Krisenphänomene«
- Sonja Vogel: »Turbofolk. Soundtrack zum Zerfall Jugoslawiens«

[www.testcard.de](http://www.testcard.de)

© Ventil Verlag UG (haftungsbeschränkt) & Co. KG, Mainz 2019

Alle Rechte vorbehalten

1. Auflage März 2019

ISBN 978-3-95575-099-2

Lektorat: Jonas Engelmann

Gesamtgestaltung und Satz: Oliver Schmitt

Druck und Bindung: CPI books GmbH, Leck

Ventil Verlag, Boppstraße 25, 55118 Mainz

[www.ventil-verlag.de](http://www.ventil-verlag.de)

<b>Performance</b>	7
oder: What Have They Done to Deserve This?	
<b>Running with Dogs</b>	17
Mit Porträts der britischen Klassengesellschaft in die Charts: »West End Girls« und »Suburbia«	
<b>A Message for the Fans</b>	28
Pet Shop Boys als Vertreter einer Gegenkultur im Massenmarkt der zweiten Hälfte der 1980er	
<b>A Matter of Time</b>	42
Gesellschaftsbilder, Teil 1: 1984 bis 2001	
<b>We All Feel Better in the Dark</b>	61
Das <i>inner sanctum</i> der Clubkultur	
<b>The Creature That I Always Meant to Be</b>	80
»Being Boring«, Jugendkultur und das Ende der Unschuld	
<b>Go West</b>	97
<i>Very</i> und der Gang ins Licht	
<b>Fundamentalism</b>	118
Gesellschaftsbilder, Teil 2: 2002 bis 2016	
<b>Love etc.</b>	134
Pop zwischen Massenkultur und Avantgarde	
Literaturverzeichnis	151
Anmerkungen	154

## Performance

### oder: What Have They Done to Deserve This?

»Alle gehen immer davon aus, dass wir alles bis ins kleinste Detail planen«, sagt Neil Tennant. »Dabei waren wir nie ›Pop-Strategen‹«. Er wurde soeben auf das Image angesprochen, das den Pet Shop Boys in den 1980ern ein ständiger Wegbegleiter war, als sie zu den ungewöhnlichsten Stammgästen auf den Titelbildern diverser Teenie- und Popmagazine gehörten, weil sie nie lächelten. »Wie kann man jemandem trauen, der auf seinem Cover gähnt?«, fragte der *NME* in der Besprechung ihrer zweiten LP *Actually*. Die britische Presse sprach gar von den »grumpiest men in pop«, den Miesepetern des Pop sozusagen. »Wir wollten nur nicht wie lächelnde Popstars rüberkommen, die einfach nur ihr fröhliches Gesicht an und wieder ausschalten«, erklärt Chris Lowe, der den emotionslosen Gesichtsausdruck mehr noch als Tennant zu seinem persönlichen Markenzeichen gemacht hat. »Aber ich habe auch schon auf der Bühne gelacht. Neulich, als wir im *Heaven* spielten und die Computer den Geist aufgaben. Das fand ich unglaublich witzig!« »Meine größte Sorge ist, dass die Pet Shop Boys für eingebildet gehalten werden«, sagt Tennant. Sein Blick fällt auf das Cover der gerade frisch erschienenen Singles-Compilation *Discography*, das ein geradezu archetypisches Pet-Shop-Boys-Bild ziert: Lowe trägt einen ausgefallenen Hut und Sonnenbrille, verzieht keine Miene. Tennant selbst trägt einen Anzug und hat die rechte Augenbraue zum skeptisch-ironischen Gesichtsausdruck angehoben. »Man will *Oh fuck off* drauf schreiben, nicht wahr?«

Zwei Jahre zuvor. Die Pet Shop Boys geben eine Pressekonferenz in Hongkong anlässlich ihrer ersten Tour, die dort in weni-

gen Tagen starten wird. Das Ziel der Konferenz ist es, die Berichterstattung der Medien vor Ort anzukurbeln, doch stattdessen kommen die meisten Fragen von einem britischen Journalisten mit Liverpooleser Akzent. Er zitiert aus einem Beitrag des Fanmagazins *Annually*, in dem Tennant und Lowe über ihre Lieblingsplatten des Sommers 1988 sprechen. Lowes lobende Worte für Kylie Minogues »I Should Be So Lucky« scheinen ihn zu verwirren. »Meinst du das ernst oder willst du uns auf den Arm nehmen?« Natürlich meint Lowe das völlig ernst, wie er auch sogleich klarstellt. Gerade die vermeintliche Banalität des Textes sei eine Stärke: kein Nonsense, »just pure ecstasy«. Was sie denn dazu sagen hätten, dass ihre Texte als zu banal kritisiert würden, will der Journalist wissen und nennt dabei ausgerechnet die Anti-Privatisierungs-Nummer »Shopping« als Beispiel. »Nun ja«, seufzt Tennant, »sie werden auch als zu intellektuell kritisiert.«

Der Arroganzvorwurf, den Tennant so fürchtet, verbindet eine Erwartungshaltung an Popmusik mit antiintellektuellem Ressentiment: Sie finden einfach zu viel Gefallen daran, clever zu sein, diese Pet Shop Boys; halten sich für etwas Besseres, dabei sind sie doch *nur eine Popband*. Dabei würden weder Tennant noch Lowe behaupten, dass die Pet Shop Boys viel mehr wären als das, dafür lieben sie Popmusik auch viel zu sehr. Warum sollten sie also mehr sein wollen als *nur eine Popband*? Ironischerweise speist sich aus genau dieser Haltung der zweite Vorwurf, der ihnen gerne gemacht wird: Pet Shop Boys? Das ist doch dieses Synthie-Duo aus den Charts; wer kann die denn schon ernst nehmen? Überhaupt, Ernst: Von Seriosität als Kategorie bei der - qualitativen - Bewertung von Popmusik profitieren Tennant/Lowe genauso sehr, wie sie ihnen schadet. Die Pet Shop Boys befinden sich in der seltsamen Lage, gleichzeitig zu ernst und nicht ernst genommen zu werden. »Ist das ganze nur *tongue-in-cheek*?«, will der gleiche Journalist auf der Pressekonferenz wissen. »Ihr scheint euch völ-

lig bewusst zu sein, dass das Pop-Business eine sehr eindimensionale Angelegenheit ist [...], aber andererseits scheint sich das, was ihr tut, an der Grenze zum Präventösen zu befinden.« Mit dieser Frage werden die Pet Shop Boys oft konfrontiert, ein paar Jahre später wird Tennant sagen, dass sie irgendwas falsch gemacht haben müssen, wenn so viele Leute glauben, ihre Band sei nur ein elaborierter Witz. An diesem Tag geht er mit seiner Antwort ins Detail: »Zu allererst: Die Pet Shop Boys lieben Popmusik völlig genuin, was uns in der Musikindustrie zu einer Seltenheit macht. Vor allem in Großbritannien neigt die Musikindustrie dazu, Popmusik zu verabscheuen. Darum gehen die Leute auch aus irgendeinem Grund davon aus, dass Chris, wenn er in einem Interview sagt, dass ihm ein Song von Kylie Minogue gefällt, die Leute auf den Arm nehmen will. Dabei wissen wir einfach das Gefühl echter Ekstase zu schätzen, das eine gute Pop- oder Dance-Platte generieren kann, und ich denke, das ist auch das, was uns an Popmusik am meisten anspricht.

Es gibt auch so eine Annahme, dass Popmusik keine wichtige Art von Musik sei, während Rockmusik - Du hast vorhin U2 erwähnt - als eine wichtige Art von Musik wahrgenommen wird. Und mir missfällt die Vorstellung, dass jemand das Bild einer wichtigen humanitären Figur auf sich projiziert, wozu Rockmusiker heutzutage tendieren. Doch wenn man einen Popsong schreibt, bedeutet das nicht, dass der Song keine ernste Bedeutung haben kann, und wenn die Leute das für sich entdecken wollen, ist das großartig. Gleichzeitig, wenn sie das nicht tun und die Bedeutung nicht bemerken, ist das auch gut. Sie reagieren nur auf andere Weise auf Popmusik. [...] Ich denke also, dass wir, obwohl wir uns manchmal auf präventöse Art präsentieren, in Wirklichkeit überhaupt nicht präventös sind.«

Nicht ein anwesender Reporter wird Tennants Selbstanalyse in seinem Artikel berücksichtigen. Stattdessen wird etwa Chris

Lowe's Antwort auf die Frage, ob es bei der Tour Gitarren auf der Bühne geben würde, abgedruckt. Die Show setzt sich durch ihre Betonung theatralischer Elemente bewusst davon ab, wie Rockkonzerte für gewöhnlich funktionieren, und so reagiert Lowe mit einem knappen »Mach dich nicht lächerlich!« Was im Kontext der Pressekonferenz offensichtlich als Witz zu erkennen ist und bei den Anwesenden die entsprechende Reaktion auslöst, wird auf dem Papier zu arroganter Überheblichkeit, und so beschwert sich dann auch eine *Smash Hits*-Leserin: »Oh, very sorry, Sir. Was für eine lächerliche Vorstellung in der Tat. Gitarren sind einfach furchtbar altmodisch, nicht wahr? [...] Du kannst vermutlich nicht mal mit einem Finger Gitarre spielen, stimmt's? [...] Was für ein Schwachkopf!«

Auch die Ankündigung dieses Buches wird für ein paar irritierte Blicke gesorgt haben. Die Pet Shop Boys im Ventil Verlag, einer Bastion für Sub- und Gegenkultur seit 20 Jahren? Ich kann mich ja nicht einmal selbst gänzlich von dieser Haltung freisprechen. Das Stichwort heißt musikalische Sozialisierung: Als ich geboren wurde, stand »Always on My Mind« zwar gerade an der Spitze der deutschen Charts und ich finde großen Gefallen an der Vorstellung, dass der Song hier und da im Radio lief, während ich versucht habe, mich in Körper und Welt zurechtzufinden. Aber erinnern kann ich mich daran genauso wenig wie an »Go West«, das die deutschen Charts drei Wochen lang anführte, als ich fünf war. Ich habe dunkle Erinnerungen an »Se a vida é« drei Jahre später, aber so richtig verbinde ich erst etwas mit »New York City Boy« und »You Only Tell Me You Love Me When You're Drunk« vom Album *Nightlife*, denn 1999 war ich alt genug für Viva und MTV. Ich mochte diese Songs, doch mit der Pubertät kam der Punk und damit wurden die Pet Shop Boys erst einmal aus dem Raster der Bands, die ich gut finden konnte, verbannt. In dieser Welt hatten sie keinen Platz mit ihren extravaganen Out-

fits (optisch kannte ich sie ja auch nur aus der *Nightlife*-Phase mit den falschen Augenbrauen, orangenen Perücken und Geschäftsmann-trifft-Samurai-Anzügen), ihrer »unechten«, weil elektronischen Musik und den Discobeats. Ich konnte ja nicht wissen, dass diese Pop-Typen viel interessantere Songs zu Gesellschaft, Geschichte, Ideologie und auch Subkultur schreiben als, sagen wir, Black Flag (was rein gar nichts darüber aussagt, ob Black Flag nun eine gute Band sind oder nicht).

Das hier ist ein Buch über Popmusik. Genauer gesagt: ein Buch über die Möglichkeiten von Popmusik. Es sieht sich das dialektische Spannungsfeld zwischen Massenunterhaltung und Subversion, in dem Pop operiert (oder operieren kann), von innen an und es ist ebendiese Operation, auf die ich den Fokus legen möchte, nämlich das Werk. Genauer gesagt: das Werk einer Band, die das Spiel zwischen diesen Polen so gut beherrscht wie kaum eine andere. Die Ausgangsfrage ist dabei eine, die ich mit 15 trotz Ärzte-Poster an der Wand bestimmt verneint hätte: Kann eine Chartband subversiv sein? Schließen kommerzieller Erfolg und kritischer Anspruch einander nicht aus?

Natürlich waren auch die Sex Pistols genau genommen eine Chartband. Aber sie kamen aus der Gegenkultur und ihre Anti-Pop-Haltung war ein wichtiger Bestandteil ihrer kompletten Inszenierung - die in sich wiederum kaum mehr Pop hätte sein können, aber genau darin lag auch der Reiz. »Every action is a performance« heißt es im PSB-Song »Flamboyant« und das Zitat könnte auch vom Pistols-Erfinder Malcolm McLaren stammen. Doch im Gegensatz zu Bands wie den Pistols sind die Pet Shop Boys ganz genuin Pop - ohne ironische Brechung, zumindest nicht in dieser Beziehung. Zwar ist Ironie für Tennant/Lowe ein wichtiges Stilmittel in Songwriting und Inszenierung, aber als solches richtet sie sich nie gegen ihren Status als Popband selbst. Speziell in ihrer »imperialen Phase« - ein im Schreiben über Pop-

musik inzwischen etablierter Begriff, den der ehemalige Musikjournalist Tennant geprägt hat, und der jenen Abschnitt einer Popkarriere bezeichnet, in der ein Interpret künstlerisch wie kommerziell seine Blütezeit feiert und quasi nichts falsch machen kann - produzierten sie Pop-Songs für die Charts. Nicht als Mittel zum Zweck wie die Pistols, auch nicht als Begleiterscheinung, der keine verstärkte Beachtung geschenkt wird, sondern gezielt mit einem Verständnis des erfolgreichen Chart-Songs als eigene künstlerische Disziplin, der die gleiche Wertigkeit beigegeben wird wie einem vermeintlich gehaltvolleren Stück Undergroundkultur. Hier stehen die Pet Shop Boys ganz in der Tradition der Tin Pan Alley und des Brill Building, wo in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts bzw. in den 1960ern die professionellen Songwriter Amerikas saßen, die die Hits dieser Zeit schrieben, in dem festen Glauben, nur die besten Songs würden auch Erfolg haben.

Natürlich gibt es zahlreiche Acts, die sich im erwähnten Spannungsfeld zwischen Massenmarkt und Subversion bewegen. Doch die Bandhistorie der PSB unterscheidet sich von den allermeisten von ihnen in einem entscheidenden Punkt: Sie waren quasi auf Anhieb erfolgreich. Und das wiederum bedeutet: Ihre »authentisch« subkulturelle Phase war extrem kurz. Als sie 1984 mit der ersten Version von »West End Girls« debütierten, waren die Pet Shop Boys etwa ein Jahr lang Teil der Disco-Subkultur der USA(!). Produziert wurde diese heute ziemlich unbekannt Version nämlich von Bobby Orlando, besser bekannt als Bobby O, einer Kultfigur des New Yorker Disco-Undergrounds der frühen 1980er. »Alles, was wir wollten«, erzählte Neil Tennant dem *Melody Maker* 1991, »war, eine Platte mit Bobby O zu machen, die man dann als Import bei RecordShack<sup>1</sup> in Soho kaufen könnte.« Dieses Ziel hatten sie schnell erreicht. Besagte erste Version von »West End Girls« wurde zum Kulthit; vor allem in den Clubs von Los Angeles und San Francisco erfreute sich die Nummer großer

Beliebtheit - und in Belgien, wo sie sich in den Top 20 positionieren konnte, was zum ersten Fernsehauftritt der Band führte. Doch dann brachen Tennant und Lowe mit Bobby O, unterschrieben beim Majorlabel EMI und nahmen mit dem britischen Produzenten Stephen Hague eine neue Version von »West End Girls« auf, die in sieben Ländern - darunter Großbritannien und die USA - zum Nummer-Eins-Hit wurde, in sechs weiteren - darunter Deutschland - den zweiten Platz belegte und es in zwei weiteren in die Top 5 schaffte.

Der typische Werdegang einer in den Charts erfolgreichen Popband mit subkultureller Kreditabilität hingegen fußt auf viel grundlegenderer Basisarbeit während ihrer subkulturellen Phase. Man denke nur an zwei andere Gruppen, die in den 1980ern mit Stephen Hague zusammenarbeiteten: New Order und Orchestral Manœuvres in the Dark, kurz OMD. Erstere hatten bereits zu ihrer Gründung ein komplettes Vorleben als die Indie-Legende Joy Division hinter sich und auch ihr erstes Album als New Order, *Movement*, steht gänzlich im Geiste des Post-Punk. Erst 1983 kam mit »Blue Monday« und dem zweiten Album *Power, Corruption & Lies* der Erfolg auf dem Massenmarkt. Auch OMD kamen aus dem Post-Punk-Umfeld Manchesters und hatten sich vorher eine Bühne mit Joy Division geteilt. Bevor sie mit »Enola Gay« vom zweiten Album *Organisation* in höhere Regionen der Charts vorstießen, veröffentlichten sie mit »Electricity« eine Single, die seinerzeit zwar außerhalb der Subkultur-Blase kaum Beachtung fand, später aber als Klassiker in den Kanon elektronischer Popmusik einging. Man kennt das Klischee: Die eigentlichen bahnbrechenden Errungenschaften finden im Underground statt und finden dann ihren Weg nach oben (und werden dabei stets skeptisch beäugt). Subkultur geht in den Mainstream über.

Vielleicht würde »West End Girls« heute ähnlich rezipiert werden wie »Electricity«, wäre es nicht in einer Neuaufnahme zum

Welthit geworden. Doch so wurde der Erstversuch aus der Bandgeschichte getilgt. Die Bobby O-Version findet sich auf keinem Album, nicht einmal auf einer Compilation. Als 1986 mit *Please* die erste Pet-Shop-Boys-LP auf den Markt kam, waren Neil Tennant und Chris Lowe bereits Popstars. Ihre subkulturelle Phase war nicht nur sehr kurz, sie hat auch kaum Spuren hinterlassen. Im popkulturellen Gedächtnis kommt sie einem Wimpernschlag gleich, dem ein kompletter Neustart folgt. Bobby O's indirekter Einfluss wurde damit zwar nicht völlig obsolet - Hi-NRG blieb bis einschließlich *Actually* inklusive des Hits »It's a Sin«, der ebenfalls bereits mit Orlando aufgenommen, allerdings nicht veröffentlicht worden war, ein prominenter Einfluss -, aber die Ausrichtung ihrer Produktionen änderte sich komplett. Statt auf die Tanzflächen der USA schielten sie nun auf die Charts Großbritanniens und, durch den unerwarteten internationalen Erfolg, schließlich auch die der ganzen Welt.

Ihr Blick auf die Welt beschränkt sich aber eben nicht nur auf die Charts. »Man kann die Alben der Pet Shop Boys als eine Art Gesellschaftsgeschichte lesen«, gab Neil Tennant 2009 dem Journalisten Andrew Sullivan zu Protokoll. Und das Bild, das besagte Gesellschaftsgeschichte zeichnet, ist ein erstaunlich komplexes: Es berücksichtigt welt- und sozialpolitische Ereignisse, porträtiert die Menschen, die von ihnen betroffen sind, hat Kenntnis von Ideengeschichte und den verschiedensten Diskursen, beschäftigt sich mit Identität und Sexualität, kommentiert (massen- wie sub-)kulturelle Entwicklungen und stellt die Frage nach jener Utopie, die die meisten popkulturellen Strömungen, von Jazz bis House, in irgendeiner Form zu finden versuchten und doch immer Utopie geblieben ist.

Das Verblüffende ist, dass dieses komplexe Bild in einer Kunstform transportiert wird, deren Qualität sich zu einem wesentlichen Teil über Simplität definiert. In Pop-Songs werden Aus-

sagen ohne Schnörkel auf den Punkt gebracht (»I Want to Hold Your Hand«, »We Will Rock You« etc.), das Thema sollte resonieren und möglichst vielen Menschen eine Identifikationsfläche bieten, die Musik einprägsam sein. Und doch können sie deutlich mehr kommunizieren und über ihre Möglichkeiten hinauswachsen. Genau das meine ich auch, wenn ich von den »Möglichkeiten der Popmusik« schreibe. Dies ist ein Buch darüber, wozu Popmusik im Stande sein kann.

Popkultur arbeitet mit Signalen, die zur Rezeption freigegeben werden. Diese Signale können alles Mögliche sein: Songs, Cover, Videos, Outfits, Aussagen. Sie funktionieren performativ, das heißt: Sie *performen* ihre eigene Bedeutung - nicht umsonst hieß diejenige Tour der Pet Shop Boys, die sich am weitesten vom Prinzip des Rockkonzertes entfernte, *Performance*. Damit liegt es außerhalb ihrer Natur, »wahr« (authentisch) oder »falsch« (fake) zu sein. In ihrer Performance bietet sie gleichzeitig Identifikations- und Angriffsfläche. Popkulturelle Signale sind wertfrei, solange ihnen von außen keine Wertigkeit beigemessen wird. Ein von einer Popband ausgegebenes Signal etwa kann Identität schaffen, und das positiv (»So will ich sein«) wie negativ (»So will ich nicht sein«), konstruktiv (»So soll es sein«) wie destruktiv (»So darf es nicht sein«). Was so konstruiert wird, kann auch wieder dekonstruiert werden, Bedeutungen umgelenkt, Zuschreibungen verschoben. Mit dem Sampling im HipHop etwa gibt es eine eigene künstlerische Disziplin, die sich bereits gesendete Signale aneignet und deren Rezeption eine neue Ebene hinzufügt. Auch Coverversionen veranschaulichen diese Dynamik, wie nicht zuletzt die Pet Shop Boys immer wieder bewiesen haben. Kurz: Obwohl Popmusik (und das gilt für sämtliche ihrer Spielarten) mit einer eindimensionalen Künstler-Publikum-Korrespondenz arbeitet, kommuniziert sie multidimensional. Möchte man das Pop-Phänomen Pet Shop Boys und seine Sonderstellung zwischen sub-

versiver Gegenkultur und erfolgreicher Massenkultur auf einen Aspekt herunterbrechen, dann ist es wohl der, dass Neil Tennant und Chris Lowe das verstanden und, wichtiger noch, eine Leidenschaft für Pop entwickelt haben, die in der Lage ist, mit dieser Dynamik zu spielen, ohne sich dabei im Signalgestrüpp zu verlieren. »Wir senden gemischte Signale aus«, erklärte Neil Tennant dem *Melody Maker* 1991. In *Über Pop-Musik* schreibt Diedrich Diederichsen: »Die beiden ewig konkurrierenden Beschreibungen der Popmusik [...] - großes glückliches Ja und große sarkastische Verweigerung - bilden eine Einheit: ein Nein im Modus des Ja und umgekehrt.« Mir fiel keine Band ein, die diese Dialektik mehr verkörpert und ihre Möglichkeiten so sehr perfektioniert hat, wie die Pet Shop Boys. Im Prinzip sind sie die quintessenzielle Popband: Ihre Multidimensionalität macht sie zu einer Band der Masse wie auch zu einer Band für die Minderheit. »Da war wirklich alles dabei«, meinte die Musikjournalistin Christina Mohr einmal nach einem gemeinsam besuchten PSB-Konzert über das Publikum, »vom Kinderzimmer bis zum Darkroom«.

## Running with Dogs

Mit Porträts der britischen Klassengesellschaft in die Charts: »West End Girls« und »Suburbia«

Im Sommer des Jahres 1902 begab sich der US-amerikanische Schriftsteller Jack London in die Stadt, mit der er seinen Namen teilte, um für ein neues Buch zu recherchieren. Es war nicht das Gesamtbild der britischen Hauptstadt, das London interessierte. Auch das West End, der prestigeträchtigste Teil Londons, ein europäisches Kulturzentrum, Heimat zahlreicher berühmter Theater und größte Innenstadt des Vereinigten Königreichs, kümmerte ihn nicht. Londons Interesse galt dem East End. Schon seit dem 18. Jahrhundert wohnten hier die Arbeiter - eine tragische Fußnote der Geschichte des Stadtteils sind die zahlreichen Fabriken, die dort im Zuge der Industrialisierung pleite gegangen sind -, später zieht es wegen der niedrigen Lebenskosten viele Migranten aus armen Ländern dorthin. Die Armut des East End ist in England so sprichwörtlich wie der Reichtum des West End. Sieben Wochen lang gab sich London hier als gestrandeter Matrose aus, seine Erfahrungen veröffentlichte er 1903 in dem Buch *The People of the Abyss*, das der breiten Öffentlichkeit die unzumutbaren Umstände schilderte, unter denen die Armen Londons leben mussten. »Vom dreckigen, mit Speichel überzogenen Gehweg hoben sie Traubenstängel, Orangen- und Apfelschalen auf und aßen sie«, schrieb London. »Sie nahmen Brotkrümel so groß wie Erbsen, Apfelkerne so schwarz und dreckig, dass man sie nicht mehr für Apfelkerne halten würde, nahmen diese Dinge in den Mund, kauten und schluckten sie. Und das passierte zwischen sechs und sieben Uhr am Abend des 20. August im Jahre des